

Małgorzata Durydiwka

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Uniwersytet Warszawski

Między tradycją a nowoczesnością. Wybrane aspekty przemian kulturowych pod wpływem turystyki na przykładzie regionów recepcyjnych

Słowa kluczowe: turystyka, przemiany kulturowe, westernizacja, regionalizm, region recepcyjny

Streszczenie:

Turystyka jest współcześnie ważnym czynnikiem przemian społeczno-kulturowych, które są szczególnie zauważalne w regionach recepcji turystycznej. Obserwujemy w nich dwie zasadnicze tendencje przemian kulturowych. W regionach związanych z turystyką masową (głównie o charakterze wypoczynkowym) mamy do czynienia ze stopniową westernizacją przestrzeni, najbardziej zauważalną w swego rodzaju unifikacji układów przestrzennych i architektonicznych. Coraz liczniejsze przykłady pokazują jednak, że władze i społeczności lokalne zaczynają w większym stopniu dbać o zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu. I tak, różne przejawy podtrzymywania kultury regionalnej możemy zaobserwować zarówno mniejszych miejscowościach, będących w tzw. fazie penetracji turystycznej, jak i w dużych ośrodkach związanych z turystyką masową, ale raczej o charakterze poznawczym. W niniejszym artykule starano się omówić te przemiany, przy czym posługując się wybranymi przykładami, zwrócono uwagę przede wszystkim na charakter form architektonicznych.

Wprowadzenie

Turystyka jest we współczesnym świecie płaszczyzną, na której ścierają się różne procesy i zjawiska kulturowe. „Z jednej strony ulega ona globalizacji i komercjalizacji. Zacierają się różnice pomiędzy potrzebami turystów pochodzących z różnych krajów oraz sposobami ich zaspokajania. (...) Turystyczne destynacje zaczynają się coraz bardziej do siebie upodabniać. Z drugiej strony, wiele krajów i organizatorów turystyki stara się przeciwdziałać homogenizacji i westernizacji rynku turystycznego, wspierając i propagując produkty regionalne” [Winiarski, Zdebski 2008, s. 80]. Relacje turystyka – środowisko społeczno-kulturowe regionu odwiedzanego są wynikiem kontaktów społecznych zachodzących w wyniku oddziaływania [Mika 2007]:

- turystów na mieszkańców terenów odwiedzanych,
- mieszkańców stałych na turystów,
- turystów na innych turystów,
- między turystami a organizatorami podróży turystycznych.

Turystyka jest zatem ważnym czynnikiem przemian kulturowych, zachodzących zarówno w zbiorowościach i regionach odwiedzanych przez turystów, jak również w zbiorowości turystów i regionach ich pochodzenia, przy czym większe zmiany zachodzą z reguły w regionach recepcji turystycznej. A dzieje się tak przede wszystkim w wyniku dłuższego czasu oddziaływania turystów na środowisko społeczno-kulturowe regionów odwiedzanych.

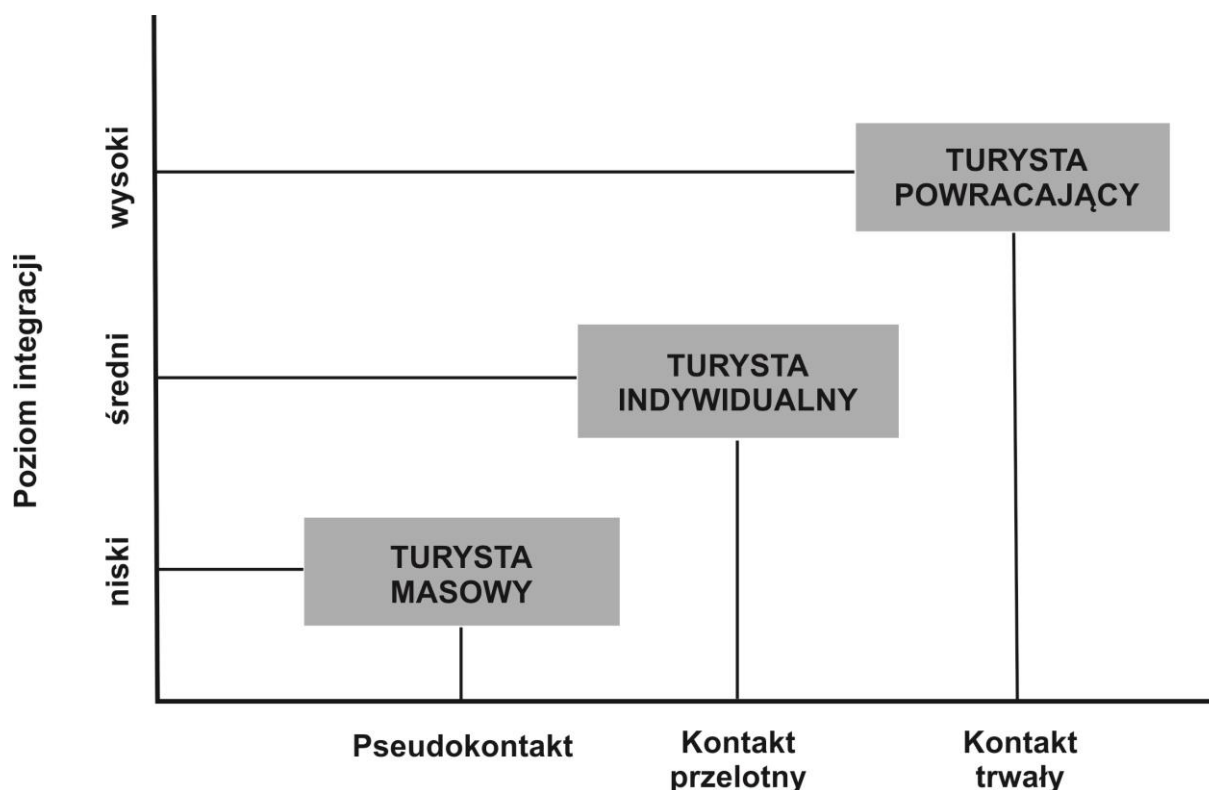
Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie niektórych aspektów przemian kulturowych na przykładzie regionów recepcji turystycznej o różnym charakterze. Przy czym

uwagę skoncentrowano na cechach form architektonicznych, które *de facto* należą do tych elementów kultury, które są stosunkowo łatwo zauważalne.

Turystyka jako forma kontaktu kulturowego

Turystykę można traktować jako formę kontaktów międzyludzkich, która – jak podkreślają R. Winiarski i J. Zdebski [2008, s. 81] – „*...ułatwia dialog, wzajemne zrozumienie i akceptację różnic kulturowych, uczy tolerancji, usuwa uprzedzenia i koryguje stereotypy wytwarzane przez środki masowego przekazu*”, co może być „*...istotnym czynnikiem zmian zarówno wśród turystów, jak i środowiskach przez nich odwiedzanych*”. K. Przeclawski [2001] pisze o turystyce jako o spotkaniu turystów ze społeczeństwem odwiedzanego kraju lub miejscowości i jego kulturą, a zatem traktuje turystykę jako zetknięcie kultur – kultury zbiorowości, z której pochodzą turyści i kultury zbiorowości odwiedzanej. Również D. MacCannell [2002], pisząc o interakcjonizmie symbolicznym, szczególną rolę przypisuje spotkaniu turysty z kulturą odwiedzaną, podkreślając że wszelkie przemiany kulturowe (czy szerzej: społeczno-kulturowe) na obszarach recepcji ruchu turystycznego są konsekwencją tzw. symbolicznej interakcji polegającej na przekazywaniu i wymianie znaków i symboli. Wymiana ta następuje w wyniku komunikacji między przedstawicielami obu tych grup, a jej podstawę stanowi język i gesty, które też mają wymiar symbolu.

Ryc. 1. Rodzaj kontaktu kulturowego a poziom integracji ze środowiskiem odwiedzanym



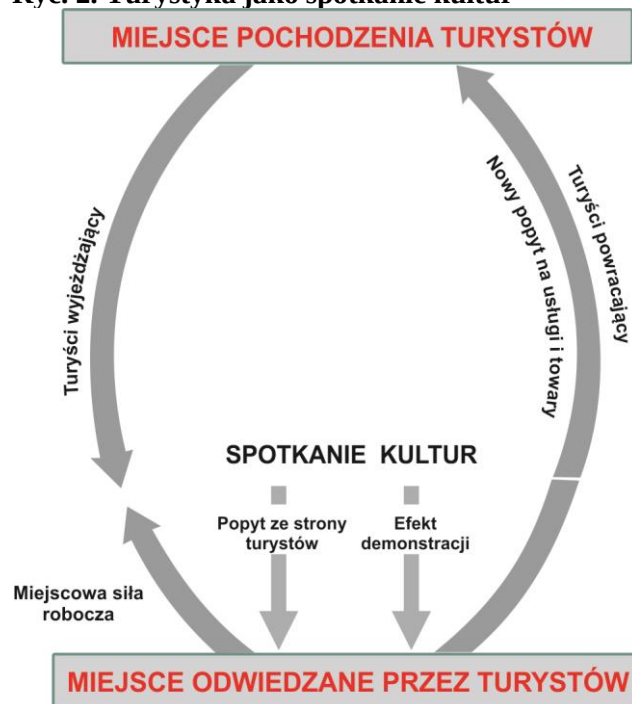
Źródło: Winiarski, Zdebski [2008, s. 73], zmodyfikowane.

Jak podają R. Winiarski i J. Zdebski [2008], wyróżnia się trzy zasadnicze rodzaje kontaktów kulturowych między turystami a społecznością lokalną (ryc. 1), nazywanych też w literaturze przedmiotu spotkaniem kultur [Shaw, Williams 1996; Przećławski 2001]. Stosunkowo najczęściej mamy do czynienia w turystyce – zwłaszcza masowej – z tzw. pseudokontaktem kulturowym, czyli *de facto* nie dochodzi do bezpośredniego spotkania reprezentantów dwóch różnych kultur, a więc turystów i mieszkańców regionu recepcyjnego.

Jeśli już podczas swojego pobytu turysta ma okazję do bezpośredniego kontaktu z przedstawicielami społeczności lokalnej, to zwykle są to specjalnie przygotowani pracownicy biur podróży, hoteli, restauracji, sprzedawcy pamiątek, przewodnicy turystyczni lub inni pracownicy branży turystycznej. Są to osoby znające język i zwyczaje turystów, a więc zapewniające im poczucie bezpieczeństwa i wygody. Takie warunki rzadko zmuszają turystów do nawiązywania społecznych interakcji z mieszkańcami odwiedzanych regionów. Poznają oni zatem odwiedzany region i jego kulturę poprzez obrazy oglądane w miejscu pobytu lub podczas wycieczek fakultatywnych, a doświadczenie turystyczne ma charakter wizualny [Urry 2007; Winiarski, Zdebski 2008]. Jak podkreśla K. Podemski [2004], turystyka staje się w konsekwencji strywalizowaną podróżą. „Przemysł turystyczny dostosowuje się do masowych potrzeb. Izolowani od tubylców masowi turyści w zorganizowanych grupach odnajdują przyjemność w nieautentycznych, wymyślonych atrakcjach, pomijając zupełnie realny świat na zewnątrz. Atrakcje turystyczne to obiekty, które mało znaczą w życiu ludzi, ale dobrze się sprzedają. W rezultacie dostawcy usług turystycznych produkują coraz więcej takich atrakcji dla naiwnych turystów. Powstaje w ten sposób błędne koło wyizolowania turystów od lokalnej społeczności” [Podemski 2004, s. 21], bowiem brak jest prostej zależności między tym, co widziane, a tym, co ów widok oznacza [Urry 2007].

Nieco inny charakter mają kontakty turystów indywidualnych z ludnością regionów recepcyjnych, gdyż wiele spraw związanych z pobytem załatwiają na miejscu. Przez to są „zmuszeni” do przynajmniej krótkotrwałego kontaktu z ludnością miejscową, niestety często bardzo powierzchownego ze względu na barierę językową i różnice symboliki tzw. komunikacji niewerbalnej. Znacznie trwalsze kontakty kulturowe są nawiązywane między ludnością miejscową a turystami, którzy regularnie od wielu lat przyjeżdżają do tych samych miejscowości. T. Paleczny [2005] ten rodzaj turystów określił mianem „przelotnych ptaków”, R. Winiarski i J. Zdebski [2008] – turystów sezonowych, a autorka niniejszego opracowania wprowadziła określenie „turystów powracających”, którzy co roku wybierają długie, osiadłe wakacje w tym samym miejscu, stając się niejako elementem krajobrazu kulturowego, asymilując się czasowo ze społecznością lokalną.

Ryc. 2. Turystyka jako spotkanie kultur



Źródło: na podstawie Shaw, Williams [1996, s. 15].

Turystyka jest niewątpliwie formą kontaktu kulturowego czy też spotkania kultur, podczas którego dochodzi do zetknięcia się dwóch lub więcej kultur przez interakcje między ich przedstawicielami. W przypadku turystyki krajowej mamy do czynienia ze spotkaniem kultury miejskiej z wiejską (jako kulturą gospodarzy), albo odwrotnie – kultury wiejskiej z miejską (jako kulturą gospodarzy) oraz różnych kultur regionalnych. Natomiast w przypadku turystyki międzynarodowej jest to przede wszystkim spotkanie różnych kultur krajów rozwiniętych oraz kultury krajów rozwijających się z kulturą krajów rozwijających się [Przeclawski 2001].

Rodzaj kontaktu kulturowego, jaki zachodzi między turystami a społecznością lokalną może mieć istotny wpływ na charakter i tempo przemian kulturowych, zwłaszcza w regionach recepcji turystycznej. Jak podaje A. Kowalczyk [2001],

koncepcja turystyki jako spotkania kultur zdobyła popularność wśród geografów zajmujących się społeczno-kulturowymi następstwami turystyki. Na przykład według G. Shawa i A.M. Williamsa [1996], turystyka jest ważnym nośnikiem innowacji. Dzięki niej na obszarach recepcji turystycznej mogą zachodzić różnorodne zmiany o charakterze społeczno-kulturowym (nie zawsze korzystne), a powracający turyści, przenosząc wzorce z innych kultur, często stają się prekursorami nowych kierunków w modzie, architekturze, gastronomii itp.

Często podkreśla się, że turystyka może być czynnikiem akulturacji rozumianej jako proces przeobrażeń kulturowych spowodowanych przepływem treści między odmiennymi kulturowo zbiorowościami. Akulturacja jest zatem rodzajem kompleksowej dyfuzji, która zachodzi w warunkach bliskiego, wielostronnego i trwałego kontaktu między zbiorowościami znacząco różniącymi się między sobą pod względem kulturowym. Jest zatem zmianą całościową, polegającą na adaptacji obcych treści do własnej kultury, eliminacji treści rodzimych oraz modyfikacji niektórych elementów i tworzeniu treści synkretycznych. To w efekcie prowadzi do wzrostu podobieństw i zmniejszania się różnic w kontaktujących się systemach [Nowa Encyklopedia Powszechna PWN, 1995, t. 1, s. 81]. T. Nuñez [1978] podkreślił natomiast, że w przypadku turystyki mamy do czynienia z wyraźną asymetrią akulturacji, tzn. „*.../turyści zapożyczają (...) mniej elementów niż gospodarze, w związku z czym – turystyka bardziej zmienia kulturę gospodarzy niż gości*” [Podemski 2004, s. 37]. Z kolei według G. Hofstede [2000, 307], w miejscowościach i regionach licznie odwiedzanych przez turystów wywodzących się z innych kręgów kulturowych może z czasem dojść do wytworzenia się łagodnej formy dwu- lub wielokulturowości [Hofstede 2000].

Niewątpliwie proces asymilacji kulturowej szybciej zachodzi po stronie mieszkańców regionów recepcyjnych, ale stopień dyfuzji kulturowej jest różny w różnych regionach i zależy od następujących czynników [Zaręba 2000]:

- czas oddziaływania turystów na społeczność lokalną;
- tzw. dystans kulturowy, czyli różnice kulturowe między przyjeżdżającymi turystami a ludnością miejscową;
- różnice ekonomiczne między turystami a mieszkańcami regionu odwiedzanego;
- sposób zetknięcia się turystów ze społecznością lokalną.

Jednakże proces dyfuzji kulturowej zawsze jest impulsem różnorodnych przemian społeczno-kulturowych, zachodzących w zbiorowościach odwiedzanych przez turystów. Przy czym przemiany te – zestawione m.in. przez D. Zarębę [2000] i K. Przecławskiego [2001] – mające zarówno wymiar korzystny, jak i szkodliwy dla społeczności regionów recepcyjnych (tabela 1), mogą zachodzić w różnym czasie i z różnym nasileniem, w zależności od uwarunkowań panujących w regionie recepcji turystycznej.

Jak podkreślają R. Winiarski i J. Zdebski [2008], procesy i zjawiska, których przyczyną – bezpośrednią lub pośrednią – jest rozwój turystyki, stały się przedmiotem licznych badań podejmowanych od początku lat 70. XX wieku w miejscowościach turystycznych zlokalizowanych w różnych regionach świata. Ich wyniki pozwoliły stwierdzić, iż – wbrew powszechnym opiniom – samo pojawienie się turystów rzadko prowadzi do niszczenia i zaniku tradycyjnych kultur [m.in.: Hennig 1999; Tucker 2001; Zaręba 2000; Komorowska 2003]. Przemiany kulturowe są dużo silniej związane z ogólnym rozwojem cywilizacyjnym, a ich największym nośnikiem są środki masowego przekazu. Natomiast turystyka pozwala w wielu miejscach zachować dawne tradycje, czasami w nieco zmodernizowanej formie, jako element produktu turystycznego [Winiarski, Zdebski 2008]. Również K. Przecławski [2001, s. 89], pisze że „*.../w miejscowościach turystycznych obserwuje się często intensywny rozwój kultury regionalnej. Pielęgnuje się folklor, rozwija sztukę ludową, zwłaszcza rzemiosło artystyczne, tworzy skanseny, muzea regionalne, pielęgnuje język*”. Dowodzą tego wyniki licznych badań szczegółowych. Na przykład, R.L. Janiskee i P.L. Drews [1998]

podają, że rosnąca popularność turystyki kulturowej stanowi istotne uzasadnienie dla wprowadzania – zwłaszcza na terenach wiejskich – licznych projektów mających na celu zachowanie dziedzictwa historycznego i kulturowego, i wypromowanie regionu dla turystyki. Przykładem tego jest m.in. County Park (Indiana, USA) znany z 32 drewnianych mostów (ang. *covered bridges*). M. Skoczek [2003] przedstawia inicjatywy podejmowane przez społeczności lokalne w Hiszpanii i Portugalii, których celem jest zachowanie dziedzictwa kulturowego poprzez rozwój turystyki wiejskiej. B. Lisocka-Jaegermann [2003] starała się pokazać wpływ turystyki na rozwój rękodziela ludowego w Oaxaca (Meksyk) oraz Otavalo i Río Blanco (Ekwador). L. Coulet [1991], na podstawie badań prowadzonych we Francji i RFN, określa turystykę jako czynnik konserwujący obszary wiejskie, a więc chroniący je przed różnymi formami przeobrażeń.

Tabela 1. Korzystne i szkodliwe przemiany w zbiorowości odwiedzanej przez turystów

Dziedzina	Przemiany	
	Korzystne	Szkodliwe
Struktura społeczna	- wzrost zatrudnienia - różnicowanie się struktury społecznej - wzrost dochodów i wykształcenia - większa możliwość awansu społecznego	- polaryzacja ludności - uzyskiwanie dochodów bez kwalifikacji i wykształcenia
Instytucje społeczne	- modernizacja rodziny - przemiany kontroli społecznej	- dezintegracja rodziny
Postawy i zachowania	- wzrost postaw tolerancji - rozszerzenie horyzontów myślenia - zmiana postaw etnicznych	- rozwój postaw konsumpcyjnych - patologie społeczne: prostytutka, alkoholizm, narkomania, przestępczość
Kultura	- rozwój kultury regionalnej - zagospodarowanie przestrzenne - rozwój ekonomiczny i techniczny - ochrona środowiska naturalnego	- komercjalizacja kultury - zanik kultury rodzimej - niszczenie środowiska naturalnego i kulturowego

Źródło: Przeclawski [2001, s. 92].

Ale należy też pamiętać, że turystyka może stać się nośnikiem większych lub mniejszych zmian w obszarze recepcyjnym. Pisze o tym H. Tucker [2001] analizując przypadek wsi w Kapadocji (Turcja), której główną atrakcją turystyczną są domy wykute w skale. Przemiany zachodzące pod wpływem turystyki – pomimo, iż nieco wypaczają lokalną kulturę – są tam powszechnie akceptowane zarówno przez turystów, jak i mieszkańców. Po pierwsze, dzieje się tak dlatego, że dostosowana do potrzeb odwiedzających kultura, którą J. Urry [1995, s. 219] nazywa „wysprzątanym dziedzictwem” (ang. *cleaned-up heritage*), jest łatwiejsza w odbiorze. Po drugie, przybywający turyści „/.../przynoszą ze sobą dobrodziejstwa nowoczesności” [Małek 2003, s. 25]. Coraz częściej obserwujemy w miejscowościach turystycznych także przemiany idące w kierunku ich urbanizacji, co wyraźnie wiąże się z przekształceniami w zagospodarowaniu przestrzennym, rozwojem inwestycji i usług [Przeclawski 2001].

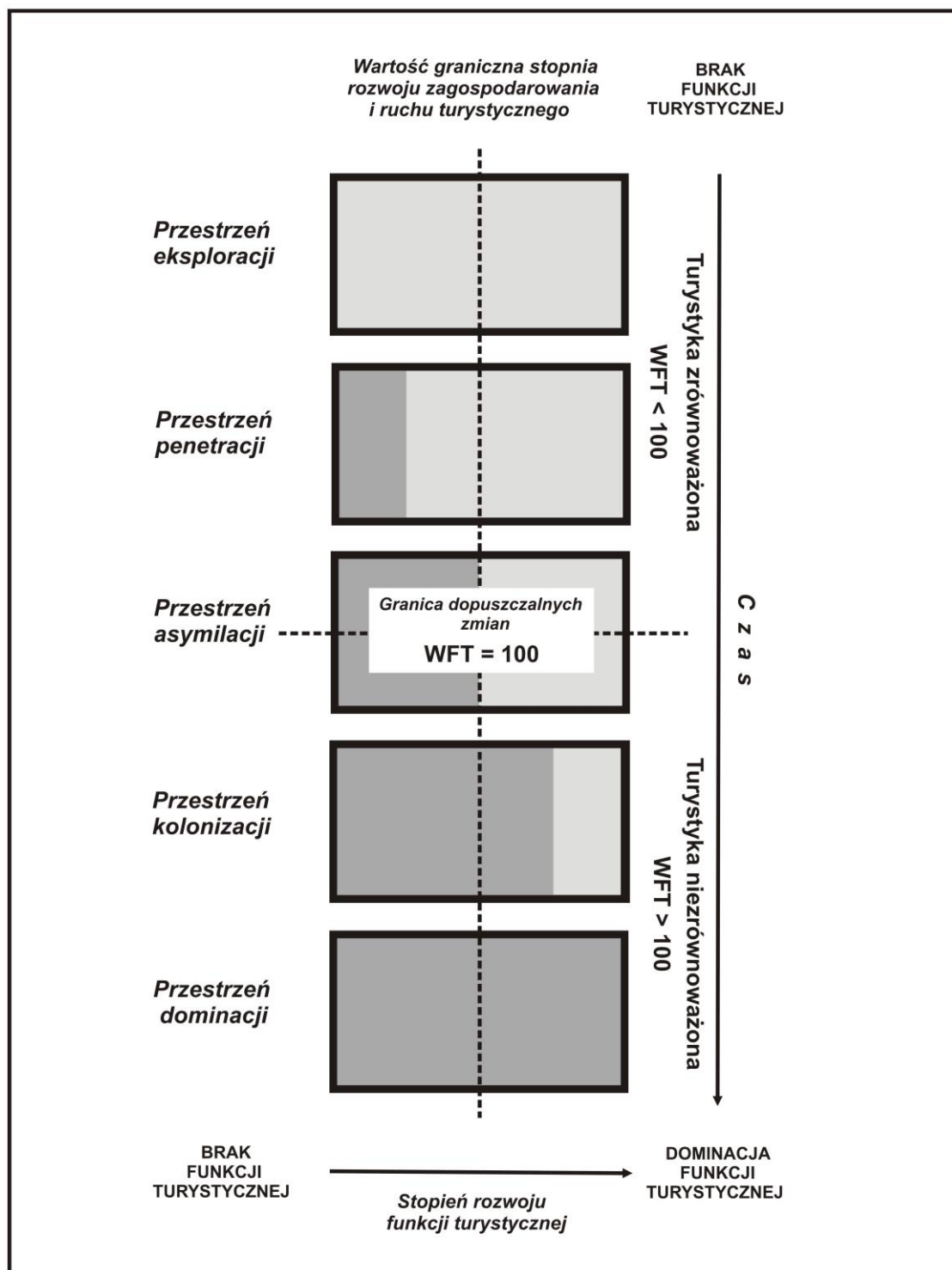
W stronę westernizacji obszarów turystycznych...

Najbardziej istotne przemiany kulturowe zachodzą na obszarach o silnie wykształconej funkcji turystycznej, a więc *de facto* tam, gdzie najczęściej mamy do czynienia z tzw. pseudokontaktem kulturowym. Często w ich przypadku mówimy o urbanizacji turystycznej [Liszewski 1995; Kowalczyk 2000] lub dominacji turystycznej [Kowalczyk 2011]. Przykładem takich obszarów są liczne obszary nadmorskie, w których „/.../szeroko rozumiane usługi turystyczne (wliczając w to przede wszystkim usługi w zakresie gastronomii, rozrywki, kultury i handlu) są głównym działem miejscowej gospodarki. Wówczas można mówić rzeczywiście o miastach turystycznych, w których nie tylko funkcje, ale i fizjonomia (użytkowanie przestrzeni miejskiej) świadczą o urbanizacji turystycznej” [Kowalczyk 2011, s. 37]. Na ogół nadmorskie miejscowości turystyczne powstawały w miejscach, gdzie wcześniej istniały wsie rybackie lub niewielkie miasta portowe, a głównym elementem zagospodarowania turystycznego było molo oraz plaża i kąpielisko, w których pobliżu, zwykle wzdłuż promenady nadmorskiej, powstawały hotele i pensjonaty oraz baza gastronomiczna. W XIX wieku wiele miejscowości nadmorskich przekształciło się w ośrodki turystyczne, m.in. w takich krajach, jak: Wielka Brytania (np. Brighton, Blackpool, Scarborough), Francja (np. Cannes, Menton, Trouville), Niemcy (Heiligendamm, Kühlungsborn, Heringsdorf) i Włochy (np. Rimini, San Remo). Cechą XIX-wiecznych nadmorskich kurortów turystycznych był – jak podają A. Kowalczyk i M. Derek [2010] – podobny układ przestrzenno-funkcjonalny oraz podobny styl architektoniczny wznoszonych prywatnych rezydencji, hoteli i budynków użyteczności publicznej. Z czasem urbanizacją turystyczną zostały objęte także znaczne odcinki wybrzeża Morza Śródziemnego w Hiszpanii (Costa Brava, Costa del Sol, Costa Blanca, Costa del Azahar, Costa Dorada) i Tunezji, wybrzeża Morza Czarnego (Krym, rejon Suchumi-Soczi, wybrzeże w Bułgarii), niektóre wyspy greckie (np. północna część Krety) i tureckie wybrzeża Morza Egejskiego, południowo-wschodnia Floryda, Cape Cod, rejon Atlantic City, niektóre odcinki wybrzeża Pacyfiku w stanie Kalifornia (USA) i w rejonie Acapulco (Meksyk), wybrzeża Zatoki Meksykańskiej (zwłaszcza na Półwyspie Jukatan) i Morza Karaibskiego, rejon Mar del Plata (Argentyna), obszary położone na wybrzeżu Morza Południowochińskiego (w Malezji i Tajlandii), wybrzeża północnej części Morza Czerwonego (w Egipcie i Izraelu) oraz brazylijskie wybrzeża Atlantyku [Kowalczyk 2000]. Są to obszary, które rozwinęły się dzięki turystyce masowej typu 3S (ang.: *sun, sea, sand*, czyli: słońce, morze, piasek).

Wiele z tych obszarów można określić mianem „dojrzałych” przestrzeni turystycznych, rozumianych jako przestrzenie będące w okresie charakteryzującym się optymalnym – z punktu widzenia środowiska przyrodniczego i społeczno-kulturowego, a także spełniania oczekiwań turystów – zagospodarowaniem i wykorzystaniem zasobów turystycznych [Włodarczyk 2009, 2011]. M. Mika [2014] zwraca też uwagę na przestrzenno-funkcjonalny wymiar dojrzałości turystycznej, a tym samym podkreśla, że za dojrzałe turystycznie można uznać te obszary, które – poza zauważalnym ograniczeniem dynamiki wzrostu liczby turystów i miejsc noclegowych – charakteryzują się [Mika 2014, s. 72]:

- wykształconym zespołem form infrastrukturalnych, w tym architektonicznych, komunikacyjnych i innych, służących realizacji potrzeb turystycznych;
- relatywnie wysokim stopniem nasycenia przestrzeni geograficznej obiektami i urządzeniami turystycznymi;
- wewnętrzną złożonością w zakresie powiązań społeczno-ekonomicznych pomiędzy lokalnymi podmiotami sektora turystyki oraz pomiędzy podmiotami turystycznymi a innymi sferami życia społeczno-gospodarczego;
- ciągłością funkcjonalną w sensie historycznym, co *de facto* oznacza, że w ich rozwoju można określić różne etapy (fazy).

Ryc. 3. Model przekształceń „geograficznej przestrzeni turystycznej”



Stopień przekształcenia przestrzeni przez turystykę

WFT Wskaźnik funkcji turystycznej

Źródło: Kowalczyk [2011, s. 36].

Nawiązując do modelu ewolucji obszaru turystycznego R.W. Butlera [1980], znajdują się one najczęściej w fazie rozwoju (ang. *development stage*) lub konsolidacji (ang. *consolidation stage*), zwanej też fazą umocnienia. Odnosząc je zaś do modelu C. Coopera [1994], powiedzielibyśmy, że jest to etap instytucjonalizmu.

Silna ekspansja ruchu turystycznego doprowadziła do daleko idącej rozbudowy infrastruktury turystycznej, przy czym rozwój bazy turystycznej jest zazwyczaj prowadzony przez inwestorów zewnętrznych, często wywodzących się z krajów i regionów emisji ruchu turystycznego, a więc dobrze znających upodobania, przyzwyczajenia i oczekiwania turystów. W efekcie mamy do czynienia ze sformalizowaniem większości działań turystycznych, a nadmorskie kurorty turystyczne coraz bardziej się do siebie upodabniają. Podstawę ich bazy noclegowej stanowią hotele znanych sieci (np. Riu, Barceló, Iberostar, Iberotel, Melia, Sol, One&Only, Hyatt, Sheraton i inne), często charakteryzujące się – niezależnie od lokalizacji – podobną kubaturą, architekturą, wystrojem wewnątrz i standardem. W miejscowościach turystycznych swoje przedstawicielstwa mają najbardziej znane biura podróży (np. TUI, Thomas Cook, Neckermann, American Express), wypożyczalnie samochodów (np. Avis, Hertz, Interrent, Sixt), a restauracje serwują dania odpowiadające gustom turystów wywodzących się głównie z Europy.

Przykład 1. Cancún (Meksyk)

Cancún położony jest na Półwyspie Jukatan nad Zatoką Meksykańską. Jako kurort nadmorski został wybudowany na tzw. „surowym korzeniu”, z pełną infrastrukturą turystyczną, która uwzględniała również mieszkania dla personelu pracującego w strefie hotelowej. Powstał w wyniku projektu rządowego, którego celem było stworzenie światowej klasy centrum wypoczynkowego, które mogłoby przejąć funkcje podupadającego Acapulco. Pierwsze inwestycje rozpoczęto w 1970 r., a już w 1974 r. pierwszy hotel (Playa Blanca) przyjął gości. Jednak *boom* budowlany przypadł dopiero na lata 80. i 90. ubiegłego wieku, kiedy to wybudowano liczne hotele zwłaszcza w tzw. strefie hotelowej (hiszp. *la Zona Hotelera de Cancún*) zlokalizowanej wzdłuż 23-kilometrowego wybrzeża. Obecnie w Cancún funkcjonuje ponad 140 hoteli, które oferują miejsca noclegowe w 24 tys. pokoi. Większość hoteli jest zlokalizowana w strefie hotelowej i są to z reguły 4-6-gwiazdkowe hotele o dużej kubaturze, należące m.in. do takich sieci, jak: Riu, Hyatt, Oasis, Holiday Inn, Ritz Carlton czy Westin. W ich architekturze widać różne koncepcje architektoniczne, przy czym często „kopulasta” neokolonialna architektura kontrastuje z budynkami nawiązującymi do piramid Majów. Hotele położone w „mieście” (hiszp. *Ciudad*, ang. *Downtown*) są mniejsze i o niższym standardzie.

Ryc. 4. Hotel Riu Caribe w Cancún



Źródło: www.riucaribecancun.com (15.08.2014).

Ryc. 5. Hotel Barceló Costa Cancún

Źródło: www.travelplanet.pl/hotele/meksyk/cancun/cancun/barcelo-costa-cancun (15.08.2014).

W Cancún działają 34 biura podróży, 23 wypożyczalnie samochodów oraz ponad 30 restauracji serwujących dania wywodzące się z różnych kuchni świata, a więc tworzących swego rodzaju kosmopolityczną ofertę gastronomiczną. Uzupełnienie oferty gastronomicznej stanowią bary typu *fast food* (m.in. McDonald's, Burger King, Subway).

Wśród usług towarzyszących szczególną rolę pełnią usługi handlowe. W Cancún znajduje się dziewięć dużych galerii handlowych typu *mall*, mieszczących takie znane marki jak: Lacoste, Mango, Hugo Boss, Max Mara czy Louis Vuitton. Większość z nich również jest zlokalizowana w strefie hotelowej. Detale architektoniczne niektórych z nich nawiązują do sztuki Majów (np. Plaza Kukulcán i Plaza Flamingo). Warto też podkreślić, że w tzw. Mercados de artesanías Mexicanas turyści mogą nabyć wyroby meksykańskiego rzemiosła i sztuki ludowej.

Obecnie Cancún – odwiedzany co roku przez około 7 mln turystów, głównie z USA i Europy – jest jednym z największych kurortów turystycznych świata, w którym wprowadzie oficjalnym językiem jest hiszpański, ale turyści bez problemu mogą porozumiewać się po angielsku, a także francusku, włosku i niemiecku.

Opracowano na podstawie: *Podróże marzeń. Meksyk* [2005]; www.cancun.travel/es (15.08.2014); www.visitmexico.com/en/cancun (15.08.2014).

Przykład 2. Belek (Turcja)

Belek – to najbardziej luksusowy kurort nadmorski położony w południowo-zachodniej Turcji, w prowincji Antalya, nad Morzem Śródziemnym. Zaczął się rozwijać pod koniec lat 80. XX wieku, kiedy to w wyniku porozumienia między Stowarzyszeniem Inwestorów Turystycznych (Betuyab) i Ministerstwem Turystyki zainicjowano stworzenie „Centrum Turystycznego Belek”. Obecnie słynie z hoteli o wysokim standardzie, pól golfowych i boisk piłkarskich. Zlokalizowanych jest tu ponad 40 hoteli (należących m.in. do sieci Riu, Kempinski, Gloria Hotels, Crystal Hotels czy Papillon Hotels Resort & Spa), głównie 4- i 5-gwiazdkowych, wysokiej klasy wioski wakacyjne (ang. *holiday villages*) oraz 21 pól golfowych, w tym 15 o standardzie międzynarodowym. Wszystkie obiekty hotelowe

dysponują rozbudowanym zapleczem gastronomiczno-sportowo-rekreacyjnym (liczne bary i restauracje, często z tematycznie dobranym wystrojem wnętrz, siłownie, korty tenisowe, boiska piłkarskie, baseny, zabiegi typu *spa & wellness* itp.). Stanowią więc niejako samowystarczalne jednostki. To sprawia, że właściwie poza hotelami brak jest bazy gastronomicznej i rozrywkowej.

Ryc. 6. Spice Hotel & Spa w Belek



Źródło: www.visitantalya.com/spice-hotel-spa-resort-belek-12504 (12.08.2014).

Belek nie ma też dobrze rozwiniętego zaplecza handlowego, bowiem w większości hoteli znajdują się sklepy z pamiątkami. W miasteczku funkcjonuje kilkanaście sklepów posiadających asortyment charakterystyczny dla kurortów śródziemnomorskich (głównie: artykuły spożywcze, kosmetyki i pamiątki). Pewną atrakcją dla turystów może być targ odbywający się w każdą sobotę.

Opracowano na podstawie: www.antalya.org/listingview.php?listingID=146 (10.08.2014); www.turcja.com.pl/belek.xml (10.08.2014) oraz obserwacji własnych autorki.

Analiza literatury przedmiotu, źródeł internetowych oraz obserwacje pozwalają na stwierdzenie, że w najbardziej znanych nadmorskich kurortach turystycznych na świecie obserwujemy proces ich westernizacji, określanej też mianem „coca-colizacji” czy też amerykańizacji. Zaczynają się one do siebie upodabniać, choćby pod względem architektonicznym, co *de facto* jesteśmy w stanie zauważyć najszybciej. Mamy więc do czynienia ze swego rodzaju unifikacją architektoniczną kurortów nadmorskich. Trudno bowiem mówić o zachowaniu regionalnych tradycji architektonicznych w przypadku drobnych elementów dekoracyjnych (nierzadko też stylizowanych).

W niektórych miejscowościach wybudowano wręcz hotele, które stylem nawiązują do zupełnie innych regionów geograficznych. Jest to swego rodzaju wpisanie się w popularny w ostatnich latach tzw. styl „etno” (ang. *ethno design*), czerpiący inspiracje z kultur z różnych stron świata. Należy przy tym nadmienić, że styl „etno” zarówno w architekturze, jak też w modzie i sztuce użytkowej polega na łączeniu elementów folkloru i tradycji danej kultury

z nowoczesnymi i innowacyjnymi rozwiązaniami. Niestety takie obiekty „kłóć się” nieco z otoczeniem. Tak jest na przykład w Meloneras na Gran Canarii (Hiszpania), gdzie jeden z hoteli (Hotel Lopesan Baobab Resort) jest stylizowany na wzór afrykański i świetnie by się komponował w kurortach południowoafrykańskich, ale w kurorcie kanaryjskim stanowi obcy element krajobrazu. Podobny przykład znajdziemy we Władysławowie, gdzie kilka lat temu wybudowano hotel (Hotel Pekin) nawiązujący pod względem architektonicznym do chińskiej pagody.

...Czy w stronę regionalizmu obszarów turystycznych?

Należy jednak podkreślić, że wśród turystów coraz częściej obserwuje się zainteresowanie kulturą, tradycją i rzemiosłem terenów odwiedzanych, co inicjuje w społecznościach lokalnych wzrost świadomości wartości własnej kultury i potrzebę jej pielęgnowania. W regionach recepcji turystycznej obserwujemy zatem także przeciwdziałania homogenizacji i westernizacji rynku turystycznego poprzez promowanie produktów regionalnych. O ile z intensywną westernizacją przestrzeni turystycznej mamy do czynienia przede wszystkim w regionach/miejscowościach związanych z turystyką masową (przede wszystkim o charakterze wypoczynkowym), to różne przejawy podtrzymywania kultury regionalnej możemy zaobserwować zarówno mniejszych miejscowościach, będących jeszcze – zgodnie z nomenklaturą R.W. Butlera [1980] – w fazie penetracji turystycznej, jak i w dużych ośrodkach związanych z turystyką masową, ale raczej o charakterze poznawczym. Kontakt między turystami a społecznością lokalną w tych miejscowościach ma też inny charakter niż wielkich kurortach nadmorskich. Może nie zawsze ma on wyraźnie trwały charakter, ale na pewno nie ogranicza się tylko do relacji „klient-sprzedawca”.

Warto nadmienić, że różna jest także skala działań, których celem jest zachowanie rodzimej kultury w miejscowości lub regionie – od podtrzymania zajęć, zwyczajów i lokalnych tradycji, poprzez utrzymanie i konserwację tylko najbardziej cennych obiektów architektonicznych, aż do zachowania całych układów architektoniczno-urbanistycznych (z zakazem wznoszenia obiektów w stylu nienawiązującym do tradycji regionu i przekraczających ustaloną kubaturę), łącznie z elementami kultury niematerialnej.

Przykład 3. Chochółów (Polska)

Chochółów jest nadgraniczną wsią podhalańską położoną w dolinie Czarnej Dunajca, której historia sięga połowy XVI wieku. Obecnie należy do popularnych miejscowości turystycznych na Podhalu, przede wszystkim z racji bliskiego położenia w stosunku do Tatrzańskiego Parku Narodowego (około 11 km) oraz Zakopanego (18,5 km), a także wyciągów narciarskich zlokalizowanych w sąsiednich miejscowościach (m.in. w Witowie i Cichem), ale jej tradycje letniskowe i turystyczne sięgają przełomu XIX i XX wieku. Miejscowość często jest nazywana „żywym skansenem podhalańskiego budownictwa”, ponieważ znajdują się w niej prawie wyłącznie zabytkowe góralskie chaty z przełomu XVIII i XIX wieku, zbudowane z drewnianych bali. A drewno, pomimo swojego wieku, zachowuje jasny kolor dzięki temu, iż dwa razy do roku (przed Wielkanocą i Bożym Ciałem) jest czyszczone wodą z mydłem. Zwyczaj mycia domów pozwolił na zachowanie ginącego już na Podhalu zawodu „myjocki”, czyli kobiety zajmującej się myciem domów.

Chochółów jest typową ulicówką ze zwartą zabudową po obu stronach drogi, a większość domów stanowią parterowe budynki z poddaszem, stojące szczytem do drogi i frontem skierowane na południe – „do słonecka”, jak mówią górale. Ponad 100 domów, zagród lub budynków gospodarskich zostało wpisanych do rejestru zabytków i podlega ochronie konserwatorskiej, również układ przestrzenny wsi, o charakterystycznej dla Podhala zabudowie, został uznany za zabytek budownictwa ludowego. Ze względu na tak cenną przestrzeń kulturową, nadzorem konserwatorskim objęty jest też plan zagospodarowania architektonicznego Chochółowa, co w pewnym stopniu stanowi ograniczenie inwestycji

turystycznych. Baza noclegowa w Chochołowie obejmuje ponad 20 obiektów dysponujących ponad 250 miejscami noclegowymi, przy czym są to głównie tzw. kwatery prywatne. Znaczna ich część znajduje się tradycyjnych góralskich chatach.

Ryc. 7. Jeden z zabytkowych domów w Chochołowie



Źródło: fot. M. Durydiwka (10.07.2009).

Zachowane zabytki i układ przestrzenny miejscowości stanowią ważną atrakcję turystyczną. Dlatego też miejscowość jest odwiedzana nie tylko przez zwolenników turystyki aktywnej (w tym narciarstwa), ale coraz częściej przez turystów zainteresowanych poznaniem walorów kulturowych. Wśród nich coraz liczniejszą grupę stanowią obcokrajowcy. W Chochołowie działa też restauracja serwująca dania kuchni regionalnej. Chochołów jest też ważnym ośrodkiem twórczości ludowej, takiej jak: zdobnictwo w drewnie, kowalstwo i zdobnictwo metalu, malarstwo na szkle oraz hafciarstwo.

Opracowano na podstawie: www.polskaniezwykla.pl/web/place/7896,chocholow-zywy-skansen.html (16.08.2014); www.czarny-dunajec.pl/67/chocholow (16.08.2014); www.tropster.pl/chocholow (16.08.2014); Kostrzewa [2002] oraz obserwacji własnych autorki.

Przykład 4. Kraina Otwartych Okiennic (Polska)

Wśród turystów w Polsce coraz większą popularnością cieszy się Podlasie, nie tylko ze względu na unikalne walory przyrodnicze, ale także kulturowe. Jest to obszar o tyle szczególnie w skali kraju, że charakteryzuje wielokulturowością zachowaną zarówno w sferze materialnej, jak i niematerialnej. A rosnące zainteresowanie walorami kulturowymi wśród turystów inicjuje działania mające na celu ich zachowanie. Jedną z takich inicjatyw jest projekt „Kraina Otwartych Okiennic” realizowany od 2001 r. przez Północnopodlaskie Towarzystwo Ochrony Ptaków i obejmujący kilka miejscowości położonych w dolinie Narwi i jej dopływu Rudni (m.in. Trześcianka, Puchły, Soce), a finansowany ze środków Duńskiej Agencji Ochrony Środowiska (DANCEE).

Inicjatorami projektu byli R. Kalski i M. Stepaniuk, przewodnicy zagranicznych ornitologów, którzy zauważyli, że tradycyjnym wiejskim budownictwem w coraz większym

stopniu zauroczeni są przyrodnicy, przybywający na te tereny z różnych krajów Europy. Przekonując mieszkańców do odnawiania domostw i organizując pomoc wolontariuszy, podjęli zatem pierwsze działania, które miały prowadzić do zachowania dziedzictwa architektonicznego. Ta doraźna, spontaniczna akcja przekształciła się w długofalowy projekt, którego celem jest zarówno renowacja XIX-wiecznych domów, jak i zachowanie miejscowych tradycji i obrzędów, a zatem ochrona krajobrazu kulturowego tych terenów, charakteryzującego się m.in. dobrze zachowaną zabudową drewnianą, której specyfiką jest bogata dekoracja snycerska w formie nad- i podokienników, okiennic, wiatrownic, narożników, a także dekoracyjnego zdobienia elewacji i szczytów. Jest to niespotykana w innych regionach Polski ornamentyka, nawiązująca do zdobnictwa stosowanego w rosyjskim budownictwie ludowym. Niektóre z tych domów są użytkowane jako kwatery agroturystyczne. Na uwagę zasługują też dobrze zachowane drewniane cerkwie (w Socach z początku XX wieku, w Trześciance – parafialna z 1864 r. i cmentarna z początku XIX wieku oraz w Puchłach – z 1913 r.) oraz liczne krzyże wotywne i kapliczki stanowiące dopełnienie krajobrazu architektonicznego tej części Podlasia.

Ryc. 8. Dom w Puchłach z tradycyjną ornamentyką



Źródło: www.polskiekrajobrazy.pl/Galerie/72:Podlasie/4898:Kraina_Otwartych_Okiennic_Puchly.html (10.07.2014).

Należy dodać, że zamieszkująca te tereny ludność prawosławna pochodzenia białoruskiego kultywuje swój folklor, w tym specyficzną gwarę, a także tradycje i obrzędy ludów pogranicza. Szczególnie interesujący jest – zachowany w Socach i Kaniukach – zwyczaj uroczystego obchodu wsi w dniu święta Proroka Eliasza. Po uroczystej mszy w cerkwi procesja z chorągwiami, krzyżem i ikoną świętego wędruje od domu do domu. Gospodarze wystawiają przed bramy stoły z chlebem, solą i „zapiską”, czyli kartką z prośbą o modlitwę za zdrowie rodziny, a ksiądz prawosławny kropi dom wodą święconą i modli się za zdrowie domowników wymienionych w „zapisce”.

Ryc. 9. Cerkiew w Puchłach

Źródło: www.pl.wikipedia.org/wiki/Cerkiew_Opieki_Matki_Bozej_w_Puchlach (10.07.2014).

Opracowano na podstawie: www.polska.pl/Kraina,otwartych,okiennic,10433.html (24.08.2014); www.ciekawepodlasie.pl/szlaki_podlasia/3,Kraina_otwartych_okiennic.htm (23.08.2014); Samusik [2005] oraz obserwacji własnych autorki.

Przykład 5. Burano (Wenecja, Włochy)

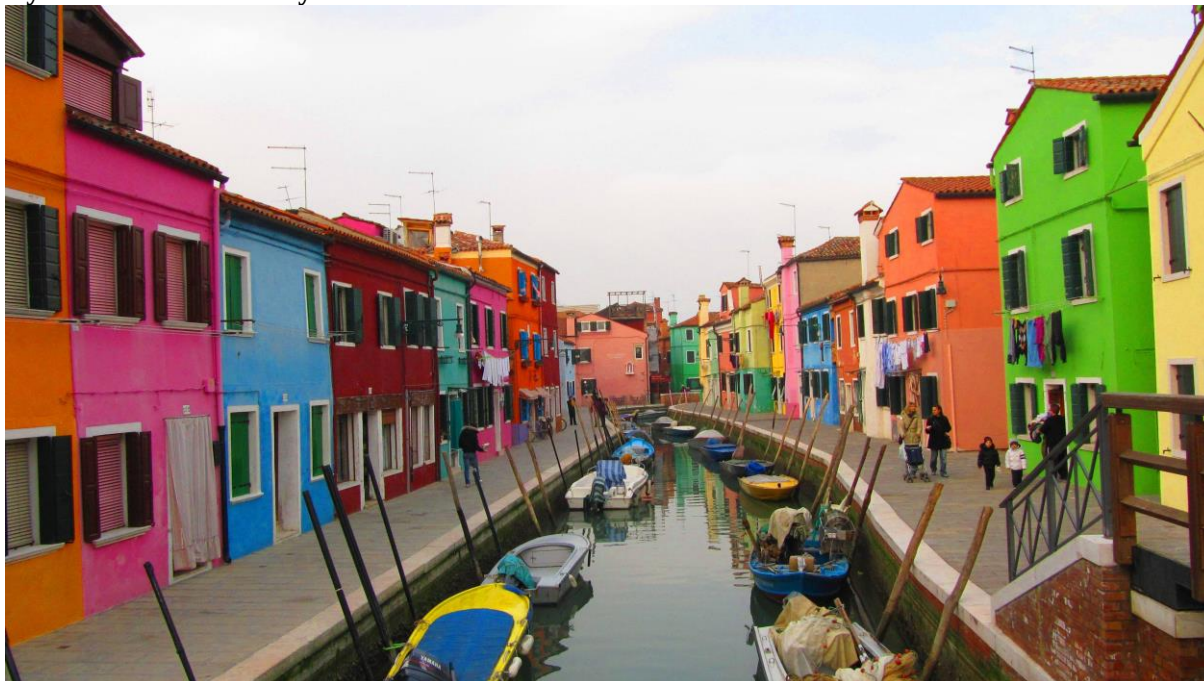
Wenecja to jedno z najliczniej odwiedzanych miast w Europie, przy czym znaczna część turystów ogranicza się do zwiedzania historycznego centrum, słynącego nie tylko z licznych zabytków, ale także unikatowego zespołu urbanistycznego miasta utworzonego przez sieć kanałów i mostów. Tymczasem nie mniej interesujące są wysepki oddalone o kilka kilometrów od tegoż centrum. Wprawdzie nie dysponują one taką koncentracją spektakularnych zabytków, ale lokalne władze i miejscowa społeczność dbają o zachowanie tradycji i skutecznie przeciwstawiają się komercjalizacji. Dobrym tego przykładem jest Burano, której mieszkańcy – w trosce o zachowanie miejscowej specyfiki – regularnie odrzucają prośby o zgodę na wybudowanie na Burano hoteli. Natomiast funkcjonują na wyspie restauracje i trattorie, serwujące przede wszystkim dania rybne i owoce morza, co nawiązuje zresztą do tradycyjnego źródła utrzymania miejscowej ludności, którym jest rybołówstwo.

Wyspa słynie przede wszystkim z wyrobu koronek. Rozwój koronkarstwa został zainicjowany w XVI wieku przez żony dożów Malipiera i Grimaniego. Wprawdzie w weneckich klasztorach koronki produkowano od czasów średniowiecza, ale dopiero w XVI w. wymyślono metodę *punto in aria*, w której używa się igły i nici. W XIX wieku powstała szkoła koronkarstwa prosperująca do dziś, a koronki igłowe z Burano należą do najdroższych na świecie. Trzeba jednak pamiętać, że dziesięciu kobietom, z których każda specjalizuje się w innym rodzaju ściegu, wykonanie pojedynczego obrusa może zająć nawet trzy lata.

Ryc. 10. Przykład koronki z Burano

Źródło: www.in-venice.com/things-to-see/lace-museum (25.08.2014).

Z tradycjami koronkarstwa na Burano można się zapoznać w Muzeum Koronkarstwa (Museo del Merletto), mieszczącym się w gotyckim pałacu przy Piazza Galuppi. Oprócz koronek można zobaczyć m.in. kilka starych fotografii dokumentujących istnienie szkoły oraz rysunki i projekty koronek, które pozwalają zrozumieć, jak niezwykle i pracochłonną sztuką jest koronkarstwo.

Ryc. 11. Kolorowe domy na Burano

Źródło: www.italieonline.eu/pl/weneckie-wyspy-94.htm (25.08.2014).

Wyróżnikiem Burano są też kolorowe domy. Żony rybaków tradycyjnie malowały je na różne kolory, by łatwiej było je rozpoznać z łodzi na morzu. Obecnie, jeśli właściciel zechce przemalować dom, musi wystąpić do władz lokalnych o pozwolenie oraz zgodę na użycie danego koloru farby. Dzięki tej zasadzie domy na Burano są oryginalnie, a ich kolory rzadko się powtarzają.

Opracowano na podstawie: *Miasta marzeń. Wenecja* [2009] oraz obserwacji własnych autorki.

Przykładów świadczących o dążeniu do zachowania tradycji kulturowych regionu i uniknięcia komercjalizacji kultury można znaleźć znacznie więcej. Dotyczą one zarówno popularnych regionów turystycznych (np. Los pueblos blancos, czyli białe miasteczka w Andaluzji), jak i obszarów mniej znanych (np. Nikiszowiec w Katowicach – będący unikatowym zespołem architektonicznym i dumą pruskiej myśli urbanistycznej). Wiele z tych działań wiąże się z zachowaniem zabytkowych obiektów lub tzw. ginących zawodów poprzez wytyczenie szlaków tematycznych (np. „Szlak kolorowych cerkwi” i „Szlak ginących zawodów” na Podlasiu). W ostatnich latach – w związku z rosnącą popularnością turystyki kulinarnej – obserwuje się też wzrost liczby i zróżnicowania tematycznego szlaków kulinarnych, których celem jest przybliżenie turystom i jednocześnie wypromowanie tradycji kulinarnych regionu. W strukturze tematycznej szlaków kulinarnych, przeważają szlaki winiarskie. Ale powstają też szlaki kulinarne o innej tematyce. Najczęściej są one związane z produkcją konkretnego artykułu (sera, oliwy, czekolady itp.), czego przykładem są m.in.: Szlak Serowy (*Käsestraße*) w Szlezwik-Holsztyn (Niemcy), Alzacki Szlak Czekolady (*La Route du Chocolat d'Alsace*) we Francji, Szlak Tequilli (*La Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero*) w Meksyku czy Szlak Yerba Mate (*La Ruta de la Yerba Mate*) w Argentynie [Durydiwka 2013]. Urządzono też szlaki, które łączą gospodarstwa, karczmy i restauracje serwujące tradycyjne potrawy regionu, promując w ten sposób kuchnię regionalną. Szczególnie popularne są w Polsce (np. Szlak Kulinarne „Śląskie Smaki” czy Szlak Kulinarne „Podkarpackie Smaki”).

Podsumowanie

W przeważającej części obszarów recepcji turystycznej na świecie – jak słusznie podkreśla M. Mika [2007] – infrastruktura turystyczna służąca przede wszystkim turystyce masowej jest tworzona według kryteriów zachodnich, co ma zapewnić podobny standard usług turystycznych w różnych regionach świata i poczucie bezpieczeństwa wśród turystów wywodzących się głównie z krajów wysoko rozwiniętych gospodarczo. Jednak coraz większą popularność zyskuje opinia D. Boorstina [1964], że jest to przejaw kreowania „turystycznej bańki” (ang. *touristic bubble*) dla turystów z bogatych społeczeństw, którzy czują się bezpiecznie w środowisku, które jest im znane. W efekcie mamy do czynienia z upodabnianiem się – zwłaszcza w wymiarze architektonicznym i organizacyjnym – wielu „resortów” turystycznych niezależnie od miejsca ich lokalizacji. Należy przy tym dodać, że cechą wielu takich miejscowości jest pewien eklektyzm architektoniczny. Jednakże komercjalizacja i globalizacja turystyki stały się swego rodzaju czynnikiem unifikacji architektonicznej przestrzeni turystycznej mimo jej wewnętrznego eklektyzmu. Możemy więc stwierdzić, że zachodzi stopniowa westernizacja tych miejscowości, gdyż cechy regionalne są właściwie akcentowane jedynie w detalach zdobniczych i wystroju wnętrz niektórych obiektów turystycznych, czyli *de facto* są zredukowane do minimum [Ritzer, Liska 1997, cyt. za Mika 2007].

Mówiąc o pewnej unifikacji czy też westernizacji regionów recepcji turystycznej, należy pamiętać o kreowaniu sztucznych atrakcji, czego przykładem są parki rozrywki czy precyzyjnie wyreżyserowane dla turystów wydarzenia i święta (m.in.: karnawały w Rio de Janeiro, pokazy *flamenco* organizowane w różnych regionach Hiszpanii itp.) [Durydiwka, Duda-Gromada 2011]. To sprawia, że turystyka jest często oskarżana „/.../o arogancję kulturową, manipulację tradycjami i zwyczajami na potrzeby uatrakcyjnienia pobytu turystów i osiągnięcia ich zadowolenia” [Mika 2007, s. 443].

Nie zawsze jednak w regionach recepcji turystycznej mamy do czynienia z tzw. udawanym folklorem (ang. *fake culture*). Jak pokazują coraz liczniejsze przykłady, władze i społeczności lokalne zaczynają w większym stopniu dbać o zachowanie dziedzictwa

kulturowego regionu. Przy czym z reguły działania te – o różnej skali i różnym nasileniu – są zakończone powodzeniem w regionach o słabiej wykształconej funkcji turystycznej, w regionach lub miejscowościach związanych z turystyką poznawczą. W regionach związanych z turystyką masową, silnie przekształconych pod względem kulturowym, możemy co najwyżej mówić o sporadycznych próbach przywracania regionalnych tradycji, w wymiarze materialnym i niematerialnym, w formie swego rodzaju inkrustacji.

Bibliografia

- Boorstin D., 1964, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Harper, New York.
- Butler R.W., 1980, *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*, "The Canadian Geographer", 24, 5-12.
- Cooper C., 1994, *The destination life cycle: an update*, [w:] A.V. Seaton (red.), *Tourism the state of the art*, John Wiley&Sons, Chichester, New York, Brisbane, Toronto, Singapore, 340-346.
- Coulet L., 1991, *Turystyka wiejska turystyką swobodną*, „Acta Universitatis Lodzensis”, „Folia Geographica”, 14, 47-53.
- Durydiwka M., 2013, *Turystyka kulinarna – nowy (?) trend w turystyce kulturowej*, „Prace i Studia Geograficzne”, 52, 9-30.
- Durydiwka M., Duda-Gromada K., 2011, *Między autentycznością a kreacją – tendencje i przyczyny zmian w przestrzeni turystycznej*, [w:] M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), *Przestrzeń turystyczna – czynniki, różnorodność, zmiany*, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa, 53-63.
- Hennig C., 1999, *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*, Suhrkamp, Frankfurt/M.
- Hofstede G., 2000, *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, PWE, Warszawa.
- Janiskee R.T., Drews P.L. 1998, *Rural festivals and community reimagining*, [w:] R. Butler, C.M. Hall, J. Jenkins (red.), *Tourism and Recreation in Rural Areas*, John Wiley & Sons, Chichester-New York-Weinheim-Brisbane-Singapore-Toronto, 157-175.
- Komorowska K.A., 2003, *Turystyka a społeczności lokalne – przykład tatrzański*, „Studia Regionalne i Lokalne”, 3(13), 79-96.
- Kostrzewa J., 2002, *U myjócek i msacy*, „National Geographic Polska”, 7(34), 110-118.
- Kowalczyk A., 2000, *Geografia turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2011, „Geograficzne” aspekty przestrzeni turystycznej (nowe spojrzenie na koncepcję przestrzeni turystycznej), [w:] M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa, 29-38.
- Kowalczyk A., Derek M., 2010, *Zagospodarowanie turystyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Lisocka-Jaegermann B., 2003, *Turystyka etniczna w Ameryce Łacińskiej. Przegląd problematyki badawczej*, „Prace i Studia Geograficzne”, 32, 49-67.
- Liszewski S., 1995, *Przestrzeń turystyczna*, „Turyzm”, 5, 2, 87-103.
- MacCannell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*. Muza SA, Warszawa.
- Małek J., 2003, *Turystyka kulturowa jako czynnik rozwoju lokalnego*, „Prace i Studia Geograficzne”, 32, 13-34.
- Miasta marzeń. Wenecja*, [2009], Mediaprofit sp. z o.o., Warszawa.
- Mika M., 2007, *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej*, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 406-482.
- Mika M., 2014, *Założenia i determinanty podtrzymywalności lokalnego rozwoju turystyki*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Nowa Encyklopedia Powszechna PWN*, 1995, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, t. 1.
- Núñez T., 1978, *Touristic Studies in Anthropological Perspective*, [w:] V.L. Smith (red.), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, Blackwell, Oxford, 207-216.
- Palczyński T., 2005, *Stosunki międzykulturowe. Zarys problematyki*, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków.
- Podemski K., 2004, *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.

- Podróże marzeń. Meksyk*, 2005, Mediaprofit sp. z o.o., Warszawa.
- Przeclawski K., 2001, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, F.H.U. „Albis”, Kraków.
- Ritzer G., Liska A., 1997, *McDonaldization and post-tourism, complementary perspectives on contemporary tourism*, [w:] C. Rojek, J. Urry (red.), *Touring cultures. Transformations of travel and theory*, Routledge, London, 96-109.
- Samusik J., 2005, *Podlasia czar: w Krainie Otwartych Okiennic*, www.podroze.gazeta.pl/podroze/1,114158,2907079.html (10.07.2014).
- Shaw G., Williams A.M., 1996, *Critical issues in tourism. A geographical perspective*, Blackwell, Oxford.
- Skoczek M., 2003, *Turystyka wiejska jako czynnik ochrony dziedzictwa kulturowego Hiszpanii i Portugalii*, „Prace i Studia Geograficzne”, 32, 35-48.
- Tucker H., 2001, *Tourists and troglodytes. Negotiating for sustainability*, “Annals of Tourism Research”, 28, 4, 868-891.
- Urry J., 1995, *Consuming Places*, Routledge, London.
- Urry J., 2007, *Spojrzenie turysty*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Winiarski R., Zdebski J., 2008, *Psychologia turystyki*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Włodarczyk B., 2009, *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Włodarczyk B., 2011, *Procesy kształtujące przestrzeń turystyczną*, „Turyzm”, 21/1-2, 59-66.
- Zaręba D., 2000, *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Between tradition and modernity.

Selected aspects of cultural changes under the influence of tourism (on the examples of tourism reception regions)

Key words: tourism, cultural changes, westernization, regionalism, tourism reception region

Summary: Nowadays tourism is an important factor of socio-cultural transformations that are particularly noticeable in the tourism reception regions. We can observe two main trends of cultural changes. In the regions of mass tourism (mainly of vacation function) we have to deal with a progressive westernization of the space, the most perceptible of a kind of spatial and architectural systems unification. However, growing number of examples show, that local authorities and communities have started to care about preserving the cultural heritage of the region. Anyway, the various aspects of supporting regional culture, we can see both in the small localities, that are in the so-called of tourist penetration stage, and in large centres of mass tourism, but rather of cognitive function. In this article, these changes are discussed, using selected examples.