

Barbara Pabian

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katedra Turystyki

barbara.pabian5@wp.pl

Spotkanie międzykulturowe w kontekście turystycznego doświadczania świata. Przykład Singapuru

Słowa kluczowe: spotkanie międzykulturowe, wielokulturowość, komunikacja międzykulturowa, Singapur

Streszczenie:

Dynamiczny rozwój turystyki sprzyja spotkaniom międzykulturowym. Dzięki nim poznajemy ludzi i ich kulturę. Szczególnego kolorytu nabierają podróże do miejsc wielokulturowych, podczas których turyści mają możliwość w sposób symultaniczny szerokiego oglądu bogactwa kultury i stylu życia różniących się od siebie grup etnicznych. Kontakt z różnymi kulturami może przysporzyć wiele pozytywnych w swej wymowie konsekwencji, musi iść jednak w parze z umiejętnością czytania różnic kulturowych, które szczególnie wyraźne są wśród krajów wywodzących się z odległych od siebie kręgów cywilizacyjnych. Różnice kulturowe to rodzaj ukrytego ułożenia („zaprogramowania”) mentalno-wolitionalnego, objawiającego się w ludzkich działaniach i interakcjach. Wyposażenie turysty kulturowego w podstawową wiedzę na ich temat ułatwi podróżowanie, pomoże w uniknięciu ewentualnych rozczarowań. Celem pracy jest ukazanie istoty i znaczenia kompetencji międzykulturowych w turystyce na przykładzie wielokulturowości Singapuru oraz przedstawienie propozycji rozwiązań, które wdrożone przez biura podróży, pozwolą ustrzec turystów przed szokiem kulturowym. Podstawą opracowania stały się studia nad dialogiem międzykulturowym, analiza źródeł wtórnych oraz metoda obserwacji uczestniczącej dotycząca komunikacji międzykulturowej (Singapur, sierpień 2014 r.).

Wstęp

Czynniki postępu takie, jak: wzrost stopy życiowej, tendencja do zagospodarowywania czasu wolnego poprzez podróże, liberalizacja przepisów paszportowo-wizowych, ułatwienia w komunikacji, intensyfikacja procesów technologicznych, szeroki dostęp do najnowszych zdobyczy techniki, rozwój massmediów sprzyjają turystycznym wożom, nawet w najbardziej odległe krańce świata. Ważnym powodem, przyciągającym rzesze turystów ciekawych świata, jest bogactwo kultury. Ogląd różnorodności kulturowej z perspektywy praktyki turystycznej musi iść jednak w parze z umiejętnością czytania różnic kulturowych, które są szczególnie wyraźne wśród krajów wywodzących się z odległych od siebie kręgów cywilizacyjnych. Jak wykazują badania, przy braku ich znajomości kuszące na pozór spotkanie międzykulturowe może okazać się nie do końca satysfakcjonującym doświadczeniem, a nawet skutkować psychicznym, emocjonalnym i fizycznym wyczerpaniem.

Niniejsze opracowanie wpisuje się w naukowy dyskurs, podejmowany w literaturze na temat wielokulturowości oraz różnic kulturowych. Autorka odnosi tę problematykę do turystycznego sposobu doświadczania świata ze szczególnym uwzględnieniem turystyki kulturowej. Celem pracy jest ukazanie istoty i znaczenia kompetencji międzykulturowych w turystyce na przykładzie wielokulturowości Singapuru oraz przedstawienie propozycji rozwiązań, które wdrożone przez biura podróży, pozwolą ustrzec turystów przed szokiem kulturowym. Podstawą opracowania były studia nad dialogiem międzykulturowym, analiza źródeł wtórnych oraz metoda obserwacji uczestniczącej dotycząca komunikacji międzykulturowej (Singapur, sierpień 2014 r.).

Spotkanie międzykulturowe w aspekcie komunikacyjnym

W sytuacji, gdy osoby pochodzące z różnych kultur nawiązują kontakt bez zamiaru włączenia się w jedną z nich następuje tzw. spotkanie międzykulturowe. Jest to, jak pisze Jerzy Mikułowski-Pomorski, „zetknięcie się ludzi wychowywanych w odmiennych kulturach” [Mikułowski-Pomorski 2006, s. 120]. Jedną z dziedzin życia, dzięki której tego typu spotkania mogą się realizować, jest turystyka. Jednak podczas turystycznych wojaży styczność z kulturą miejsca recepcji ma charakter bardziej powierzchowny i wybiórczy, niż w przypadku wyjazdów na długi czas, np. do pracy. Wynika to z tego, że odwiedzający dostrzegają i interpretują obrazy, słowa, gesty, kody, czy atrybuty z poziomu zewnętrznych symboli, natomiast niewidoczne pozostają dla nich głębsze przejawy kultury odwiedzanego kraju (bohaterowie, rytuały, wartości) [Zob. szerzej: Hofstede, Hofstede, Minkov 2011, s. 399-400]. Pomimo tego, jak oceniają badacze, „możliwości, jakie stwarza turystyka, znacznie przeważają nad wszelkimi jej słabościami” [Hofstede, Hofstede, Minkov 2011, s. 399].

Sposobność bardziej pogłębionego doświadczania świata zyskują turyści dzięki turystyce kulturowej, która, jak zauważa Armin Mikos von Rohrscheid „jest zjawiskiem wieloaspektowym, realizującym się nie tylko w licznych kontekstach tematycznych, w odniesieniu do różnych wartości jako celów i motywów, ale także na wielu możliwych poziomach intelektualnych czy merytorycznych” [A. Mikos von Rohrscheidt 2010, s. 66]. Cechuje ją profesjonalizm, specjalizacja i mnogość form. Łączy w sobie elementy turystyki alternatywnej, inteligentnej, łagodnej, zrównoważonej i odpowiedzialnej. W założeniu adresowana jest do ludzi ambitnych, bardziej wymagających i lepiej przygotowanych pod względem merytorycznym, którym nie wystarcza bezrefleksyjne obcowanie z kulturą, lecz którzy nastawieni są na bardziej wnikliwe poznawanie jej materialnych i symbolicznych wytworów. Porządek i wartości, jakie niesie za sobą turystyka kulturowa, mogą ulegać jednak zaburzeniu w sytuacji, gdy turyści wykażą brak wiedzy na temat specyfiki kulturowej odwiedzanego miejsca oraz zignorują potrzebę właściwego czytania odmienności kulturowych. Uświadamianie sobie różnic kulturowych to rozumienie stanów umysłu własnego i ludzi, których się spotyka” – podkreślają badacze [Trompenaars, Hampden-Turner 2002, s. 232].

Kraje i regiony świata różnią się między sobą nie tylko dostrzegalną gołym okiem kulturą materialną i obyczajową, ale także zakorzenionymi w historii takimi elementami, jak: poczucie tożsamości, instytucje oraz wartości. Elementy tożsamości (język, religia) oraz sfera instytucji (prawo, organizacje, ustawy) są dla osób z zewnątrz (obcych) dostrzegalne, natomiast wartości, definiowane jako skłonność do dokonywania określonych wyborów, należą do niewidzialnego „zaprogramowania” umysłu [Hofstede, Hofstede, Minkov 2011, s. 37-39]. Co więcej, „w większości przypadków jesteśmy nieświadomi naszych wartości lub nie potrafimy ich zwerbalizować, ponieważ są one bardzo złożone, zostały przyjęte przez nas dawno temu i często są podświadome” – konstatuje Elisabeth Marx [Marx 2000, s. 77]. Najbardziej podstawowe wartości duchowe, artystyczne i religijne danej kultury, w których wyraża się odrębność i istota danego narodu, przez co określona jest jego tożsamość, składają się na tzw. kodon kultury. Pojęcie to oznacza „zespół kodów kultury właściwych danemu narodowi na danym obszarze geograficznym” [Bańka 1986, s. 18]. Wartości są podstawą wszelkich różnic na tle kulturowym i to one decydują o tym, że spotkanie międzykulturowe nie zawsze musi okazać się w pełni udane dla osób biorących w nim udział.

W kontaktach międzynarodowych ciąg doświadczeń właściwych jednostkom uczestniczącym w spotkaniu międzykulturowym przyjmuje zazwyczaj kształt tzw. krzywej akulturacyjnej, która obejmuje, następujące po sobie, dwie fazy, tj. euforii, czyli „pozytywnego podniecenia związanego z podróżowaniem i poznawaniem nowego kraju” [Mikułowski-Pomorski 2006, s. 356] oraz szoku kulturowego, „którego głębokość jest wprost

proporcjonalna do dystansu kulturowego między dwiema wchodzącymi w grę kulturami” [Gesteland 1999, s. 12]. Szok kulturowy dotyczy przede wszystkim menedżerów pracujących w obcych kulturowo krajach, ale może stać się również udziałem turystów, gdy ich oczekiwania rozmiągają się z zastaną rzeczywistością. Dzieje się tak wówczas, gdy nie potrafią oni przewidzieć lub zrozumieć zachowań osób o innej przynależności kulturowej. Reakcją na szok bywa poczucie dezorientacji, niepokoju, izolacji, bezradności lub gniewu wobec obcych praktyk i zwyczajów. Odczuwane wówczas różnice kulturowe kładzione są zazwyczaj „na karb głupoty i nieokrzesań drugiej strony” [Hall 1978, s. 178]. Prowadzą do stanów frustracji, gdyż są w swej istocie zaskakujące i trudne do zinterpretowania. Mogą uruchamiać zjawiska nietolerancji, a nawet uprzedzeń, których esencją jest skłonność do formułowania pochopnych, uogólnionych i najczęściej nieprawdziwych sądów na temat innych ludzi. Postrzeganie zachowań charakterystycznych dla danej kultury przez pryzmat negatywnych stereotypów, „zawęża pole obserwacji i daje przejawiony i karykaturalny obraz zarówno obserwowanej kultury, jak i samego obserwatora” [Tropeenaars, Hampden-Turner 2002, s. 42].

Dysonanse kulturowe w turystyce międzynarodowej

Różnice kulturowe to rodzaj ukrytego ułożenia („zaprogramowania”) mentalno-wolitionalnego, objawiającego się w ludzkich działaniach i interakcjach. Na podstawie ich znajomości można przewidzieć, jakie mogą być sposoby reagowania i zachowania się przedstawicieli przeciwstawnych kultur w sytuacji spotkania międzykulturowego. W literaturze wskazuje się najczęściej na następujące wymiary kultury, które odzwierciedlają odmienne zasady gry społecznej, właściwe dla różnych narodów:

- **Męskość wobec żeńskości** – w społeczeństwach męskich (np. Albania, Austria) oczekuje się od mężczyzn asertywności, twardości, dążenia do sukcesu i pieniędzy, natomiast od kobiet skromności i czułości. W przypadku społeczeństw żeńskich (np. Norwegia, Szwecja) role społeczne mężczyzn i kobiet wzajemnie się przenikają, dominuje opiekuńczość, troska o ludzi i jakość życia;
- **Tolerancja niepewności** – wymiar ten definiuje się jako stopień zagrożenia, który w różny sposób odczuwany jest przez członków poszczególnych społeczeństw w obliczu sytuacji nowych i nieznanych. Silne (np. Grecja, Portugalia) lub słabe (np. Szwecja, Dania) unikanie niepewności związane jest np. z pesymistyczną lub optymistyczną postawą wobec świata;
- **Dystans wobec władzy** - oznacza zakres oczekiwań i akceptacji dla nierównego rozkładu władzy w danym społeczeństwie. W przypadku dużego dystansu (np. Ukraina, Rosja) istnieje przeświadczenie, że każdemu w społeczeństwie przysługuje należne mu miejsce, wysokie albo niskie, dlatego aprobowana jest hierarchiczna nierówność oraz prawo do przywilejów dla osób sprawujących godności. W kulturach małego dystansu (np. Dania, Austria) odczuwalny jest mniejszy kontrast społeczny bez względu na zajmowane stanowisko i pozycję społeczną;
- **Indywidualizm wobec kolektywizmu** – wiąże się z rolą przypisywaną w społeczeństwie jednostce i grupie. Dobro jednostki może być przedkładane nad dobro wspólnoty, co oznacza orientację na samego siebie (np. USA) lub ważniejsza jest lojalność względem kolektywu, uważanego za źródło identyfikacji i fundament bezpieczeństwa w życiu (np. Wenezuela);
- **Niski lub wysoki kontekst** – dotyczy sposobu porozumiewania się ludzi między sobą. Przekaz może być w całości zawarty w treści wypowiedzianego komunikatu (np. kultury Zachodu) lub wymaga częściowego odczytania z istniejącego kontekstu fizycznego i sytuacji komunikacyjnej (np. kultury Wschodu);

- **Przyzwolenie wobec restrykcyjności** – odnosi się do subiektywnie odczuwanego poczucia szczęścia i dobrobytu. Przyzwolenie (np. Meksyk, Szwecja) to zgoda na zaspakajanie naturalnych pragnień jednostki i czerpanie radości z życia doczesnego, natomiast restrykcyjność (np. Hongkong, Łotwa) to przekonanie, że czerpanie radości powinno być nadzorowane i określone normami społecznymi;
- **Uniwersalizm wobec partykularyzmu** – orientacja uniwersalistyczna (np. Szwajcaria, USA) oznacza postępowanie w sposób zobiektywizowany i zgodny z odpowiednią zasadą ogólną, zaś partykularystyczna (np. Wenezuela, Nepal) wymusza dostosowania działań do sytuacji, wynikającej ze zobowiązań, znajomości i stopnia zażyłości między osobami;
- **Ceremonialność wobec nieceremonialności** – kategoria ta odzwierciedla mniej lub bardziej oficjalny sposób zwracania się do innych osób. Ceremonialność (np. Polska, Japonia) dotyczy społeczeństw hierarchicznych, w których występuje duża wrażliwość na punkcie pozycji społecznej i zawodowej. Nieceremonialność (np. Australia, Kanada) wiąże się z bardziej swobodnym sposobem bycia w kontaktach z ludźmi bez względu na ich usytuowanie w hierarchii społecznej;
- **Powściągliwość wobec ekspresyjności** – różnica zasadza się na odmiennych wzorcach werbalnego i niewerbalnego komunikowania się, oznaczając stopień, w jakim ludzie zwykli ujawniać emocje poprzez mowę ciała i sposób okazywania uczuć. Przykładowo, w Nigerii można podnieść głos, gdy mowa o sprawach ważnych, lecz w Malezji wyższy ton oznacza już „utratę twarzy”;
- **Osiąganie statusu wobec jego przypisywania** - kategoria ta uwidacznia nierównowagę sił w sposobie wyznaczania statusu społecznego. Przy osiąganiu pozycji społecznej mogą bowiem liczyć się własne osiągnięcia, pracowitość, profesjonalizm, umiejętności i zaangażowanie (np. USA, Kanada), albo ważniejsze są koneksje, urodzenie czy stosunki pokrewieństwa (np. kultury buddyjskie, kultury hinduistyczne);
- **Wycinkowość wobec całościowości** – dotyczy strategii poznawania innych ludzi i częściowo odpowiada rozgraniczeniu na kultury wąskiego i szerokiego kontekstu. W kulturach wycinkowych (np. USA) sprawy zawodowe są izolowane od pozostałych przestrzeni życiowych, natomiast w kulturach całościowych (np. Niemcy) przenoszą się na sferę prywatną i inne obszary życia;
- **Wewnątrzsterowność a zewnątrzsterowność** - oddaje relację człowieka do świata zewnętrznego i roli, jaką przypisuje się naturze. W jednych kulturach człowiek posiada usytuowanie centralne, może samodzielnie podejmować decyzje, a jego wnętrze jest źródłem wartości i motywacji (np. USA, Francja), w innych istnieje przekonanie, że świat dominuje nad człowiekiem, jest od niego o wiele potężniejszy i należy reagować na zewnętrzne okoliczności (np. Indonezja, Singapur);
- **Stosunek do czasu** – ludzi z kultur polichronicznych (np. Włosi, Hiszpanie) cechuje elastyczne i swobodne podejście do czasu, natomiast w kulturach monochronicznych (np. Niemcy, Japończycy), przywiązuje się dużą wagę do punktualności, dotrzymywania terminów i trzymania się ustalonego harmonogramu. Wymiar temporalny znajduje przełożenie na sekwencyjne bądź synchroniczne zorganizowanie działań ludzkich;
- **Nastawienie na cele odległe lub bliskie** – wiąże się także z wymiarem czasu i oznacza w praktyce istnienie dwóch orientacji, tj. długoterminowej, która pociąga za sobą nastawienie na rozwijanie cnót, przynoszących korzyści w przyszłości (np. upór, oszczędność) oraz krótkoterminowej, dowartościowującej teraźniejszość i przeszłość (poszanowanie tradycji). Badacze egzemplifikują to m.in. na przykładzie odległych od siebie pod względem przestrzennym krajów takich, jak: Francja i USA. „Jeśli chodzi o czas, amerykański sen jest francuskim koszmarem. Amerykanie z reguły zaczynają od zera i interesują ich jedynie obecne osiągnięcia oraz plany na przyszłość. W oczach Francuzów nawet *ancien pauvre* (dawna bieda) jest lepsza od *nouveau riche*

(nowego bogactwa) – mają oni ogromny sentyment do przeszłości” [Trompenaars, Hampden-Turner, 2002, s. 23].

Wskazane powyżej cechy kultur znajdują szczególnie silne przełożenie w kontaktach biznesowych, jak również podczas prowadzenia negocjacji handlowych. Z perspektywy turystycznego poznawania świata istotne dla spotkania międzykulturowego są czynniki językowe, instytucjonalne oraz głównie te, które zasadzają się na wymiarach, takich, jak: ceremonialność, rozumienie kontekstu czy nacechowanie emocjonalne wypowiedzi i gestów.

Turystów, zachowujących na co dzień dystans i powściągliwość w wyrażaniu emocji, drażnić może przerywanie zdań podczas rozmowy, przesadny dynamizm wypowiedzi i ożywienie osób z kultur ekspresyjnych. Osoby, które wywodzą się z kultur ceremonialnych oczekiwać będą okazywania im szczególnego szacunku, natomiast z nieceremonialnych będą bardziej bezpośredni w kontaktach międzyludzkich, np. zwracając się do rozmówców po imieniu bez względu na ich status i prestiż społeczny. Powodem braku wzajemnego zrozumienia może być także odmienne rozumienie milczenia. Niewysyłanie sygnałów dźwiękowych może być odmową komunikacji albo komunikowaniem. W kulturach zachodnich milczenie oznacza pustą przerwę, natomiast w kulturach wschodnich uznanie dla mądrości i wiedzy innych. Tak więc w Chinach wyraża zgodę, w Indiach jest znakiem szacunku i harmonii. Dla Japończyków równie ważne jest milczenie, jak i wypowiedź. Mówią cicho, robią przerwy, służące interpersonalnej synchronii, nie wyrażają bezpośrednio swych opinii, nie udzielają jednoznacznej odpowiedzi tak lub nie, co przez ludzi, wywodzących się z innych kultur, może być uznane za przejaw arogancji [Pabian 2014, s. 137].

Podobnie, ludzkie gesty i reakcje nie są na całym świecie interpretowane w jednakowy sposób. Przykładowo, Malajowie nie gestykują, a nawet, jak oceniają obserwatorzy, „mogą być przerażeni lub zakłopotani nagłymi ruchami rąk i dłoni” [Gesteland 1999, s. 160]. W Bułgarii skinienie głową oznacza brak zgody, natomiast ruch głową w prawo i lewo – potakiwanie. Arabowie unikają pokazywania stóp czy podeszew. W Malezji nie można podnosić głosu, gdyż oznacza to „utrata twarzy”, implikującą ludzką niechęć i lekceważenie. W krajach azjatyckich rozmowa w ciemnych okularach uznawana jest za arogancję, podobnie niegrzeczne jest wskazywanie palcem. Zdaniem badaczy, „kiedy pyta się na ulicy miejscowych ludzi o kierunek, raczej wskażą go oczyma lub ruchem brody niż wyciągniętą ręką” [Gesteland 1999, s. 160].

Spotkanie międzykulturowe mogą zakłócać również odmienności wynikające z ludzkich reakcji proksemicznych. Człowiek dokonuje wyboru dystansu przestrzeni nieformalnej w sposób podświadomy, w zależności od sytuacji, rodzaju więzi i kontaktu interpersonalnego. Osoby pochodzące z romańskiej części Europy, krajów Ameryki Łacińskiej, ze świata arabskiego, a także z kolektywnych krajów Dalekiego Wschodu zmniejszają dystans między rozmówcami (20-40 cm). Mieszkańcy Ameryki Północnej, Skandynawii oraz centralno-wschodniej Europy, w tym Polacy, preferują w czasie rozmowy znacznie większy dystans (40–60 cm). Zindywidualizowanym turystom zachodnim może wydawać się, że wszyscy stoją za blisko, a w związku z tym może się u nich pojawić odczucie braku przestrzeni prywatnej.

W umacnianiu wzorców kulturowych wiodącą rolę odgrywa religia, ponieważ wpływa ona na zachowania ludzi, ich światopogląd oraz sposób postrzegania i organizowania rzeczywistości. Arogancja i brak zrozumienia w tej sferze prowadzić może do obrazy uczuć religijnych i braku wzajemnego zrozumienia. Wartości religijne, zwłaszcza w społeczeństwach monolitycznych, przekładają się na styl życia i codzienne zachowania zwyczajowe, które należy uszanować. Przykładem takich społeczeństw, w których działania ludzi realizowane są w ramach jednorodnych systemów znaczeniowych, są kraje islamskie. Jak pisze Vijay Mahajan, arabscy „konsumenci tęsknią za postępem, nowoczesnością i obecnością na rynku, ale nie zamierzają porzucać głęboko zakorzenionych praktyk

religijnych związanych z pięcioma filarami ich wiary, którymi są: wyznanie wiary, modlitwa, jałmużna, post i pielgrzymka do Mekki” [V. Mahajan, 2013-2014, s.115]. W kulturze islamskiej przywiązuje się więc dużą wagę do tradycyjnych zachowań zwyczajowych i obrzędowych, m.in. do przestrzegania zasad żywienia, jak również sposobu ubierania. Zabrania się np. spożywania wieprzowiny, alkoholu i krwi zwierząt. Akceptowana jest społeczna funkcja daru, jednak wyklucza się prezenty w postaci alkoholu, a nawet perfum i wód toaletowych, wyprodukowanych na jego bazie. Podarki nie powinny być też zbyt kosztowne. Ponieważ lewa ręka jest uznawana za nieczystą, dlatego przy jedzeniu, wręczaniu wizytówek i różnych przedmiotów należy zawsze używać prawej ręki. W miesiącu, zwanym ramadanem, który obchodzony jest na pamiątkę objawienia prorokowi Mahometowi pierwszych wersów Koranu, muzułmanie praktykują *saum*, czyli post w ciągu dnia. Dobry ton wymaga, aby wyznawcy innych religii nie zaspakajali wówczas apetytu i pragnienia w miejscach publicznych, tym bardziej, że w krajach islamskich obiekty gastronomiczne nie należące do hoteli (np. w galeriach handlowych) są często zamknięte aż do zmroku lub działają na zasadzie *take away*. Warto także zwrócić uwagę, planując np. zwiedzanie czy zakupy, na odpowiedni dobór ubioru, zwłaszcza u młodych kobiet, który nie powinien być prowokujący, lecz stonowany. Nawet w największych galeriach handlowych, znajdujących się w wysoko rozwiniętych krajach arabskich (np. *The Dubai Mall* czy *Mall of the Emirates*), nie ma wspólnych przymierzalni dla kobiet i mężczyzn. Mężczyzna nie może skorzystać z przymierzalni pań, ani wejść do niej tylko na chwilę, żeby np. ocenić nową kreację partnerki. Przy próbie wejścia zostanie wyproszony przez obsługę. Podobnie kobietom wolno korzystać tylko z damskich przebieralni.

Szczególnego kolorytu nabierają podróże do miejsc wielokulturowych, podczas których turyści mają możliwość w sposób symultaniczny szerokiego oglądu bogactwa kultury i stylu życia różniących się od siebie grup etnicznych. Wielokulturowość określa się zazwyczaj jako zjawisko polegające na „współwystępowaniu na ograniczonej granicami państwowo-terytorialnymi przestrzeni dwu lub większej liczby grup o odrębnych językach, wyznaniach, obyczajach, tradycjach i systemach organizacji społecznej” [Paleczny 2005, s. 148]. Pojęcie tego używa się także w innych dwóch znaczeniach, obejmując nim politykę rządową dotyczącą niwelowania konfliktów na tle zróżnicowań kulturowych, jak również - formę ruchu społecznego związanego z działaniami na rzecz zwiększenia udziału środowisk mniejszościowych w życiu danego społeczeństwa. [Zob. szerzej: Durydiwka, Kociszewski, 2014, s. 5] Zdaniem Wojciecha Burszty, „wielokulturowość to obecnie przede wszystkim problem różnic kulturowych w obrębie poszczególnych – zwłaszcza wieloetnicznych – państw, które posiadają swoje mniejszości etniczne, religijne i seksualne, domagające się własnego miejsca w kulturze narodowej” [Burszta 1998, s. 150].

Singapur jako miejsce spotkania kultur

Przykładem kulturowego pluralizmu jest państwo-miasto Singapur, w którym żyją obok siebie wyznawcy różnych religii, co wpływa nie tylko na różnorodność praktyk religijnych i form obrzędowych wśród społeczeństwa, ale także na zachowania zwyczajowe oraz sposób aktywności w różnych sferach życia codziennego. Kraj ten usytuowany jest w samym centrum Azji Południowo-Wschodniej, na wyspie o tej samej nazwie, otoczonej archipelagiem mniejszych, ok. 54 wysepek. Panujący tu klimat równikowy, charakteryzuje się ogromną wilgotnością powietrza, wysoką temperaturą i znaczną ilością opadów w ciągu roku, co sprzyja różnorodności fauny i flory. Ze względu na walory środowiska naturalnego i duży udział terenów zielonych w całej powierzchni kraju Singapur określany jest także mianem miasta(państwa)-ogrodu. Na jego obszarze, wynoszącym 641 km², mieszka około 5 mln mieszkańców, w przeważającej większości Chińczyków, jak również - Arabów, Malajów,

Hindusów, Tamilów, Ormian, Żydów oraz przedstawicieli świata zachodnioeuropejskiego (głównie Europejczyków, Amerykanów i Australijczyków). Gęstość zaludnienia jest wysoka i wynosi 5016 os/km² [Kruczek 2002, s. 251].

Singapur od 1819 r. pozostawał brytyjską kolonią, utworzoną z inicjatywy Thomasa Stamforda Rafflesa, który wystosował memoriał do zarządu Kompanii Wschodnioindyjskiej wzywający do założenia tu portu. Uzasadniał to m.in. potrzebą ograniczenia holenderskich wpływów. Otwarcie w późniejszym czasie Kanału Sueskiego (1869 r.) zdynamizowało handel morski, a sam Singapur umocnił swą pozycję głównego ośrodka portowego. Po II wojnie światowej nadal pozostawał kolonią brytyjską, jednak nasilające się ruchy niepodległościowe doprowadziły najpierw do uzyskania autonomii państwa (1959 r.), następnie całkowitego uniezależnienia się od Wielkiej Brytanii (1963 r.), aż po pełną suwerenność (1965 r.) [Waluś 2012, s. 22-23].

Ożywienie gospodarcze i zachęty ze strony rządu brytyjskiego spowodowały niemal od początku istnienia kolonii napływ licznej rzeszy imigrantów, głównie z Chin oraz z południowych Indii, co zapoczątkowało proces narastania wielokulturowości. Duża fala imigracji z Azji Południowo-Wschodniej miała miejsce w 1874 r. Napływająca ludność asymilowała się z lokalną społecznością. Jak zauważa Eliza Waluś, „malajskie określenie *peranakan* oznaczające potomka, a także urodzonego na miejscu odnosi się przede wszystkim do latorośli chińskich kupców przybywających w rejon cieśniny Malakka od XIV w. i miejscowych kobiet, ale obejmuje również peranakanów Hindusów i Jawajczyków” [Waluś 2012, s. 68]. Żydzi pojawili się w Singapurze około 1830 r. i to spośród nich rekrutowali się głównie ludzie wolnych zawodów (lekarze, prawnicy, biznesmeni). Kupcy arabskiego pochodzenia zaszczerpili tu islam. Według przekazów w 1834 r. w Singapurze było 66 kupców arabskich, ale w 1944 r. ich liczba sięgała już 2 tys. [Waluś 2012, s. 68].

Obecnie Singapur ze względu na wysoką wartość PKB (powyżej 47 tys. dolarów na jednego mieszkańca), zaliczany jest do tzw. azjatyckich tygrysów („tygrysów Pacyfiku”). Jest jednym z najlepiej rozwiniętych i najbogatszych państw świata, należącym do strefy wolnego handlu ASEAN-u, „obejmującej 600 mln konsumentów” [Kugiel 2014, s.1]. Zdaniem ekspertów, sukces ten jest efektem „strategicznego położenia, stabilności politycznej, sprawnego zarządzania oraz bardzo korzystnych warunków dla biznesu, sprzyjających napływowi inwestycji zagranicznych” [Kugiel 2014, s. 1]. Dodać należy, iż tak wysoka pozycja gospodarcza jest także uwarunkowana kulturowo. Wynika m.in. z kolektywistycznych cech kultury, opartej na cnocie, na którą składają się wartości tzw. dynamizmu konfucjańskiego. Jego wyznacznikami są według Jerzego Mikułowskiego-Pomorskiego następujące cztery filary: **integracja** (przyjaźń, harmonia, niekonkurencyjność), **dyscyplina moralna** (rozważa, umiarkowanie, bezinteresowność), **dynamika pracy** (porządek, współpraca w grupie), **ludzka życzliwość** (cierpliwość, grzeczność, godność) [Zob. szerzej: Mikułowski-Pomorski 2006, s. 396-397].

Singapur nazywany jest także „Miastem Lwa”, co wynika z faktu, że jednym z jego narodowych symboli jest Merlion, będący wyobrażeniem mitycznej hybrydy o głowie lwa i tułowi ryby¹. Główna statua mitycznego stwora znajduje się przy *Marina Bay*. Tryskający wodą, kamienny Merlion patrzy na wschód, co zgodnie z założeniami chińskiej geomancji i praktyką planowania przestrzeni *Feng Shui*, powinno zapewnić mieszkańcom harmonijne współistnienie z przyrodą, a tym samym - pomyślność i dobrobyt. Zabieg ten wiąże się z omawianą wyżej w artykule postawą zewnątrzsterowności, zgodnie z którą „ideałem jest

¹ Według podania, w zamierzczłych czasach u wybrzeży dzisiejszego Singapuru żył ziejący ogniem, lecz przyjazny dla ludzi stwór o głowie lwa, ciele ryby i krwistych oczach. W chwilach zagrożenia chronił tutejszych mieszkańców. Podczas jednej z nawałnic, jaka nawiedziła w przeszłości Singapur, własnym ciałem osłonił zagrożone domostwa i mieszkańców przed piorunami

[http://www.lifeandmore.pl/pl/170,39,710,5,2,orientalna_niezwykla_wielokulturowa_stolica_azji_%E2%80%93_singapur.html, 15.10.2014]

dopasowanie się do sił zewnętrznych z korzyścią dla siebie” [Trompenaars, Hampden-Turner, 2002, s. 175]. Drugi, jego większy posąg, znajduje się na wyspie *Sentosa*, na którą turyści mogą się dostać kolejką linową, mostem lub koleją naziemną. Została ona w pełni zagospodarowana na potrzeby turystyczne, począwszy od rekreacyjnej części plażowej, poprzez przestrzeń kasyna, hoteli, restauracji, cukierni, butików, aż po słynne atrakcje, takie, jak: *Universal Studios*, *Oceanarium Uderwater World*, delfinarium, zabytkowy fort *Siloso* czy największe na świecie centrum spadochroniarstwa (latania) wewnątrz budynku (*indoor skydiving*) [<http://www.sentosa.com.sg/en/>]. Na wyspie znajduje się także wyraźnie oznaczony, najbardziej wysunięty na Wschód, geograficzny punkt Azji.

Ryc. 1. Turyści podziwiający panoramę Marina Bay (posąg Merliona, ekskluzywny hotel *Marina Bay Sands*, *Art. Science Museum* w budynku przypominającym kwiat lotosu, *Singapore Flyer*)



Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

Ryc. 2. Kamienny Merlion na wyspie *Sentosa*



Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

Ryc. 3. Oznaczenie najbardziej wysuniętego na Wschód, geograficznego punktu Azji



Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

Ryc. 4. Przed wejściem do Universal Studio

Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

Pod względem statystycznym Singapur plasuje się na czwartym miejscu po Bangkoku, Paryżu i Londynie wśród najliczniej odwiedzanych metropolii świata (11,75 mln osób w 2013 r.) [Buryan 2014, s. 49; Hedrick-Wong Y., 2013, s. 2]. Jest to bowiem miejsce przyjazne dla turystów, których przyciąga nowoczesna infrastruktura turystyczna (techniczna i społeczna)², oryginalna architektura współczesnych „drapaczy chmur” i innych niestandardowych obiektów hotelowych, muzealnych i instytucjonalnych, obecność ekskluzywnych galerii handlowych, sprawna komunikacja, powszechna czystość, a także duże poczucie bezpieczeństwa podczas pobytu. W państwie tym nie ma przyzwolenia na jakiegokolwiek zakłócanie porządku publicznego, a przestępczość praktycznie nie istnieje. Stosowane są surowe kary za śmiecenie, spluwanie, spożywanie posiłków w miejscach do tego nieprzeznaczonych (np. w metrze), palenie tytoniu w miejscach publicznych, dokarmianie ptaków, a nawet żucie gumy na ulicach, której import i sprzedaż jest w tym kraju zakazana.

Ponieważ jednak charakter i architektura Miasta Lwa kształtowały się głównie na przestrzeni dwóch ostatnich stuleci, dlatego, jak podkreśla Eliza Waluś, „jeżeli ktoś przyjeżdża do Singapuru z nadzieją zobaczenia miejsc pełnych zabytków, pachnących odległymi epokami i starożytnością, może poczuć się rozczarowany. Nie znajdzie tu bowiem starych, wydartych dżungli świątyń, legendarnych pałaców czy pełnych historycznych opowieści ruin” [Waluś 2012, s. 110]. Interesującą pod względem historyczno-poznawczym jest dzielnica kolonialna, w której przeszłość spotyka się z nowoczesnością. Warte zobaczenia są tutaj m.in.: Muzeum Narodowe przy Stamford Road, neogotycka katedra św. Andrzeja, gmachy sądu i Rady Miejskiej (*City Hall*), neoklasycy budynek *Empress Place* z Muzeum Cywilizacji Azjatyckich, trzypiętrowy budynek mieszczący Muzeum Peranakan, gmach filharmonii oraz budynek teatru im Królowej Wiktorii, jak również luksusowe hotele:

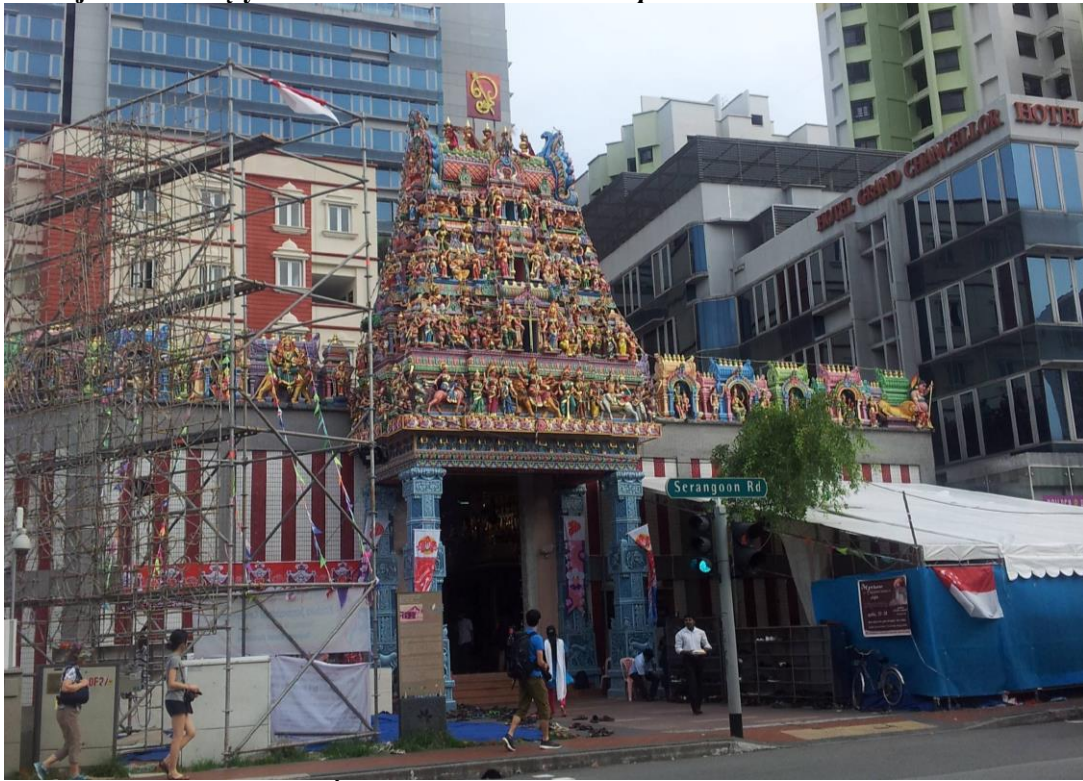
² Do infrastruktury technicznej zalicza Władysław W. Gaworecki m.in.: drogi, szlaki turystyczne, żeglugę turystyczną, specjalistyczne urządzenia obiektów uzdrowiskowych, sieć hotelową i gastronomiczną, natomiast do infrastruktury społecznej: biura turystyczne, obiekty sportowe i wypoczynkowe, urządzenia rozrywkowe, informację turystyczną, itp. Por.: [Gaworecki 2000, s. 109].

Fullerton i - wpisany na listę zabytków narodowych - *Raffles Hotel*, skupiający m.in. w swych wnętrzach ekskluzywne butik.

Turystów przyciąga także multikulturowa specyfika tego kraju, wynikająca z obecności w nim wielobarwnej mozaiki etnicznej. Mimo wielonarodowościowego charakteru i zróżnicowanego wyposażenia kulturowego poszczególnych grup etnicznych, w kraju tym nie występują ostre konflikty. Jak oceniają obserwatorzy, „obok siebie żyją buddyści, taoiści, konfucjaniści, chrześcijanie, muzułmanie i hinduiści, wzajemnie respektujący święta i świątynie swoich sąsiadów. Tutaj każdy, czy to Chińczyk, Malaj czy Europejczyk pilnuje własnego interesu, starając się przy tym nie przeszkadzać innym i w miarę możliwości z innymi współpracować” [Waluś 2012, s. 15]. Nie oznacza to jednak, że kraj ten całkowicie pozbawiony jest napięć. W społeczeństwach wysoko rozwiniętych występuje bowiem w przeciwieństwie do klasycznych kultur tradycyjnych, „zjawisko ostrych konfliktów między różnorodnymi, nieraz licznymi systemami wartości, między siłami starymi i nowymi. Powoduje to procesy rozbicia i dysharmonii w danej kulturze” [Dobrowolski 2005, s. 424]. Dlatego także „Miasto Lwa” mimo wysokiego stopnia zharmonizowania, nie pozostaje od nich całkowicie wolne. Potwierdzają to słowa Lee Kuan Yew, byłego premiera w rządzie Singapuru, który w swojej książce *Hard Truths to Keep Singapore Going* przyznaje, że choć nie ma zamiaru obrażać społeczności muzułmańskiej, to jednak, jego zdaniem, „inne społeczeństwa łatwiej się integrują – przyjaźnią, wchodzą w mieszane małżeństwa i tak dalej, Hindusi z Chinkami, Chińczycy z Hinduskami – niż muzułmanie. [...] Dzisiaj powiedziałbym, że możemy zintegrować wszystkie religie i rasy poza islamem. [...] Nie uważam, żeby muzułmanie powodowali problemy społeczne, ale są odrębni i oddzieleni” [<http://www.euroislam.pl/index.php/2011/02/azjatycki-sarrazin-muzułmanie-sie-nie-integruja/>, 05.11.2014].

Zgodne współistnienie grup etnicznych na obszarze Singapuru przekłada się dodatnio na rozwój funkcji turystycznych. Odmienne kulturowo i poznawczo dzielnice etniczne, takie, jak: *Little India*, *Arab Street* czy *China Town* stają się niepowtarzalnym walorem turystycznym. Odwiedzający mają tam możliwość spotkania z duchowymi i materialnymi wytworami wspólnot kulturowych, genetycznie wywodzących się z różnych, odległych od siebie przestrzeni świata.

W indyjskiej strefie ***Little India***, która znajduje się na północ od dzielnicy kolonialnej, zwracają uwagę, noszone na co dzień, barwne stroje Hindusek, szyte z miękkich, bogato zdobionych materiałów, takich, jak jedwab czy szyfon i zazwyczaj wyszywane złotą lub srebrną nicią lub dekorowane cekinami. Głównym ich elementem jest tradycyjne *sari*, które zawija się wokół talii i nakłada na specjalną halkę (*ghagra*) oraz bluzkę czoli (*choli*). Alternatywnie noszone są barwne, etniczne tuniki (*kameez*) i luźne spodnie (*salwar*). Ubiór uzupełniają dodatki i ozdoby w postaci bransoletek na rękach i nogach, kolczyków w uszach i na nosie, pierścionków i naszyjników. Mieszkańcy tej dzielnicy wyspecjalizowali się w sprzedaży biżuterii ze złota, stąd obecność w niej licznych sklepów jubilerskich. W powietrzu unosi się wszechobecny zapach kadzideł, orientalnych przypraw i sprzedawanych owoców. Głównym miejscem kultu jest tu *Śri Veeramakaliamman Temple*, zbudowana w południowoindyjskim stylu drawidyjskim. Nad wejściem do świątyni znajduje się wieża (*gopuram*) z fasadą wypełnioną kolorowymi figurami bóstw i herosów. Wewnątrz znajduje się czczony przez wyznawców hinduizmu wizerunek bogini Kali z synami.

Ryc. 5. Wejście do świątyni *Śri Veeramakaliamman Temple*

Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

China Town jest jedną z najstarszych dzielnic miasta, nastawioną obecnie na handel uliczny. Wypełniają ją wąskie uliczki, obudowane niskimi domami z punktami sprzedaży odzieży, pamiątek, upominków i innych przedmiotów w stosunkowo przystępnych cenach, lecz o niższej jakości. Turyści w wydzielonej części chińskiej dzielnicy skosztować mogą oryginalnych chińskich produktów i potraw. Co interesujące, właśnie w tej dzielnicy, a nie w indyjskiej, znajduje się najstarsza świątynia hinduska Singapuru, z 1827 r., utrzymana w stylu drowidyjskim.

Ryc. 6. Kamienice w China Town

Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

Ryc. 7. Świątynia Śri Mariamman w Chine Town

Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

Własny koloryt i turystyczną nośność ma także dzielnica **Arab Street**. Dominują tu składy jedwabiu i innych tkanin, perskich dywanów, jak również liczne restauracje i kawiarnie oferujące kuchnię bliskowschodnią i m.in. charakterystyczne fajki wodne. Obsługujące klientów muzułmanki, ubrane są w tradycyjny *hidżab*, będący uzewnętrznieniem ich religijnej tożsamości i przynależności kulturowej. Starają się zachęcić turystów do nabywania oferowanych produktów. Głównym zabytkiem i atrakcją turystyczną arabskiej dzielnicy jest meczet *Masjid Sultan*.

Ryc. 8. Meczet Masjid Sultan w dzielnicy arabskiej

Źródło: fot. własna, sierpień 2014.

Najbardziej nowoczesną pod względem rozwiązań kompozycyjnych i architektonicznych część miasta stanowi **Orchard Road** z eleganckimi hotelami, biurami oraz galeriami handlowymi, w których nabyć można produkty znanych światowych marek.

Obserwacja uczestnicząca, prowadzona przez autorkę, wykazała, iż wielokulturowość jest czynnikiem znacznie zwiększającym atrakcyjność Singapuru oraz dynamizującym rozwój turystyki kulturowej na jego obszarze. Turyści mają możliwość nawet w ciągu jednego dnia, zwiedzając dzielnice etniczne, doświadczyć różnorodności kultur. Obecność w społeczeństwie multikulturowym wymaga jednak od nich wrażliwości osobistej i społecznej, a także przygotowania się na niekiedy zaskakujące sytuacje lub zdarzenia, wynikające z istoty spotkania międzykulturowego.

Widoczną na pierwszy rzut oka cechą mieszkańców Singapuru jest, omawiana w pierwszej części artykułu, powściągliwość w zachowaniu i okazywaniu emocji, jak również ceremonialność. Powszechnie przyjęte jest np. podawanie różnych rzeczy obiema rękami, a nie jedną z jednoczesnym pochyleniem głowy. Dlatego, np. podczas kontroli paszportowej na lotnisku, należy przy wręczaniu dokumentów podróży używać obu dłoni. Podobna sytuacja ma miejsce w sklepach. Kasjerki wydają resztę i paragony, trzymając je w obu rękach i zazwyczaj tego samego oczekują od klientów.

W społeczeństwie tym, podobnie, jak w innych krajach Dalekiego Wschodu nie jest przyjęty zwyczaj pierwszeństwa dla kobiet. Panie nie powinny zatem obrażać się na mężczyzn, którzy nie przepuszczają ich jako pierwszych w sytuacjach, które według myślenia europejskiego tego wymagają, np. przy wchodzeniu do windy lub lokalu, czy przy jego opuszczaniu.

Wielokulturowość znalazła wyraźne odzwierciedlenie w egzotycznej różnorodności produktów i potraw kuchni singapurskiej. Jest ona elementem spajającym kultury i świadczącym dzisiaj o tożsamości narodowej. Odnaleźć w niej można wpływy etniczne subkontynentu indyjskiego, Półwyspu Malajskiego, Sumatry, Jawy i archipelagu Riau, także receptur chińskich (hokkien, teochew, hakka, hajnańskie, kantońskie), jak również kompilacje smaku, czego przykładem jest kuchnia Nyona, obejmująca „hybrydowe” („mozaikowe”) potrawy łączące tradycję chińską z malajską [Zob. szerzej: Waluś 2012, s. 96-97]. Zaskakujące dla Europejczyka może być także to, że w miejscach przeznaczonych do konsumpcji np. typu *food republic* (*food areas*) potrawy, które nie są w postaci płynnej, spożywa się za pomocą pałeczek lub wyłącznie przy użyciu łyżki i widelca. Nie praktykuje się podawania noży.

We wszystkich dzielnicach miasta-państwa turyści spotykają się z życzliwością i uprzejmością ze strony mieszkańców, co zdecydowanie ułatwia komunikację międzykulturową. Badacze podkreślają, że „harmonijne współżycie kultywujących swoją tożsamość grup, skazanych tutaj na współpracę, zachęca do odwiedzin i zainteresowania ich niemałym dorobkiem” [Jarnecki 2011, s.15].

Zakończenie

Nie wszyscy turyści mają świadomość istnienia dysonansów kulturowych, inni nie są przekonani o potrzebie ich rozpoznania, jeszcze inni nie wiedzą, gdzie szukać rzetelnych informacji na ten temat. W tej sytuacji także na organizatorze wyjazdu powinien spoczywać obowiązek właściwego przygotowania klienta do spotkania międzykulturowego. Poniżej przedstawiam propozycje, które organizator może uwzględnić w ramach podejmowanych przez siebie działań związanych z zapewnieniem klientom optymalnych warunków wypoczynku.

- I. **Wydawnictwa** - biura podróży mogą zlecić specjalistom opracowanie poradników w formie broszur, folderów lub prospektów, poprawnie wydanych pod względem merytorycznym i edytorskim, które powinny zawierać nie tylko informacje na temat kultury materialnej, ale również symbolicznej odwiedzanego kraju, w tym objaśnienia dotyczące komunikacji międzykulturowej. Tego typu kompendia klienci powinni otrzymywać z chwilą dokonania rezerwacji imprezy turystycznej lub zaraz po przyjeździe na miejsce, np. podczas spotkania informacyjnego z rezydentem.
- II. **Spotkania organizacyjne uwzględniające temat różnic kulturowych dotyczących odwiedzanego miejsca** – obecnie praktykowane spotkania informacyjne z turystami na początku ich pobytu nie są dopracowane merytorycznie pod kątem dialogu kulturowego. Ich celem jest głównie przekazanie turystom podstawowych wiadomości związanych z zakwaterowaniem i pobytem w ośrodku, poza tym sprzedaż wycieczek fakultatywnych oraz udzielenie odpowiedzi na stawiane pytania. Ewentualne zapoznanie turystów ze specyfiką i atrakcjami miejsca recepcji robione jest głównie na bazie osobistych wrażeń rezydenta.
- III. **Kadry turystyczne wzmocnione o osoby wielokulturowe** – warto zwrócić uwagę na merytoryczne przygotowanie samych rezydentów i pilotów, którzy powinni być swoistymi mentorami kulturowymi. W tym celu pożądane byłoby zatrudnianie także

osób o wielokulturowym pochodzeniu, określanych w literaturze mianem *third culture kids*. Termin ten został zaproponowany przez Johna i Ruth Hill Useem jako efekt badań nad stylem życia amerykańskich dzieci, które wychowywały się w innej kulturze niż kultura ich rodziców. [Zob. szerzej: Pabian, 2013, s. 142-143]. Osoby z wielokulturowym doświadczeniem są dziś coraz chętniej zatrudniane na stanowisku menedżerów przez firmy zachodnie, które posiadają swoje filie zagraniczne. Wynika to z faktu, że, jak tłumaczą badacze, pracownicy tacy „znają normy i zachowania właściwe wielu kulturom i potrafią łatwo przedstawiać się z jednej na drugą” [Hae-Jung Hong, Y. L. Doz, grudzień 2013 – styczeń 2014, s. 153]. Ponadto łatwiej odnajdują analogie pomiędzy grupami kulturowymi i „mają większe szanse, by tego dokonać – i zrobić to szybciej – ponieważ stykają się z kulturowymi zawiłościami już od dzieciństwa” [Hae-Jung Hong, Y. L. Doz, grudzień 2013 – styczeń 2014, s. 159]

Wyposażenie turysty kulturowego w podstawową wiedzę na temat różnic kulturowych pomoże w uniknięciu ewentualnych rozczarowań, uchroni od złych emocji i powielania negatywnych stereotypów. Znajomość odmienności wyzwala bowiem większą tolerancję i wyrozumiałość dla obcości, pozwala też niejako odkryć siebie na nowo. Wpływa na poszerzenie horyzontów myślenia, chroni przed zasklepieniem i zbytnim przywiązaniem do jednej wizji świata.

Przygotowanie klienta na spotkanie międzykulturowe wpisywać się będzie w działania związane z aksjologią i etyką, których rynek turystyczny dziś potrzebuje. Ponadto może zaowocować zyskaniem przewagi konkurencyjnej na zatłoczonym obecnie rynku turystycznym. Dobre wrażenie, wyniesione przez turystę z pobytu w obcym miejscu, wpłynie bowiem na pozytywną ocenę sprawności działania biura podróży, z którego usług korzystał, a to z kolei może przełożyć się na jego decyzję o ponownym wyborze tego samego biura.

Bibliografia:

- Bańka J., 1986, *Filozofia cywilizacji. Cywilizacja diatymiczna czyli świat jako strach i łup*, Śląsk Wydawnictwo Naukowe, Katowice, t. 1.
- Burszta W. J., 1998, *Antropologia kultury*, Zysk i S-ka, Poznań.
- Buryan P., 2014, *Nowe oblicza miast jako element miejskiej turystyki kulturowej na przykładzie azjatyckich tygrysów i innych azjatyckich metropolii*, Turystyka Kulturowa, 4, s. 41-57.
- Dobrowolski K., 2005, *Chłopska kultura tradycyjna*, [w:] *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, G. Godlewski, L. Kolankiewicz, A. Mencwel, P. Rodak (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 414-424.
- Durydiwka M., Kociszewski P., 2014, *Wielokulturowość Podlasia i możliwości jej wykorzystania w turystyce*, Turystyka Kulturowa, 6, s. 5-29.
- Gaworecki W., 2000, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Gesteland R. R., 1999, *Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. Marketing, negocjacje i zarządzanie w różnych kulturach*, PWN, Warszawa.
- Hall E. T., 1978, *Ukryty wymiar*, przeł. T. Hołówka, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Hae-Jung Hong, Doz Y. L., grudzień 2013 – styczeń 2014, *L'Oreal wzorem organizacji wielokulturowej*, Harvard Business Review Polska, s. 151-159.
- Hedrick-Wong Y., 2013, *Global Destination City Index*, MasterCard Worldwide, http://newsroom.mastercard.com/wpcontent/uploads/2014/07/Mastercard_GDCI_2014_Letter_Final_70814.pdf
- Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M., 2011, *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, M. Durska (tłum.), PWE, Warszawa.
- Jarnecki M., 2011, *Wielokulturowość jako atut i atrakcja turystyczna*, Turystyka Kulturowa, 10, s. 4-24.

- Kraje pozaeuropejskie. Zarys geografii turystycznej*, 2002, Z. Kruczek (red.), Proksenja, Kraków.
- Kugiel P., 2014, *Singapur – brama do Azji dla polskich firm*, Polski Instytut Spraw Międzynarodowych. Biuletyn, nr 82, s. 1-2.
- Mahajan V., *Zrozumieć arabskich konsumentów*, Harvard Business Review Polska, grudzień 2013-styczeń 2014, s. 114-119.
- Marx E., 2000, *Przelamywanie szoku kulturowego*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydawnictwo KulTour.PL, Poznań.
- Mikułowski-Pomorski J., 2006, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, UNIVERSITAS, Kraków.
- Pabian B., 2013, *Wprowadzenie do wiedzy o kulturze. Podręcznik dla studentów kierunków turystycznych i ekonomicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice.
- Pabian B., 2014, *Różnice kulturowe między narodami – stymulator czy bariera świadczenia profesjonalnych usług na rynkach turystycznych?* [w:] J. Matysiewicz (red.), *Usługi profesjonalne w globalnej gospodarce*, Wydawnictwo PLACET, Warszawa, s. 127-144.
- Palczyński T., 2005, *Stosunki międzykulturowe. Zarys problematyki*, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków.
- Tropeenaars F., Hampden-Turner C., 2002, *Siedem wymiarów kultury. Znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej*, B. Nawrot (tłum.), Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- Waluś E., 2012, *Miasta marzeń. Singapur*, Mediprofit Sp. z o.o. Nova Sp. Kom., Warszawa

www.sentosa.com.sg/en

www.euroislam.pl/index.php/2011/02/azjatycki-sarrazin-musulmanie-sie-nie-integruja,

www.lifeandmore.pl/pl/170,39,710,5,2,orientalna_niezwykla_wielokulturowa_stolica_azji_%E2%80%93%93_singapur.html.

Cross-cultural meeting in the context of touristic experience of the world. Example of Singapore

Key words: intercultural meeting, multiculturalism, intercultural communication, Singapore

Abstract:

Dynamic development of tourism favors intercultural meetings. Thanks to them we get to know other people and their culture. Particularly impressive are travels to multicultural places, where tourists have the opportunity (in a simultaneous way) for extensive overview of the richness of the culture and lifestyle of differing ethnic groups. Contact with different cultures can bring many positive consequences but must be followed by the ability to read cultural differences, which are particularly pronounced among the countries coming from distant civilizations. Cultural differences are a kind of hidden ("programmed") mental-volitional features, manifested in human actions and interactions. Equipping cultural tourist in basic knowledge about them will make his travel easier, help to avoid any disappointments and allow the discovery of himself. The aim of this study is to show the nature and importance of intercultural competence in tourism on the example of multicultural Singapore and to present proposals of solutions that implemented by the travel agencies will guard tourists against cultural shock. Studies on intercultural dialogue, analysis of secondary sources and the method of participant observation concerning intercultural communication (Singapore, August 2014.) are the basis of elaboration.