

ŁUKASZ KACZMAREK

Instytut Archeologii i Etnologii Polskiej Akademii Nauk
Oddział w Poznaniu

POZA LUKSUSOWYM WIĘZIENIEM. SPOŁECZNE ODDZIAŁYWANIA TURYSTYKI NA JAMAJCE¹

Wprowadzenie

Artykuł ten jest poświęcony wpływom, jakie turystyka wywiera na lokalne społeczności Jamajki oraz na wyobrażenia etniczne² kreowane wskutek jej oddziaływań, zarówno w enklawach skoncentrowanej obecności turystów, jak i tam, gdzie ich oddziaływania wydają się mniej bezpośrednie. Turystyka stanowi jedno z najważniejszych źródeł wpływów do budżetu Jamajki, niemniej trudno mówić o jej bezpośredniej obecności w życiu wszystkich Jamajczyków, gdyż wielkie międzynarodowe inwestycje turystyczne skupiają się na ograniczonym obszarze, w odległości umożliwiającej dogodną komunikację z lotniskiem w Montego Bay, a zatem w północno-zachodniej części wyspy.

Egzotyczny wizerunek beztroskich tubylców w scenerii słońca, piasku i morza jest jednym z magnesów przyciągających turystów na Jamajkę, lecz mają oni zazwyczaj ograniczony kontakt ze „zwykłymi Jamajczykami”, kwaterowani są bowiem w „luksusowych więzieniach” ośrodków enklawowych (*enclave resorts*). Masowa forma turystyki jest ograniczona do stosunkowo niewielkiego obszaru Jamajki. Jednak to ona, obok kultury popularnej, w największym stopniu oddziałuje na kształtowanie wyobrażeń o Jamajce u odwiedzających, ograniczając ich przeżycia i późniejsze wspomnienia do perspektywy roztaczającej

¹ Niniejszy artykuł powstał w oparciu o materiały zgromadzone podczas badań zrealizowanych w ramach projektu MNiSW nr N N109 217736 pt. „Jamajka 60 lat po badaniach terenowych Józefa Obrębskiego. Studium porównawcze społeczeństwa postkolonialnego w świetle materiałów terenowych Józefa Obrębskiego i współczesnych badań antropologicznych” (zespół projektu: dr Ł. Kaczmarek, kierownik i prof. A. Posern-Zieliński).

² Wyobrażenia etniczne rozumiem tu jako wyobrażenia na temat przedstawicieli własnej oraz innych grup etnicznych funkcjonujące wśród reprezentantów zbiorowości stanowiących przedmiot moich rozważań: mieszkańców Jamajki, turystów i organizatorów turystyki.



Mapa 1. Jamajka. Miejsca badań z zaznaczonymi obszarami koncentracji turystyki masowej (opr. Ł. Kaczmarek).

się z „luksusowego więzienia”. Studia naukowe dotyczące turystyki na wyspie i w regionie Karaibów skupiają się właśnie na jej masowej formie. Prawdopodobnie to skala omawianego zjawiska jest przyczyną tego, iż większość badaczy analizujących turystykę na Jamajce koncentruje się na jej aspektach ekonomicznych, czyli na znaczeniu dla gospodarki państwa i regionu. W centrum uwagi znajdują się zatem turyści oraz ich portfele, a także osoby obsługujące ruch turystyczny, natomiast rzadko pisze się o mieszkańcach miejscowości turystycznych, którzy nie mają bezpośredniego dostępu do odwiedzających. Zatem także w tym przypadku można uznać, że „luksusowe więzienia” narzucają punkt widzenia. W niniejszym artykule podejmuję próbę wyjścia poza obręb „luksusowych więzień” i przedstawienia wpływu, jaki wywiera rozwój turystyki – albo jego nikły stopień – na życie mieszkańców Jamajki. Opisuję także mechanizmy izolowania pensjonariuszy ośrodków enklawowych od „niepożądanych” kontaktów z miejscową ludnością.

Relacje pomiędzy turystyką a społeczeństwem Jamajki nie mogą być redukowane do post- czy neokolonialnej podległości wobec globalnego kapitału oraz oddziaływania wszechobecnego „neoliberalizmu” i chęci dostosowania się do oczekiwań zachodnich turystów-konsumentów. Te zjawiska, symbolizowane przez sposób funkcjonowania ośrodków enklawowych – tytułowych „luksusowych więzień” – są demaskowane przez licznych badaczy w kontekście ekspansji masowej turystyki (np. Nash 1977; Pratt 2011) oraz podporządkowywania sposobów przedstawiania własnej kultury i jej instytucji odbiorcom zewnętrznym, w tym turystom (Pretes 2003; Ballerino Cohen 1998; Scher 2011). Spostrzeżenia tych autorów, a także wynikające z podobnych obserwacji postrzeganie etniczności jako produktu (Comaroff, Comaroff 2011), są z pewnością w wielu aspektach słuszne i inspirujące, jednak w moim odczuciu pozbawiają opisywane relacje międzykulturowe ich wielowymiarowości, kładąc nadmierny akcent na rolę oddziaływań zewnętrznych.

Jamajczycy są stosunkowo młodym narodem, wewnątrz którego nieustannie przebiega proces negocjowania złożonych i wieloźródłowych tożsamości (por. Smith 1965; Kuper 1974; Nettleford 2001; Posern-Zieliński 2006). Odbywa się to w interakcji z zewnętrznymi wyobrażeniami na temat panujących tam warunków życia (Salazar 2010; Guerron Montero 2011), od których w znacznym stopniu zależy zdolność generowania wpływów finansowych z turystyki przyjazdowej (Carrier 1995; Hall, Tucker 2004). W tym szerokim kontekście istotną rolę odgrywają przekonania, postawy i zachowania samych Jamajczyków kształtowane w oparciu o lokalnie wytworzone habitusy (Bourdieu 2007). Ich elementem jest strategia codziennego radzenia sobie, określana zwrotem *make do*. Turystyka w tej perspektywie jawi się zarówno jako sfera, w której krajowcy i posiadane przez nich zasoby są wykorzystywane, jak i jako zestaw dostępnych zasobów, jakie sami mogą wykorzystywać (zob. Theodossopulos 2010). Doprowadziło to do wytworzenia komplementarnego systemu obrotu towarami i usługami skierowanymi do turystów. W funkcjonowaniu niektórych jego elementów można dopatrywać się opozycyjności wobec możnych sektora turystycznego, czyli organizatorów turystyki masowej, których działania często są nakierowane, a na pewno są tak odczytywane, na zmonopolizowanie dostępu do pieniędzy turystów (por. kubańskie zjawisko *jineterismo*, Gawrycki, Bloch 2010: 514 i n.).

Zaprezentowane tutaj spostrzeżenia dotyczą wybranych społeczności na Jamajce, z których każda w inny sposób partycypuje w rynku turystycznym i odmiennie odpowiada na jego potrzeby poprzez modyfikację swojego otoczenia, wizerunku i praktyk, negocjując możliwości realizacji własnych interesów. Przedmiotem moich rozważań są zatem zarówno okolice, w których turystyka masowa jest dobrze rozwinięta, jak i takie, gdzie funkcjonuje w ograniczonym zakresie lub nie występuje praktycznie wcale. Negril to turystyczne zagłębienie, którego długie, białe plaże od lat przyciągają turystów i inwestorów z branży. W rezultacie dominacji turystyki pakietowej obszar ten „zasysa” dużą część kapitału lokowanego i redystrybuowanego w tym sektorze gospodarki Jamajki. Przypadek Port Antonio z kolei ilustruje stan, w jakim znajdują się miejscowości czerpiące dawniej dochody z turystyki i rekreacji, które obecnie omija główny strumień turystów. Natomiast Alligator Pond stanowi przykład osady, która z różnych względów nie może uczestniczyć w podziale „turystycznego tortu” w sposób satysfakcjonujący zamieszkujących ją ludzi.

Metoda badawcza

Do napisania niniejszego artykułu zainspirowały mnie obserwacje poczynione podczas wielostanowiskowych badań przeprowadzonych na Jamajce pomiędzy styczniem a sierpniem 2011 roku. Ich celem była między innymi analiza współczesnej sytuacji społeczno-kulturowej i próba oceny przemian, jakie zaszły

w okresie postkolonialnym na Jamajce, w oparciu o obserwację życia w wybranych miejscowościach – Warsop, Bull Savannah i Kingston. Artykuł powstał w rezultacie uzupełniających badań, które aranżowałem w taki sposób, aby prowadzić je w towarzystwie osób poznanych w głównych punktach badawczych i dzięki nim nawiązywać nowe kontakty. Jestem bowiem przekonany, iż w celu pozyskania wieloaspektowych danych nie wystarczy bazować na długotrwałym pobycie badawczym w jednej miejscowości, zaś aby poszerzyć perspektywę analityczną i móc osadzić swoje spostrzeżenia w szerszym kontekście, warto przeprowadzić obserwacje porównawcze także w innych miejscach. Metoda etnograficzna daje możliwość długotrwałej interakcji z badaną społecznością i przebywania z jej członkami w ich codziennych – a czasem niecodziennych – sytuacjach, także w trakcie podróżowania z nimi i odwiedzania w ich towarzystwie innych miejsc. Dzięki temu zyskujemy perspektywę, za pomocą której można śledzić, interpretować i dekonstruować narracje i zachowania bez nadmiernego eksponowania swojej obecności, zadawania zbędnych pytań i narzucania badanym naszych kategorii poznawczych. Taki rodzaj interakcji z badaną społecznością jest bardzo skuteczną metodą badań terenowych (zob. Rodgers 2004: 48-49).

Zainteresowania nauk społeczno-kulturowych turystyką

Globalne rozprzestrzenianie się przemysłu turystycznego i jego wpływ na liczne aspekty codziennego życia ludzi na całym świecie, zarówno turystów, jak i członków społeczności ich przyjmujących sprawia, iż problemy poruszane w społeczno-kulturowych refleksjach nad turystyką stają się istotne dla całej antropologii. Obok zjawisk migracyjnych, turystyka jest zapewne najbardziej istotnym źródłem zmian społeczno-kulturowych związanych z mobilnością ludzi. Nigel Rapport i Joanna Overing, w moim przekonaniu nieco na wyrost, nazywają turystykę największym międzynarodowym sektorem gospodarczym świata i umieszczają ją pośród kluczowych pojęć antropologii społecznej i kulturowej (Rapport, Overing 2007: 398). O ile jednak zjawiska związane z mobilnością społeczną na Karaibach stanowią częsty obiekt studiów antropologicznych, to turystyka jest z reguły rozpatrywana jako gałąź gospodarki, zaś jej socjokulturowe aspekty, a zwłaszcza jej wpływ na lokalne społeczności, omawiane są rzadko i powierzchownie.

Przedstawiciele nauk społecznych podkreślają, że turystyka jest złożonym zjawiskiem kulturowym, wiążącym się z dialogiem między gospodarzami, gośćmi i mediatorami – w tym władzami lokalnymi i rządami państw (Guerron Montero 2011; Picard, Wood 1997; Chambers 2000; Bruner 2004). W społeczno-kulturowych badaniach nad turystyką dominuje refleksja nad samymi turystami oraz analizy rynkowe. Osoby mające styczność z turystami i organizujące ich pobyt – personel biur podróży, przewodnicy i piloci, hotelarze i osoby udostępniające

noclegi, sklepikarze i osoby zamieszkujące atrakcyjne turystycznie miejscowości – pozostają na drugim planie (Chambers 2000). Pomimo że „artykulacje globalne/lokalne znajdują się w kręgu zainteresowań antropologii Karaibów” (Slocum, Thomas 2003: 554, za: Guerron Montero 2011: 22³), rzadko bada się wpływ turystyki na społeczności lokalne w dłuższej perspektywie czasowej.

Tymczasem turystyka cechuje się niezwykle różnorodnością form, złożonością aspektów i dynamiczną zmiennością – stopień jej intensywności wpływa na codzienne życie społeczności lokalnych, i to nie tylko przez samą obecność Innych. Rozwojowi turystyki, zarówno na poziomie państwowym, jak i lokalnym, często towarzyszą polityczne i ideologiczne dyskursy determinujące jego kierunek i kształt (Church 2004). Zwykle służą one promocji turystyki jako formy wytwarzania dochodu i aktywizacji gospodarczej społeczeństw, lecz bywają również skierowane przeciwko napływowi turystów, ich niekontrolowanej, postrzeganej jako szkodliwa, obecności⁴. Zazwyczaj jednak w politykach państw narodowych ta gałąź gospodarki jest pojmowana i wykorzystywana jako środek wzmocnienia konkurencyjności kraju i konstruowania jego wizerunku (Franklin 2003: 40-41; Pretes 2003)⁵. Badacze zwracają uwagę, że do czynników wpływających na relacje władzy w większości współczesnych społeczeństw należą między innymi: kontrola nad związanymi z turystyką kapitałami i dochodami, sposoby ich redystrybucji, przejawy nieuniknionego oporu pominiętych lub podporządkowanych, a także konstruowanie tożsamości i tworzenie skierowanych na zewnątrz reprezentacji w celu osiągnięcia celów politycznych lub merkantylnych (Carrier, ed., 1995; Hall, Tucker, eds., 2004; MacLeod, Carrier, eds., 2010; Comaroff, Comaroff 2011).

Turystyka jest również poddawana naukowej refleksji jako platforma używana przez środowiska lokalne do wyrażania wartości rdzennych (Smolicz 1999) i esencjalizacji wyobrażeń na własny temat, co służy promowaniu autoreprezentacji skierowanych zarówno do przybyszów, jak i miejscowych (Salazar 2010). Tu jako przykład posłużyć może proces afirmacji afrykańskiego dziedzictwa oraz praktyki autoegzotyzacji (Ballerino Cohen 1998; Gawrycki, Bloch 2010: 514; Scher 2011).

³ Autorka ta dodaje, że poza pewnymi wyjątkami (jak np. Ballerino Cohen 1998) nie rozwinięto w większym stopniu podejścia porównawczego, zwłaszcza w badaniach turystyki wyspiarskiej (Guerron Montero 2011: 22).

⁴ Zob. np. dyskusje o ekologii czy konieczności ochrony społeczności i kultur lokalnych przed kontaktem ze światem zewnętrznym. W tym drugim kontekście jako ilustracja mogą posłużyć polityki władz państwowych wobec izolowanych społeczności wyspiarskich w Indiach czy grup amazońskich bądź też zmienny stosunek władz duńskich wobec turystyki na Grenlandii.

⁵ Dorothea Meyer pisze, że karaibskie rządy, faworyzując turystykę pakietową, koncentrowały się na maksymalizacji liczby przyjazdów, uznając ją za wskaźnik wydajności i sukcesu. Odniesione w ten sposób korzyści i wpływy budżetowe są jednak mniejsze, niż oczekiwano (Meyer 2006: 2; zob. także Ceara-Hatton 1998; Maloney, Montes Rojas 2001).

Badaczy społeczno-kulturowych zajmują ponadto „okołoturystyczne” ingerencje w przestrzeń – jej celowe dostosowywanie do wyobrażonych potrzeb gości, jej modyfikacje bądź ochrona, inwestycje infrastrukturalne lub rezygnacja z nich. Sposób konstruowania, transformacja „miejsca turystycznego” ujawnia się zarówno w idei, jak i w formie jego fizycznego i symbolicznego krajobrazu (Saarinen 2004: 167; zob. też Baerenholdt i in. 2004). Znaczenie może mieć tu wielka liczba uwarunkowanych lokalnie czynników percepcyjnych i praktyk społecznych – od stopnia „oswojenia się” miejscowych z obecnością Innych, przez oczekiwania co do efektów tej obecności, po wyobrażenia dotyczące przybyszów (por. Lisocka-Jaegermann 2003: 52). Co więcej, sposób traktowania przestrzeni, zarówno jako krajobrazu kulturowego, jak i środowiska naturalnego, oraz podejścia do selekcjonowania jej „treści” – afirmowanie jednych elementów, celowe pomijanie czy wręcz likwidacja innych – odgrywa rolę w kształtowaniu tożsamości członków społeczności goszczących. Znaczenie atrakcji turystycznych dla formowania tożsamości narodowej omawia szeroko Michael Pretes (2003). Sądzę, że mechanizmy te przypominają opisywane przez Jerzego J. Smolicza (1999) procesy dobierania i kształtowania wartości rdzennych (zob. też Lanfant, Allock, Bruner, eds., 1995).

Lokalne oblicza turystyki na Jamajce

Wraz z postępującym umasowaniem turystyki (związanym ze zwiększeniem liczby osób, które mogły sobie pozwolić na wyjazdy zagraniczne oraz rozwojem infrastruktury transportowej, głównie lotniczej), Jamajka i basen Morza Karaibskiego przeżyły eskalację inwestycji w turystykę oraz wielki wzrost liczby odwiedzających ten rejon osób.

Międzynarodowe konsorcja biznesowe, zachęcane przez władze państwowe i lokalne, zaczęły rozbudowywać infrastrukturę turystyczną z myślą o maksymalizacji zysków. Okolice Negril, małego miasteczka położonego na zachodnim krańcu Jamajki, stały się symbolem zmian. Na kilkukilometrowej plaży znajdującej się na północ od tej miejscowości, na przełomie lat 60. i 70. XX wieku zaczęły wyrastać budowane przez zagraniczne firmy obiekty hotelowe, które mogły pomieścić od kilkuset do kilku tysięcy gości. W kolejnych dekadach właściciele terenów atrakcyjnych pod względem inwestycyjnym skłaniała do ich sprzedaży rosnąca cena tej wcześniej małowartościowej ziemi. Część z nich samodzielnie postawiła małe hotele lub ośrodki wypoczynkowe bądź weszła w spółki z dysponentami kapitału. Nadmorski krajobraz zaczął ulegać szybkim przemianom. Z wybrzeża zniknęła większość osad rybackich, pojawiły się natomiast kilku-kondygnacyjne budynki otoczone restauracjami, barami i sklepami. Miejsce rybackich łodzi zajęły leżaki, parasole, skutery morskie i łodzie wycieczkowe (por. Sommer, Carrier 2010).

Zjawiska symbolizowane przez nazwę „Negril” wykroczyły poza tereny otaczające to małe miasteczko, rozciągając się na obszar całego zachodniego wybrzeża, czyli parafie Westmoreland i Hannover⁶. Negril, rozumiane w tym szerokim sensie, zawdzięcza swój rozwój korzystnej lokalizacji względem międzynarodowego portu lotniczego w Montego Bay, do którego z każdego miejsca wybrzeża można wygodnie dojechać nadmorską drogą w nieprzekraczającym dwóch godzin czasie. W ciągu zaledwie dwóch dziesięcioleci zabudowano ośrodkami i rezydencjami praktycznie wszystkie położone przy tej drodze, dogodne z punktu widzenia turystyki, miejsca. Z upływem czasu kurorty stawały się większe i bardziej samowystarczalne, odizolowane od lokalnych realiów.

Przed pojawieniem się na wyspie masowej formy turystyki na przełomie lat 60. i 70. XX wieku, nadmorskie miasta północnego wybrzeża Jamajki, takie jak Port Antonio, Ocho Rios czy Montego Bay wraz z przyległościami, należały do głównych ośrodków wypoczynku i „wakacyjnych transmigracji”⁷. Decydowały o tym walory krajobrazowe, a zwłaszcza obfitość uroczych zatok i białych, piaszczystych plaż. W miejscowościach tych rozbudowywana była intensywnie baza noclegowa i rozrywkowa, jak grzyby po deszczu powstawały rezydencje należące do przedstawicieli międzynarodowego i krajowego establishmentu. Urlopy spędzali tam zarówno turyści zagraniczni, jak i krajowi, między innymi z Kingston. 70-letni inżynier z Kingston tak wspomina hotel Seaview w Ocho Rios:

Od dwudziestu lat tam nie byłem. W czasach moich rodziców, gdy byłem mały i jeszcze w mojej młodości, w latach 40., 50. i 60., było to popularne miejsce rozrywki dla zamożniejszych. Rodzice jeździli tam często ze znajomymi na weekendy i wakacje. Było tam wtedy elegancko. Jeździliśmy też często do Port Antonio.

W czasach, gdy podróże na Jamajkę odbywano głównie transportem morskim, Port Antonio stanowiło ważny port międzynarodowy, do którego zawijały statki wycieczkowe, tak zwane *cruisers*⁸. Do dzisiaj działa tam Marina Erolla Flynna, chętnie odwiedzana przez żeglarzy z całego świata. Miasta północnego wybrzeża przeżywały też dobry okres w latach 40. i 50., po wybudowaniu w Montego Bay portu lotniczego, z którego pasażerowie rozlewali się po całym wybrzeżu.

Umasowienie turystyki na Jamajce początkowo odbywało się przy wykorzystaniu istniejącej infrastruktury turystycznej, przyczyniając się do jej rozbudowy.

⁶ Obszary administracyjne w terminologii wywodzącej się z okresu kolonizacji brytyjskiej.

⁷ Odnoszę się tu do kategorii transmigrantów, czyli osób, które posiadają domy w dwóch różnych krajach (por. Basch, Glick Schiller, Blanc-Szanton 1994). „Wakacyjnym transmigrantem” można zatem nazwać osobę, która posiada, w celach związanych głównie z wypoczynkiem, rezydencję w innym kraju niż kraj zamieszkania. Na Jamajce do takich osób należał np. Johny Cash. Znane mi są także przypadki obywateli jamajskich na stałe przebywających za granicą, którzy przyjeżdżają do swoich rezydencji położonych w omawianych miejscowościach.

⁸ Ta forma rekreacji jest wciąż uprawiana – w ostatnich latach amerykańskie firmy oferujące ten rodzaj rejsów wyremontowały przystań i odnowiły stare miasto w Falmouth.

Jednak stosunkowo szybko inwestorzy zaczęli wprowadzać jej nowe formy oparte na tworzeniu wyodrębnionych enklaw w atrakcyjnych logistycznie i środowiskowo miejscach. W ten sposób powstawały „na pniu” całe dzielnice Montego Bay. Rosnąca dominacja turystyki masowej, powiązana z koncentracją inwestycji w okolicach Negril i Montego Bay, doprowadziła do spadku popularności Port Antonio wśród zagranicznych turystów. Obecnie w okolicach tej miejscowości można obserwować prosperowanie małych ośrodków i domów gościnnych, prowadzonych przez imigrantów oraz powracających z emigracji Jamajczyków, a adresowanych do przyjezdnych dysponujących mniejszymi zasobami finansowymi.

Z położonych na północy Jamajki miast jedynie Montego Bay wciąż przyciąga liczne nowe inwestycje. Zawdzięcza to jednak głównie międzynarodowemu lotnisku i stosowanej w przemyśle turystycznym zasadzie redukcji kosztów i maksymalizacji zysków. Skoro przyjezdnych można wywieźć zaledwie kilka kilometrów od lotniska i zaoferować im słońce i plażę, tak się czyni. W tym celu na początku 2011 roku otwarto tam kolejny ośrodek *all inclusive*⁹ prowadzony przez hiszpańskie konsorcjum, które podpisało umowę z dużą firmą turystyczną TUI na dostarczanie gości, głównie z Niemiec. Uruchomiono też regularne połączenia lotnicze z Berlinem i Düsseldorfem, skąd można dotrzeć na Jamajkę co najmniej raz w tygodniu.

Alligator Pond, niewielka miejscowość w południowo-zachodniej części wyspy, na granicy parafii St. Elizabeth i Manchester, ilustruje sytuację, w jakiej znajduje się większość obszarów Jamajki – turystyka mogłaby odgrywać tam znaczącą rolę gospodarczą, lecz z różnych przyczyn tak się nie dzieje. Alligator Pond leży nad zatoką i przy ujściu rzeki o tej samej nazwie, w malowniczym miejscu, gdzie rozdzielone doliną kończą się pasma Mayday Mountains i Santa Cruz Mountains. Jest wymieniane we wszystkich przewodnikach turystycznych, które miałem w ręku, głównie jednak jako forma „atrakcji dodatkowej” – miejsce, gdzie można spędzić trochę czasu, coś zjeść, kupić rybę i wybrać się na spacer w urokliwe zakątki, na przykład na klify. Za jego główną atrakcję „nienaturalną” uznaje się Little Ochie, punkt gastronomiczny, gdzie można spożyć wyśmienitą, przyrządzaną na rozmaite sposoby „rybę prosto z morza”. Ponadto każdy, kto może sobie na to pozwolić, prowadzi *rum-shop*. Te najczęściej maleńkie bary urządzone w barakach z blachy falistej lub drewna są rozsiane w kilkunastu miejscach między budynkami mieszkalnymi. Poza tym trudno tam dostrzec jakiegokolwiek udane próby aranżacji przestrzeni w celu zwiększenia zainteresowania ze strony turystów.

We wsi można zostać na dłużej, wynajmując pokoje od mieszkańców czy rezerwując nocleg w Little Ochie bądź w niewielkim ośrodku wczasowym zlokalizowanym w pewnej odległości od centrum wsi. Niemniej korzystają z tego

⁹ W kompleksie mieści się także ośrodek „tylko dla dorosłych”.

nieliczni, a na plaży o wulkanicznym, ciemnym piasku wyleguje się raptem kilka osób, wśród których sporadycznie można ujrzeć obcokrajowców. Klientelę Little Ochie stanowią przede wszystkim ludzie przyjeżdżający jedynie na posiłek, spacerowicze z innych miejscowości czy kierowcy wyższej klasy samochodów terenowych ze swymi towarzyszkami, którzy wpadli z Mandeville, stolicy parafii Manchester, głównie po to, by wynająć tam pokój „na godzinę” lub spotkać się z kolegami.

„Luksusowe więzienia” – *all inclusive exclusion*

Dominację w sektorze turystycznym Jamajki osiągnęły stopniowo ośrodki enklawowe, nazywane przez Alastaira Reida „obozami koncentracyjnymi luksusu” (Reid 1992: 75) – odgródzone od otoczenia wysokimi murami i strzeżone przez całą dobę.

Do „luksusowych więzień” gości przywozi się specjalnymi autokarami prosto z lotniska, gdzie wyznaczono dla nich ogrodzone, odrębne strefy przylotów i odlotów. Organizatorzy dokładają wszelkich starań, aby zapewnić przybyszom pobyt niezakłócony nadmiernymi kontaktami z osobami postronnymi. Po pierwsze, polityka ośrodka zazwyczaj zmierza do zachęcania gości, aby wydali w nim jak najwięcej pieniędzy i nie korzystali z ofert konkurencyjnych usługodawców (por. Freitag 1994). Po drugie, wszelkie nieprzyjemności spotykające gości mogą źle wpłynąć na wizerunek kurortu oraz związanego z nim przedsiębiorstwa. Mogą się też wiązać z koniecznością wypłacania niezadowolonym turystom odszkodowań albo „kupowania milczenia” w innych, coraz bardziej wymyślnych formach. Doprowadziło to do pojawienia się procederu, który moglibyśmy nazwać „turystyką odszkodowawczą” albo „wyłudzeniową”. Turyści-wyłudzacze, wśród których najwięcej jest prawdopodobnie obywateli Stanów Zjednoczonych (gdzie praktyka prawna „sprzyja” ubieganiu się o odszkodowania), to osoby o różnym statusie materialnym. Niemniej, częste są przypadki turystów, którzy inwestują z trudem odłożone oszczędności w wykupienie pobytu w renomowanym ośrodku lub na statku wycieczkowym, gdzie następnie próbują przeżyć wypadek powodujący uszczerbek na zdrowiu czy „wielkie nieprzyjemności” z winy usługodawcy, aby zyskać pretekst do wystąpienia o wysokie odszkodowanie. Takie praktyki skutkują nie tylko wzmożoną ostrożnością organizatorów, ale również miejscowego personelu, który pada ich pierwszą ofiarą, co wzmacnia nieufność, dystans do przyjezdnych i niechęć do nawiązywania bliższych relacji. Ilustruje to poniższa wypowiedź przedsiębiorcy z Ochio Rios:

Albert jest szanowaną osobą, ma wykształcenie, żonę Amerykankę, ale nie jeździ do USA, bo go ścigają listem gończym. Był jedną z osób, które dały referencje człowiekowi starającemu się o pracę na *cruiserze*. Po wielu próbach, z wykorzy-

staniem z trudem zdobytych referencji, [tamten – Ł.K.] został członkiem personelu luksusowego statku wycieczkowego. W swoim pierwszym rejsie udzielił pomocy samotnej Amerykance, która spadła ze schodów na pokładzie – pewnie chciała sobie coś złamać, ale jej się nie udało [śmiech]. Więc mu wskoczyła do łóżka i sypiali ze sobą przez parę tygodni do zakończenia podróży. Gdy rejs się skończył, Amerykanka oskarżyła go o molestowanie i długotrwałe wykorzystywanie seksualne oraz wystąpiła z roszczeniem odszkodowawczym wobec armatora. Wyobrażasz to sobie? Ona była potężna, a on malutki. Facet został aresztowany, a Albert wezwany na świadka do USA, ale się nie stawił i teraz ma kłopot.

Z powyższych przyczyn goście są uprzedzeni o konsekwencjach wszelkiej nieprzewidzianej w kontrakcie z biurem podróży samodzielności oraz strasznie nieprzyjaznością otaczającego ich lokalnego świata. Według tej narracji poza murami kurortu grasują naciągacze, złodzieje i brutalni przestępcy, przed którymi przybysza może uchronić jedynie podporządkowanie się reżimowi ośrodka i korzystanie wyłącznie z jego oferty. Doprowadza to do sytuacji, że turyści decydują się na opuszczenie hotelu tylko w ramach wycieczek fakultatywnych oferowanych lub rekomendowanych przez tę samą firmę, u której wykupili pobyt.

Podkreśla się, że zarządcy zamkniętych ośrodków tworzą i kontrolują zarówno środowisko kulturowe, jak i fizyczne, dbając o potrzeby i pragnienia turystów (zob. Britton 1982; Rodenburg 1980). W tej sytuacji przestaje mieć większe znaczenie, do jakiego kraju udaje się turysta korzystający z pakietu *all inclusive*. W każdym jego pobyt ogranicza się do zorganizowanej w zestandaryzowany, zuniformizowany sposób przestrzeni pomiędzy hotelem, barem i plażą/basenem. Decydującą rolę w wyborze miejsca wypoczynku przez potencjalnych klientów takich ośrodków odgrywa zatem cena oraz renoma hotelu. Wyobrażenia na temat danego kraju czy okolicy mają w procesie decyzyjnym rolę uzupełniającą. Na tym etapie kluczowy jest marketing uprawiany przez organizatorów wyjazdów oraz polityka wizerunkowa państw i społeczności lokalnych, w swoisty sposób odnoszące się do kryteriów „tradycji”, „oryginalności”, „rdzenności”, czyli „autentyczności” kultury i przestrzeni, prezentowanych w celach pragmatycznych (szerzej o powiązanych mechanizmach – zob. Bloch 2011: 259 i n.).

Frank E. Manning twierdzi, że zamknięte ośrodki, które nie próbują zainicjować jakichś, przynajmniej minimalnych, ekonomicznych lub kulturowych powiązań (*linkages*) ze społecznościami lokalnymi, często zaczynają „symbolizować obce bogactwo i przywileje pośród tubylczej nędzy” (Manning 1982: 13). Prowadzi to do różnych reakcji ze strony miejscowych. Stosunkowo niewielu z nich zyskuje możliwość pracy w przemyśle turystycznym, choć dla części jest to główne źródło utrzymania. Tilman G. Freitag (1994) przekonuje, że model ośrodka enklawowego promowany przez rządy karaibskie (w tym przypadku – Republiki Dominikany) wytwarza ekonomiczną sytuację, w której niższe klasy są wykorzystywane jako źródło taniej siły roboczej, zaś krajowe elity wespół

z zagranicznymi firmami zgarniają korzyści ekonomiczne. Twierdzi on, że choć biedniejsze grupy społeczne mogą zyskać nieco większe możliwości zatrudnienia, przeciw wagą dla tych korzyści są negatywne skutki, takie jak inflacja cen towarów, rosnące ceny gruntów związane ze spekulacją i wyższy wskaźnik przestępczości. Co ciekawe, w badanych przeze mnie społecznościach Jamajki wraz z postępującym umasowieniem turystyki coraz mniejsza liczba miejscowych ma szansę na nawiązanie bezpośrednich kontaktów z przybyszami. Dzieje się tak dlatego, że realnie, nie tylko w statystycznej proporcji między turystami pakietowymi a „niezależnymi”, spada liczba tych ostatnich. Miejscowi pracownicy średnich i małych hoteli i ośrodków wypoczynkowych w miejscowościach północnej Jamajki, która, jak wspominałem, znalazła się poza głównym nurtem turystyki przyjazdowej, opowiadają, że z roku na rok goszczą mniej przybyszów i coraz trudniej jest spotkać białych spacerujących ulicami miast.

Nie dotyczy to wyodrębnionych centrów handlowych (tzw. Tax Free czy Tourist Plazas¹⁰), które mają zawarte „ekskluzywne” umowy z ośrodkami turystycznymi. Zazwyczaj sklepy te są zorganizowane na wydzielonym, strzeżonym terenie. Turyści są do nich przywożeni zakontraktowanymi autobusami i busami wycieczkowymi, a następnie pilnowani na każdym kroku i przestrzegani przed wyjściem poza wyznaczony obszar. Prawie za każdym razem, odwiedzając takie centra, gdy tylko zbliżałem się do wyjścia, byłem ostrzegany przed ryzykiem, pomimo iż nie należałem do żadnej zorganizowanej grupy. Takie podejście spowodowane jest zarówno troską o bezpieczeństwo czy raczej bezstresowy pobyt gości (rzeczywiście, na zewnątrz często ktoś nagabywał o drobny datek czy papierosa lub naganiał do konkurencji), jak i dążeniem, by środki, które turysta zamierza wydać, nie dostały się w „niepowołane” ręce. Gdyby tylko przyjezdni mieli możliwość i czas – jest on ściśle reglamentowany w ramach zorganizowanych wyjazdów poza ośrodek wypoczynkowy – na przejście się ulicami miasta i porozmawianie z miejscowymi, szybko dowiedzieliby się o możliwościach tańszego lub alternatywnego zakupu rozmaitych dóbr.

Dobrym przykładem utrudnionych interakcji pomiędzy miejscowymi a turystami jest wioska Nine Mile, gdzie mieści się grób i Mauzoleum Boba Marleya. W większości przypadków turyści są tam dostarczani firmowymi autobusami i „uwalniani” dopiero, gdy dostaną się do otoczonej murami i strzeżonej przez umundurowanych ochroniarzy przestrzeni mauzoleum. Mieszkańcy Nine Mile skarżą się, że kiedyś było inaczej, ale rodzina Marleyów zleciła zarządzanie ośrodkiem zewnętrznej, nastawionej na efektywność instytucji, co zmieniło stosunki panujące we wsi. Ogrodzenie mauzoleum spowodowało odcięcie lokalnej społeczności od możliwości czerpania korzyści z obecności turystów, którzy przed zmianą modelu zarządzania zwykli byli przechadzać się po wsi, w któ-

¹⁰ Wiele mówią nazwy niektórych centrów: New Ocho Rios Plaza, Taj Mahal Mall, Island Plaza, a zwłaszcza Mutual Security Plaza.

rej urodził się i wychowywał Marley. Mieszkańcy stosują pewne strategie, aby mimo wszystko partycypować w dochodach z turystyki – właściciele okolicznych sklepików i punktów gastronomicznych, które jeszcze funkcjonują, wystawiają „czujki”, czyli ludzi, którzy starają się skłonić sporadycznie pojawiających się turystów niezorganizowanych do pozostawienia pojazdów poza mauzoleum i rozważenia możliwości skorzystania z zewnętrznych usług.

Poza oddziaływaniem luksusowych więzień

Skoncentrowana na ograniczonym obszarze turystyka pakietowa ma wielkie znaczenie dla gospodarki Jamajki i wyobrażeń turystów, a także dla obrazu „turystycznego raj” generowanego w mediach, nie wpływa jednak bezpośrednio na sytuację ekonomiczną większości obywateli kraju. Mieszkańcy opisanych miejscowości utrzymują się z różnych źródeł, często jedna osoba ima się kilku zajęć. W Negril, Port Antonio i Alligator Pond – podobnie jak w innych jamajskich miejscowościach – obok drobnego rybołówstwa, ogrodnictwa i innych form gospodarki wiejskiej związanej z dostępnymi zasobami i obsługą ludności, wiele osób szuka możliwości zarobkowania poza miejscem zamieszkania. Są to głównie różnego rodzaju prace fizyczne, handel oraz usługi w nieodległych miastach. W całym kraju wielu mężczyzn zarabia jako taksówkarze.

Dla mieszkańców parafii St. Elizabeth i Manchester, na granicy których leży Alligator Pond, od lat 50. XX wieku źródłem stabilnego dochodu była praca przy wydobyciu boksytu, rudy aluminium. Jednak dekonjunktura w handlu tym surowcem, która dotknęła Jamajkę w okresie ostatnich kilkunastu lat, spowodowała, że kopalnie ograniczyły wydobycie, a instalacje do załadunku boksytu zostały w wielu miejscowościach zamknięte. Większość zatrudnionych w nich osób straciła pracę i powróciła do „wiejskich” zajęć bądź wyjechała.

Być może za paradoksalną należałoby uznać sytuację, w której w posiadających potencjał turystyczny miejscowościach wymienionych parafii relatywnie niewiele osób czerpie dochody z działalności nakierowanej na obsługę ruchu turystycznego. Wydawać by się mogło, iż piękne położenie zatoki i możliwości stwarzane przez pobliskie klify i nieodległe góry, a także bliskość dużego, prężnego i zamożnego miasta Mandeville, powinny przyciągać do Alligator Pond przemysł turystyczny. Tak się jednak nie dzieje, a ludność wioski należy do najbiedniejszych w tej części kraju. W całej okolicy dość trudno odnaleźć firmę nastawioną na organizację wypoczynku. Miejscowy ośrodek wypoczynkowy gości zazwyczaj mieszkańców Mandeville, niezwykle rzadko zatrzymują się w nim obcokrajowcy.

Mieszkańcy wsi wyjaśniają ten stan rzeczy na najrozmaitsze sposoby. Wskazują na przykład na czarny kolor piasku na plaży, ich zdaniem mało atrakcyjny dla turystów. Opowiadają też historie o inwestorach, którzy zostali zniechęceni

do działalności w Alligator Pond podpaleniami i częstymi kradzieżami ich dobytku. Wszystkie indagowane przeze mnie osoby deklarowały, że nie miałyby nic przeciwko przekształceniu ich osady w miejscowość turystyczną, a pytane o przyczyny kłopotów, których doświadczyli niektórzy z inwestorów, snuły spiskowe teorie. Najczęściej powtarzana mówi o „nie-rybach” łowionych przez miejscowych rybaków, czyli wyławianiu z morza narkotyków przemycanych przez gangi z Ameryki Południowej, dla którego to proceduru obecność turystów jest niepożądana. Niemniej, można sobie wyobrazić bardziej dogodne dla potrzeb przemytu miejsca na wybrzeżach obfitującej w bezludne zatoki Jamajki.

W kontekście finansów społeczności lokalnej i samorządów, które funkcjonują w omawianych warunkach, byłoby dobrze, gdyby turystyka w okolicy rozwijała się w coraz większym stopniu. Podobnie jednak traktowane są także inne, dowolne formy inwestycji w gospodarkę. Ludzie, których spotkałem, są w większości nastawieni serdecznie do turystów. Nie ukrywają, że chętnie poprawiliby swoją sytuację ekonomiczną bez konieczności opuszczania okolicy. Z utęsknieniem wypatrują powrotu firm eksploatujących i eksportujących boksyt, gdyż w przeszłości inwestowały one w drogi i zasilają samorządową kasę. Niemniej sprawiają wrażenie pogodzonych z małym zainteresowaniem ze strony turystów. Nie wierzą, że w przewidywalnej perspektywie czasowej sytuacja ulegnie zmianie, a także sceptycznie odnoszą się do działań władz administracyjnych. Ponadto obserwując sposób funkcjonowania branży turystycznej Jamajki, nie spodziewają się, że ewentualne inwestycje przełożyłyby się w sposób istotny na zwiększenie dobrobytu ogółu, a nie tylko „wybranych”, czyli na przykład właścicieli firm i ich miejscowych kooperantów czy właścicieli gruntów.

Tymczasem istnieje potencjał tworzenia atrakcji turystycznych. W Alligator Pond, na przykład, na niedawno otwartym cmentarzu przykuwają uwagę ozdobne, kolorowe nagrobki o formach oddających upodobania osób tam pochowanych. Jest tam czerwona ciężarówka, na tyle duża, że w cieniu jej podwozia była w stanie skryć się mała koza. Są domy z werandami, nagrobek w kształcie czerwonej ryby, a także boisko piłkarskie. Jak dotąd jednak nikomu nie przyszło do głowy, by spróbować wypromować to miejsce jako lokalną atrakcję turystyczną¹¹. Nie wiedzą o nim nawet mieszkańcy nieodległych miejscowości; wszyscy Jamajczycy spoza najbliższej okolicy Alligator Pond, którym o tym mówiłem, byli zaskoczeni tą informacją. Nie reklamuje się także targu rybnego, pomimo iż prawie codziennie na plaży można kupić świeże ryby „prosto z morza”. Mieszkańcy wsi nie dbają szczególnie o plażę i jej otoczenie, w piasku jest dużo śmieci i szkła. Z restauracją Little Ochie, która cieszy się zasłużoną renomą i jest szeroko znana, sąsiaduje śmietnisko i ruiny opuszczonych domostw.

¹¹ W rumuńskiej miejscowości Sapanta (Maramuresz) istnieje tzw. Wesoły Cmentarz, który promuje się jako atrakcję turystyczną, przez co stał się celem odwiedzin dla większości podróżnych odwiedzających okolicę.

Spółeczność Alligator Pond nie jest na tyle zintegrowana wokół wspólnych celów i wizji, aby wytworzyć *modus operandi* wspólnego działania i dbania o przestrzeń. Moi rozmówcy wyrażali potrzebę i chęć działania, ale jedynie na rzecz rodziny i przyjaciół. Twierdzili, że wolą pilnować swoich spraw (*watch own business*), choć kolportują plotki na temat mniej lub bardziej legalnych interesów sąsiadów. Trudno mi jednoznacznie określić przyczyny tego stanu rzeczy. Być może mamy tu do czynienia z formą oporu przeciwko braniu udziału we wspólnych przedsięwzięciach, z których korzyść wynoszą nieliczni (zob. Scott 1985, za: Lewellen 2010: 141). Kontynuując ten wątek, można dodać, że pomimo zazwyczaj dosyć sprecyzowanych preferencji, nie tyle nawet politycznych, co partyjnych, większość moich rozmówców uważa, że kolejne rządy niepodległej Jamajki nie radzą sobie wystarczająco dobrze z rozwiązywaniem problemów zwykłych ludzi. Wyrażają oni opinie o nieobecności i bierności państwa w niwelowaniu barier rozwojowych i zróżnicowania społeczno-ekonomicznego, co utrudnia stworzenie systemu sprawiedliwszego korzystania z szans, jakie potencjalnie daje przemysł turystyczny. Są świadomi dużych wpływów z turystyki do budżetu państwa oraz części samorządów lokalnych, ale twierdzą, że nie odczuwają tego w satysfakcjonujący sposób. Uważają, że Jamajczycy zamieszkujący miejscowości turystyczne lub takie, które dysponują potencjałem do rozwoju tej branży gospodarki, mogliby odnosić większe korzyści z tej sytuacji.

Podobne zjawiska i postawy można obserwować wśród mieszkańców miast północnej Jamajki. Sytuacja tam jest o tyle inna, że w większych miejscowościach istnieje szerszy wybór form zarobkowania. Posiadają one własne rynki zbytu oraz w dalszym ciągu obsługują turystykę lokalną, a także stanowią cel części wycieczek dla tych gości dużych kurortów, którzy zdecydują się zrezygnować z plażowania i wybrać na zakup pamiątek czy odwiedzić jakąś atrakcję turystyczną. Obok ośrodków „tylko dla dorosłych”, stanowią też one główne „centra” aktywności seksturystyki, która bywa rozpatrywana jako jeden z najbardziej rozwojowych sektorów branży turystycznej kraju (*DEMAND... 2006*)¹². W miejscowościach tych nie odnotowuje się już wielu dużych inwestycji międzynarodowego kapitału w infrastrukturę i bazę turystyczną. Powstała luka starają się zapełnić drobniejsi inwestorzy, którzy kupują podupadłe hotele lub budują pokój po pokoju domy gościnne, odpowiednio do posiadanych środków. Nie mam pewności, niemniej wydaje mi się, że są to przede wszystkim osoby, które tak jak jedna z moich rozmówczyń z Port Antonio zgromadziły kapitał, pracując poza granicami Jamajki.

¹² Według raportu Shared Hope International poświęconego seksturystyce i handlowi ludźmi (*DEMAND... 2006*: 10), ubóstwo na Jamajce doprowadziło do kulturowego przyzwalania na „radzenie sobie” (*make do*), które może oznaczać zarabianie pieniędzy na potrzeby własne i swojej rodziny w każdy możliwy sposób, włączając w to płatny seks dzieci i dorosłych. Uważam, iż jest to nieuprawniona generalizacja, ponieważ kreuje uogólniający wizerunek Jamajczyków na podstawie zjawisk, które dotyczą niektórych środowisk.

Turystyka i wyobrażenia etniczne

Turystyka przyjazdowa na Jamajce, która stanowi główny przedmiot moich rozważań, jest silnie związana z kategorią etniczności. Wyobrażenia kreowane w tej sferze odgrywają istotną rolę, jeśli chodzi o dostęp do możliwości zarobkowych, jakie daje przemysł turystyczny. Jak pisze Noel Salazar, „wyobrażenia turystyczne [związane z oddziaływaniem turystyki – Ł.K.] są zawsze wspólnym wytworem miejscowych ludzi, pośredników (*mediators*) i turystów” (Salazar 2012: 874). Dodaje on, iż

Im bardziej ludzie są postrzegani jako nieruchomi-prawdziwi „tubylcy” (żyjący w miejscu swojego urodzenia), tym bardziej muszą być autentyczni – tak przebiega proces stereotypowego myślenia turystycznego. Miejscowi pracownicy branży turystycznej są również pozycjonowani liminalnie w znaczeniu czasowym, zarówno reprezentując przeszłość (dla turystów), jak i marząc o przyszłości (dla siebie samych) (Salazar 2012: 874).

Miejscowi mają możliwość pracy w branży turystycznej, jednak dotyczy to głównie stanowisk „na pierwszej linii frontu” (czyli usytuowanych najniżej w hierarchii zarobków), zwłaszcza tam, gdzie wyobrażenia turystów implikują kontakt z „autentyczną” ludnością lokalną: „Sprzedawcy turystyki zapożyczają z tradycyjnej etnologii ontologiczną i esencjalistyczną wizję egzotycznych kultur, postrzeganych jako statyczne jednostki o czysto definiowanych cechach” (Thomas 1994: 8). Zatem kelnerzy, sprzedawcy, pokojówki, obsługa łodzi wycieczkowych i punktów wynajmu sprzętu rekreacyjnego w większości rekrutują się spośród czarnej ludności, a w Mauzoleum Boba Marleya w zasadzie wszyscy przewodnicy noszą dredy i wręcz epatują rastafariańskością. Do tego wizerunku dostosowują się także niezależni sprzedawcy handlujący na plażach, których działalność nakierowana jest na klienta-turystę. Natomiast na wyższych szczeblach hierarchii organizacyjnej turystyki i usług z nią związanych widoczny jest duży udział osób o innym pochodzeniu etnicznym. W zależności od tego, kto jest właścicielem, można tam zidentyfikować więcej przedstawicieli grup induskich, chińskich czy europejskich. Dla czarnoskórych Jamajczyków, z którymi rozmawiałem, jest to czytelny sygnał, że o ile mogą w tym przemyśle pracować na niższych stanowiskach, to z uwagi na ich pochodzenie, wygląd i związany z tym brak odpowiednich sieci społecznych, niezwykle trudno byłoby im awansować. Prowadzi to, zwłaszcza w przypadku młodych osób, do deprecjonowania własnej wartości i prób modyfikacji ciała w rodzaju wybielania skóry (*bleaching*) czy prostowania włosów (Charles 2003: 714; Kaczmarek, Posern-Zieliński 2012).

Odczuwana nierówność w dostępie do zatrudnienia może stanowić jedną z przyczyn tego, że moi jamajscy rozmówcy przejawiają różny stopień symp-

tii do przedstawicieli innych grup etnorasowych. Najmniej sympatii i najwięcej uprzedzeń zdają się żywić wobec Indusów. Na przeciwległym biegunie sytuują się Chińczycy. O Indusach mówi się, że izolują się od „zwykłych ludzi” i do prowadzenia swych interesów rekrutują biedną młodzież z Indii, którą sprowadzają na Jamajkę pod pretekstem więzi rodzinnych, a następnie wykorzystują do niewolniczej pracy. Chińczycy swoją lepszą reputację zawdzięczają, zdaniem osób, które o to pytałem, uprzejmemu podejściu do Jamajczyków o czarnym kolorze skóry oraz mieszanii się z nimi. Biali wydają się być traktowani neutralnie, jako „coś naturalnego”, być może dlatego, że stosunkowo rzadko pracują na stanowiskach wymagających bezpośredniego kontaktu z „indywidualnym klientem”. Częściej występują w roli podobnej do latynoamerykańskiego *patron*, osoby, która jest właścicielem albo szefem przedsiębiorstwa (np. hoteliku czy małego ośrodka wypoczynkowego) i zajmuje się jego doглядaniem.

Prawie wszystkie osoby, z którymi rozmawiałem na ten temat, wyrażały opinie, że biznes turystyczny jest cyniczny i dlatego na stanowiska, na których turyści spodziewają się spotkać „wesołego tubylca” zatrudnia się czarnych, a miejsca, gdzie turysta oczekuje „odpowiedzialnego” i „budzącego zaufanie” profesjonalistę, obsadza się osobami o odpowiedniej – im bardziej „zachodniej”, tym lepiej – aparycji. Obok wspomnianych historii o czarnych, przede wszystkim młodych Jamajczykach, którzy starali się rozjaśnić swą skórę, aby zwiększyć szanse kariery zawodowej, usłyszałem wiele o kobietach, które próbują uwieść białych turystów, gdyż dziecko z takiego związku będzie bielsze, zaś poczuwający się do odpowiedzialności ojciec będzie płacił jakąś formę alimentów lub nawet sprowadzi matkę z dzieckiem do swojego kraju. Nie sposób ocenić prawdziwość tych opowieści, niemniej skoro moi rozmówcy uznali je za interesujące dla mnie, istnieje możliwość, iż w swoich rozmowach reprodukują podobne wyobrażenia. Pozamałżeńska aktywność seksualna – którą dziś nazwalibyśmy sprawczością – występująca w niektórych środowiskach jamajskiej biedoty była opisywana już przez pierwszych badaczy sfery społecznej tego kraju w kontekście dysfunkcji rodziny i niezgodności z normami prawnymi i obyczajowymi (Simey 1946; Kerr 1951; Clarke 1957; Obrębski 2006). Dociekania te oczywiście nie obejmowały jeszcze zjawiska seksturystryki ani innych sytuacji kontaktów seksualnych między turystami a miejscowymi obojga płci, które jednak mogą być obecnie traktowane jako obszar występowania podobnych mechanizmów.

Jamajczycy, którzy rozmawiają z odwiedzającymi i obserwują ich, „zabierają do domu” ich historie i wizerunki. Odnotowują sposób bycia i strój zagranicznych przybyszów (tak turystów, jak i powracających z emigracji obywateli kraju) oraz zachowania świadczące o „inności”, zwłaszcza dewiacyjne z ich punktu widzenia. Przytaczają zwłaszcza praktyki dowodzące „niemoralności” i wykorzystywania sytuacji zależności, takie jak wspomniana turystyka „odszkodowawcza”, czy będące wyrazem poczucia wyższości wobec miejscowych. Poczesne miejsce w tych narracjach odgrywają nierzadko złośliwe komentarze o sekstury-

stach obojga płci i związkach mieszanych. Ich autorami są zarówno mężczyźni, jak i kobiety: „Biorą te białe za żony i potem paradują z nimi na plaży”; „Wiele matek namawia córki do uwiedzenia białego. Nawet jak się nie pobiorą, to będzie przysyłał pieniądze”. Inne wypowiedzi dotyczą preferencji białych mężczyzn, którzy gustują w czarnych kobietach, na przykład: *Once you go black, you never come back*. Powierzchnowe kontakty z przyjezdnymi często wytwarzają u miejscowych wrażenie, że „turyści są zamożni” i mają bardziej „udane życie”, co u niektórych moich rozmówców rodzi poczucie niesprawiedliwości w kontekście dostępności oraz redystrybucji dóbr i władzy. Istotny jest też reżim wizowy, który utrudnia Jamajczykom podróżowanie i możliwości wyjazdów zarobkowych do wielu tak zwanych krajów rozwiniętych. To z kolei prowadzi do mniej lub bardziej złożonych sposobów wyjaśniania *status quo*, obejmujących pojęcia funkcjonujące w lokalnych dyskursach, do których należą na przykład rasa, klasa, pochodzenie etniczne, los.

Ośrodki enklawowe znajdują się w ściśle określonych geograficznie miejscach. I choć życie społeczno-kulturowe toczy się poza „luksusowymi więzienia-mi”, to jednak sposób, w jaki są one zorganizowane, wywiera największy wpływ na wyobrażenia turystów odwiedzających Jamajkę. Z kolei wrażenie niedostępności tych ostatnich i ich niechęć do kontaktów z miejscowymi, spotęgowane niedostępnością przestrzeni, w której przebywają, powoduje powstawanie negatywnych opinii na ich temat wśród Jamajczyków. Rozciągają się one nie tylko na samych turystów, zaś za ich pośrednictwem – na cały tak zwany Zachód, ale też na „chciwych” organizatorów turystyki, nie liczących się z lokalną społecznością.

Obraz Jamajczyka jako atrakcji mającej odzwierciedlać turystyczne wyobrażenia i oczekiwania, a znajdującej się niżej w hierarchii materialnej, czyli w pewnym sensie podporządkowanej, jest moim zdaniem jednym z elementów konstruowania tożsamości wielu wyspiarzy. Z pewnością jest jednym z emblematów, do których odnoszą się osoby tworzące dyskurs jamajskiej tożsamości (na przykład rastafarianie). Ten autoegzotyzujący wizerunek stanowi również narzędzie sprawczości miejscowych i jako argument bywa rozgrywany w różnych celach. Wiele osób, które oferują turystom drobne usługi (np. masaż aloesem, przekąski, zaplatanie warkoczyków, towarzystwo/przewodnictwo, nielegalne płyty, marihuana i „wszystko”), zgadza się negocjować ich cenę. Nie są one jednak zwykle skłonne do rezygnacji z transakcji. W trakcie targowania się lub próby zakomunikowania przez potencjalnego nabywcę braku zainteresowania ofertą, dyskusja może przybrać emocjonalną formę. Wtedy osoba reprezentująca „turyستów”, czyli „bogaty świat”, może zapoznać się z zesencjalizowaną formą wyobrażeń na temat swój oraz grupy, do której zdaniem rozmówcy należy. Oto przykładowa argumentacja padająca w tego rodzaju sytuacjach: „Nie możesz nie mieć pieniędzy, przecież tu przyleciałeś i musisz mieć na hotel i jedzenie. A ja muszę utrzymać dwójkę dzieci”.

Wyobrażenia kreowane w odniesieniu do całego kraju są zbudowane w podobny sposób – przy użyciu symboliki słońca, morza i plaży Jamajkę reklamuje się jako egzotyczny, wakacyjny raj zamieszkały przez biednych, ale szczęśliwych, roztańczonych i rozśpiewanych w rytmach reggae krajowców. Wielu jamajskich sprzedawców i usługodawców wykorzystuje tego typu dyskurs estetyczno-ideologiczny, próbując nawiązać kontakt z turystami. Co prawda w oficjalnym, państwowym dyskursie tożsamości opisuje się społeczeństwo wyspy jako *Out of Many, One People* („jeden lud stworzony z wielu”), podkreślając wielość źródeł kultury i multikulturalistyczną otwartość państwa, to jednak obraz Jamajczyków wykorzystywany na potrzeby marketingu i turystyki jest zhomogenizowany i pozbawiony niuansów. Przyczynić się do tego mogą także działania podejmowane przez niektóre lokalne społeczności. Potomkowie Maronów (*Maroons*), czarnych społeczności, które na drodze walki i długotrwałego oporu uzyskały na kilku trudno dostępnych obszarach Jamajki lokalną niezależność jeszcze w czasach niewolniczych, pielęgnują swój wizerunek jako spadkobierców dumnych afrykańskich wojowników. Kreują na swój temat wyobrażenia wpisujące się w dyskurs autentyczności i autoegzotyzyacji (prawdziwi potomkowie pierwszych Afrykanów na Jamajce, dziedzice afrykańskiej kultury). Organizują oni w Accompong, położonym nieopodal Warsop, doroczne festiwale afirmujące lokalne tradycje i afrykańskie dziedzictwo, które przyciągają tysiące odwiedzających. I chociaż działania te mają podkreślać oryginalność i wyjątkowość miejscowej społeczności, to jednak procesy esencjalizacji egzotyczności prowadzą do uznawania tak prezentowanej tradycji za rodzaj wzorca afrokaraibskości, co później jest reprodukowane przez część adresatów tego przekazu (zob. Scher 2011; Gueron Montero 2011; Pretes 2003).

Zakończenie

Na przykładzie „luksusowych więzień” i reakcji na ich istnienie starałem się zwrócić uwagę na mechanizmy kształtujące wyobrażenia o Jamajce, którym podlegają zarówno „zwyczajni ludzie” – na przykład Jamajczycy i zagraniczni turyści – jak i ci, których praca polega na opiniotwórczym (de)konstruowaniu wyobrażeń masowych: dziennikarze, pracownicy marketingu, naukowcy czy politycy. Moim zdaniem, w efekcie ich oddziaływania zbyt dużą wagę przywiązuje się do reprodukcji przejawów wizerunków. Zhomogenizowany i pozbawiony niuansów oraz esencjonalnie afrykańsko-karaibski obraz Jamajczyków, wykorzystywany na potrzeby turystyki i pojawiający się w mediach, jest prezentowany czy to w obiecującym miłe przeżycia kontekście „słońca, plaży i morza”, czy, z niewieloma modyfikacjami, na tle skrajnego ubóstwa i wszechobecnej przestępczości. W tym zespole wyobrażeń brakuje miejsca dla zwykłego życia mieszkańców wyspy. Jest ono zbyt zwyczajne dla „sprzedawców wrażeń”.

Zarówno dziennikarze, jak i naukowcy ulegają tendencji do eksploracji „chwytliwych” albo „wrażliwych” tematów, których uzasadnieniem jest albo „masowość” zjawiska, albo jego wyjątkowa rzadkość, czyli „nienormalność”. Prowadzi to do tworzenia esencjalizujących twierdzeń o tym, jacy są wszyscy Jamajczycy. W konsekwencji, przy niewielkiej możliwości weryfikacji tego obrazu, która mogłaby nastąpić przez bezpośredni kontakt z przedmiotem opisu lub przy dostępności zróżnicowanych i bardziej stonowanych przekazów, „zwyczajni ludzie” poruszają się w obrębie wytworzonych na ich temat narracji i kategorii.

Pomimo znaczenia turystyki dla gospodarki państwa, jej wpływ na sytuację bytową „zwyczajnych” Jamajczyków, którzy nie są w nią bezpośrednio zaangażowani, jest nikły. Natomiast wyobrażenia na temat turystyki jako formy działalności gospodarczej oraz przedmiotu zainteresowania ze strony władz, jak również wyobrażenia o samych turystach wywierają zauważalny wpływ na poglądy i opinie mieszkańców kraju. Mają one często podobnie esencjalizujący i akcentujący skrajności charakter, jak te tworzone w odniesieniu do Jamajczyków. Niektórzy moi rozmówcy zdawali sobie sprawę z tego mechanizmu. Na przykład w Alligator Pond, gdy pojawiłem się tam po raz pierwszy i przedstawiłem jako badacz kultury, moi rozmówcy byli przekonani, że nie są dla mnie interesujący, ponieważ „nie są dość czarni”, nie są wystarczająco egzotyczni: „Jedź do Accompong, tam zobaczysz prawdziwych Czarnych, z czerwonymi oczyma. Oni organizują co roku festiwal maroński. Tam spotkasz prawdziwych Afrykanów”.

Turystyka należy do zespołu zjawisk, które w rozmaitych wzajemnych interakcjach i konfiguracjach odgrywają rolę w kształtowaniu tego, co nazywamy rzeczywistością społeczną – a co stanowi sumę indywidualnych i podzielanych przez większe grupy osób wyobrażeń i związanych z nimi praktyk (por. Bourdieu 2007: 192 i nast.). Parafrazując stwierdzenie Deana MacCannella, można powiedzieć, że sfera oddziaływań turystyki jest jednym ze zwierciadeł, które ogniskują i odbijają wyobrażenia na temat relacji społecznych, Innych i samych siebie (MacCannell 1992: 170). W przypadku lustra decydujący wpływ na to, co widzimy, ma rzecz jasna kąt, pod jakim jesteśmy do niego ustawieni oraz jakość wykonania jego tafli, gdyż jakiegokolwiek zakrzywienia mogą zniekształcać – skupiać lub rozpraszać – odbijane obrazy lub ich fragmenty. „Luksusowe więzienia” i turystyka masowa przyciągają nadmierną uwagę, co przeszkadza, jeśli chcemy dowiedzieć się więcej o mieszkańcach kraju, w którym występują. O ile jest to zrozumiałe z perspektywy turystów, o tyle trudno się z tym pogodzić, gdy chodzi o rządy państw, których celem powinna być służba społeczeństwu, nie zaś tylko ściąganie podatków i utrzymywanie władzy. Gdy myślimy o społeczeństwie w kategoriach produktu krajowego *per capita*, wtedy wystarczają nam dane statystyczne, jednak gdy chcemy analizować (i rozwiązywać) konkretne problemy, wtedy powinniśmy przyjrzeć się im z bliska, z perspektywy oddolnej.

Konstrukcja wizerunku „luksusowego więzienia” przypomina strategię marketingowe firm, miast i państw na całym świecie, wykorzystujące przyciągające

uwagę reklamy, spoty, plakaty i pocztówki, do których starannie dobiera się treści budujące pozytywne emocje. Nie ma tam miejsca na kalkulację negatywnych skutków czy przedstawienie niekorzystnych zjawisk, liczy się obietnica korzyści. Nie chcę przez to sugerować, że powinno się potępiać tego typu działalność, ale że warto zastanowić się, co istnieje poza narzucaną nam perspektywą. Rozwijając metaforę lustra – czasem wystarczy zrobić krok w bok, aby ujrzeć w nim więcej.

Słowa kluczowe: antropologia turystyki, turystyka pakietowa, Jamajka, Karaiby

LITERATURA

- Baerenholdt J. i in.
2004 *Performing Tourist Place*, Aldershot: Ashgate.
- Ballerino Cohen C.
1998 „*This is De Test*”: *Festival and the Cultural Politics of Nation Building in the British Virgin Islands*, „*American Ethnologist*” 25: 2, s. 89-214.
- Basch L., Glick Schiller N., Blanc-Szanton C.
1994 *Nations Unbound: Transnational Projects, Postcolonial Predicaments and Deterritorialized Nation-States*, New York: Gordon & Breach.
- Bloch N.
2011 *Urodzeni uchodźcy. Tożsamość pokolenia młodych Tybetańczyków w Indiach*, Monografie Fundacji na rzecz Nauki Polskiej, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Bourdieu P.
2007 *Szkic teorii praktyki, poprzedzony trzema studiami na temat etnologii Kabylów*, przeł. W. Kroker, Kęty: Wydawnictwo Marek Derewiecki.
- Britton S.
1982 *The Political Economy of Tourism in the Third World*, „*Annals of Tourism Research*” 9, s. 331-358.
- Bruner E.
2004 *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*, Chicago: University of Chicago Press.
- Carrier J.G. (ed.).
1995 *Occidentalism: Images of the West*, Oxford: Clarendon Press.
- Ceara-Hatton M.
1998 *Towards a Sustainable Tourism Zone in the Wider Caribbean*, St. Domingo: Cieca.
- Chambers E.
2000 *Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism*, Prospect Heights: Waveland Press.
- Charles Ch.A.D.
2003 *Skin Bleaching, Self-Hate, and Black Identity in Jamaica*, „*Journal of Black Studies*” 33: 6, s. 711-728.

- Church A.
2004 *Local and Regional Tourism Policy and Power*, w: A. Lew, M. Hall, A. Williams (eds.), *A Companion to Tourism*, Oxford: Blackwell, s. 555-568.
- Clarke E.
1957 *My Mother Who Fathered Me. A Study of the Families in Three Selected Communities of Jamaica*, Kingston: The University of the West Indies.
- Comaroff J.L., Comaroff J.
2011 *Etniczność sp. z o.o.*, przeł. W. Usakiewicz, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- DEMAND...
2006 *DEMAND. A Comparative Examination of Sex Tourism and Trafficking in Jamaica, Japan, the Netherlands, and the United States*, b.m.w.: Shared Hope International.
- Franklin A.
2003 *Tourism: An Introduction*, London: Sage.
- Freitag T.G.
1994 *Enclave Tourism Development: For Whom the Benefits Roll?*, „Annals of Tourism Research” 21: 3, s. 538-554.
- Gawrycki M., Bloch N.
2010 *Kuba, Historia Państw Świata w XX i XXI wieku*, Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Guerron Montero C.
2011 *On Tourism and the Constructions of „Paradise Islands” in Central America and the Caribbean*, „Bulletin of Latin American Research” 30: 1, s. 21-34.
- Hall C.M., Tucker H. (eds.).
2004 *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*, London: Routledge.
- Kaczmarek Ł., Posern-Zieliński A.
2012 *Jamajka w 60 lat po badaniach Józefa Obrębskiego. Studium porównawcze społeczeństwa postkolonialnego w świetle materiałów terenowych Józefa Obrębskiego i współczesnych badań antropologicznych*, niepublikowany raport badawczy (projekt MNiSW nr N N109 217736).
- Kerr M.
1951 *Personality and Conflict in Jamaica*, Liverpool: Liverpool University Press.
- Kuper A.
1974 *Changing Jamaica*, Boston: Routledge & Kegan Paul.
- Lanfant M.-F., Allock J.B., Bruner E.M (eds.)
1995 *International Tourism: Identity and Change*, London: Sage.
- Lewellen T.C.
2010 *Antropologia polityczna. Wprowadzenie*, przeł. A. Dąbrowska, T. Sieczkowski, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Lisocka-Jaegermann B.
2003 *Turystyka etniczna w Ameryce Łacińskiej. Przegląd problematyki badawczej*, „Prace i Studia Geograficzne” 32, s. 49-67.

- MacCannell D.
1992 *Empty Meeting Grounds: Tourist Papers*, London: Routledge.
- MacLeod D.V.L., Carrier J.G. (eds.)
2010 *Tourism, Power and Culture: Anthropological Insights*, Bristol: Chanel View Publications.
- Maloney W.F., Montes Rojas G.B.
2001 *Demand for Tourism*, Washington DC: The World Bank.
- Manning F.E.
1982 *The Caribbean Experience*, „Cultural Survival Quarterly” 6: 3, s. 13-14.
- Meyer D.
2006 *Caribbean Tourism, Local Sourcing and Enterprise Development: Review of the Literature*, Pro Poor Tourism Working Paper, No. 18, London: Overseas Development Institute.
- Nash D.
1977 *Tourism as a Form of Imperialism*, w: V. Smith (ed.), *Hosts and Guests*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, s. 37-54.
- Nettleford R.M.
2001 *Mirror Mirror: Identity, Race and Protest in Jamaica*, Kingston: LMH Publishing Limited.
- Obreński J.
2006 *Ślubne i nieslubne pochodzenie na Jamajce – przypadek zgodny z normą*, w: A. Engelking (red.), *W stulecie urodzin Józefa Obreńskiego*, „Sprawy Narodowościowe. Seria nowa” 29, s. 253-262.
- Picard M., Wood R.
1997 *Preface*, w: M. Picard, R.E. Wood (eds.), *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*, Honolulu: University of Hawai'i Press, s. vii-xi.
- Posern-Zieliński A.
2006 *Józef Obreński i antropologia Karaibów*, w: A. Engelking (red.), *W stulecie urodzin Józefa Obreńskiego*, „Sprawy Narodowościowe. Seria nowa” 29, s. 123-145.
- Pratt M.L.
2010 *Imperialne spojrzenie: Pisarstwo podróżnicze a transkultuacja*, przeł. E.E. Nowakowska, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Pretes M.
2003 *Tourism and Nationalism*, „Annals of Tourism Research” 30: 1, s. 125-142.
- Rapport N., Overing J.
2007 *Social and Cultural Anthropology. The Key Concepts*, London, New York: Routledge.
- Reid A.
1992 *Reflections. Waiting for Columbus*, „The New Yorker” 24.02, s. 57-75.
- Rodenburg E.
1980 *The Effects of Scale in Economic Development: Tourism in Bali*, „Annals of Tourism Research” 7, s. 177-196.
- Rodgers G.
2004 *Hanging out with Forced Migrants: Methodological and Ethical Challenges*, „Forced Migration Review” 21, s. 48-49.

- Saarinen J.
2004 *Destinations in Change: The Transformation Process of Tourist Destinations*, „Tourist Studies” 4: 2, s. 161-179.
- Salazar N.B.
2010 *Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*, Oxford: Berghahn.
2012 *Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach*, „Annals of Tourism Research” 39: 2, s. 863-882.
- Scher P.W.
2011 *Heritage Tourism in the Caribbean: The Politics of Culture after Neoliberalism*, „Bulletin of Latin American Research” 30: 1, s. 7-20.
- Scott J.
1985 *Weapons of the Weak. Everyday Forms of Peasant Resistance*, New Haven: Yale.
- Simey T.S.
1946 *Welfare and Planning in the West Indies*, Oxford: Clarendon Press.
- Slocum K., Thomas D.
2003 *Rethinking Global and Area Studies: Insights from Caribbeanist Anthropology*, „American Anthropologist” 105: 3, s. 553-565.
- Smith M.G.
1965 *The Plural Society of the British West Indies*, Berkeley: University of California Press.
- Smolicz J.J.
1999 *Wartości rdzenne a tożsamość kulturowa*, przeł. L. Korporowicz, w: J.J. Smolicz, *Współkultury Australii*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Sommer G., Carrier J.G.
2010 *Tourism and Its Others: Tourists, Traders and Fishers in Jamaica*, w: D.V.L. Macleod, J.G. Carrier (eds.), *Tourism, Power and Culture: Anthropological Insights*, Bristol: Channel View Publications, s. 174-198.
- Theodossopulos D.
2010 *Tourism and Indigenous Culture as Resources: Lessons from Embera Cultural Tourism in Panama*, w: D.V.L. Macleod, J.G. Carrier (eds.), *Tourism, Power and Culture: Anthropological Insights*, Bristol: Channel View Publications, s. 115-133.
- Thomas N.
1994 *Colonialism's Culture: Anthropology, Travel, and Government*, Princeton: Princeton University Press.

Łukasz Kaczmarek

ALL ALONG THE LUXURY PRISON:
SOCIAL INFLUENCES OF TOURISM IN JAMAICA

(Summary)

In this paper I examine the social and cultural impact of tourism and tourists on social relations and ethnic imaginaries in the local communities in Jamaica including those where the industry has not been developed. Global spread of the tourist industry and its impact on the growing number of everyday life aspects of people across the world, both tourists and host communities members, make tourism-related issues crucial for anthropology. The tourist industry is the main sector of Jamaican economy and also a powerful force in the Jamaican social life. The interplay between tourism and Jamaican communities cannot be reduced to the Jamaica's subordination to the global capital, overwhelming *neoliberalism*, Western imaginaries and foreign tourists needs evident in mass tourism expansion which are symbolised by the image of the enclave resorts – „the all-inclusive prisons”. Jamaica is a relatively young nation still internally negotiating its multiple identities and confronting imaginaries of the Other and Self with the external imaginaries of Jamaica inhabitants and their conditions of life on which the country's and local communities ability to absorb tourist money heavily depends. These sets of imaginaries subsequently influence the Jamaicans' life-aspirations and everyday living strategies. The paper draws on observations and reflections deriving from the ethnographic research conducted by the author in Jamaica in 2011.

Key words: anthropology of tourism, package tourism, ethnic imaginaries, Jamaica, the Caribbean