



QSR – Edycja Polska

Przegląd Socjologii Jakościowej

Tom I, Numer 1 – Grudzień 2005

Marek Gorzko
Uniwersytet Szczeciński, Polska

„Rodzinna Atmosfera” i „Uprzejma Obsługa”. W stronę substantywniej teorii obsługi ruchu turystycznego – komunikat z badań

Abstrakt

W artykule, który ma charakter komunikatu z badań, poświęconych interakcjom pomiędzy turystami a personelem podmiotów zajmujących się obsługą ruchu turystycznego, zaprezentowano jeden z ważnych aspektów pola przedmiotowego: konsekwencje obecności „Obcego” w przestrzeni udostępnionej.

Za pomocą procedur strategii teorii ugruntowanej wyróżniono dwie wiązki strategii modelowania pola interakcji z „obcymi”. „Uprzejma Obsługa” polega na takim zaaranżowaniu tego pola, które pozwala utrzymać równowagę pomiędzy kontrolą i otwartością na „obcego” poprzez utrzymanie go w swego rodzaju dystansie. „Rodzinna Atmosfera” z kolei polega na kontroli „obcych” poprzez włączenie tych, którzy przejdą specyficzny proces selekcji, w sieć więzi.

Słowa kluczowe

teoria ugruntowana, turystyka, Obcy, strategie kontroli społecznej.

Wprowadzenie

Artykuł niniejszy wyrósł z badań terenowych prowadzonych jesienią 2004 roku, oraz wiosną i latem 2005 roku nad interakcjami pomiędzy turystami a personelem różnego rodzaju podmiotów zajmujących się obsługą ruchu turystycznego. Terenem prowadzonych wywiadów i obserwacji były przede wszystkim Wisła i Karpacz¹, w mniejszym stopniu miejscowości nadmorskie, a także prom morski „Polonia” jako swego rodzaju „urządzenie turystyczne”.

Przyjętą strategię badawczą wyznaczyła metodologia teorii ugruntowanej.

Głównymi technikami zastosowanymi do pozyskania danych były wywiady oraz obserwacja. Dużą część wywiadów przeprowadzili studenci Instytutu Socjologii i Psychologii Uniwersytetu Szczecińskiego, którzy, w ślad za ustaleniami badawczymi

wynikającymi z logiki teoretycznego pobierania próbek i metody stałego porównywania, kierowani byli do różnego rodzaju podmiotów oraz do respondentów zajmujących różne szczeble organizacyjnej hierarchii. Powiązanie badania z procesem dydaktycznym narzuciło na nie swoiste ograniczenia związane ze ścisłymi limitami czasu przebywania w terenie oraz różnym poziomem zaangażowania i umiejętności współpracowników. Względy organizacyjne uniemożliwiły zastosowanie procedury rejestrowania wywiadów na taśmie magnetofonowej.

Pomocniczo została zastosowana technika analizy wtórnej, której poddano porcję danych zebranych na promie morskim w innym celu badawczym.

Jeśli chodzi o sposób prezentowania materiału, to tłustym drukiem zostały wyróżnione pierwsze odwołania się do ważnych dla wyводу kodów (zarówno teoretycznych, jak i kodów in vivo). Kolejne zaś ich użycia są sygnalizowane przez ujęcie wyrażenia w cudzysłów, o ile nie wynika to po prostu z reguł ortografii. Kursywą wyróżniono bezpośrednie przytoczenia słów lub sformułowań respondentów.

Usługi turystyczne: „udostępnienie” i „atrakcje”

Analizowane zachowania mieszczą się w obszarze szeroko rozumianych usług. Usługi te oferowane są na szczególnym rynku i wiążą się z transakcjami noszącymi znamię wymian rynkowych. Jeden z podstawowych typów transakcji w analizowanym obszarze zjawisk można określić jako zakup oferowanych atrakcji turystycznych. W czysto modelowym ujęciu jedynym tytułem do korzystania z atrakcji turystycznej jest uiszczenie opłaty. I jakkolwiek logika transakcji rynkowej nadaje swoisty klimat usługom turystycznym, to w obrębie różnych przestrzeni interakcyjnych realizują się one w rozmaity sposób.

Usługi z pewnego formalnego punktu widzenia podzielić można na takie, gdzie (1) przedmiotem usługi jest przedmiot materialny (w tym ciało usługobiorcy) albo (2) sama usługa polega na „**udostępnianiu**”, umożliwianiu korzystania z jakiegoś dobra, albo (3) przekazywaniu informacji, wyrobieniu jakiejś umiejętności. Procesy społeczne powiązane z należącym do drugiego typu usług udostępnianiem atrakcji turystycznych tworzą kompleksowy i wielowymiarowy obszar w obrębie rzeczywistości społecznej.

Przedmiotem mojej uwagi w niniejszym artykule będą konsekwencje **obecności „Obcego” w przestrzeni udostępnionej**. Jest to oczywiście jedynie jeden z aspektów omawianej problematyki. Wyłonił się on w trakcie badania jako istotny, sygnalizując jeden z podstawowych problemów, na które natrafiają w swoim działaniu ludzie z badanej sfery przedmiotowej.

Tłem badanego zjawiska (z punktu widzenia zamierzeń niniejszego artykułu) są procesy związane z „**przygotowywaniem**” i kreowaniem udostępnienia „**atrakcji turystycznej**”, zabiegi wokół „**zapewnienia ciągłości popytu**” na usługę, jak i sama natura społecznego funkcjonowania „atrakcji”.

Ponieważ z pewnego punktu widzenia można je ująć jako swoiste warunki „obecności Obcego”, należy się im chwila uwagi.

„**Udostępnianie**”, podobnie jak pożyczanie, wynajmowanie (lokalu, sprzętu, miejsca na parking), dzierżawienie, udzielanie licencji, kredytowanie czy też udzielanie wiz, ma charakter umożliwiania komuś jakiejś działalności lub aktywności. Ścisłe związany jest z nim element czasowego uprawnienia do korzystania lub

dysponowania jakąś wartością. Sam cykl pojedynczej serii wymian w kontekście procesów będących przedmiotem uwagi posiada relatywnie krótki horyzont czasowy.

Mimo iż operacje “udostępniania atrakcji turystycznych” wpisane są w logikę wymian rynkowych, jednak, jak już wspomniano, nie sprowadzają się wyłącznie do nich. Uprawnienia partnerów wymiany, ich skala i jakość są przedmiotem mniej lub bardziej jawnych negocjacji.

Warto zwrócić uwagę, że “udostępnianie”, obok “normalnego” ryzyka związanego z działalnością gospodarczą, zawiera w sobie specyficzny rodzaj ryzyka, a mianowicie możliwość “nadużycia”, “nieprawidłowego” użycia lub “zniszczenia” udostępnianej wartości albo infrastruktury umożliwiającej jej udostępnienie. Ta możliwość stanowi stały kontekst “pojawiania się obcego w przestrzeni udostępnionej” i stanowi o niezbywalnej jego „**problemowości**”. Właściwości społeczne turysty dodają do tej problemowości dodatkowe wymiary – o czym mowa będzie dalej.

Przechodząc do kwestii atrakcji należy zauważyć, że pojęcie to oznacza złożone zjawisko.

Atrakcje turystyczne jako takie mogą być albo słabo kontrolowane przez podmioty je udostępniające, albo możliwość takiej kontroli istnieje. Na przykład uroda miejsca jako atrakcja turystyczna może być jedynie wyzyskiwana. Odwołując się do przykładu promu morskiego - sama podróż morska w sensie doznań oferowanych przez morze, oraz dostarczanych przez charakter i funkcje środka transportu są, przynajmniej z punktu widzenia personelu działu hotelowego promu, atrakcją nie kontrolowaną. Inne atrakcje jednak mogą być w mniejszym lub większym stopniu kreowane, jak na przykład: wystrój i klimat restauracji, rodzaje potraw, występy artystyczne, oferowanie konkretnych usługⁱⁱⁱ.

Atrakcje mogą mieć charakter kierowany w stronę konkretnej kategorii odbiorców (atrakcje dla dzieci, dla dorosłych, turystów zagranicznych i tym podobne). Sam proces kierowania może mieć charakter zaplanowany i świadomy lub też może nie mieć takiego charakteru.

Analiza niektórych partii danych, a zwłaszcza systemów klasyfikowania turystów^{iv} przez ludzi uwikłanych w “instytucje udostępniające”, doprowadziła do wniosku, że zakładany jest przez nich pewien model “właściwego” stosunku turysty do atrakcji. Wyraża się on w „**zasadzie autoteliczności**”. Poprzez autoteliczność rozumiane jest w tym kontekście to, że z punktu widzenia usługodawców korzystanie z atrakcji powinno być jej “konsumowaniem”. To przeświadczenie ma implikacje dla określenia statusu “obcego”, który jest sytuowany jednoznacznie w polu “czasu wolnego”, zabawy. Ma także implikacje dla określenia statusu usługodawcy, jako generalnie funkcjonującego w “poważnym” kontekście – w polu “pracy”. Wyznaczając ogólne oczekiwanie wobec “obcego” kreują wzór “dobrego turysty”, który może być mniej lub wyraźniej uświadamiany. “Dobry turysta” to ten, który przejawia właściwy (autoteliczny) stosunek wobec “atrakcji”.

Omawiany splot przekonań dość wyraźnie ujawnia się w stosunku personelu działu hotelowego promu morskiego do pasażerów. Istnieją takie kategorie pasażerów, których stosunek do atrakcji jest instrumentalny. Zaliczyć do nich można kierowców TIR-ów - dla nich przejazd promem jest pewnym elementem pracy. Przez personel opisywani są oni z wyraźną niechęcią i protekcjonalnością. Przypisywane są im takie cechy jak: “*totalnie wieśniacki*” wygląd (niemodna, “szwedzka” fryzura i niedbały ubiór), “*prosta gadka*” oraz brak higieny wyrażający się nieprzyjemnym zapachem “*pozostającym na długo*” nawet po odejściu grupy “*buraków*”. Podobnie

„dziady pałętające się po statku z jakimiś ruskimi torbami”, czyli osoby zajmujące się przemytem (głównie papierosów) do Szwecji.

Osoby sytuujące się poza kręgiem podejrzeń o instrumentalny charakter traktowania podróży morskiej, co do których trudno sobie wyobrazić inne powody przebywania na promie niż realizacja potrzeb „rozrywkowo-poznawczych” to „prawdziwi” przedstawiciele któregoś z krajów skandynawskich albo Niemcy. Posiadają więc oni swoiste „**uprawnienie**” do korzystania z atrakcji. Zatem na normy regulujące autoteliczne korzystanie z atrakcji nakładają się normy wyrażające się w „uprawnieniu”. Atrakcja zyskuje więc coś w rodzaju „wtórnego”, bo niezależnego od oficjalnej wersji, skierowania.

Z niechęcią i politowaniem traktowane są osoby, które, posiadając nawet wszystkie atrybuty „uprawnionego” turysty, „udają Szweda”. Są to „pozerzy”/„pozerki” i „polscy Szwedzi”. Do pierwszej kategorii zaliczane są na przykład kobiety, które mieszkając kilka lat za granicą posiadają mężów lub partnerów życiowych z któregoś z krajów skandynawskich. „Polscy Szwedzi” to z kolei mężczyźni posiadający obywatelstwo któregoś z państw zachodnich. „Udawanie Szweda” polegałoby, jak zgodnie twierdzą informatorzy, na czymś w rodzaju „pokazowości”, demonstracyjności korzystania z atrakcji. Zakłada się, że ich instrumentalnym celem, do którego dążą te kategorie pasażerów, jest chęć „dowartościowania się”.

Kim jest turysta?

Turysta jest postacią z **obszaru konsumpcji**. „**Doświadczenie turystyczne**” będące jego udziałem stanowi wyraźnie wyodrębniony i opozycyjny wobec codzienności fragment indywidualnego życia – jest więc rodzajem „doświadczenia odrębnego”. Jest także doświadczeniem **całościowym** w tym sensie, że dotyczącym całokształtu codziennej aktywności w określonym wycinku czasu. Wyraźnie jego granice wyznaczają momenty wyjazdu i powrotu z urlopu.

To wyodrębnienie posiada swój odpowiednik w istnieniu zbioru przedmiotów służących celom turystycznym. Wyłączone są one z codziennego lub profesjonalnego zastosowania stanowiąc „odmienny inwentarz” uruchamiany wyłącznie w okresie „święta” turystycznego. Swego rodzaju „praktyczność” tych przedmiotów nie znajduje poza tym okresem zastosowania.

Ten inwentarz obejmuje „**Uniform Turysty**”. Pod tym pojęciem ukrywa się szczególny typ ubioru i rekwizytów noszonych przez turystę, które pozwalają go z dużym prawdopodobieństwem rozpoznać w udostępnionej przestrzeni.

Konkretne typy „Uniformu Turysty” zmieniać się będą w zależności od typu miejscowości turystycznej (górska, nadmorska, duże miasto), od podstawowego rodzaju aktywności podejmowanej przez turystę (pobyty w sanatorium, plażowanie, narciarstwo i tym podobne), od kategorii turystów a także od zmieniających się trendów mody. Wydaje się, że można wśród nich wyróżnić wariant „podróżny” i „wczasowy”. Ten pierwszy charakteryzuje się „praktycznością”, a zestaw części garderoby przypomina stroje codzienne młodzieży, jednak bez szczególnego rodzaju „wystudiowania” szczegółów właściwych młodzieżowemu stylowi ubierania się. Elementami tego wariantu „Uniformu” mogą być buty sportowe często białe lub w żywych kolorach, dżinsowe spodnie, T-shirty, swetry, „sportowe” kurtki i tym podobne. Ten wariant cechuje także swego rodzaju „nadmiarowość” sygnalizująca przygotowanie się właściciela stroju na nieprzewidywalne okoliczności (noszenie ze sobą kurtki lub swetra podczas słonecznej pogody i tym podobne). Wariant

“wczasowy” bardziej jest zależny od typu miejscowości i sezonowej mody (na przykład w miejscowościach nadmorskich: “strój minimalny” – klapki, szorty, T-shirty, małe plecaczki, mini lub pareo w sezonowo modnych kolorach, chodzenie w staniku, noszenie rekwizytów używanych na plaży jak namioty plażowe, leżaki, parasole i tym podobne. oraz aparatu fotograficznego lub kamery).

Kolejną istotną sprawą, ważną w kontekście niniejszych rozważań, to problem “turysty indywidualnego”. Takie określenie istnieje w wiedzy obiegowej i praktyce organizacyjnej. W istocie, można powiedzieć, że “turysta indywidualny” praktycznie nie istnieje. Podstawową formą występowania turysty jest „**ekipa turystyczna**”. “Ekipy” charakteryzują się **kompletnością**. Oznacza to, że migrująca grupa jest w pewien “naturalny” sposób pełna: może to być rodzina, dzieci i spokrewnieni z nimi dorośli (na przykład dziadkowie i wnuki), para albo grupa rówieśnicza. Kompletność “ekipy” oznacza, że takie ciało społeczne jest **społecznie samowystarczalne** w tym sensie, że jest w stanie zapewnić sobie wewnętrzne bogactwo stosunków społecznych i szczególnie rodzaj “lokalnej”, bo zrelatywizowanej do tej ekipy, „**wiedzy własnej**”. Ekipa może demonstrować swoją wewnętrzną spójność poprzez identyczny “Uniform” (na przykład podobny, czasami do najdrobniejszych szczegółów, strój żony i męża). Społeczna samowystarczalność “ekip turystycznych” może być także jedną z przyczyn braku w miejscach wyspecjalizowanych w kwatowaniu “ekip turystycznych” (np. hotelach) ostentacyjnie demonstrujących swoją obecność prostytutek.

Personel “instytucji udostępniających” w istocie ma do czynienia z “ekipami turystycznymi” a nie pojedynczymi klientami. Komplikuje to prosty obraz rynkowej wymiany.

Obecność Obcego i problemy

Pojawienie się “Obcego” w przestrzeni udostępnionej stanowi dla personelu “instytucji udostępniających” swego rodzaju wyzwanie, bowiem jest źródłem specyficznych **problemów**.

Podstawowym źródłem problemowości “Obcego” jest wspomniana wyżej **możliwość „nadużyć”**, trwale wpisana w sytuację “udostępniania”. Rodzi to konieczność **efektywnej kontroli** elementów tejże sytuacji. Oczywiście, istnieją pewne uregulowania zachowań przybysza poprzez ogólnie obowiązujące normy społeczne, ale warto zwrócić uwagę, że turysta, z racji oderwania od swojego “macierzystego” środowiska, do pewnego stopnia uwalnia się od swoich statusów – odziany w “Uniform Turysty”, wspierany przez swoją “ekipę”, może zawiesić swój status pana profesora czy też urzędniczki z poczty. Jeśli mówić o roli społecznej turysty, to pozostaje ona w konkretnej udostępnionej przestrzeni fizycznej i społecznej w znacznej mierze niedookreślona. Obecność “ekipy” w tej przestrzeni jest legitymizowana ponadto przez rynkową logikę zakupu usługi.

Kolejnym źródłem problemów jest **rozbieżność celów i płaszczyzn interakcji** pomiędzy ekipami turystycznymi a personelem “instytucji udostępniających”. Ekipa turystyczna w momencie wejścia w przestrzeń udostępnianą (albo przynajmniej od momentu osiągnięcia pewnego poziomu bezpieczeństwa) zajmuje się realizacją własnych celów, pielęgnowaniem wewnętrznych interakcji. W polu jej uwagi znajdują się “atrakcje” oraz jej wewnętrzne życie. Nie jest zatem prymarnie interakcyjnie wycelowana w Personel. “Nie widzi” go. Traktuje instrumentalnie. Z kolei Personel musi być zorientowany na ekipy prymarnie. Następuje tu charakterystyczne

“rozchodzenie” się pól uwagi i punktów koncentracji działań. Rozbieżność interesów konstatawana jest przez personel w pojawiającym się regularnie w wywiadach sformułowaniu: *“Chcą jak najwięcej za jak najmniejszą cenę”*.

Wspomniana wyżej rozbieżność znajduje swój wyraz na poziomie emocjonalnym jako **„przeżycie aktualnie niepodzielane”**. Chodzi o to, że konsumujący usługę turystyczną może znajdować się pod wpływem emocji (wzruszenie, podziw na przykład wobec atrakcji, zadowolenie, rozbawienie albo po prostu upojenie alkoholowe), które nie są podzielane przez oferenta możliwości jej doświadczania. Kelner może z rodzajem obojętności obserwować wyraźnie uwidoczniające się emocje pijącej alkohol ekipy. Stosunek personelu do udostępnianych atrakcji może być czysto **instrumentalny**.

Źródłem problemów może być także **rozbieżność pomiędzy „wiedzą lokalną” a „wiedzą własną” ekipy**. Ta ostatnia może mieć charakter “bezcelny”, bo niewrażliwy, egoistyczny, zamknięty na personel (jego wiedzę) i lokalne “realia”. Ekipa posiada swoją kompletność także w tym wymiarze. Stopień znajomości “realiów” może być podstawą swego rodzaju **gradacji „obcości”**. Są ekipy “podwójnie obce” – jak na przykład turyści zagraniczni, po prostu “obce” (np. turyści z dużych miast) i “swoi obcy” (np. wyposażeni w znajomość lokalnych realiów stali bywalcy). *“Wczasowicze z miasta nie oszczędzają wody, leją wodę bez końca, ciaprają się w wodzie... Ci tutejsi z Katowic wiedzą, że z wodą jest krucho”* – stwierdza recepcjonistka jednego z hoteli w Wiśle-Malince.

Problemowość “Obcego” jest podłożem, z którego wyrasta klasyfikacja ekip turystycznych i podział ich na turystów (ekipy) **„łatwych”** i **„trudnych”**. Klasyfikacja ta oparta jest na kodzie *“in vivo”*. O ile każda ekipa jest problemowa, to “trudne” ekipy przynoszą ze sobą szczególne, określone **„kłopoty”**. Jak się wydaje, nie istnieje jakiś uniwersalny typ “kłopotliwości” – klasyfikacja “kłopotów” opiera się na zasadzie “rodzinnego podobieństwa”. Warto zauważyć, że “uprawniony” w sensie omówionym wyżej turysta wcale nie musi być “łatwy”. W omawianym przypadku promu morskiego jest wręcz przeciwnie. Z pasażerami ze Skandynawii są zawsze największe problemy, związane z ich grupowym, hałaśliwym i nieumiarkowanym spożywaniem alkoholu. Mają także niższy poziom wstydu, jeśli chodzi o sprawy seksu. Chodzi o “obleśne” i niedwuznaczne zaczepianie kobiet czy pojawianie się nago na korytarzach, czy nawet na poły publiczne stosunki seksualne w ogólnodostępnych toaletach. Dużą uciążliwość dla personelu działu hotelowego stanowią grupy młodzieży ze Skandynawii, które praktycznie pozbawione są dozoru ze strony dorosłych. W skrajnych przypadkach konieczne są działania dyscyplinarne, wdrażane przez pracowników ochrony lub nawet policję.

Z kolei wywiady zrealizowane w Wiśle przyniosły następującą klasyfikację ekip turystycznych:

„Łatwe” ekipy	„Trudne” ekipy
Ludzie schorowani (<i>mają tak obniżone poczucie własnej wartości, że nie sprawiają najmniejszych problemów personelowi</i>)	Młodzież (<i>rozliczne kategorie grup młodzieży, w tym wycieczki gimnazjalistów i ze szkół zawodowych, studenci, grupy nastolatków itp.</i>)
Ludzie starsi	Goście chwilowi – <i>np. weekendowi, najczęściej spędzający czas “pod znakiem flaszki”</i>
Małżeństwa, albo pojedynczy rodzice z niepełnoletnimi dziećmi (<i>najlepiej z ich niewielką ilością</i>)	Grupy konferencyjne
Dziadkowie z wnukami	Goście “z ulicy” (<i>przyjęci bez uprzedniej rezerwacji</i>)
Cudzoziemcy (<i>z wyjątkiem Włochów</i>)	Warszawiacy
Grupy zorganizowane (<i>ale nie wycieczki szkolne</i>)	„Polscy Niemcy”
Pan z panią (<i>nawet jeśli jest to “stary cap z młódką”</i>)	Nowobogacy
Ludzie naprawdę bogaci	„Szpanerzy” (<i>udający bogatych</i>)
Stali klienci	„Upierdliwi”
Sportowcy (<i>z wyjątkiem zapaśników i bokserów</i>)	Goście z psami

Tab. 1. „Łatwe” i „trudne” ekipy turystyczne
(Źródło: wywiady realizowane w Wiśle, listopad 2004)

Inwentarz “kłopotów” sprawianych przez poszczególne kategorie “trudnych” turystów jest bogaty i obejmuje zachowania od braku umiaru w picu alkoholu poprzez burdy i bójki, przeszkadzanie innym turystom, niszczenie, różne rodzaje brudzenia, demonstracyjne zachowania seksualne, unikanie zapłaty za usługę, do braku poszanowania personelu, wybrzydzenia i wywyższania się.

Wymieniane przez informatorów “kłopoty” można sprowadzić do kilku wymiarów: (1) finansowego (niszczenie); (2) konieczności inwestycji energii; (3) uciążliwości życia codziennego (tłok, hałas); (4) emocjonalnego (w sensie obaw, lęku przed określonymi kategoriami “obcych”); i wreszcie (5) zagrożenia poczucia własnej wartości - dane pokazały, że istnieją w badanej rzeczywistości społecznej intensywne procesy negocjowania statusu: „**gry o godność**”.

W obliczu tych “kłopotów” podejmowane są różne strategie radzenia sobie z nimi. Ze względu na podejmowane środki zaradcze można bogactwo “kłopotów” podzielić na dwie grupy. Są mianowicie „**kłopoty chłodne**”, czyli rozwiązywane na sposób “techniczny” i racjonalny. Nie stanowią one wyzwania czy “ataku” na godność członka personelu “instytucji udostępniającej”, nie angażują więc “wytrącających z równowagi” emocji.

„**Kłopoty gorące**” zaś niosą ze sobą zagrożenie poczucia wartości własnej personelu. Należą do nich: (1) „**wywyższanie się**” – intencjonalna (?) próba obniżenia relatywnego statusu “gospodarza” - celować w tym mają “Warszawiacy” (którzy ponadto “*nie trzymają porządku - Warszawa słynie z brudu*”); (2) **wybrzydzenie** – podważanie wartości oferty; (3) **brak poszanowania pracy** – nieintencjonalne (?) zapoznawanie działań i rezultatów pracy obsługującego.

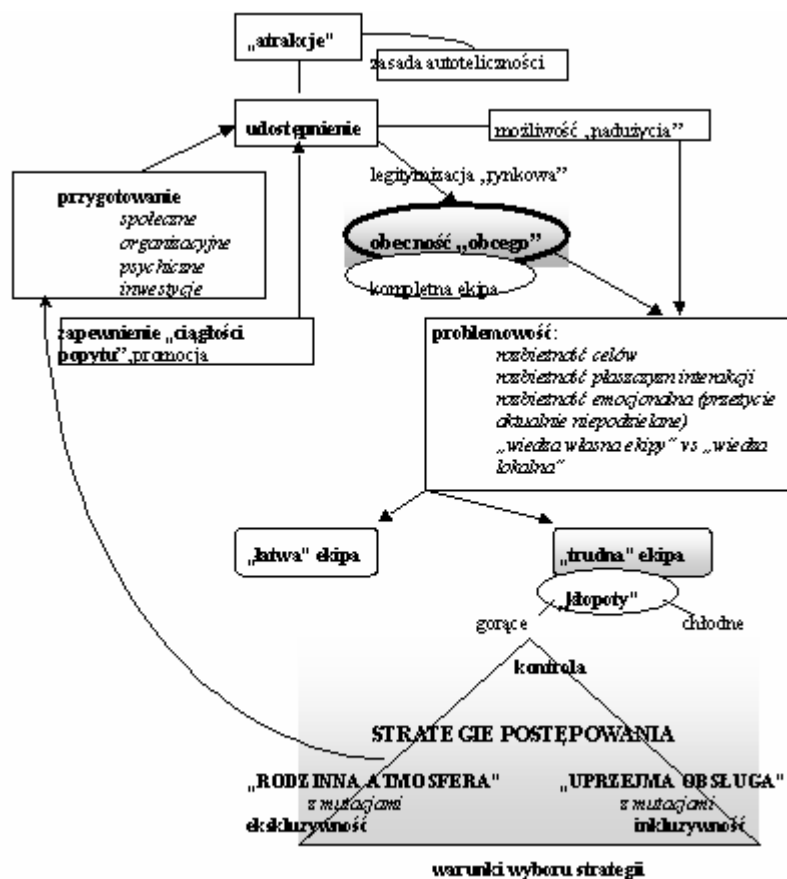
Problemy mogą być przewidywalne w sensie wysokiego prawdopodobieństwa ich wystąpienia z chwilą pojawienia się określonego typu ekipy turystycznej, na przykład pojawienie się grupy młodzieży implikuje alkohol, „folgowanie sobie” i „żywiolowość”. Wobec takich problemów można przygotować się z góry i z góry podjąć środki zaradcze. Z kolei większości „kłopotów gorących” nie można przewidzieć w tym sensie, że w konkretnej sytuacji ujawniają się bez zapowiadających symptomów.

Dwie wiązki strategii radzenia sobie z „kłopotami”

Dane sugerują, że istnieją dwie podstawowe wiązki strategii (występujących w różnych mutacjach) radzenia sobie z problemami wynikającymi z pojawienia się „Obcego” w przestrzeni udostępnionej. Te uogólnione strategie zostały nazwane, w oparciu o kody *in vivo*, „**Uprzejmą Obsługą**” i „**Rodzinną Atmosferą**”. Różnią się one swoistą zasadą, organizującą zachowanie personelu i wpływającą na interakcje w obrębie kontaktów z ekipami turystycznymi. Pierwsza z nich ma na celu zbudowanie określonego typu relacji z nimi i utrzymanie ekip w swoistym „półdystansie” poprzez kultywowanie swoistej „etyki” czy też „kultury” usługi. Druga włącza „Obcego” w sieć implikujących bliskość relacji z personelem i posługuje się raczej „logiką przysługi”. Zarówno jedna, jak i druga strategia stanowią formy kontroli czy też dyscyplinowania „Obcych”.

Strategia „Uprzejmej Obsługi” ma charakter **inkluzywny** – istnieje w niej skłonność do rozciągnięcia określonego sposobu postępowania na wszystkich potencjalnych obcych pojawiających się w przestrzeni udostępnionej. „Rodzinna Atmosfera” ma wbudowaną tendencję **ekskluzywną** i duże znaczenie mają w jej obrębie czynności selekcji zarówno bezpośredniej, jak i selekcji warunkami.

Specyficzne problemy związane ze stosowaniem poszczególnych strategii zostaną dalej szerzej omówione. W tym miejscu dokonajmy podsumowania dotychczasowych ustaleń.



Rys 1. Strategie postępowania wobec ekip turystycznych

„Uprzejma obsługa”

“My musimy działać na zasadzie uprzejmości”. “Personel musi być grzeczny. Zaciskać pięści. Rozmawiać, perswadować. Starać się obsłużyć. Musi być grzeczny, lojalny, ale jest ciężko”. Te cytaty z ust kierownika i szeregowego pracownika “instytucji udostępniającej” wprowadzają problematykę “Uprzejmej Obsługi”.

Najczęściej wymienianym typem problemów jest **nadmierne spożywanie alkoholu** i jego niepożądane konsekwencje. W “przestrzeni urlopowej” istnieje przyzwolenie na korzystanie z alkoholu, a niektóre instytucje skierowane są wprost na jego oferowanie i sprzedaż oraz umożliwianie jego spożywania w zorganizowanej przestrzeni. Taka możliwość stanowi zresztą jedną z “atrakcji”. Kłopoty zaczynają się, gdy alkohol spożywają szczególne ekipy (młodzież, grupy konferencyjne i tym podobne). Są to kłopoty typu: brak umiaru, narkotyki, hałas, rozróbny, awantury, wulgarny sposób zwracania się do personelu, prowokacje, niszczenie, brudzenie, denerwowanie innych turystów i tym podobne. Traktowane są one jako coś w rodzaju plagi, do której należy się dostosować albo zabezpieczyć przed nią. Bywają także przedmiotem usprawiedliwiania: “Młodzież musi się wyszaleć”.

Takim problemom związanym z nadmiernym spożywaniem alkoholu towarzyszy **relatywnie niski poziom emocji**. Kompleks pijaństwa może być przedmiotem swego rodzaju **zarządzania**, polegającego na zapobieganiu negatywnym skutkom pijaństwa ekip turystycznych. W tym sensie stanowi **chłodny**, techniczny problem.

Podstawową strategią działania w przypadku takiego problemu jest **„ignorowanie”**, pozorny brak reakcji, ale obserwacja przebiegu zdarzeń. Jest

możliwe i towarzyszy temu **zapobieganie** negatywnym skutkom poprzez na przykład wyciszenie pokoi, **zarządzanie turystami** na przykład przez lokowanie ich w pokojach oddalonych od miejsca zakwaterowania “szalejącej” ekipy.

Jeżeli konieczna jest interwencja, odbywa się ona w następującej sekwencji: **prośba**, potem **prośba osoby o wyższym statusie** (właściciela, kierownika), potem **groźba** odwołania się do policji, **wyproszenie** gości. W tych działaniach chodzi o opanowanie zachowań – są one prymarnie skierowane na zachowania, a nie na osoby.

Wstrzemięźliwe (“grzeczne”) zachowanie personelu podczas tego typu interwencji jest wyrazem oparcia reguł postępowania na „**zasadzie uprzejmości**” (kod “*in vivo*”). Jakkolwiek picie alkoholu przez ekipy turystyczne stanowi problem “chłodny”, to w osobistej interwencji będącej interakcją społeczną zawarta jest możliwość wyzwolenia “kłopotów gorących”. Zachowanie “uprzejme” do pewnego stopnia przed tym chroni. Znaczenie jednak “zasady uprzejmości” jest znacznie większe. Pozwala ona modelować pole interakcji w sposób umożliwiający radzenie sobie z problemami powstającymi w jego obrębie. Przyjrzyjmy się zatem jaką rolę w różnych kontekstach sytuacyjnych pełni zastosowanie przez personel “zasady uprzejmości”.

Jednym z kłopotów “gorących” jest „**brak szacunku do pracy**”. Z wywiadów dotyczących sytuacji problemowych wyłania się obraz ekip turystycznych zajmujących się, jak już to zostało powiedziane, swoim wewnętrznym życiem. Z punktu widzenia personelu członkowie ekip będąc na urlopie, w obszarze czasu wolnego, nie są w stanie dostrzec przedstawicieli personelu jako osób wykonujących pracę. Pojawia się rozbieżność: my jesteśmy w pracy – oni na urlopie. Zetknięcie się “rzeczywistości pracy” i “rzeczywistości urlopu” rodzi problem **nieustającej rozbieżności definiowania tej samej sytuacji** przez osoby i grupy przebywające w jednej przestrzeni interakcyjnej. “Normalna” sytuacja to, jak zapewnia Goffman, oddzielenie miejsc pracy, zabawy i wypoczynku. Ta nieustająca rozbieżność jest trudna, a przynajmniej męcząca. Nudna jest dynamika spotkania alkoholowego dla osoby nie biorącej w nim udziału. Ekipy z wnętrza “sytuacji zabawowej” mogą dokonywać **provokacji**. Nie zawsze są one tak skrajne, jak relacjonowane przez jedną z informaterek, demonstracyjne rozbieranie się turysty do naga przed recepcją, ale wszystkie łączy próba narzucenia “zabawowej” definicji sytuacji.

“Zasada uprzejmości” służy jako **instrument utrzymania granicy pomiędzy pracą a zabawą**. Dopóki jestem uprzejmy, “nie daję się wciągnąć” do interakcji na warunkach ekipy turystycznej, jestem ciągle w pracy.

Nie należy zamazywać granicy pomiędzy kontaktami zawodowymi a pozazawodowymi – “*to bardzo przeszkadza w pracy*”.

Przestrzeganie tej zasady skutkuje w sytuacjach problemowych koniecznością **tłumienia emocji** (“*zaciskanie zębów*”), ale daje stosunkowo jasną wskazówkę co do reguł postępowania.

W kontekstach organizacyjnych, w których występuje podział na **kierowników** i „**personel bezpośredniego kontaktu**”, przestrzeganie “zasady uprzejmości” jest silnie akcentowanym wymogiem wykonywania obowiązków zawodowych nakładanym na personel przez kierownictwo. Nawiasem mówiąc, powiązanie tej reguły z **wykonywaniem obowiązków zawodowych** w silnym stopniu wpłynęło na trudności pozyskiwania przez badaczy informacji o problemowych sytuacjach z turystami. “Zasada uprzejmości” implikuje, że należy mówić dobrze o klientach i firmie, a przynajmniej nie mówić źle. W tym sensie jest powiązana z **wizerunkiem firmy**.

Reguły postępowania wyływające z “zasady uprzejmości” z jednej strony pozwalają zachować “otwarcie” na innego, sygnalizowane przez „**mowę grzeczności**” łatwo interpretowalne kulturowo gesty, ale z drugiej strony poprzez swoją “sztywność” umożliwiają nie przyjęcie jego definicji sytuacji (wspomniane: “*nie dać się wciągnąć*”). Jest to utrzymywanie „**półdystansu**” wobec innego, nie zakładające ani bliskości, ani całkowitego oddalenia.

Rola “zasady uprzejmości” podkreślana była zazwyczaj w ramach tych przestrzeni interakcyjnych, które były jakoś formalnie albo rynkowo uregulowane (usługodawca-klient, urzędnik-petent, podwładny-przełożony) i w których istniała mniej lub bardziej sprecyzowana hierarchia nadrzędności i podrzędności. W tego typu układach istnieje duża możliwość potencjalnych konfliktów statusowych uwarunkowanych sytuacyjnie. W określonej sytuacji pion bije hetmana. Taką niejasność statusową wprowadza bez wątpienia przybycie na krótki czas obcego, którego status “zewnętrzny” jest ukryty, a jawne są roszczenia wynikające z tytułu opłacenia usługi. Postępowanie zgodne z “zasadą uprzejmości” pozwala zamaskować relacje nadrzędności wynikające z przewagi uwarunkowanej sytuacyjnie związane choćby z posiadaniem “wiedzy lokalnej” czy też kontroli nad jakimiś elementami “udostępnienia” przestrzeni. EkspONENT uprzejmości robi coś dla odbiorcy, ale też działa, wydaje polecenia, kieruje nim **ukrywając** jednocześnie swoją **sytuacyjną nadrzędność**.

“Zasada uprzejmości” rządzi także postępowaniem wobec “gorących” kłopotów: “wywyższania się” i “wybrzydzenia”. Nakazuje powstrzymanie się od bezpośredniej reakcji na nie – ciągle chodzi o to, aby “*nie dać się wciągnąć*”.

Ale stosowanie się do “zasady uprzejmości” niesie ze sobą określone koszty psychiczne. “Sztywność” działania zgodnego z tą zasadą zmusza w potencjalnie konfliktowych sytuacjach do wykonania określonej „**pracy nad sobą**” wyrażającej się choćby we wspomnianym tłumieniu emocji, albo dokonaniu przekonującego z emocjonalnego punktu widzenia przewartościowania sytuacji i oceny własnej wartości umożliwiających łącznie „**spojrzenie z politowaniem**” na partnera interakcji.

Szczególnym rodzajem rezultatu “pracy nad sobą” może być zachowanie daje się określić mianem „**jeszcze mniej papieru**”. Bezceremonialnie wyraziła je przedstawicielka (zdziwiona zresztą, że uznaje się ją za wartościową informatorkę) szczególnej instytucji usługowej, jaką jest toaleta publiczna. “*Narzekają, że warunki nie takie, że śmierdzi i że papier jest szorstki! A co chcieli za złotówkę! Skąpiradła jedne!*”. W reakcji na “wybrzydzenie” informatorka daje takim uciążliwym klientom mniejszą niż zazwyczaj porcję papieru toaletowego, “*bo i tak im się nie podoba*”.

Ale nie tylko toaleta publiczna jest miejscem takiego działania – właściciel luksusowego pensjonatu, gdy rozmowa zeszała na pewną kategorię “wywyższających się” turystów, stwierdził – “*A ja im robię na złość (tu pokazał zaciśniętą pięść). Robię im na złość, ale tak żeby tego nie zauważyli*”.

Takie działanie jest szczególnym przykładem interakcji, w której gest jednego z partnerów jest intencjonalnie ukrywany i służy odbudowaniu naruszonej czy kwestionowanej wartości “ja” poprzez wykorzystanie swojej “sytuacyjnej przewagi”.

Sposoby wykonania wymogów zawartych w “zasadzie uprzejmości” mogą być także wprzęgnięte w “walki o godność”. Wyrazistym przykładem może być taktyka „**terroru kelnera**”. Jest ona stosowana wobec “szpanerów”. Najlepiej jest “*stać przy takim*”. Demonstracyjnie i sztywno odgrywać usługowość przemieniającą się w tym przypadku w rodzaj “naduprzejmości” oferując “*drogie i wykwintne dania*”. I “*patrzeć jak biedak się męczy*”. Pokazać: “*ciebie na to nie stać*”. Kelner odgrywając

“przedstawienie uprzejmości”, którego sztywność i wystudiowane ruchy przypominają rytuał odślaniający w konsekwencji małostkowość “szpanera” i prowadzący do “*utarcia mu nosa*” albo zmuszający go do “rujnującego” wydatku. Jest to rodzaj gry na wytrzymałość, w której kelner zdaje się zawsze zwyciężać.

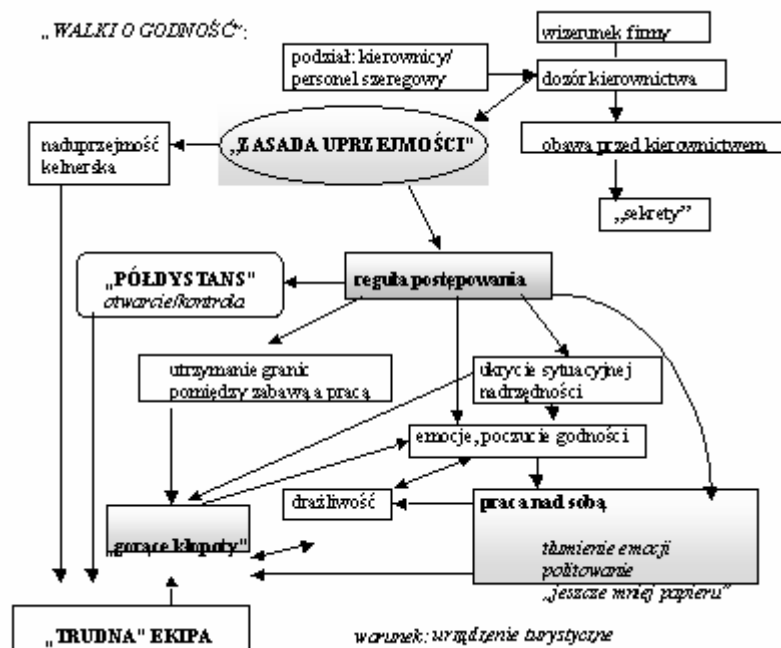
Dosyć regularne pojawianie się “gorących problemów” związanych z “wywyższaniem się” i “wybrzydzeniem” trudno raczej wyjaśnić paskudnym charakterem turystów odwiedzających badane miejsca. Warunków sprzyjających ich powstawaniu należy, jak się wydaje, poszukać w strukturze badanych sytuacji.

Hipoteza, którą można w tym kontekście sformułować, odwoływałaby się do stwierdzonej wyżej właściwości relacji łączącej ekipy turystyczne i personel, określonej mianem “rozbieżności celów i płaszczyzn interakcji”. Ekipa turystyczna zajmuje się własnym życiem i jej przedstawiciele widzą personel na sposób instrumentalny albo go “nie widzą”. Z kolei personel, zmuszony podejmować działania wynikające z “zasady uprzejmości” i wytrenowany w “pracy nad sobą”, może być skłonny interpretować zachowanie ekipy jako “bezczelne”. Podjęcie “uprzejmych” zachowań z pewnego punktu widzenia może być interpretowane jako “ustępstwo”, “krok w kierunku innego”, któremu nie odpowiada “ustępstwo” ze strony partnera interakcji. Zachowuje się on więc “arogancko” – „**myśli, że mu się wszystko należy**”.

Możliwe też są oczywiście “prowokacje” ze strony członka ekipy, który zawieszając poprzez wyjazd “rodzime” statusy, poszukuje możliwości odbudowania, albo potwierdzenia swojej wartości w nowej przestrzeni społecznej. Ta przestrzeń daje ponadto możliwość zdyskontowania w inny niż zazwyczaj sposób cech statusowych – własna odmienność, “egzotyczność” może być traktowana jako rodzaj zasobu uzasadniającego roszczenie do wyjątkowego potraktowania. Warszawiak tylko poza Warszawą może być Warszawiakiem.

Typową infrastrukturą przestrzenno-organizacyjno-społeczną, tworzącą ramy dla “zasady uprzejmości”, jest, w obrębie omawianego zespołu zjawisk, „**urządzenie turystyczne**”, którego paradygmatycznym przypadkiem jest hotel. Urządzenie to samo w sobie może być atrakcją i jednocześnie stwarza możliwość korzystania z atrakcji turystycznych. Spełnia rozliczne funkcje, jest utrzymywane w ruchu przez określonego typu personel, dokonuje się poprzez nie regulacja zachowań “obcych”. Ma tendencję do swego rodzaju kompletności. Symbolicznym elementem sygnalizującym panowanie “zasady uprzejmości” jest **recepcja**, która z jednej strony “służy pomocą”, a z drugiej zatrzymuje i poddaje kontroli.

Kategoria “urządzenia turystycznego” wprowadza złożoną problematykę, która za względu na skromne cele tego opracowania nie będzie szerzej omawiana.



Rys. 2. „Uprzejma Obsługa” – fragment pola teoretycznego

„Rodzinna Atmosfera”

Jeśli tendencję wpisaną w „Uprzejmą Obsługę” można określić jako utrzymywanie obcego pod kontrolą w „póldystansie”, to wiązka strategii związanych z „Rodzinną Atmosferą” polega na umieszczeniu „obcego” w siatce więzi. O ile w strategiach „Uprzejmej Obsługi” zawiera się moment „otwartości na każdego” (co najwyżej występuje manipulacja ceną), to w przypadku „Rodzinnej Atmosfery” dużą rolę odgrywa **selekcja** ekip. Wobec wyselekcjonowanych ekip rozwijana jest w miarę intensywna komunikacja. Ma ona aktywnie wymodelować relacje pomiędzy personelem a przedstawicielami ekipy na kształt w pełni osobistego, nieformalnego związku. Modelem są tu więzi krewniacze. Symbolicznym wyrazem tej strategii jest nieobecność recepcji w udostępnianej przestrzeni.

Selekcja może mieć charakter bezpośredni („**rozmowa kwalifikacyjna**”), gdy usługodawca podczas pierwszego kontaktu ocenia potencjalnego klienta pod kątem jego problemowości. W ten sposób z góry może wykluczyć pewne kategorie ekip: *„młodzieży nie przyjmujemy”*. *„Tu mam spokój, ja człowieka poznaję po buzi”*. *„Wystarczą dwa słowa”*.

Inny poziom selekcji to **selekcja za pomocą warunków**. Niektóre „trudne” ekipy potrzebują jakiegoś poziomu „atmosfery nie-rodzinnej”, aby móc „folgować sobie” i „szaleć”. Trudno sobie wyobrazić gwałtowną alkoholową imprezę w gościnie u quasi-rodziny. Warunki sygnalizujące „Rodzinną Atmosferę” działają zniechęcająco na te ekipy.

Zwraca to uwagę na „**przekaz**” – zbiór ogólnych sygnałów zapowiadających najbardziej prawdopodobny typ przyszłych interakcji. Ma on charakter definicji sytuacji i wyraża oczekiwania skierowane do przybyłych. Jest rodzajem „wskazywania” i zaproszeniem do pewnego rodzaju „wspólnoty komunikacyjnej”.

„Przekaz”, którego ważnym elementem jest aranżacja udostępnianej przestrzeni, ma charakter złożonego, mniej lub bardziej intencjonalnego rezultatu

procesu „przygotowania” – w tym kontekście podkreślana jest jedynie jego selekcyjna rola.

Bardziej wyrozumowana forma „przekazu” przyjmuje postać „**tworzenia własnego stylu**”. Jako jego przykład można przytoczyć „styl artystyczny”: dom-zabytek, egzotyczne meble, planowany pub „artystyczny”, galeria i koncerty wykonywane przez znajomych. Ta oferta miałaby wyselekcjonować wśród przybywających ekip „*lekarzy i prawników*”. Innym przykładem to styl „kulturalny” nastawiony na propagowanie wartości regionu, z zasobną w książki czytelnią usytuowaną w centralnym punkcie udostępnianej przestrzeni. Jeszcze inny to styl „naturalnej prostoty” – leśne zapachy, gliniane kubki, drewniane, proste meble, kominek i tym podobne. Na gruncie takiej aranżacji przestrzeni udostępnianej gospodarz nie usuwa się w cień, a próbuje podjąć rolę „atrakcyjnego partnera”.

Kolejnym czynnikiem kontroli w obszarze „Rodzinnej Atmosfery” jest także **niejasność granic** pomiędzy przestrzenią udostępnianą wewnątrz instytucji a przestrzenią prywatną gospodarzy. Jak się wydaje, granice te są ruchome i możliwe do przesunięcia w trakcie rozwoju quasi-rodzinnej relacji. Rozdział taki jest w pewnym sensie analogiczny do podziału pomiędzy sferę zabawy i sferę pracy w obszarze „Uprzejmej Obsługi”. W przypadku małych podmiotów może być także źródłem trudności i zakłóceń życia rodzinnego. Istnieje tendencja do postrzegania działalności usługowej w omawianym obszarze jako rodzaju „**nie-pracy**”, „działalności dodatkowej”, nawet jeśli jest podstawowym źródłem dochodów. Przykładem tego nastawienia może być sposób prezentowania siebie przez jednego z informatorów z Karpacza, który kontynuując rodzinną tradycję, pracując w rodzinnym pensjonacie, posiadając status pracodawcy, konsekwentnie określał się mianem „bezrobotnego”.

Skoro przestrzeń, w której opisywany sposób postępowania z ekipami turystycznymi usytuowany jest w polu „nie-pracy”, nie pojawia się tu charakterystyczny dla sfery „Uprzejmej Obsługi” konflikt pomiędzy pracą a zabawą.

Techniki postępowania z ekipami turystycznymi opierają się na wzorcach zaczerpniętych z życia rodzinnego.

„Bezpośrednie” i „nieoficjalne” relacje z klientami powodują, że „ludzie chętnie wieczorami opowiadają o swoich wrażeniach z pobytu, o tym, co widzieli, co robili”. Inny przykład:

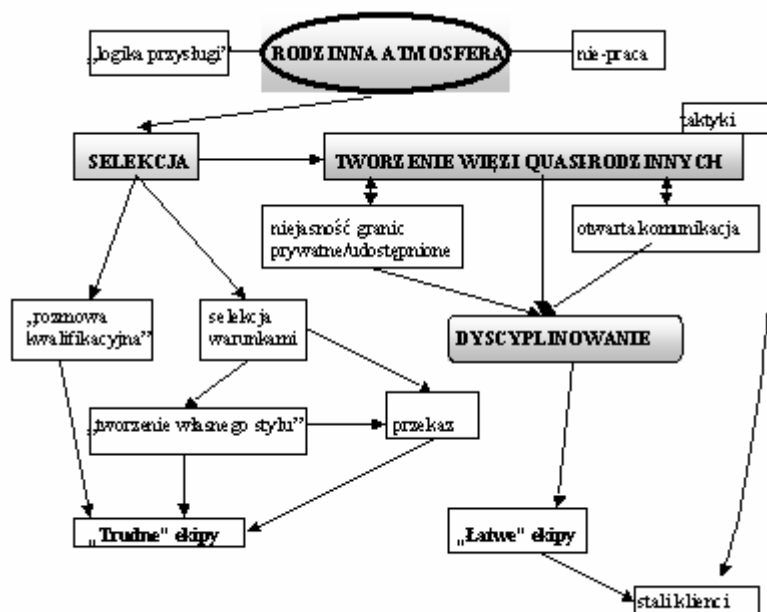
Kiedyś przedsiębiorstwo z Łodzi przysłało do mnie pracowników, na jeden czy dwa tygodnie. Dobrze mi się z nimi żyło. Mąż mówił: <ja się z tobą rozwiodę>, bo ni dawali mi spokoju, chcieli żebym robiła im na drutach różnego rodzaju robótki. Siedziałam z nimi po nocach i uczyłam (...) Raz przyjechał dyrektor tego przedsiębiorstwa, miał bardzo brzydką czapkę, więc zrobiłam mu na drutach. Jaki był szczęśliwy! Wrócił do Łodzi, a żona została z dzieckiem.

Przykład powyższy ilustruje także rozwinięcie się w relacjach pomiędzy personelem a turystami relacji, które nie oparte są na logice wymian rynkowych, ale „**logice przysług**” czy też „wymiany podarunków” (prezentów). A oto przykład konkretnej techniki modelowania kształtu interakcji.

Jakby coś tak latem, czasami, siedzą na ogrodzie, to ktoś tam nie chce się dosiąść do stolika, bo uważają, że młodzi ze starszymi tak jakoś nie... zawsze stosuję taką taktykę, że jak widzę, że jest jakieś towarzystwo niekumate, że tak powiem, to staram się młodych ze starszymi jakoś zjednać, tak żeby się jedni nie czuli lepsi, a drudzy gorsi.

Taktyki „zaprzyjaźniania się” oprócz funkcji dyscyplinujących mają znaczenie dla zapewnienia ciągłości popytu na usługę, gdyż ich rezultatem może być wykształcenie się typu „stałego klienta”, który nie tylko systematycznie korzysta z usług, ale rekomenduje je znajomym, wyposażając ich jednocześnie w „rekomendację” wobec usługodawcy.

Jak się wydaje, omawiana strategia charakterystyczna jest raczej dla podmiotów o małej skali, które czasami wprost wyrosły albo są rodzinnym przedsięwzięciem. Można jednak znaleźć przypadki adaptowania elementów tej strategii w firmach relatywnie dużych.



warunki: raczej małe podmioty
Rys. 3. „Rodzinna Atmosfera”

Zaprezentowane wyżej ustalenia mają status hipotez, nie roszczą sobie pretensji do kompletnej teorii analizowanego obszaru zjawisk. Jak się jednak wydaje, tkwi w nich pewien „potencjał ogólności”: mogą rzucić światło na relacje, w jakie wchodzimy z Obcymi.

Przypisy

ⁱ W początkowe fazy badania wniósł swoją energię i przenikliwość dr A. Terelak z Instytutu Socjologii i Psychologii Uniwersytetu Szczecińskiego.

ⁱⁱ Z punktu widzenia usługodawcy, świadczenie usługi wymaga rozwiązania wielu problemów związanych z inwestycjami i pozyskiwaniem środków finansowych na nie,

tworzeniem infrastruktury “udostępnienia”, struktury organizacyjnej, modelowaniem życia rodzinnego “rozpoznawaniem wymagań klientów” itp.

ⁱⁱⁱ Na przywołanym promie “Polonia” znajdują się 3 restauracje, cocktail-bar, pub, dyskoteka, kasyno, salon gier i TV, kąciak zabaw dla dzieci, sala konferencyjna, sklepy wolnoćtowe i sklepy z upominkami, ale także palarnie papierosów, pokład zewnętrzny. Oprócz tego organizowane są liczne tzw. imprezy okolicznościowe, oparte na wcześniej przygotowanym programie artystycznym.

^{iv} Tu, oprócz wywiadu, zastosowano analizę wtórną danych zawartych w niepublikowanej pracy magisterskiej Marty Kaszyńskiej *Spółeczny świat promu* obronionej w Instytucie Socjologii w roku 2004. Szczególnie cenny dla nas był ten fragment pracy (generalnie poświęconej, opisowi relacji pomiędzy członkami załogi promu), w którym autorka prezentuje własne spostrzeżenia wyniesione z 11 tygodniowego okresu zatrudnienia w lecie i na jesieni 2003 roku w dziale hotelowym promu oraz wyniki nieformalnych rozmów z członkami personelu dotyczące pasażerów.

^v Uwagi dotyczące “Uniformu Turysty” wiele zawdzięczają spostrzeżeniom dr Magdaleny Fiternickiej-Gorzko.

Bibliografia

Dey, Ian (1999) *Grounding Grounded Theory: Guidelines for Qualitative Inquiry*. London: Academic Press.

Glaser, Barney (1978) *Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory*. Mill Valley: The Sociology Press.

-----, (1992) *Emergence vs Forcing: Basics of Grounded Theory Analysis*. Mill Valley: The Sociology Press.

Glaser, Barney i Anselm Strauss (1967) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Adline.

Konecki, Krzysztof (2000) *Studia z metodologii badań jakościowych: Teoria ugruntowana*. Warszawa: PWN.

Strauss, Anselm (1987) *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge University Press.

Strauss, Anselm i Juliet Corbin (1998) *Basic of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks: Sage.

Cytowanie

Gorzko Marek (2005) “Rodzinna Atmosfera” i “Uprzejma Obsługa”. W stronę substantywniej teorii obsługi ruchu turystycznego – komunikat z badań”. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, Tom I, Numer 1. Pobrano Miesiąc, Rok (http://www.qualitativesociologyreview.org /PL/archive_pl.php)