

KIERUNKI I OBSZARY INSTYTUCJONALIZACJI TURYSTYKI W KONTEKŚCIE ZMIAN DEMOGRAFICZNYCH, SPOŁECZNO- KULTUROWYCH, GOSPODARCZYCH I ŚRODOWISKOWYCH

Międzynarodowa aktywność turystyczna na świecie od kilkudziesięciu lat wykazuje nieprzerwaną dynamikę rozwoju¹. Wielomilionowy ruch turystyczny wymaga sprawnej wielopoziomowej organizacji i współpracy wielu podmiotów o różnym zakresie czynności, zainteresowań i kompetencji. Istotna w tym kontekście jest działalność wyspecjalizowanych instytucji, związków i stowarzyszeń oraz wprowadzanie międzynarodowych przepisów i rekomendacji, których celem jest – z jednej strony – tworzenie dogodnych warunków rozwoju turystyki, a z drugiej – ochrona środowiska naturalnego i dóbr kultury. Wyżej wspomniane formy wprowadzania pewnych ogólnobowiązujących zasad i sformalizowanych sposobów działania i uregulowanych, względnie stałych, form aktywności podlegających określonym sankcjom oraz próby odgórnego zarządzania ogromną gałęzią gospodarki, jaką jest turystyka, to różne postacie postępującego procesu instytucjonalizacji turystyki. Owe zamykanie turystyki w pewne instytucjonalne ramy, formułowanie praw oraz reguł ograniczających i kontrolujących zarówno przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku turystycznym, jak i samych podróżnych są koniecznością w związku z licznymi zmianami demograficznymi, społeczno-kulturowymi, gospodarczymi i środowiskowymi. Dopóki turystyka była fenomenem marginalnym nie wymagała aż tak wielu regulacji, działań i instytucji określających jej organizację. Od kiedy jest zjawiskiem masowym, szybko rozwijającym się i silnie związanym z codziennym życiem społecznym (poprzez liczne związki z przestrzenią edukacji, pracy zawodowej i życia

¹ G. Gołembski (2009), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Warszawa: 133.

rodzinnego), od kiedy żyjemy w erze „turystyfikacji świata”², praktycznie każdy, nawet wąski aspekt podróży wymaga formalizacji zasad, na jakich się ona odbywa. W grę wchodzi dobro organizatorów wyjazdów, turystów oraz środowiska odwiedzanego (przyrodniczego, kulturowego i społecznego) przyjmującego ruch turystyczny. Należy także dodać, że praktycznie na wszystkich etapach procesu instytucjonalizacji turystyki konieczna jest współpraca międzynarodowa w dziedzinach bezpośrednio lub pośrednio związanych z „przemysłem skomercjalizowanej gościnności” (ang. *commercial hospitality industry*, pojęcie odnoszące się do hotelarstwa i różnego typu obiektów zbiorowego zakwaterowania i wyżywienia podróżnych³), usługami rekreacyjnymi, zbiorowym transportem oraz obsługą ruchu turystycznego.

Na świecie działa kilka tysięcy organizacji turystycznych. Mówimy orientacyjnie o około 2400 międzynarodowych organizacjach pozarządowych i 280 organizacjach międzyrządowych, przy czym Polska aktywnie współdziałała i uczestniczy w pracach 680 organizacji (dane z lat 2010-2018)⁴. W niniejszym opracowaniu nie będziemy wymieniać wszystkich tych stowarzyszeń i szczegółowo opisywać ich historii oraz działalności, gdyż, jak łatwo można sobie wyobrazić, zakres tak obszernej analizy przekraczałby możliwości pojedynczego artykułu. Zainteresowanych wykazem i przeglądem organizacji turystycznych możemy odesłać do podręcznika *Podstawy turystyki* Barbary Cymańskiej-Garbowskiej i Barbary Steblik-Właźlak, w którym rozdziały szósty i siódmy zostały poświęcone opisowi polskich i międzynarodowych organizacji i stowarzyszeń turystycznych⁵ lub *Podstawy turystyki* Grażyny Leszki, w którym w podrozdziale 27 autorka skupia się na krajowych organizacjach turystycznych, według ich zadań statutowych, a w podrozdziale 28 – na międzynarodowych organizacjach działających na rzecz turystyki⁶. Także monografia *Międzynarodowe organizacje turystyczne* autorstwa Wiesława Alejsiaka i Tomasza Marcińca oferuje wszechstronną analizę działalności najważniejszych międzynarodowych organizacji turystycznych i stanowi kompleksowe ujęcie problematyki instytucjonalnego wspomaganie rozwoju turystyki w świetle procesów globalizacji, regionalizacji i internacjonalizacji działalności gospodarczej w przekroju subsegmentów współczesnego rynku

² K. Przeclawski (2004), *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Kraków: 45.

³ A. Baever (2005), *A Dictionary of Travel and Tourism Terminology*, Wallingford: 33.

⁴ <http://www.pl.tourism-review.org> (15.11.2019).

⁵ B. Cymańska-Garbowska, B. Steblik-Właźlak (2014), *Podstawy turystyki*, Warszawa: 261-334.

⁶ G. Leszka (2013), *Podstawy turystyki*, Warszawa: 206-239.

turystycznego⁷. Na uwagę zasługuje także książka *Benchmarking national tourism organisations and agencies*, w której zespół brytyjskich specjalistów ds. turystyki porównuje i ocenia dobre praktyki stosowane przez krajowe organizacje i agencje turystyczne⁸. Inna, leciwa już, anglojęzyczna lektura to *Tourist Organizations* Douglasa G. Pearce, prezentująca działalność ogólnosiwiatowych organizacji turystycznych oraz kilku wybranych organizacji na rynkach lokalnych (np. Hawaje, Szkocja, Niemcy, Nowa Zelandia) jako studium przypadku⁹.

Celem niniejszego artykułu jest analiza kierunków i obszarów instytucjonalizacji współczesnej turystyki poprzez określenie wpływu działalności organizacji na funkcjonowanie dzisiejszego przemysłu turystycznego i ukazanie pewnych tendencji w postępującej instytucjonalizacji turystyki w kontekście zmian demograficznych, społeczno-kulturowych, gospodarczych i środowiskowych. Współczesny, ponowoczesny świat przeobraża się pod wieloma względami i zmienia się także siłą rzeczy charakter turystyki. Jako punkt wyjścia do rozważań wyodrębniliśmy, na potrzeby tej wąsko zakrojonej analizy, cztery szeroko rozumiane obszary zmian, a mianowicie: demograficzne, społeczno-kulturowe, gospodarcze i środowiskowe. W każdej z tych przestrzeni staraliśmy się pokazać, w jakim wymiarze postępuje instytucjonalizacja turystyki poprzez działalność wyspecjalizowanych organizacji turystycznych oraz wprowadzanie nowych przepisów i rekomendacji w sektorze turystyki.

Demografia a instytucjonalizacja turystyki

Najważniejszą światową zmianą, mającą wpływ na wszystkie aspekty życia, włączając w to także turystykę, jest wzrost ogólnej liczby ludności. Według danych Banku Światowego populacja Ziemi podwoiła się w przeciągu ostatnich 50 lat, wzrastając do prawie 7,6 miliarda w 2018 roku¹⁰. Statystyki Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) pokazują, że wydłuża się nie tylko czas życia ludzi (wskaźnik „średnia oczekiwana długość życia”), ale także czas życia ludzi w dobrym zdrowiu¹¹. Efektem tych zmian demograficznych

W. Aleziak, T. Marciniak (2003), *Międzynarodowe organizacje turystyczne*, Kraków.
J.J. Lennon, H. Smith, N. Cockerell, J. Trew (2006), *Benchmarking national tourism organisations and agencies*, Amsterdam.

D.G. Pearce (1992), *Tourist Organizations*, Harlow.

¹⁰ <http://www.datatopics.worldbank.org> (15.11.2019).

¹¹ *World Health Statistics* (2019), <http://www.who.int> (15.11.2019).

jest także wzrost potencjalnej i rzeczywistej liczby turystów. Wiele organizacji turystycznych prowadzi statystyki dotyczące ruchu turystycznego i należy podkreślić, że właśnie obecnie badania kontrolujące rozwój turystyki i pomiary przepływu turystów są bardziej potrzebne niż kiedykolwiek wcześniej. Tłumy turystów to nie tylko pozytyw, ale także potencjalnie wielowymiarowe zagrożenie. Obserwowane są pewne fluktuacje w zależności od kierunku podróży, długości trwania wyjazdu, sposobu zakwaterowania turystów (statystyki ruchu turystycznego prowadzone są na różnych szczeblach, oraz w oparciu o różne parametry), ale generalnie na przestrzeni lat obserwujemy wzrost aktywności turystycznej. Badania w tym obszarze na skalę światową prowadzi m.in. Światowa Organizacja Turystyki Narodów Zjednoczonych (*United Nations World Tourism Organization, UNWTO*¹²).

Wiele międzynarodowych organizacji turystycznych widzi swoją rolę jako forum stwarzające okazję do spotkań (podczas konferencji), wymiany informacji i doświadczeń pomiędzy członkami i nawiązywania oraz utrwalania współpracy mającej owocować rozwojem turystyki. O ile wcześniej organizacje te jako swój cel statutowy formułowały zazwyczaj „wspieranie rozwoju turystyki” czy „ekspansję turystyki” na skalę światową, jak np. Międzynarodowy Związek Turystyki (*International Touring Alliance, ITA*) lub Światowa Rada Podróży i Turystyki (*World Travel and Tourism Council, WTTC*)¹³ lub regionalnie, jak np. Stowarzyszenie Turystyczne Azji Pacyficznej (*Pacific Asia Travel Association, PATA*)¹⁴, Europejska Komisja Turystyczna (*European Travel Commission, ETC*)¹⁵ czy Afrykańskie Stowarzyszenie Turystyki (*African Travel Association, ATA*)¹⁶, o tyle dziś podkreśla się przede wszystkim pożądane cechy rozwoju turystyki. Okazuje się, że turystyka jako taka nie potrzebuje promocji, należy natomiast uwypuklać rozwój turystyki zrównoważonej. UNWTO odgrywa ważną rolę w promowaniu turystyki „zielonej”, ekologicznej, świadomej, odpowiedzialnej i zorientowanej proetycznie. Pod uwagę bierze się tu dobro społeczne i kwestie ekonomiczne (szczególną uwagę poświęca się interesom krajów rozwijających się), sposoby podróżowania i ich wpływ na środowisko oraz zjawisko przetłoczenia (zbyt dużego napływu turystów) w niektórych popularnych destynacjach

¹² Z powodu częstego mylenia *World Tourism Organization* z *World Trade Organization* (Światowa Organizacja Handlu), Zgromadzenie Generalne ONZ postanowiło zmienić skrót na UNWTO (jego pierwsze litery oznaczają *United Nations*).

¹³ <http://www.wttc.org/> (15.11.2019).

¹⁴ <http://www.pata.pl/index.php> (15.11.2019).

¹⁵ <http://www.etc-corporate.org/> (15.11.2019).

¹⁶ <http://www.africatravelassociation.org/ata/> (15.11.2019).

turystycznych. W tym kontekście od około 2015 roku badacze turystyki coraz częściej używają nowoutworzonego pojęcia *overtourism*¹⁷, które można przetłumaczyć jako „przeturystycznienie”. Podręcznikowym przykładem tego zjawiska może być Wenecja. Władze miasta zmuszone są wprowadzić opłatę za zwiedzanie tej atrakcji turystycznej ściągającej podróżnych z całego świata, by móc okiełznać „turystykę drapieżną” i zniwelować negatywny wpływ mas ludzkich obciążających infrastrukturę i praktycznie uniemożliwiających życie ludności lokalnej. Podobny fenomen obserwuje się w innych przeturystycznionych europejskich miastach, jak np. Paryż, Barcelona, Amsterdam, Berlin czy – w dużo mniejszym stopniu, ale chcąc przywołać przykład krajowy – Kraków. Lokalnie podejmuje się pewne działania mające na celu złagodzenie sytuacji: wprowadza się moratorium na nowo powstające hotele i apartamenty pod wynajem, obostrza się działalność AirBnB poprzez kontrolę rejestracji mieszkań pod wynajem, zakazuje się jazdy na segway’ach oraz wprowadza się podatki turystyczne i taksy klimatyczne. W niektórych atrakcjach i obiektach turystycznych wprowadza się ograniczenia dotyczące zwiedzania: zamyka się czasowo lub sezonowo dostęp dla turystów.

Zmiany społeczno-kulturowe a instytucjonalizacja turystyki

Popularność aktywności podróżniczej znajduje odbicie w przekonaniu, że turystyka ma być uniwersalnie dostępna, co z kolei owocuje działalnością organizacji dbających o interesy różnych, dotychczas częściowo mniej uprzywilejowanych lub wręcz wykluczanych, grup społecznych. Może chodzić na przykład o osoby niepełnosprawne: z ograniczoną sprawnością ruchową, z dysfunkcjami wzroku lub słuchu, z upośledzeniem umysłowym. Promowane są hasła „turystyki bez barier” (ang. *accessible tourism*) i idące za tym inicjatywy i starania, by przystosowywać infrastrukturę do potrzeb osób niepełnosprawnych. Jednym z ważnych aspektów promocji turystyki osób niepełnosprawnych jest ich integracja społeczna i burzenie stereotypów w społeczeństwie związanych z chorobą, inwalidztwem, kalectwem i upośledzeniem. Na tym polu ważną rolę odgrywają organizacje i stowarzyszenia działające na rzecz rozwoju turystyki osób niepełnosprawnych oraz

¹⁷ K. Koens, A. Postma, B. Papp (2018), *Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context*, „Sustainability”, 10(12): 4384.

wprowadzanie rozwiązań prawno-organizacyjnych ułatwiających podróże tej heterogenicznej grupy społecznej¹⁸.

Proces instytucjonalizacji turystyki widoczny jest także w aktywności organizacji na rzecz turystyki w różnych grupach wiekowych. Polska Izba Turystyki Młodzieżowej (PITM) oraz analogiczne organizacje w innych krajach reprezentują interesy dzieci i młodzieży i tworzą warunki do zwiększania uczestnictwa tej właśnie grupy wiekowej w turystyce. Są także często odpowiedzialni za przepisy zwiększające bezpieczeństwo dzieci podczas zorganizowanych form spędzania wakacji – określają na przykład obowiązki wychowawców kolonijnych, reguły przewozu dzieci i młodzieży, kryteria zakwaterowania i wyżywienia.

W związku z fenomenem intensywnego „starzenia się społeczeństwa” w państwach wysokorozwiniętych (a stąd rekrutują się właśnie turyści) ważną grupą wiekową są seniorzy: osoby powyżej 60. roku życia stanowią obecnie aż 20% wszystkich turystów i odsetek ten będzie wzrastał, jak wynika z danych prezentowanych przez Światowy Kongres Turystyki Senioralnej (ang. *World Senior Tourism Congress*)¹⁹, grupy specjalistów, która reprezentuje interesy osób starszych, zwracając uwagę na ich specyficzne potrzeby jako klientów i konsumentów. Branża turystyczna musi być przygotowana na turystykę senioralną nazywaną „srebrną turystyką” (ang. *silver tourism*), analogicznie jak powstają na rynku inne oferty spędzania czasu wolnego adresowane do tej właśnie grupy wiekowej, np. uniwersytety trzeciego wieku czy zajęcia sportowe dla osób starszych. Potencjału tkwiącego w tej grupie turystów nie można lekceważyć: seniorzy mogą przedłużyć sezon turystyczny skracając martwe okresy turystyczne oraz często stanowią grupy wielopokoleniowe, gdyż podróżują z wnukami.

W ostatnich latach można zaobserwować wzmożoną aktywność organizacji reprezentujących interesy i potrzeby osób homoseksualnych jako turystów. Międzynarodowe Stowarzyszenie Turystyczne Gejów i Lesbijek (ang. *International Gay & Lesbian Travel Association*, IGLTA) to największa na świecie organizacja wspierająca i rozwijająca turystykę osób LGBT poprzez edukację, promocję i wspólne działania. Należą do niej kwaterodawcy, linie lotnicze, gestorzy atrakcji turystycznych, firmy wynajmujące samochody, linie żeglugowe, firmy marketingowe, mass media, dziennikarze, wydawcy, biura podróży, biura promocji i informacji turystycznej, agencje turystyczne,

¹⁸ J. Żbikowski (2005), *Kierunki rozwiązań prawno-organizacyjnych turystyki osób niepełnosprawnych*. W: F. Midura, J. Żbikowski [red.], *Krajoznawstwo i turystyka osób niepełnosprawnych*, Biała Podlaska: 79-91.

¹⁹ <http://www.wstc.webside> (15.11.2019).

touropreatorzy, inne przedsiębiorstwa związane z turystyką. Z IGLTA stowarzyszone są ponadto organizacje non-profit oraz pozabranżowe: bary i kluby nocne, kawiarnie, muzea, organizatorzy pride'ów, restauracje, sklepy, ośrodki spa, teatry oraz inne podmioty oraz usługodawcy ukierunkowani na potrzeby społeczności LGBT²⁰.

Na uwagę zasługują także organizacje dbające o pewne specyficzne dobra kultury, których egzystencja w dobie komercjalizacji i globalizacji może zostać zagrożona. Przykładem promujących i chroniących działań na rzecz pamięci o festiwalach i paradach karnawałowych jest aktywność Międzynarodowej Federacji Miast Karnawałowych (ang. *Federation European Carnival Cities*, FECC), zrzeszającej ponad 500 członków i organizacji reprezentujących 100 miast w 52 krajach.

Rozrost turystyki w skali światowej oznacza także nowe wyzwania i kwestie problematyczne w sferze szeroko rozumianego bezpieczeństwa turystów. Po pierwsze, chodzi o bezpieczeństwo uprawiania turystyki, np. w obszarach wysokogórskich, na akwenach, w wielomilionowych miastach itp. Powstają międzynarodowe przepisy i prężnie działają organizacje dbające o bezpieczeństwo (fizyczne) turystów. Kilka polskich przykładów to Tatrzańskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe (TOPR), Górskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe (GOPR), Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe (WOPR). Analogiczne organizacje działają na całym świecie, choć ich spektrum działalności i moc ustawodawcza mogą znacznie się różnić. Po niektórych obszarach Himalajów można się poruszać tylko w obecności przewodników górskich (szerpów) i po uzyskaniu specjalnego pozwolenia. Po drugie, należy pamiętać o różnego typu przedsięwzięciach zabezpieczających klientów biur podróży i budujących zaufanie społeczne w przestrzeni turystyki. Na całym świecie z różną częstotliwością i w różnych okolicznościach bankrutują różne podmioty działające na rynku turystycznym: biura podróży, kwatery, przewoźnicy. Mająca miejsce kilkanaście lat temu lawina upadłości biur podróży uruchomiła proces instytucjonalizacji turystyki w tym obszarze. Wprowadzono wiele zmian dotyczących polis ubezpieczeniowych, gwarancji, funduszy i zabezpieczeń finansowych biur podróży na wypadek upadłości, tak by móc zapewnić urlopowiczom powrót do kraju, wypłacić odszkodowania klientom i pokryć roszczenia kontrahentów. Po trzecie, wyspecjalizowane jednostki rządowe odpowiedzialne za kwestie bezpieczeństwa obywateli przygotowują raporty zawierające informacje, ostrzeżenia, rekomendacje dotyczące podróży do niektórych regionów turystycznych i wpisują niektóre miejsca na listę niebezpiecznych destynacji turystycznych.

²⁰ <http://www.iglta.org> (15.11.2019).

Gospodarka a instytucjonalizacja turystyki

Ocena efektów ekonomicznych wywołanych przez zjawisko turystyki wymaga uwzględnienia wielu źródeł informacji i kontroli wielu czynników składających się na turystykę. Dlatego też proces instytucjonalizacji przebiega wielotorowo, dbając o interesy poszczególnych podmiotów aktywnych w przemyśle gościnności. Szeroko rozumiane działania kontrolne w zakresie rozwoju turystyki prowadzi Komitet Turystyczny działający przy Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (ang. *Organization for Economic Co-operation and Development*, OECD), który widzi turystykę jako środek do „osiągnięcia szybkiego wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia w krajach członkowskich, rozwoju gospodarczego słabiej rozwiniętych państw oraz popierania wielostronnego handlu światowego”²¹. UNWTO wspiera wdrożenie światowego kodeksu etycznego dla turystyki i stawia sobie za cel wspieranie wzrostu ekonomicznego, z zastrzeżeniem, że kraje członkowskie, ośrodki turystyczne i sektor biznesowy, dążąc do maksymalizacji zysków, będą jednocześnie ograniczać ewentualne negatywne efekty rozwoju przemysłu turystycznego. Zwraca się uwagę na to, iż rozwój turystyki powinien respektować lokalne warunki społeczne, kulturowe i środowiskowe, a także przyczyniać się do wzajemnego zrozumienia, pokoju i szacunku dla uniwersalnych praw i wolności człowieka. UNWTO uczestniczy w realizacji *United Nations Millennium Development Goals* – programu redukcji ubóstwa i wsparcia zrównoważonego rozwoju²².

Na proces instytucjonalizacji turystyki należy spojrzeć także przez pryzmat działalności organizacji funkcjonujących w poszczególnych obszarach rynku turystycznego i skupiających interesy konkretnych przedstawicieli subsegmentów współczesnego rynku turystycznego. I tak na przykład działa wiele organizacji branżowych w sektorze organizatorów podróży. Światowa Federacja Narodowych Biur Podróży (*Universal Federation of Travel Agents' Associations*, UFTAA), do której należy m.in. Polska Izba Turystyki, zrzesza krajowe stowarzyszenia touroperatorów i agentów podróży oraz agencje podróży i inne instytucje związane z branżą turystyczną. Federacja ma za zadanie reprezentować poglądy oraz wspierać interesy swoich członków, co może oznaczać prowadzenie lobbingu przeciwko ustawom szkodliwym dla ogólnie pojętego sektora organizatorów podróży²³. Elitarne Światowe Stowarzyszenie

²¹ http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html (15.11.2019).

²² <http://www.unwto.org/index.php> (15.11.2019).

²³ <http://www.uftaa.org/> (15.11.2019).

Agencji Podróży (ang. *World Association of Tour Agencies*, WATA) to natomiast niekomercyjna organizacja, która zajmuje się kwestiami profesjonalizmu i rentowności agentów członkowskich w ramach współpracy globalnej. Jej członkowie zobowiązani są do najwyższych standardów etyki biznesu i jakości usług dla klientów i mają prawo do znaku towarowego WATA w skali globalnej²⁴. Organizatorzy turystyki motywacyjnej (ang. *incentive tourism*) mają swoje własne stowarzyszenia, np. *Society for Incentive Travel Excellence* (SITE)²⁵ czy Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel (SOIT)²⁶, które szerzą dobre praktyki w branży profesjonalnych agencji eventowych przygotowujących wyjazdy motywacyjne, integracyjne i wycieczki-nagrody. Agencje zrzeszone spełniają wysokie kryteria członkowskie zawarte w statucie, co sprawia, że są wiarygodnymi i rzetelnymi partnerami w biznesie.

W branży hotelarsko-gastronomicznej działa wiele organizacji, które z jednej strony dbają o interesy i potrzeby gości-turystów, a z drugiej o usługodawców. Działalność Międzynarodowego Stowarzyszenia Hoteli i Restauracji (ang. *International Hotel & Restaurant Association*, IH&RA), w którym Polskę reprezentuje Polskie Zrzeszenie Hoteli, dotyczy międzynarodowej klasyfikacji hoteli, statystyki branżowej, polityki podatkowej w przemyśle hotelarskim oraz zarządzania zasobami ludzkimi²⁷. Członkami Międzynarodowej Federacji Schronisk Młodzieżowych (ang. *International Youth Hostel Federation*, IYHF)²⁸ są krajowe stowarzyszenia schronisk młodzieżowych posiadające co najmniej 5 schronisk z co najmniej 1000 łóżek oraz udzielające w ciągu roku co najmniej 5000 noclegów. Cele tej organizacji to zapewnienie młodzieży tanich noclegów w schroniskach młodzieżowych, krzewienie współpracy między stowarzyszeniami schronisk młodzieżowych oraz rozwijanie wśród młodzieży zamiłowania do krajoznawstwa i turystyki miejskiej. Inne organizacje działające w tym sektorze rynku turystycznego to Konfederacja Krajowych Stowarzyszeń Hoteli i Restauracji we Wspólnocie Europejskiej (HOTREC), Międzynarodowy Związek Krajowych Organizacji Hotelarzy, Restauratorów i Właścicieli Kawiarni (HO-RE-CA) oraz Międzynarodowa Federacja Campingu i Caravaningu (FICC), do której należy Polska Federacja Campingu i Caravaningu. Istotą działalności tych organizacji są okresowe spotkania w celu wymiany doświadczeń, zebrania informacji,

²⁴ <http://www.wata-dmc.net/> (15.11.2019).

<http://www.siteglobal.com/> (15.11.2019).

²⁶ <http://soit.net.pl/> (15.11.2019).

<http://www.ih-ra.com/> (15.11.2019).

²⁸ <http://www.hihostels.com/> (15.11.2019).

podejmowania działań promocyjnych i wypracowywanie pewnych standardów obowiązujących w danym segmencie rynku turystycznego.

Mimo iż program działań wielu organizacji uwzględnia kontrolę jakości usług turystycznych i ochronę praw turysty jako konsumenta, można wskazać na pewien ciekawy problem, który nie doczekał się jeszcze systemowego rozwiązania i wystarczającej instytucjonalizacji. Chodzi mianowicie o nazewnictwo obiektów noclegowych w kontekście przejrzystości informacji dotyczącej jakości i charakteru usług świadczonych podróżnym²⁹. Oczywiście konsekwencją wzrostu ruchu turystycznego jest rozwój infrastruktury turystycznej, obejmującej także bazę noclegową. Można zaobserwować, że obiekty turystyczne oferujące zakwaterowanie są coraz bardziej zróżnicowane, a także, że cechuje je niezwykła mnogość nazw rodzajowych nadawanych poszczególnym strukturom funkcjonującym w ramach przemysłu skomercjalizowanej gościnności, do tego stopnia, że bogactwo językowe zdaje się przewyższać realną dywersyfikację obiektów. Innymi słowy, pluralizm terminologiczny nie przekłada się na należne zróżnicowanie wyposażenia i usług świadczonych turystom w poszczególnych obiektach. Wręcz przeciwnie: wzmagają one zamieszanie terminologiczne, przyczyniając się do nieprzejrzystości i nieczytelności informacji oferowanej turystom szukającym zakwaterowania. Wydaje się, że w wielu przypadkach nieświadomy konsument jest uwodzony atrakcyjną, innowacyjną, modną i obiecującą nazwą, gdyż język turystyki wykształcił więcej terminów niż w rzeczywistości potrzeba. Dodatkowo chaos wzmagany jest przez brak jednolitej standaryzacji oraz różne wzory kulturowe przekładające się na odmienne praktyki w zakresie gościnności w miejscowości docelowej. Dogłębna analiza socjolingwistyczna nazw rodzajowych turystycznych obiektów noclegowych (m.in. boatel, motel, condotel, aparthotel, boutique hotel, resort hotel, spa hotel, hotel garni, inn, pensjonat, hostel, bed and breakfast, domki letniskowe, ośrodek wczasowy, centrum konferencyjne, timesharing, couchsurfing) wykazała, że w terminologii przemysłu skomercjalizowanej gościnności istnieje wiele nieścisłości. Uwidoczniono potrzebę bardziej rzetelnego i przejrzystego zdefiniowania terminów istotnych zarówno dla odbiorców jak i dostawców usług turystycznych. Kwestia jest zastanawiająca: pomimo postępującej globalizacji i współpracy międzynarodowej w sektorze turystyki nie istnieje jednolita kategoryzacja turystycznej bazy noclegowej na światową skalę. Nawet w ściśle kooperującej w innych społeczno-ekonomiczno-kulturowych kwestiach Europie, nie

²⁹ J. Murrmann (2014), *Kreatywność języka turystyki? „Innowacyjne” nazwy rodzajowe turystycznych obiektów noclegowych a przejrzystość informacji w zakresie jakości usług oferowanych podróżującym*, „Folia Turistica”, 30: 9-26.

wypracowano dotąd powszechnego systemu kategoryzacji obiektów świadczących czasowe zakwaterowanie. UNWTO i Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (ang. *International Organization for Standardization, ISO*)³⁰ starały się swojego czasu wypracować pewien konsensus i określić minimalne wymagania i standardy jakości obowiązujące na całym świecie, ale wspomniana poprzednio IH&RA, będąca najważniejszą międzynarodową organizacją działającą w sektorze hotelarstwa, nie tylko nie wsparła tych działań, lecz nawet skutecznie je zablokowała, twierdząc, że harmonizacja hotelarskich kategoryzacji jest zadaniem niepożądanym i niewykonalnym³¹. Problem ten pozostaje zatem nadal nierozwiązany i będzie wymagał dalszych procedur.

Najważniejsze organizacje działające w sektorze transportowym to Stowarzyszenie Międzynarodowego Transportu Lotniczego (ang. *International Air Transport Association, IATA*), Międzynarodowy Związek Kolei (ang. *International Union of Railways, IUR*), a także liczne organizacje zajmujące się transportem drogowym. Istotą działalności tych instytucji jest troska o bezpieczeństwo w transporcie. Na przestrzeni lat sformułowano wiele zasad i przepisów dotyczących podróży samolotem, pociągiem, autokarem, samochodem i innymi środkami lokomocji. Ponadto organizacje te dbają o interesy usługodawców oraz organizują bezkonfliktową współpracę z władzami państwowymi, klientami oraz osobami trzecimi, tzn. touroperatorami, agentami podróży, firmami spedycyjnymi, dostawcami ekwipunku itd.

Proces instytucjonalizacji towarzyszy rozwojowi różnych turystyk specjalistycznych. Na przykład wspomniany już wcześniej ITA, zrzeszający liczne stowarzyszenia automobilowe, kempingowe, turystyki wodnej, pieszej, rowerowej i motorowerowej, wyznacza zalecane standardy i formułuje rekomendacje w zakresie uprawiania turystyki sportowej i rekreacyjnej. Instytucjonalizacja w sferze turystyki lingwistycznej odbywa się poprzez działalność placówek oświatowych, które dbają o wysoki poziom usług edukacyjnych podczas pobytów językowych: wprowadza się certyfikaty jakości wśród lokalnych szkół językowych, dostarcza się rekomendacje dotyczące kształcenia

³⁰ Powstała, co prawda, w styczniu 2001 roku norma terminologiczna EN ISO 18513:2003 dotycząca hoteli i innych rodzajów zakwaterowania turystycznego (*Tourism services – Hotels and other types of accommodation – Terminology*), zawierająca 54 terminy dotyczące zakwaterowania, ale standardy wypracowane w tym dokumencie nie są powszechnie obowiązującą normą w międzynarodowym przemyśle turystycznym i ich przestrzeganie ma charakter dobrowolny. Ponadto, abstrakcyjne i złożone nazwy nie zostały uwzględnione. <http://www.iso.org/iso/en/CatalogueDetailPage.CatalogueDetail?CSNUMBER=31812> (15.11.2019).

³¹ <http://www.businessdictionary.com> (15.11.2019).

językowego i organizowania krajoznawczych wycieczek i zajęć fakultatywnych wspomagających proces glottodydaktyczny, stosuje się międzynarodowe systemy oceniania kompetencji językowych wypracowane przez zespoły specjalistów. Coraz więcej przepisów obowiązuje także w turystyce sportowej i rekreacyjnej: na przykład w obszarach górskich kontroluje się uprawnienia, umiejętności i wymiar czasu pracy instruktorów i przewodników. We włoskich Dolomitach, przykładowo, zagraniczni instruktorzy mogą pracować tylko kilka tygodni w sezonie.

Środowisko przyrodnicze a instytucjonalizacja turystyki

W kontekście środowiskowym o turystyce mówi się raczej negatywnie. Turystka to wielomiliardowy ruch, to zwiększona konsumpcja, to zanieczyszczenie środowiska, to zwiększony hałas. Następstwem pojawienia się tłumów zwiedzających pieszych jest rozwój usług oferowanych w danym rejonie przez miejscowych sprzedawców, przewoźników i przewodników. Dlatego właśnie turystyka to jeden z elementów zwiększających ślad węglowy (ang. *carbon footprint*), czyli całkowitą sumę emisji gazów cieplarnianych wywołanych bezpośrednio lub pośrednio przez dane wydarzenie oraz organizacje i osoby w nim uczestniczące.

Istnieją oczywiście liczne inicjatywy, których celem jest zabezpieczanie zabytków historii i natury. Parki narodowe i rezerwy przyrody, jako obszary zachowane w stanie naturalnym i posiadające szczególną wartość przyrodniczą i krajobrazową, są objęte ochroną prawną za sprawą Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody (ang. *International Union for Conservation of Nature*, IUCN), co oznacza, że obowiązują w nich określone reguły zachowania i ogranicza się wpływ człowieka (turysty) na środowisko naturalne.

Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Oświaty, Nauki i Kultury (ang. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, UNESCO) stworzyła listę światowego dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, na którą wpisywane są najbardziej wartościowe obiekty³². Pozytywnym aspektem listy jest fakt, iż uwzględnione obiekty mają być pod szczególną ochroną, ale negatywem jest fakt, iż tym częściej są one celem podróży dla turystów.

Niedawno (2018 rok) powstała inicjatywa Travalyst, której twarzą jest brytyjski książę Harry, jest owocem współpracy „gigantów” na rynku turystycznym: Booking.com, SkyScanner.com., Tripadvisor, Visa oraz chińskiego

³² <http://www.unesco.org/new/en/unesco> (15.11.2019).

operatora turystycznego CTrip i ma promować turystykę odpowiedzialną, tak by zmniejszać negatywny wpływ sektora turystycznego na naszą planetę. Sednem projektu jest lepiej zorganizowane zarządzanie rezerwacjami lotniczymi i planowanie optymalnego obłożenia współpracujących hoteli, przekładające się na przyjazne środowisku podróżowanie.

Ważne inicjatywy pojawiają się także na poziomie lokalnym, w krajach, które posiadają wyjątkowe zabytki kultury i przyrody, będące szczególnie atrakcyjne dla turystów. Konieczne jest wprowadzanie przemyślanych rozwiązań systemowych normalizujących ruch oraz czas przebywania zwiedzających na danym obszarze oraz przepisów określających działalność osób obsługujących turystów. Dobrą ilustracją problemu ochrony obiektu turystycznego przed negatywnym wpływem masowego ruchu turystycznego mogą być różnego rodzaju przedsięwzięcia podejmowane przez władze Jordani w odniesieniu do jej najcenniejszego skarbu: Petry³³. Starożytne miasto wykute w skale uważane jest za jeden z siedmiu cudów świata i w konsekwencji obiekt przyciąga rzesze odwiedzających. Obecność w tym miejscu dużego ruchu turystycznego – tłumów pieszych maszerujących codziennie przez wąwóz Siq i centrum Petry, wspinających się do „klasztoru” (Deir) położonego ponad doliną – wpływa niekorzystnie na stan zabytków. Władze Jordani przeznaczają 10% z każdego biletu wstępu na prace konserwatorskie. Żeby ograniczyć natężenie ruchu turystycznego w ciągu dnia, turystów wywozi z parku po zwiedzaniu Petry, inną drogą, autobus zasilany ekologicznym paliwem, dzięki czemu liczba osób jednocześnie przemierzających ten szlak jest ograniczona. W planach jest także budowa w pobliżu Petry elektrowni słonecznej, tak ażeby wytwarzany przez nią prąd mógł zastąpić energię z licznych agregatów zasilanych olejem napędowym. Odremontowane centrum obsługi turystów jest wyposażone w czasowy system biletowy, który pozwala na rozłożenie napływu turystów na cały dzień i uniknięcie nadmiernego zatłoczenia. Prowadzona jest również przez władze lokalne bardzo intensywna działalność mająca na celu zabezpieczenie oraz rekonstrukcję obiektów Petry.

Należy zauważyć, że różnego rodzaju działania, przedsięwzięcia i inicjatywy nie są w stanie zrównoważyć negatywnego wpływu ogromnych mas ludzkich na atrakcje turystyczne, a jedynie częściowo je niwelować.

³³ B. Wójtowicz (2018), *Międzynarodowy ruch turystyczny zagrożeniem dla zabytków architektury nabatejskiej i społeczności lokalnej na terenie Petry*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, 32(1): 96-107.

Zakończenie

W niniejszym opracowaniu staraliśmy się pokazać, w jakim kierunku podąża instytucjonalizacja turystyki w warunkach zmieniającego się życia społecznego. Zmieniają się realia (m.in. rośnie liczba ludności, krystalizują i emancypują się pewne grupy społeczne jako ważni uczestnicy rynku turystycznego, gospodarka na świecie rozwija się w różnym tempie, wzrasta świadomość dotycząca zanieczyszczenia środowiska naturalnego, kwestii ekologicznych i kryzysu klimatycznego) i w konsekwencji przesuwają się akcenty. O ile jeszcze kilkanaście lat temu w działalności statutowej organizacji turystycznych na plan pierwszy wysuwała się promocja turystyki, o tyle dziś wiemy, że rozwój turystyki jest faktem, a działania powinny być skoncentrowane na wspieraniu form turystyki zrównoważonej (inne nazwy używane w tym kontekście to turystyka odpowiedzialna, świadoma, ekologiczna, „zielona”). W większym stopniu zdajemy sobie sprawę z faktu, iż rezultatem turystyki mogą być różne społeczno-ekonomiczne straty (jak wskazywał Jafar Jafari już w latach dziewięćdziesiątych XX wieku³⁴). Przez pewien czas myślano, naiwnie i błędnie, że turystyka ma przede wszystkim pozytywny wymiar, podkreślając jej walory jako źródło dochodu dla miejscowości recepcyjnych i wskazując na funkcje wychowawcze jako efekt spotkania zbiorowości wysyłającej i przyjmującej. Ważnym zadaniem współczesnych badaczy turystyki, m.in. socjologów turystyki, jest wskazywanie na problematyczne kwestie w sferze rozwoju turystyki w kontekście szeroko rozumianych, wyżej zaakcentowanych, zmian i wspieranie procesu instytucjonalizacji turystyki, by niwelować niekorzystny wymiar aktywności podróźniczej.

³⁴ J. Jafari (1992), *Towards Tourism Mitigation, The Freedom of Travelling in the Year 2000*, AIAEST, 34, St-Call.