

KODEKS ETYCZNY W TURYSTYCE

„Lepsze od gór mogą być tylko góry, na których jeszcze nie byłeś...”¹

Góry Kaukaz. Warunki górskie są trudne dla wszystkich mieszkańców tego regionu. Od lat żyją tu ludzie w wielonarodowościowych społeczeństwach. Również turystyka w tych górach jest transgraniczna. Z jej usług korzystają nie tylko Rosjanie, także mieszkańcy Europy Zachodniej, Azji, USA, Kanady, Skandynawii.

Celem artykułu jest chęć podzielenia się doświadczeniami, spostrzeżeniami i refleksjami z pobytu autorów w Gruzji.

Jednym z najbardziej popularnych szlaków turystyki pieszo-górskiej jest szlak pod nazwą: „Gruzińska Droga Wojenna”, łączący Władykaukaz (Republika Północnej Osetii FR) oraz Tbilisi (Gruzja), oceniony pod względem stopnia trudności jako III (trudny). Szlak dzieli się na następujące odcinki (ścieżki): 1. Odcinek pieszo-autobusowy: „Etnografia, przyroda i kultura Osetii Północnej”. Baza turystyczna w mieście Władykaukaz; 2. Odcinek pieszo-górski, alpinistyczny: „Lodowiec Gergetski” Baza turystyczna we wsi Kazbegi; 3. Odcinek pieszy, rekreacyjno-wycieczkowy: „Rekreacja i odpoczynek na rzece Aragwa” Baza turystyczna we wsi Pasaunauri; 4. Odcinek pieszo-górski oraz pieszo-autobusowy: „Agroturystyka i etnografia Kachetii” Baza turystyczna w mieście Telawi; 5. Odcinek pieszo-autobusowy: „Historia i kultura metropolii Tbilisi” Bazy turystyczne: wieś Mccheta (koło Tbilisi), miasto Tbilisi (koło lotniska); 6. Odcinek pieszy, rekreacyjno-wypoczynkowy: „Atrakcje strefy subtropikalnej Gruzji Zachodniej” Baza turystyczna: miasto-kurort Suchumi.

Łączna długość aktywnego odpoczynku – 24 dni. Ludzie chętnie korzystają z usług turystycznych Gruzji: z możliwości oglądania piękna gór Kaukazu, poznania historii, kultury, stosunków międzyludzkich różnych narodowości Gruzji i prawdy o Stalinie, wypróbowania własnych sił w pokonywaniu trudności związanych z wchodzeniem na góry Kazbek (5333 m), Elbrus (5468m),

¹ W. Wysocki – rosyjski aktor, poeta i bard.

odpoczynku w kurortach czarnomorskich. Dla autorów, uczestniczących w tej imprezie, interesującym było także zapoznanie się z zachowaniem personelu baz turystycznych wobec podróżnych na różnych odcinkach tej trasy turystycznej oraz w różnych sytuacjach życiowych. Bazy turystyczne obsługują turystów z różnych kierunków tematycznych i w niektórych bazach turyści spotkają się kilkakrotnie. Spotkania te są szansą nie tylko na powitanie przyjaciół, ale także na wymianę wrażeń z przebiegu imprez. Nam udało się skorzystać z tej szansy.

„Medicus oratio”²

Personel turystyczny Gruzji pod względem narodowościowym jest dosyć niejednorodny. Są tu Gruzini, Abchazowie, Rosjanie, Bałkarzy, Osetyjczycy, Czeczeni, Lezgini i inni. Językiem międzynarodowym jest rosyjski. Dostojny spokój gór Kaukaz wykształcił u mieszkańców tych regionów zdolność do pokonywania nieoczekiwanych trudności, które niesie ze sobą dzika przyroda. Piloci a zarazem opiekunowie grup turystycznych zwykle są małomówni, wykonują swoje obowiązki starannie, z widoczną chęcią dostosowania się do skrajnie niezorganizowanych grup i poszczególnych turystów w ich całodobowej dynamice.

Grupy turystów obsługiwane są przez 2-ch pilotów i jednego przewoźnika (autobusy). Okazją do zawarcia przyjaźni między ludźmi z różnych regionów świata i Kaukazu, są wieczorowe imprezy z muzyką w bazach. Piloci i przewodnicy grup turystycznych przyjmują zwykle na takich spotkaniach postawę biernych obserwatorów. Z tego powodu w bazach turystycznych częste są przypadki pijaństwa i kradzieży, a na trasach terenowych nie należy raczej liczyć na pomoc braterską innych turystów w trudnych warunkach górskich.

W bazach, szczególnie – miejscowych, turyści w czasie wolnym od planowanych programów tematycznych zwykle pozostają sami; ich czas wolny nie jest zorganizowany ani sportowo, ani kulturalnie. Uczestnictwo w zajęciach fakultatywnych nie jest wspierane i reklamowane. Przypomnijmy organizację festiwalu piosenki turystycznej i autorskiej we Władykaukazie, który zebrał ogromne audytorium – młodzieży miejscowej oraz turystów z byłych krajów socjalistycznych. Kolejne próby organizacji podobnych festiwali w innych bazach nie powiodły się. Dlatego zwłaszcza ta część turystów, którą stanowi młodzież, pozostała niezadowolona.

Gruzja jest krajem tradycyjnego winiarstwa. Wino ma szerokie zastosowanie, odgrywa ważną rolę w nawiązywaniu i podtrzymywaniu kontaktów międzyludzkich. Gruzini na spotkaniach towarzyskich starannie wypełniają obowiązki dobrych gospodarzy, demonstrują swoją kulturę, osobliwość, go-

² Słowo pociechy jest lekarstwem dla ducha.

rący temperament. Można to zaobserwować w bazach turystycznych i w restauracjach.

Najtrudniejszym, pełnym atrakcji i zachwycających widoków etapem podróży jest etap drugi – górski, Lodowiec Gergetski (4000 m n.p.m.), znajdujący się na stokach drugiej co do wysokości góry Kazbek (5333 m). Turyści z odpowiednim ekwipunkiem, w grupach po 25–30 osób, w zależności od stanu zdrowia, siły, cierpliwości i chęci, idą na lodowiec z odpoczynkiem co 1000 m wysokości. Czas wchodzenia na lodowiec 8–9 godzin. Powrót do bazy przypada na godziny wieczorne (16–17.00 – na obiadokolację).

Grupa turystów w górach może rozciągnąć się na odległość 300–500 m, tylko części uda się dojść do łąk alpejskich (wysokość 1500–2000 m). Najwięcej pracy ma pilot towarzyszący tej słabszej połowie turystów (40–50%), ponieważ zmiana ciśnienia, temperatury, wilgotności wraz z wysokością nie dla wszystkich jest do wytrzymania; wysokość może stać się zagrożeniem dla ich zdrowia. Z tego powodu u pilotów – opiekunów istnieje obowiązek wszelkimi sposobami podtrzymywać dobry nastrój i samopoczucie turystów. Pamiętamy sytuację, kiedy to w deszcz, który kardynalnie zmienił piękny wizerunek gór i nastrój turystów, opiekun słabszej grupy turystów żartował na tematy gruzińskie oraz deklamował znane wiersze Puszkina, Lermontowa, Majakowskiego o górach Kaukazu. Jego wysportowana postać, spokój i poezja razem stworzyły u turystów poczucie ufności i spokoju, co zmobilizowało także siły na powrót do bazy turystycznej, która również nie zalicza się do prostych. Podobnie bardzo udane wtrącenie poezji, które pozytywnie wpłynęło na nastrój turystów, odbyło się na siedle górskim pod nazwą „Skrzyszowy” (3000 m, wododział rzek Terek-Aragwa), gdzie znajduje się znany od lat na Kaukazie punkt widowiskowy. Pamiętamy wdzięczność turystów za ten mały koncert poezji.

U pilota z grupą silnych turystów było inne zadanie – pilnowanie bezpieczeństwa turystów na śliskiej powierzchni lodowca, pełnej głębokich szczelin (150–200 m). Dlatego nierzadko słyszeliśmy okrzyk ostrzegawczy, zwiększający baczność ludzi. Niestety nie było poezji w trakcie wchodzenia na wysokie piętra gór, brakowało krótkiego komentarzu z zakresu geologii strukturalnej. Na ostatnich metrach do lodowca brakowało krótkiego odpoczynku: spotkanie z takim ogromem widowiskowym i dziką naturą jak lodowiec Gergetski, odbyło się bez emocji. Natomiast nagrodą na lodowcu była niezapomniana panorama gór, czyste powietrze, opalona na słońcu twarz, szum strumieni wód lodowcowych i niebiesko-biały kolor firma (mozaika z ziarenek lodu) oraz znak „Turysta III klasy”, nadanej nam na lodowcu przez Stację Glacjologiczną IG Gruzjińskiej AN. Pozostali turyści pamiętają niezwykle duże i intensywnie niebieskie kwiaty niezapominajek na łąkach alpejskich.

Trudny do zrozumienia był brak reklamy turystyki fakultatywnej. Tylko przypadkowo, w oparciu o swoje doświadczenie, zidentyfikowaliśmy na gór-

skiej plaży rzeki Aragwy we wsi Pasanauri, 4 źródła wód mineralnych (w tym znanego Narzana) oraz zwiedziliśmy saunę kaukaską. Za symboliczną opłatą odbyliśmy seans masażu wodnego z wykorzystaniem wód mineralnych (SPA), bardzo dobrze regenerującego siły nóg, co może być specjalnym celem turystyki uzdrowiskowej.

W Mcchetie, starożytnej stolicy Gruzji, zbyt dużo czasu poświęciliśmy na oglądanie zamku – cerkwi „Sweticchoweli” kosztem oglądania znanej z literatury góry Mtacminda w Tbilisi (historyczna nekropolia znanych osób Gruzji); w ogóle nie udało się zobaczyć „ciepłych bani”, zbudowanych na źródłach wód termalnych; ocenić piękna urbanistyki etnograficznej tego miasta. Jednak byliśmy wdzięczni za historię gruzińsko-rosyjskiej przyjaźni między poetą i dyplomata A. Gribojedowym i księżną Niną Czawczawadze, która została rozpoczęta w Kachetii (w Cynandali i Telawi), a skończyła się w Tbilisi.

Gruzini lubią rozmawiać na tematy polityczne oraz żartować, co nie wszystkim się podoba. W bazach turystycznych w godzinach wieczorowych zbiera się czasem około pół tysiąca turystów krajowych i zagranicznych z 7–8 szlaków. Ich pytania często nie związane ze sprawami technicznymi pozostają bez odpowiedzi. Opiekunowie grup i piloci często demonstrują swoją obojętność w stosunku do turystów. U ludzi wywołuje to poczucie winy za ich niepokojenie, co nie jest w duchu turystyki przyrodniczej. Do obecności takiego tłumu ludzi należy każdorazowo przygotować się psychologicznie. Dyrektorzy baz przyjeżdżają do pracy w czarnych służbowych limuzynach (w Suchumi – w białych) i od razu znikają w swoich gabinetach. Nie wiadomo, czy w ogóle są oni dostępni dla turystów. Zaobserwowaliśmy, że turystyczna służba opiekuńcza i pilotażowa wymaga jeśli nie rekonstrukcji, to przynajmniej poprawy. Podzielić się swoimi poglądami nie było z kim. Dzięki atrakcyjności, które ma do zaoferowania Gruzja, można osiągnąć znacznie większy zysk. Naszym zdaniem niewykorzystane rezerwy gospodarki turystycznej Gruzji przede wszystkim związane są z opracowaniem zasad oraz przestrzeganiem etyki turystycznej.

„De lege lata”³

Krytyczne nastawienie w analizie pracy obsługi turystycznej szlaków górskich Gruzji nie było specjalnie zaplanowane. Warto tylko podkreślić, że praca z ludźmi zawsze jest trudna, kojarzy się z pedagogiką i humanizmem. Należy ją wykonywać „Pro publico bono”, tj. rzetelnie i z niezwykłą skromnością. Działacze turystyki zdają sobie sprawę, że renomę turystyki należy stale wspierać. Ludzie korzystają z usług turystycznych dość rzadko, pamiętają o wyjazdach przez długie lata i chcą, żeby ich wspomnienia były wspaniałe.

³ O ustawie obowiązującej.

Reklama niskiej kultury osobistej personelu nie może być skompensowana jego wysokim profesjonalizmem. Wymogi etyczne w turystyce są konieczne.

Z wykorzystaniem zebranych notatek o turystyce górskiej w Gruzji oraz z informacji z literatury⁴ spróbujemy zaprojektować i porównać sylwetki przewodnika grupy turystycznej terenowej oraz pracownika biurowego firmy turystycznej, który ma bezpośredni kontakt z klientami (turystami): 1. Cechy pracowników pierwszej linii (biur i agencji podróży): znajdowanie satysfakcji w spotkaniu z nowymi ludźmi, otwartość na problemy innych, empatia, komunikatywność, spokój, uczynność, aktywność i inicjatywa, umiejętność słuchania, argumentowania i przekonywania klienta, dobra pamięć, optymizm i życzliwość, miłe usposobienie, znajomość kilku języków obcych, umiejętność obsługi urządzeń biurowych, kultura osobista. 2. Cechy pracowników drugiej linii (pilotów i przewodników grup terenowych): znajdowanie satysfakcji w spotkaniu z nowymi ludźmi, umiejętność jasnego wyrażania myśli, słuchania i odgadywania życzeń klientów, zamiłowanie do porządku, przestrzegania standardów świadczenia usług, wiedza z zakresu geografii, historii, kultury, psychologii, znajomość zasad BHP, warunków podróżowania, przepisów prawnych, zasad postępowania w trudnych i niestandardowych sytuacjach, znajomość kilku języków obcych oraz wysportowany wygląd zewnętrzny, strój, aparycja, elegancja, zdrowie.

Literatura specjalistyczna najwięcej uwagi poświęca pracownikom pierwszej linii biur turystycznych, biur podróży, agencji turystycznych. Ich zewnętrzny wygląd jest ważny, pierwsze wrażenie, skojarzenia, nastrój kupującego (klienta). Bardzo ważna jest etyka pracowników turystyki linii drugiej (pilotów i przewodników grup terenowych). Jeżeli pierwsza linia pracuje na rzecz zdobywania pieniędzy taktycznych, to druga linia – na rzecz pieniędzy strategicznych. Przedsiębiorstwo turystyczne powinno dbać o to, żeby klient-turysta skorzystał z oferowanych usług turystycznych ponownie. Tutaj tkwi stabilność renomy i zyski finansowe przedsiębiorstwa. W recepcji biura podróży można wszystko obiecać, rozreklamować. W praktyce jakość oferowanych towarów i usług często znajduje się w rozbieżności z deklarowaną w reklamie (np. w przypadku reklamy kwater prywatnych – często nie przestrzegana jest zasada poszanowania prywatności klienta). Tak samo jest w przyrodniczej turystyce terenowej: atrakcyjny wizerunek wycieczki przyrodniczej nakreślony w recepcji biura podróży może od razu legnąć w gruzach, jeżeli zachowanie personelu terenowego (pilotów, opiekunów) nie będzie na odpowiednim poziomie. Podobne sytuacje trafnie ilustruje przysłowie łacińskie Wergiliusza: „Timeo Danaos et dona ferentes” (Bój się Danaów dary przynoszących).

W czasach dzisiejszych w literaturze specjalistycznej i czasopismach naukowo-praktycznych toczą się ciągle dyskusje o idei wprowadzenia re-

⁴ A. Panasiuk [red.] (2006), *Marketing usług turystycznych*, Warszawa, PWN, s. 134-135.

guł etycznych do dziedzin ekonomiczno-marketingowych, turystycznych, zwłaszcza dotyczy to konkurencji.

Wiadomo, że jednym z głównych celów każdego przedsiębiorstwa konkurencyjnego jest osiągnięcie zysków, jednak metody dochodzenia do tego celu są różne. Chęć zbudowania silnej pozycji na długie lata wymusza na przedsiębiorstwie w procesie kreowania swego wizerunku branie pod uwagę zagadnień związanych z etyką biznesu. Etyczna podstawa w przedsiębiorstwie turystycznym oznacza dostrzeganie skutków własnych decyzji i ponoszenie za nie odpowiedzialności oraz kierowanie się poszanowaniem dobra społecznego, nawet za cenę utraty części zysków. Przykładem wdrożenia etyki na rynek oferowanych usług czy dóbr turystycznych jest współkonkurencja, polegająca na zawieraniu porozumień między konkurującymi przedsiębiorstwami w celu sprawniejszej obsługi klienta, efektywniejszego konkurowania i kontrolowania rynku⁵. Współkonkurowanie to wymiana myśli, ludzi, procesów, tworzenie różnego rodzaju aliansów strategicznych, tworzenie grup kapitałowych, wspólnych porozumień na temat ograniczania kosztów albo podaży produktów. Podobna współpraca musi być oparta na zaufaniu, etyce. Przykładem takiej współpracy są alianse między firmami hotelowymi i przewozowymi (np. wymiana informacji o miejscach rezerwowych), między firmami lotniczymi i ubezpieczeniowymi (np. w przypadku zagrożenia terroryzmem).

W dyskusji na temat ważności etyki w różnych formach działań turystycznych warto zaprezentować przykłady z *Kodeksów Etycznych*⁶ (zbiór mniej rygorystycznych *Dobrych Obyczajów*), dość efektywnych również w innych dziedzinach gospodarki, w której figurują grupy ludzi (nauka, medycyna, szkolnictwo, sport). Zasady kodeksu z pewnością będą pomocne w turystyce.

„Disce aut discede”⁷

Każda baza turystyczna periodycznie sprawdza pracę personelu, pisze raporty, składa wnioski dotyczące zwiększenia efektywności pracy poszczególnych służb, poszczególnych pracowników, ocenia postępowania w krytycznych sytuacjach itp.

Zdajemy sobie sprawę, że nie ma żadnego potwierdzenia tezy, że student słuchający wykładów z etyki, będzie w swym życiu postępował bardziej etycznie od tego, kto na podobne wykłady nie chodził. Moralności nie można siłą wymusić czy nauczyć się z podręcznika. Mimo wszystko, moralność w komponencie wyboru decyzji, ocenie sytuacji każdego dnia, wobec siebie

⁵ M. Majchrzak (2004), Współkonkurencja – szansą na najlepszy biznes turystyczny, *Rynek Turystyczny*, nr 9.

⁶ *Dobre obyczaje w nauce. Zbiór zasad i wytycznych* (1994), Warszawa, PAN, s. 20.

⁷ Ucz się albo odejść.

samego jak i wobec drugih jest nieunikniona. Im więcej będziemy znać gwałtownie rozwijający się świat, reguły i prawa nauk przyrodniczych i ścisłych, tym trafniej będziemy dokonywać wyboru decyzji, analizować postępowanie i wnioskować. Dlatego turystyka stale potrzebuje nowej wiedzy o społecznie wypracowanych regułach, świadomości społecznej oraz zrozumienia i racji własnego sumienia, odrębności innych. Dlatego człowiek wykształcony ciągle uczy się, żeby lepiej orientować się w życiu, trafniej znajdować wyjścia z trudnych sytuacji, lepiej dopasować się do ludzi i posiadać więcej zasobów etycznych. Łacińskie przysłowie przypomina: „Disce aut discere” (ucz się albo odejź), można je uczynić hasłem dla personelu turystycznego oraz dla studentów kierunku TIR.

Turystyka różni się od innych nauk i branż gospodarczych ciągłą współpracą z szybko zmieniającym się gronem ludzi. Stosunkowo trudno tu wykrzyc nie rzetelność. Ale ważne jest to, że ta nierzetelność może spowodować znaczne szkody społeczne oraz ekonomiczne dla turystyki. W związku z tym większa rola przypada zasobom etycznym i dobrym obyczajom, respektowanym przez każdego pracownika. *Kodeks Etyki* nie jest zbiorem dyrektyw, które należy stosować w sposób absolutny; jest to obszar dialogu i dyskusji, który w efekcie zbliża ludzi i prowadzi do konsensusu. W Kodeksie są 4 rozdziały i 16 akapitów:

Rozdział 1. *Etyka pracowników turystyki: zasady ogólne*

- 1.1. Pracownika turystyki (PT) obowiązują zasady etyki ogólnoludzkiej;
- 1.2. W rozmowie z turystami PT obowiązuje prawdomówność;
- 1.3. W kolizjach z innymi systemami wartości PT powinien dokonywać wyboru na podstawie własnej refleksji moralnej i osobistej;
- 1.4. PT jest świadomy, że wyniki jego rozmów z turystami mogą być użyte źle, nawet w próbach niegodziwych z punktu widzenia humanizmu;
- 1.5. PT powinien ciągle rozszerzać i pogłębiać swą wiedzę przyrodniczą, umiejętności marketingowe i wartości etyczne;

Rodzaj 2. *Pracownik turystyki jako obserwator*

- 2.1. Poznanie środowiska jest główną pasją poznawczą pracownika ekoturystyki;
- 2.2. Obserwacje, których przedmiotem jest człowiek, PT winien prowadzić w sposób uczciwy, nie uwłaczający godności oraz w sposób anonimowy;
- 2.3. Obserwacje, których przedmiotem są zwierzęta (np. fotosafari), należy prowadzić tak, aby nie przysparzać im cierpienia, nie naruszać ich spokoju, nie ingerować w ich świat, nie burzyć nisz ekologicznych;

- 2.4. Badania terenowe (w turystyce kongresowej) PT prowadzi w taki sposób, by nie niszczyć środowiska naturalnego i tego, co stworzył człowiek;
- 2.5. PT przyrodniczej nie ukrywa istniejących alternatywnych hipotez i sposobów interpretacji zjawisk przyrodniczych;
- 2.6. PT wykorzystuje reklamę (RT, TV, prasa) w celu rozpowszechniania informacji na temat osiągnięć gospodarki turystycznej, atrakcji turystycznych, obiektów przyrody, ale nie do popularyzacji własnej osoby;

Rozdział 3. Pracownik turystyki jako mistrz zawodowy

- 3.1. PT winien ujawniać wszelkie przejawy nieuczciwości w turystyce, mające negatywny wpływ na turystów;
- 3.2. PT wykonuje swoje obowiązki profesjonalnie i zgodnie z określonymi wymogami BHP, bez przekładania ich na współpracowników;
- 3.3. PT pracuje w zespole turystycznym, tworzy w nim atmosferę życzliwości, zaufania i koleżeństwa;
- 3.4. PT dba o to, żeby dyskusja na temat rozwoju turystyki była prowadzona z poszanowaniem zasad egalitaryzmu (tj. bez względu na stanowiska i tytuły);

Rozdział 4. Pracownik turystyki jako członek społeczeństwa

- 4.1. PT powinien wykorzystywać swą wiedzę, intelekt, autorytet w działaniach praktycznych dla dobra ludzi, turystów i dobra społecznego.

Proklamujemy opiekuna grupy turystycznej terenowej jako człowieka posiadającego encyklopedyczną wiedzę o przyrodzie kraju i ekologii, człowieka wykształcanego z dobrą zdolnością organizatorską, człowieka-sportowca, pedagoga i promotora, człowieka o wysokiej moralności i kulturze, pracującego z ludźmi nie tylko z obowiązku, lecz także z powołania.