

## TURYSTYKA JAKO SYMPTOM I CZYNNIK PROCESÓW GLOBALIZACJI<sup>1</sup>

Globalizacja jest procesem historycznym obejmującym dominujące cywilizacje, imperia i uniwersalistyczne religie świata. Zrazu dotyczyła ona głównie sfery gospodarki, ustrojów społeczno-politycznych, sposobów prowadzenia wojen oraz światopoglądów. Rozprzestrzeniła się bądź to na drodze przemocy i podboju, bądź dyfuzji o charakterze pokojowym, przyjmowanym na zasadzie uznania i akceptacji. Procesom tym sprzyjały odkrycia geograficzne, przede wszystkim Ameryki i w Azji, co pociągnęło za sobą postrzeganie świata w kategoriach holistycznych.

Podróże do odległych krajów podejmowane były ze względów ekonomicznych i politycznych bądź też czysto poznawczych, a więc typowo turystycznych. Odbywali je Grecy, Rzymianie, Chińczycy i Arabowie. Jest rzeczą charakterystyczną, że bodaj najbardziej znany podróżnik Średniowiecza, Marko Polo, swoje relacje z wyprawy do Chin zatytułował *Opisanie świata*. W epoce Renesansu, poza wyprawą Krzysztofa Kolumba (1492), największe znaczenie miała bodaj wyprawa Vasco de Gamy do Indii (drogą morską opływając Afrykę – 1497/98) oraz opłynięcie Ziemi przez ekspedycję Magellana (1519-1521)<sup>2</sup>.

W XVIII stuleciu został dokonany kolejny istotny krok w rozwoju procesów globalizacyjnych. Tym razem zawdzięczamy to Europie, jej ideologii i innowacjom politycznym. Chodzi tu głównie o trzy fundamentalne wartości wykreowane przez Zachód: racjonalizmu, oświecenia i postępu. Początkowo były one traktowane jako dominujące wartości kontynentu, jednakże w okresie kapitalizmu przetransponowane zostały do niemal wszystkich części świata jako wartości globalne, uniwersalne<sup>3</sup>. Do postrzegania globu w jego całości przyczyniły się także: względnie rozpowszechniona wówczas teoria Kopernika oraz rozmaite wyprawy badawcze w głąb lądów, pomiary

---

1 Pierwodruk tekstu ukazał się w *Zeszytach Naukowych WSE* w 2005 r., nr 1(39).

2 W. Kaprowski (2004), *Geografia turystyczna*, Warszawa, ss. 24-26.

3 A. Mrozek-Dumanowska (2003), *Konstrukcja światów symbolicznych jako alternatywa globalizacji*. W: J. Zdanowski [red.] *Globalizacja a tożsamość*, Warszawa, ss. 105-106.

geodezyjne Ziemi, a także sporządzenie licznych atlasów geograficznych. Jak podaje Wiesław Kaprowski, w tym czasie (1800 r.) kontynent europejski był poznany w 100%, azjatycki i południowo-amerykański w 70%, Ameryki Północnej w 60% i tylko Oceanii i Afryki w niewielkim stopniu (odpowiednio w 22% i 18%)<sup>4</sup>.

Wiek XIX i początek XX to okres walk narodowo-wyzwoleńczych i powstawania państw narodowych oraz budowania społeczności międzynarodowej jako zbioru względnie odrębnych ojczyzn. W tym czasie nastąpiło więc pewne zahamowanie procesów globalizacyjnych, tym bardziej, że już na przełomie stuleci zrodziły się liczne teorie kryzysu cywilizacji zachodniej. Ów nastrój sceptycyzmu i pesymizmu, jaki zapanował wobec wszechpotężnych wydawałoby się projektów modernizacyjnych pogłębiły dwie wojny światowe, teoria i praktyka faszyzmu i komunizmu oraz okres tzw. zimnej wojny. Po jej zakończeniu, a jednocześnie upadku europejskich totalitaryzmów, nastąpił renesans idei świata wspólnego dla wszystkich, tym bardziej, że w tym czasie istotnie zwiększyła się ilość państw na świecie, w których przywrócono lub wprowadzono ustrój liberalno-demokratyczny. Toteż rozpatrywanie wielorakich i wielokierunkowych zmian, jakie zachodzą w trybie przyspieszonym na kuli ziemskiej w perspektywie globalizacyjnej, dziś stało się nie tylko popularne, ale zaistniało w naukach społecznych jako w pewnym sensie nowy i ważny paradygmat.

„Procesy globalizacji są zespołem złożonych, dynamicznych i wielowymiarowych zmian zachodzących w funkcjonowaniu cywilizacji ludzkiej” – pisze na ten temat znakomity znawca zagadnienia, Marek Pietraś. – „Oznacza to, że nie mamy do czynienia z jedną globalizacją, lecz z wieloma globalizacjami. Zachodzą one w płaszczyznach: gospodarczej, informacyjnej, strukturalnej, politycznej i ekologicznej... Mimo różnorodności treści procesów właściwych każdej z tych płaszczyzn łączy je zespół cech wspólnych, uważanych za istotę zjawiska globalizacji. Należy do nich, po pierwsze, przede wszystkim zacieśnianie czasu i przestrzeni. Są to, więc zjawiska, dla których terytorialnie określone dystanse są nieistotne. Po drugie, jest to transgraniczny charakter tych procesów i tworzenie swoistej transnarodowej przestrzeni społecznej, istniejącej poza obszarem określonym granicami państw narodowych i ich suwerennej jurysdykcji. Po trzecie, jest to jednocześnie występowanie tych procesów na poziomie wnętrza państwa i środowiska międzynarodowego. Tym samym łączą to, co lokalne, z tym, co globalne, a granice państw stają się coraz bardziej przepuszczalne. Cechy te oznaczają kształtowanie się nowej jakości życia społecznego, która nie respektuje granic i dystansów, jednocześnie dzieje się „tu” i „tam”<sup>5</sup>.

4 W. Kaprowski, op. cit., s. 26.

5 M. Pietraś (2002), *Globalizacja jako proces zmiany społeczności międzynarodowej*. W: M. Pietraś [red.] *Oblicza procesów globalizacji*, Lublin, s. 65.

Wszystkie te procesy sprzyjają ilościowemu i jakościowemu rozwojowi turystyki w skali międzynarodowej. Oznacza to, że rośnie w przyspieszonym tempie zarówno popyt jak i podaż na usługi turystyczne. Toteż, jak wskazują na to dane statystyczne, światowy ruch turystyczny zwiększa się jak nigdy dotąd z roku na rok. I tak – w świetle danych Światowej Organizacji Turystyki – w 1990 roku w międzynarodowej turystyce uczestniczyło 415 mln turystów. W 1998 było ich już 625 mln, zaś przewiduje się, że ta liczba wzrośnie w 2005 roku do 1 mld, a w 2020 do 1,6 mld osób<sup>6</sup>.

Liderami procesów globalizacji pozostają kraje wysoko uprzemysłowane: USA, państwa Europy Zachodniej, Japonia oraz kilka krajów Azji Południowo-Wschodniej. Generują one wielkie korporacje ponadnarodowe i przyczyniają się w ten sposób do szybkich postępów integracyjnych rozwinętych i rozwijających się cywilizacyjnie regionów świata<sup>7</sup>. W tych regionach turystyka wyjazdowa jak i przyjazdowa, ilościowo rzecz ujmując, jest wprost proporcjonalna do wskaźnika postępującej globalizacji.

### **Podstawowe sektory globalizacji i ich wpływ na rozwój turystyki**

W literaturze przedmiotu spotykamy rozmaite sposoby wyodrębnienia głównych szlaków czy sektorów globalizacji. I tak np. U. Beck wyodrębnia aż 7 wymiarów globalizacji: technologiczny, komunikacyjny, ekologiczny, gospodarczy, organizacji pracy, kulturowy i społeczeństwa obywatelskiego. Z kolei D. Keller sądzi, że przebiega ona na trzech polach: gospodarczym, politycznym i kulturowym<sup>8</sup>. Natomiast według Grupy Lizbońskiej procesy globalizacji można obserwować na następujących obszarach: finansów i własności kapitału, rynku i strategii działalności gospodarczej, technologii i powiązanej z nią wiedzy naukowej, stylów życia, modeli konsumpcji i kultury, rozwiązań prawnych, polityki, postrzegania i świadomości oraz gospodarki<sup>9</sup>.

Dla naszych celów posłużymy się zakresem procesów globalizacji zaproponowanym przez Marka Pietrasia w jego cytowanym już studium pt. *Globalizacja jako proces zmiany społeczności międzynarodowej*. Autor ten mówi mianowicie o pięciu ścieżkach globalizacji: gospodarczej, informacyjnej, kulturowej, politycznej i ekologicznej<sup>10</sup>. Bowiem w oparciu o te kategorie, mam nadzieję, w sposób optymalny możliwe będzie ukazanie związku między dominującymi procesami globalizacji a rozwojem turystyki.

---

6 W. Gaworecki (2000), *Turystyka*, Warszawa, ss. 144-147.

7 Komitet prognoz „Polska w XXI wieku” przy Prezydium PAN (1998), *Globalizacja gospodarki światowej a integracja regionalna*, Warszawa, s. 23.

8 M. Pietraś (2002), op. cit., s. 44.

9 A. Girtler (2003), *Gospodarka i społeczeństwo w dobie globalizacji*. W: I. Michałków [red.] *Gospodarka Polski wobec procesów globalizacji*, Warszawa, s. 38.

10 M. Pietraś, op. cit., ss. 44-49.

## Globalizacja gospodarcza

Globalna ekonomia jest możliwa dzięki globalnej infrastrukturze produkcji i usług, globalnej komunikacji, globalnemu systemowi transportu, globalnej aktywności finansowej i globalnemu zasobowi wiedzy praktycznej o środkach i sposobach gospodarowania<sup>11</sup>. Ponadto chodzi tu o integrację rynków dóbr, usług, informacji i finansów ponad granicami państw narodowych. Są to niezbędne czynniki do prowadzenia określonej produkcji w różnych częściach świata<sup>12</sup>. Na tym gruncie przyspieszona została wymiana technologiczna i handlowa, czemu sprzyja pojawienie się i szybki wzrost międzynarodowych korporacji, aktywnych w głównych przejawach życia gospodarczego. W 14 najbogatszych państwach świata w latach 1969-94 ich liczba wzrosła z 7 do 24 tys., zaś w końcu lat dziewięćdziesiątych ilość istniejących korporacji w tych krajach szacowano na 60 tys. oraz ponad 500 tys. filii<sup>13</sup>.

Przypomniane wyżej w lakonicznym skrócie zjawiska i procesy objęły swoim zasięgiem światowe usługi turystyczne, traktowane często jako „niewidzialny” eksport i import. Przejawia się to w produkcji sprzętu turystycznego, w budowaniu obiektów i urządzeń turystycznych umożliwiających realizację ofert turystycznych. Chodzi tu ponadto o rozwój światowej komunikacji samochodowej, autokarowej, pociągowej i samolotowej. Dalej w zakres tej działalności wchodzi usługi krajoznawcze, rekreacyjne i lecznicze. Wreszcie na uwagę zasługuje sieć hoteli, moteli, pól campingowych itp. Warto także zwrócić uwagę na sieć instytucji realizujących żywienie turystów: restauracji, barów, kawiarni i innych różnorodnych punktów gastronomicznych, a także obiektów handlowych, instytucji rozrywkowych itp. Wszystkie one umożliwiają realizację programów turystycznych oferowanych przez biura podróży, a także projektowanych przez indywidualnych turystów.

Jak zauważa Wiesław Alejski, gospodarcze znaczenie turystyki przejawia się w tym, że wpływy z światowego eksportu usług turystycznych wynoszą obecnie aż 23 % wszystkich usług i znajdują się na drugim miejscu za transportem, który obejmuje 30% globalnego eksportu usług. A jeżeli zauważymy, że część dochodów z transportu pochodzi z turystycznych świadczeń komunikacyjnych, to nietrudno obliczyć, że turystyka przynosi około 1/3 globalnej wartości eksportu usług<sup>14</sup>.

Główne ekonomiczne znaczenie turystyki polega dzisiaj na zwiększeniu dochodów rejonów recepcyjnych, stymulowaniu koniunktury gospodarczej

---

11 A. Targowski (2004), *From Global to Universal Civilization, Dialogue and Universalism*, nr 3-4, s. 129.

12 M. Łuczak (2002), *Proces globalizacji i jego wpływ na przemiany w gospodarce światowej*, cz. II, *Zeszyty Naukowe WSE*, nr 4 (30), s. 155.

13 M. Pietraś, *op. cit.*, s. 45.

14 W. Alejski (2000), *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Kraków, s. 130.

oraz zapewnieniu pracy miejscowej ludności, najczęściej zamieszkałej na terenach słabiej zindustrializowanych. Dalej, chodzi tu, w przypadku turystyki zagranicznej, o jej funkcjonowanie jako części międzynarodowego obrotu towarowego. O kierunkach migracji turystycznych stanowią z reguły ceny usług i koszty utrzymania turysty. Tak więc turyści kierują się z bogatszych regionów świata do biedniejszych. Tu korzystają z usług i tu nabywają towary. W ten sposób w miejscach recepcyjnych zostawiają swoje pieniądze przyczyniając się tym samym do zbliżania się poziomów życia w różnych krajach<sup>15</sup>.

## Globalizacja informacyjna

Przez wieki ludzie informowali się za pomocą przekazu ustnego. Dopiero wynalazek druku w XV stuleciu umożliwił przekazywanie informacji na odległość. Sprzyjała temu poszerzająca się zbiorowość ludzi posiadająca umiejętność pisania i czytania. Kolejna faza rozwoju „informacji na odległość” związana była z wynalazkiem telefonu, a – na początku XX – wieku radia i telewizji. Jednakże skokowy rozwój sieci informacyjnych zawdzięczamy dopiero łączności satelitarnej i technice komputerowej, a przede wszystkim Internetowi.

Zdaniem Krzysztofa Kandefera, „Najważniejsze zadania, jakie mogą firmy zrealizować wykorzystując Internet, to:

- budowanie i umacnianie wizerunku firmy;
- umożliwienie szybkiej i taniej komunikacji z otoczeniem;
- zapewnienie lepszej organizacji pracy;
- umożliwienie błyskawicznego dostępu do potrzebnych danych i informacji;
- aktywne i niedrogi wyszukiwanie nowych klientów;
- przyjmowanie zamówień od klientów, zbieranie ich opinii o produktach;
- prowadzenie działań marketingowych – realizowanie kampanii promocyjnych, działań z zakresu *public relations* i *publicity*;
- sprawniejsze zarządzanie i kontrola;
- przedstawianie otoczeniu przedsiębiorstwa jako firmy otwartej na nowe techniki i technologie”<sup>16</sup>.

Wszystkie te spostrzeżenia odnoszą się do różnorodnego rozwoju firm turystycznych i towarzyszących turystyce jako zjawiska międzynarodowego.

W turystyce przez wiele lat podstawowym źródłem informacji były przewodniki, foldery, albumy i wszelkiego innego rodzaju informatory o charakterze słownym i ikonicznym. Następnie pojawiły się liczne tytuły prasy

---

<sup>15</sup> Ibid., ss. 131-137.

<sup>16</sup> K. Kandefera (2003), Urządzenia elektroniczne narzędziem komunikacji w globalizującej się gospodarce. W: *Konkurencyjność gospodarki Polski w warunkach integracji z Unią Europejską i globalizacji*, Warszawa, ss. 26-27.

turystycznej, ogólnej i specjalistycznej. Dziś turysta ma w przekazie internetowym do swojej dyspozycji bank informacji dotyczących wszelkich interesujących go obiektów, a także warunków oraz środków realizacji swych celów. Wykorzystaniu tych informacji sprzyja fakt, iż większość z nich podawana jest w języku angielskim, a ten z kolei staje się coraz szybciej globalnym narzędziem porozumiewania się ludzi w obrębie całego świata. Warto zauważyć, że turyści oglądane przez siebie obiekty i zdobyte doświadczenia eksploracyjne rozpowszechniają wśród licznych kręgów osób zainteresowanych dzięki powszechnie dostępnym środkom elektronicznym. W ten sposób to, co globalne, jest odbierane i przeżywane w grupach rodzinnych, przyjacielskich, zbiorowości hobbystów itp.<sup>17</sup>

## **Globalizacja polityczna**

Procesy globalizacji politycznej są uwikłane w fundamentalną sprzeczność. Z jednej mianowicie strony na arenie międzynarodowej pojawiają się problemy wymagające zintegrowanych działań transgranicznych, takie jak zagrożenia ekologiczne, klęski żywiołowe, wyczerpywanie się źródeł energii, nierównomierność procesów demograficznych, nierównomierność rozwoju społeczno-gospodarczego, zjawisko głodu, łamanie praw człowieka, konflikty zbrojne, międzynarodowy terroryzm i tym podobne. Z drugiej jednak strony polityczna organizacja świata opiera się na zasadzie niepodległości i suwerenności niezawisłych państw narodowych. Stąd model jurysdykcji obowiązującej w tych krajach jest bardzo często sprzeczny z logiką transgranicznych procesów globalizacji. W tej sytuacji jedynie Stany Zjednoczone jako supermocarstwo mogą sobie pozwolić na podejmowanie pewnych decyzji i działań w obrębie polityki globalnej, niekoniecznie licząc się ze stanowiskiem poszczególnych państw. Ale te sprawy dotyczą głównie gaszenia ognisk zapalnych świata w różnych jego regionach<sup>18</sup>. Natomiast pozostałe kwestie wymagają rozwiązań przez międzynarodowe organizacje i instytucje, takie jak ONZ, UNESCO, Pakt Północno-Atlantycki, Unia Europejska, Wspólnota Niepodległych Państw oraz inne wspólnoty regionalne, które to coraz częściej przejmują część kompetencji będących dotąd w gestii poszczególnych państw narodowych. Turystyka w miarę jej rozwoju, wzrostu znaczenia gospodarczego, edukacyjnego i kulturowego stała się jednym z istotnych pól aktywności państwa. Wyrazem tego były powstające już od końca XIX stulecia narodowe organizacje turystyczne o charakterze samorządowym. Odegrały one i odgrywają nadal istotną rolę w stwarzaniu wa-

<sup>17</sup> J. Merski (2002), *Informacja turystyczna*, Warszawa.

<sup>18</sup> Z. Brzeziński (1998), *Wielka szachownica. Główne cele polityki amerykańskiej*, Warszawa.

runków dla rozwoju turystyki, a także patronowaniu żywiołowemu ruchowi turystycznemu. Jednakże w miarę wzrostu znaczenia turystyki dla realizacji podstawowych celów polityki państwa powstawać zaczęły – już na początku XX stulecia – turystyczne agendy władzy państwowej, zajmujące się sprawami turystyki. Następnym krokiem było powołanie i działalność międzynarodowych organizacji turystycznych: międzyrządowych, stowarzyszeniowych i biznesowych. Do najbardziej znanych i zasłużonych należy zapewne powstała w 1975 roku Światowa Organizacja Turystyki. Jest to organizacja o statusie wyspecjalizowanej agendy Organizacji Narodów Zjednoczonych i posiada charakter instytucji międzyrządowej. Obecnie WTO zrzesza ponad 100 członków pełnoprawnych oraz około 170 afiliowanych. Jest więc potężnym instrumentem rozwoju światowej turystyki. Do jej głównych zadań należy:

- planowanie przestrzenne, niezbędne dla rozwoju światowego ruchu turystycznego;
- planowanie gospodarcze z uwzględnieniem potrzeb turystyki;
- kształcenie zawodowe specjalistów dla potrzeb turystyki;
- marketing i promocja turystyki;
- interwencjonizm państwa w zakresie uczestnictwa turystycznego (dotyczy to głównie dzieci i młodzieży);
- prowadzenie i stymulowanie badań naukowych w dziedzinie turystyki, w tym organizowanie prac statystycznych.

„Do najważniejszych instrumentów polityki turystycznej” – pisze Wiesław Alejziak – „oprócz kształtowania ilości i struktury czasu wolnego ludności oraz poziomu dochodów, należą: tworzenie i egzekwowanie prawa turystycznego, wpływ na zagospodarowanie turystyczne, koncesje, kategoryzacja bazy noclegowej, subwencje, dotacje, dofinansowania, kredyty, ulgi inwestycyjne, możliwości, jakie stwarza system podatkowy (zwolnienia, ulgi), kształcenie kadr, informacja i propaganda, zaś wobec turystyki zagranicznej – dodatkowo formalności graniczne (przepisy paszportowe, wizowe, celne, dewizowe, graniczne)”<sup>19</sup> Jak zatem widzimy, polityka turystyczna państwa i organizacji międzynarodowych związana jest w dużej mierze z polityką ekonomiczną dotyczącą całego globu.

## **Globalizacja ekologiczna**

Cechą charakterystyczną procesów globalizacji ekologicznej jest to, że posiadają one wyraziste znamiona transgraniczne. Przejawia się to przede wszystkim w postaci globalnego zagrożenia ekologicznego spowodowanego przez efekt cieplarniany, „dziurę ozonową”, niszczenie lasów, erozję gleb oraz

---

<sup>19</sup> W. Alejziak (2000), op. cit., s. 114.

deficyt słodkiej wody<sup>20</sup>. Chodzi tu ponadto o zanikanie bioróżnorodności, zanieczyszczanie mórz i oceanów i ich rabunkową eksploatację, wreszcie na szczególną uwagę zasługują takie negatywne zjawiska, jak kwaśne deszcze, oraz deficyt surowcowy. Te negatywne efekty szybkich i w gruncie rzeczy głównie żywiłowych postępów cywilizacji industrialnej wymagają budowania globalnej świadomości ekologicznej oraz zarysowania wielorakich scenariuszy ekorozwoju. Szczególna rola w tym zakresie przypada międzynarodowemu środowisku naukowemu, a także międzynarodowym i pozarządowym organizacjom ekologicznym. Warto tu także odnotować konstruktywne idee ruchów ekologicznych i antyglobalistycznych, które ostatnio zmierzają nie tyle do cofnięcia procesów globalizacji, ile minimalizacji ich negatywnych skutków, w tym także destrukcji naturalnego środowiska „Zjawiska te i działania oznaczają interakcje i więzi nie na dystans, w poprzek terytorium, lecz bez dystansów i relatywnie oderwane od konkretnej lokalizacji. Inaczej mówiąc zachodzą one bez wyraźnej lokalizacji w terytorialnie określonej przestrzeni globu a istniejące dystanse nie mają istotnego znaczenia dla ich funkcjonowania”<sup>21</sup>. Problematyka ta ma dla współczesnej turystyki ogromne znaczenie. Z jednej strony uświadamia ona licznym rzeszom turystów dobrodziejstwa środowiska naturalnego dla zdrowia, regeneracji sił fizycznych i psychicznych człowieka oraz inne pożytki, jakie płyną z przynajmniej okresowych „powrotów do natury” Dzieje się to głównie dzięki turystyce wraźniowej i estetycznej, a także turystyce leczniczej czy ekoturystyce. Stale tworzące się na świecie „tereny chronione” każą państwom i organizacjom międzynarodowym myśleć o nich jako oazach naturalnego dobra, które należy zachować i, w miarę możliwości, pomnożyć. Sprzyja temu nasilający się ruch turystyczny, który właśnie skierowany jest głównie na te tereny. Tak więc immanentne potrzeby turystyczne, do których m. in. należy nieskażone środowisko, przyczyniają się do zachowania a często wstrzymania jego destrukcji<sup>22</sup>.

Z drugiej jednak strony, zwiększające się rzesze turystów, którzy, jak wspomniałem, głównie kierują się na tereny cywilizacyjnie niezdegradowane, stanowią zagrożenie dla środowiska naturalnego. Chodzi tu głównie o tzw. turystykę masową, która sprzyja nabywaniu przez handlowców czystych ekologicznie przestrzeni ziemi i wody, ażeby zabudować je dla potrzeb turystycznych. Wreszcie warto zauważyć dosłowne wręcz „zajeżdżanie” i „zadeptywanie” bezbronnej przyrody przez niewyedykowane ekologicznie turystów.

---

20 A. Jankowska (2003), Zagrożenie środowiska przyrodniczego jako problem globalny współczesnego świata. W: I. Michalków [red.], *Gospodarka Polski wobec wyzwań globalizacji*, Warszawa, s. 57.

21 M. Pietraś, J. Olchowski (2002), Ekologiczna ścieżka globalizacji. W: M. Pietraś [red.], *Oblicza procesów globalizacji*, Lublin, s. 138.

22 T. Łobożewicz [red.] (2001), *Turystyka aktywna i kwalifikowana na obszarach chronionych*, Augustów; J. Merski (2002), op. cit.

## Globalizacja kulturowa

Bodaj najbardziej potężnym czynnikiem wpływającym na oblicze i cechy charakterystyczne współczesnej turystyki jest globalizacja kultury. Dokonuje się ona dzięki rozwojowi transgranicznych rynków dóbr, usług, informacji czy finansowych. Rynki te w najbardziej rozwiniętych krajach świata doprowadziły do pełnego wewnętrznego nasycenia produktami kultury, a jednocześnie stworzyły możliwość, a nawet konieczność eksportu nadwyżek do niemal wszystkich regionów globu. Dotyczy to głównie produktów kultury masowej, takich jak filmy, programy telewizyjne i radiowe, muzyka mechaniczna, „kolorowe” czasopisma, gry elektroniczne, modne ubiory, zabawki itp. Kreują one zbliżone do siebie stany świadomości, zainteresowania, preferencje i style życia. Dzięki globalizacji kulturowej świat staje się „globalną wioską”, ludzie żywią się podobną strawą duchową, pielęgnują te same obyczaje i hołdują podobnym poziomom konsumpcji. Ponadto oglądają te same filmy, konsumują te same hamburgery w McDonaldach, popijają tę samą coca-colę, słuchają tych samych nagrań muzyki pop i tych samych przebojów narodowych piosenek, czytają te same bestsellery itp.<sup>23</sup>. A zatem, dzięki „imperializmowi mediów” i „dyktaturze konsumpcji”, dokonuje się uniformizacja kultury w skali globalnej, która bywa rozmaicie oceniana. Jedni traktują ją jako wyraz misji cywilizacyjnej Zachodu wobec innych, słabiej rozwiniętych społeczności globu, inni natomiast uznają te zjawiska za przejaw „kulturowego imperializmu”, który prowadzi do wyniszczenia rodzimej kultury oraz homogenizacji i spłylenia gustów konsumpcji kulturalnej. Rolę dominującą w tych działaniach odgrywają bezsprzecznie Stany Zjednoczone, kraj o najbogatszej sieci informacyjnej, produkcji filmów, książek i czasopism, a także konsumpcji dóbr codziennego spożycia w zakresie konfekcji, gastronomii, rekreacji i wypoczynku. Wzory te podlegają szerokiemu rozprzestrzenianiu dzięki mediom, środkom komunikacji przestrzennej oraz kontaktom osobistym ludzi całego świata, zagęszczającym się głównie dzięki turystyce. „W dziedzinie turystyki – pisze na ten temat Piotr Sztompka – podróżują po świecie głównie mieszkańcy krajów najbardziej rozwiniętych, którzy dysponują nadwyżkami dochodu. I sami sobą, swoim zachowaniem, ubiorem itp. demonstrują wzory kultury zachodniej. Ale, co więcej, lokalni przedsiębiorcy turystyczni ze względów komercyjnych starają się sprostać nawykom i upodobaniom przybyszów, ulegają swoistej „akulturacji antycypującej”: stawiają budki z hamburgerami, meblują hotele tak samo jak w Kalifornii, budują tarasy z basenami blokujące dostęp do morza i naturalnej plaży itp. Wreszcie określone wzory kulturowe są narzucane przez urządzenia i produkty, od samochodu niosącego cały ogromny kompleks kultury samochodowej, po komputery i kulturę Internetu.

---

23 M. Łuczak, op. cit., ss. 157-158.

Ale dotyczy to i ubrań, i produktów spożywczych, i gadżetów domowych, i wielu innych rzeczy. I znów dobra te, przemycające w sobie treści kulturowe rozpowszechniają się z krajów o najbardziej innowacyjnym przemyśle i najbardziej masowej produkcji. Ford model T, hamburger McDonalda, komputer IBM, coca-cola, dżinsy Levi-Straussa, telewizor – to wszystko zaczęło się w Ameryce. A dobre te, same w sobie użyteczne i atrakcyjne, mają jeszcze wsparcie potężnej maszyny marketingowej i reklamowej. I w ten sposób, tymi trzema drogami, kraje najsilniejsze ekonomicznie eksportują na cały świat także swoją kulturę<sup>24</sup>.

## Zakończenie

Procesy globalizacji kultury nie prowadzą jednakże wyłącznie do uformowania się i rozprzestrzeniania homogennych, masowych wzorców konsumpcji i standardowych zachowań. Wręcz przeciwnie: generują one rozwój i umacnianie się kultur lokalnych budujących tożsamość narodową określonych społeczności. Homogenna kultura konsumpcyjna nie penetruje bowiem głębszych warstw kultury tożsamościowej<sup>25</sup>. Zjawisko to ma swoje uwarunkowanie w dwóch wzajemnie stymulujących się działaniach. Po pierwsze, państwa narodowe, znajdujące się pod ciśnieniem geopolityki, gospodarki i kultury globalnej, świadomie pielęgnują własne oryginalne wartości i style kultury. I po drugie, chcąc zainteresować sobą rzesze wędrujących po świecie turystów i wnieść do kultury globalnej swoiste treści, celowo eksponują własne korzenie i własne znamiona kultury.

„Wymienione tendencje i czynniki sprawiają – pisze Marek Pietraś – że istotną cechą kulturowej ścieżki globalizacji jest traglizacja. Jest to proces jednoczesnej globalizacji i homogenizacji wartości i wzorów zachowań kulturowych oraz fragmentacji polegającej na eksponowaniu kulturowej różnorodności i odmienności tego, co lokalne. Znaczy to, że procesy globalizacji w płaszczyźnie kulturowej produkują nie tylko globalną wioskę, ale także wioski na globie<sup>26</sup>.

Słowem, transgranicznej, globalnej kulturze masowej przeciwstawione zostają inne, lokalne modele kultury. W konsekwencji więc mamy do czynienia w świecie z różnymi kulturami alternatywnymi, które obok sportu<sup>27</sup>, także w dużej mierze dzięki rozwojowi turystyki, docierają do odbiorców rekrutujących się z wielu regionów globu.

---

24 P. Sztompka (2002), *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków, ss. 591-592.

25 J. Zdanowski [red.] (2003), *Globalizacja a tożsamość*, Warszawa.

26 M. Pietraś, op. cit., s. 47.

27 D. Rowe (2003), Sport and the Repudiation of the Global, *International Review for the Sociology of Sport*, nr 3/38.

Niektórzy autorzy zjawisko to określają przy pomocy terminu globalizacja. „Integracja, i fragmentaryzacja, globalizacja i terytorializacja świata” – pisze na ten temat Zygmunt Bauman – „uzupełniając się i podtrzymując wzajemnie – a wyrażając się ściślej, są dwiema stronami tego samego procesu dystrybucji suwerenności, mocy i wolności działania. Z tej to przyczyny warto postąpić zgodnie z sugestią Rolanda Robertsona i posługiwać się dla oznaczenia objaśnianych trendów planetarnym terminem globalizacji – by uwypuklić tę właśnie okoliczność, że współwystępowanie syntezy i rozkładu, integracji i rozproszenia nie jest bynajmniej sprawą przypadku i nie da się odmienić”<sup>28</sup>. Tendencje te są zgodne z założeniami postmodernizmu, który przeciwstawia jedności – różnorodność a homogeniczności – heterogeniczność<sup>29</sup>.

Współczesna turystyka wydaje się wyrastać z obu tych procesów. Z jednej strony, szczególnie w swojej odmianie masowej, wzmacnia ona i pogłębia tendencje ujednolicania, homogenizacji i integracji systemów wartości i sposobów życia, szczególnie reprezentantów klasy średniej. Z drugiej jednak wzmacnia i rozwija wzory i zachowania różnicujące i indywidualizujące, a co za tym idzie – dezintegrujące. Jak się wydaje, w tym dziele prym wiodą aktywne i alternatywne rodzaje turystyki, w tym przede wszystkim turystyka ekstremalna.

Będzie to sprzyjać mechanizmowi „włączania się” do, a z drugiej strony „wyłączania” z, poszczególnych systemów wartości i zachowań zarówno określonych grup społecznych, jak i jednostek. W ten sposób, nie bez wewnętrznych napięć, grupowych bądź jednostkowych, zachowane zostanie to, co swoiste i to, co globalne w kulturze<sup>30</sup>. Jest to mechanizm, który wyjaśnia także, możliwość i potrzebę i sens powszechnego dialogu kultur<sup>31</sup>. Światowa turystyka będzie zapewne jednym z istotnych instrumentów rozszerzania i pogłębiania tego dialogu.

---

28 Z. Bauman (1997), Globalizacja, czyli komu globalizacja a komu lokalizacja, *Studia Socjologiczne*, nr 3 (146), s. 60.

29 A. Mrozek-Dumanowska (2003), Konstrukcja światów symbolicznych jako alternatywa globalizacji. W: J. Zdanowski [red.], *Globalizacja a tożsamość*, Warszawa, s. 110.

30 Ibid., ss. 112-115.

31 W. Cynarski (2002), *Proces globalizacji. Dialog kultur czy konflikt wartości*, Rzeszów.