

## **NADZIEJE I ZAGROŻENIA TURYSTYKI\***

Przed laty Enriquez Savignac, ówczesny sekretarz generalny Światowej Organizacji Turystyki, otwierając kolejną edycję najstarszych i największych targów turystycznych świata - ITB (Internationale Tourismus Börse) w Berlinie - nazwał turystykę „fascynującym przemysłem”. I słowa te są wciąż aktualne. Bo jak żadna inna dziedzina gospodarki właśnie turystyka rozpala marzenia, budzi emocje, wiąże się z tym, co - bez względu na wiek - zawsze uważamy za najprzyjemniejszą część roku - z wakacjami.

Wakacje, które są dziś dla nas czymś tak oczywistym, że w ogóle nie zdajemy sobie sprawy z tego jak stosunkowo nowe jest to zjawisko.

Kiedyś Konstanty Ildefons Gałczyński pytał w jednym ze swoich wierszy „Kto wymyślił choinki?”. Parafrazując to pytanie możemy zapytać „Kto wymyślił wakacje?”. Czyli inaczej - od kiedy wakacyjny wypoczynek stał się czymś, bez czego nie możemy się obejść.

O ile niektórzy twierdzą, że pierwszym turystą był Jezus, inni sięgają jeszcze głębiej w historię, do starożytnej Grecji, o tyle wakacje są zjawiskiem znacznie, znacznie młodszym.

Przed wiekami nikomu się nie śniło, by podróżników pytać o wypoczynek. Podróż była wielkim wyzwaniem, a podróżnicy należeli do kategorii tych, których za ich wysiłek i podejmowane ryzyko należało szanować. Dopiero w XIX wieku, wraz z upowszechnieniem kolei, a przez to ułatwieniem przemieszczania się, podróżowanie stało się bardziej dostępne, choć daleko mu było do dzisiejszych standardów. Na korzystanie z pierwszego biura podróży, które w 1841 roku założył Thomas Cook, mogli pozwolić sobie jedynie najbogatsi klienci. Tych, których stać było na podróżowanie czy raczej „spacerowanie bez konkretnego celu”, tak pierwsze turystyczne wędrówki nazywali Francuzi.

Ale przełom nastąpił dopiero w wieku XX, w okresie dwudziestolecia międzywojennego. Zdecydowały zaś o tym prawa pracownicze. Jeszcze przed I wojną światową, w 1910 roku, holenderski związek robotników obrabiających diamenty wywalczył dla nich tydzień płatnego urlopu. Po Holendrach byli Brytyjczycy - w roku 1925 prawo do

---

\* Artykuł został opracowany na podstawie wykładu autorki, jaki wygłoszono podczas uroczystości rozpoczęcia roku akademickiego 2004/2005, w Wielkopolskiej Wyższej Szkole Turystyki i Zarządzania w Poznaniu.

płatnego urlopu miało na Wyspach 1,5 miliona obywateli, a w przeddzień wybuchu II wojny światowej - 11 milionów. W ciągu jednej dekady diametralnie zmienił się obraz brytyjskich miejscowości nadmorskich, powstały hotele i pensjonaty, pojawiły się nowe miejsca pracy. Płatne urlopy w tym czasie wprowadzili także Niemcy i Francuzi, a wyjazd na wakacje w sierpniu stał się dla tych ostatnich niemal polityczno-kulturową manifestacją.

Płatne urlopy stały się powszechnie dostępne po II wojnie światowej, choć nie wszędzie od początku było to takie oczywiste - w Szwajcarii w 1946 roku doszło na tym tle nawet do burzliwych zamieszek ulicznych z budowaniem barykad włącznie.

Jak więc widać, wakacje bez których dziś żyć nie możemy, stosunkowo niedawno stały się dobrem ogólnie dostępnym. I to one tak naprawdę stały się kołem zamachowym turystyki, którą pół wieku później okrzyknięto przemysłem numer 1 na świecie.

Aby czuć nad jej rozwojem, badać go, stymulować, powstała Światowa Organizacja Turystyki, formalnie istniejąca od 1975 roku, od ubiegłego roku mająca status wyspecjalizowanej agencji ONZ, ale swymi korzeniami i działaniami sięgająca roku 1925 - wyjąwszy okres II wojny, pod różnymi nazwami działająca na rzecz turystyki.

Działania konsolidujące media, a mające sprzyjać promowaniu turystyki podjęli także dziennikarze - w grudniu 1954 roku w Paryżu założyli FIJET (Federation International de Journalistes et Ecrivains du Tourisme): Światową Federację Dziennikarzy i Pisarzy Turystycznych, w której obecnych władzach mam przyjemność zasiadać.

Dziennikarskiego wkładu w rozwój turystyki nie sposób przecenić. Media to wciąż najsilniejsza broń w promowaniu turystyki, ukazywaniu miejsc, do których warto pojechać, które warto zobaczyć. Dziennikarskie relacje to przybliżanie czytelnikowi czasem bardzo odległego dla niego świata, to jego opisywanie. Ryszard Kapuściński mawia, że „reporter to tłumacz kultur”. Reporter turystyczny jest nim w sposób szczególny. To on jest tym pośrednikiem w uczeniu czytelnika różnorodności tego świata, szacunku dla innych kultur, religii, zwyczajów. Dlatego tak ważne jest odpowiedzialne pisanie o turystyce. Pisanie prawdy, co jest oczywiście truizmem, ale umiejętne wydobywanie też tych elementów, które potrafią zachęcić do odwiedzenia akurat tego, a nie innego miejsca.

Turystyka to nadzieja dla świata. Gospodarcza i duchowa. Dochody z niej sięgają rocznie ponad 500 mld dolarów, nie licząc wpływów z biletów lotniczych. W wielu krajach jest najważniejszą gałęzią gospodarki, w innych - jedną z najważniejszych. To dziś także jedno z najważniejszych źródeł zatrudnienia. Stymuluje rozwój infrastruktury, bardziej poprawiając warunki życia lokalnej ludności aniżeli turystom.

Poznanie świata uczy rozumienia odmienności, szacunku dla inności, pozwala przewyżczać uprzedzenia. Stare łacińskie przysłowie mówi „potępiają, bo nie rozumieją”. Turystyka pozwala to zmienić. Podróże otwierają granice. Także granice poznania, zrozumienia, tolerancji. I to jest ogromna jej rola - rola, której nie da się ocenić miarami produktu turystycznego.

Zwłaszcza, że ten się zmienia - staje coraz różnorodniejszy, a jego twórcy prześcigają się w wymyślaniu coraz to nowych atrakcji. Dziś już nikogo nie dziwią turystyczne wyjazdy na Antarktydę - taka eskapada z amerykańskim biurem podróży kosztuje około 9000 dolarów, ale w polskich biurach można tę ofertę też już znaleźć. Nikogo nie dziwią podróże specjalnymi statkami podwodnymi, z których można podziwiać głębiny oceanów czy turystyka kosmiczna. Pierwszy turysta już w kosmos poleciał, a zaledwie tydzień temu Richard Branson, brytyjski miliarder, właściciel linii lotniczych Virgin zapowiedział, iż jego firma w nieodległym czasie uruchomi turystyczne, bardziej „masowe” loty w kosmos (z wykorzystaniem technologii zastosowanej przy budowie pierwszego prywatnego statku kosmicznego Space Ship One, który w czerwcu jako pierwszy prywatny statek przekroczył granicę atmosfery) - taka 3-dniowa podróż ma kosztować 170.000 euro.

A wszystko to dzieje się w myśl lansowanego od kilku lat hasła „minimum czasu - maksimum doznań”. Bo, ci którzy mają pieniądze na mniej czy bardziej zwariowane eskapady, nie mają zazwyczaj czasu. Trzeba więc im przygotować odpowiednią ofertę. Różnorodną, bowiem często tacy turyści wyjeżdżają na urlopy kilka razy w roku, ale na bardzo krótki czas.

Te przykłady, o których tu mowa to element, choć na obrzeżach, zauważalnej ostatnio tendencji indywidualizacji turystyki. Prognozy mówią wręcz o czekającej nas zmianie stylu uprawiania turystyki. Obok tej masowej pojawia się już coraz bardziej wyspecjalizowana turystyka indywidualna, dążąca do kulturowej i przyrodniczej penetracji, do szukania konkretnych tematów. To oczywiście wiąże się ze zmianą modelu turysty. Dziś jest on już inny niż był przed pół wiekiem - bardziej doświadczony, często nieodkrywający świata na nowo, lecz raczej potwierdzający swoje wiadomości, wyznający zasadę „nie mieć, lecz być”, akceptujący odmienność. Jemu już nie wystarczają angielskie 3 x S – „sea, sun, Sand” czyli „morze, słońce i piasek”. A z badań zarówno Światowej Organizacji Turystyki, jak i polskich instytutów wynika, że z biurami podróży wyjeżdża na wakacje około 20-25% turystów - pozostali to właśnie turyści indywidualni, kongresowi, biznesowi, pielgrzymi.

Oczywiście obok indywidualnej będzie nadal istnieć turystyka masowa, ze wszystkimi swymi gospodarczymi zaletami - miejscami pracy, rozwojem infrastruktury,

zrównoważeniem bilansu płatniczego, ale i ze swą niszczycielską siłą. Jeśli nie ma odpowiednich zabezpieczeń i ograniczeń, tereny na których masowa turystyka się rozwija, ulegają dewastacji. Dlatego tak ważne jest znalezienie tej bardzo cienkiej, niemal niezauważalnej granicy między szansą a zagrożeniem. Stąd właśnie pojawiają się ograniczenia architektoniczne (np. na Lanzarote na Wyspach Kanaryjskich nie wolno wznosić budynków wyższych niż cztery kondygnacje) czy dostępności do danych obiektów (w Dolinie Królów w Egipcie udostępnia się do zwiedzania tylko część grobowców faraonów i czyni to w systemie wymiennym - kiedy jedne są czynne inne są zamknięte; w Alhambrze w Grenadzie bilety wstępu trzeba zamawiać z dużym wyprzedzeniem - kupuje się je na określoną godzinę i tylko o tej godzinie można na teren Alhambry wejść; jeśli się ktoś spóźni bilet przepada - nic dziwnego, że rano po pulę biletów sprzedawaną poza rezerwacją ustawiają się kolejki jakie pamiętamy jedynie z kartkowych czasów PRL).

Bo turystyka, najlepiej rozwijający się przemysł świata, to dziedzina niezwykle delikatna, bardzo podatna na zmiany politycznej i ekonomicznej sytuacji świata.

Od dziesięcioleci z roku na rok systematycznie rosła liczba turystów i dochodów z turystyki. Bywało, jak np. w 1982 roku, gdy liczba podróży wzrosła jedynie o 0,4% czy w 1991 roku podczas wojny w Zatoce Perskiej zaledwie o 1,2%, ale rosła. Tapnięcie nastąpiło w 2001 roku. Wahania na rynku spowodowane osłabieniem gospodarki w krajach, z których wywodzą się najliczniejsze rzesze turystów, a więc Niemiec, Japonii i USA, dało się zauważyć już wcześniej. Ale o wynikach roku 2001 zdecydował 11 września. Po tej tragedii spadły one dramatycznie na całym świecie - o 11%, przy czym najgorzej było na Bliskim Wschodzie - o 30%, w południowej Azji i obu Amerykach - o 24%. Terroryzm po raz pierwszy na taką skalę odcisnął swe piętno na turystyce. Najbardziej ucierpiały kraje, w których turystyka zależy od gości amerykańskich, leżące daleko od miejsc, z których przyjeżdża najwięcej turystów oraz kraje muzułmańskie.

Najszybciej z tej zapaści podniósł się Egipt, dla którego turystyka jest drugim najważniejszym źródłem dochodów dewizowych. Dlatego, by zapobiec załamaniu się rynku pod koniec 2001 roku rząd egipski rozpoczął kampanię „To jest twój dom” adresowaną zarówno do nowych rynków turystycznych, jak i tradycyjnych: europejskiego i amerykańskiego.

Turystyka w Egipcie przynosi 4,3 mld dolarów czyli około 11 procent dochodu narodowego. Nic więc dziwnego, że Egipt, zabiegając o turystów, podjął nie tylko kampanię promocyjną, ale i bardzo konkretne działania - 29 milionów dolarów z państwowej kasy wspomogło loty czarterowe, sponsorowano wizyty około tysiąca touroperatorów

i dziennikarzy, by pokazać im, że Egipt to bezpieczny i wart odwiedzenia kraj, ułatwiono formalności wizowe, a obywatelom Unii Europejskiej zezwolono nawet na przekraczanie granicy bez paszportu - wystarczy IC (Identity Card) czyli tamtejszy dowód osobisty. Stworzono także warunki dla nowych inwestycji, z czego natychmiast skorzystało m.in. kilkanaście międzynarodowych sieci hotelowych otwierając nowe hotele w Kairze, Sharm El Sheikh i Hurghadzie. Rezultat był taki, że w lipcu i sierpniu roku 2002 Egipt miał już więcej turystów niż w tym samym czasie rok wcześniej, a więc jeszcze przed atakiem na World Trade Center. Dzisiejsza moda na Egipt w Polsce, właśnie ze względu na stosunkowo przystępne ceny, to właśnie wynik tamtych działań.

Tak więc, jak widać, powrót do stanu sprzed wojny, którą terroryści wypowiedzieli światu, wymaga ogromnych wysiłków. Mimo potężnych dochodów, jakie przynosi turystyka - w ubiegłym roku 514 mld dolarów rocznie, nie licząc wpływów z biletów lotniczych - to jednak ostatnie 3 lata nie były dla niej najlepsze. Tylko w ubiegłym roku liczba podróży spadła o 1,2% (a to oznacza aż 8,5 mln podróżujących mniej), a dochody o 2 procent. Przyczyniło się do tego nadal istniejące zagrożenie terroryzmem, początek wojny w Iraku oraz niespodziewany atak SARS w Azji i rejonie Pacyfiku.

Wiele krajów, zwłaszcza tych żyjących z turystyki, podjęło działania zapewniające bezpieczeństwo turystom. Kontrole samolotów wylatujących z lotniska w Tel Awiwie od wielu lat są najbardziej rygorystyczne na świecie. W Egipcie już od dawna autokary z turystami jeżdżą z ochroną. W Egipcie i Turcji od kilku lat - nawet przed 11 września - nie dziwią w hotelach czy dużych centrach handlowych bramki i kontrole, takie jak na lotniskach. Ostatnio jednak w Turcji, bo w wybuchach samochodów koło hoteli w Stambule, „przerobiłam” kontrolę prywatnego samochodu podjeżdżającego pod hotel - specjalny podjazd i dokładna kontrola za pomocą specjalnej maszyneryi.

Bezpieczeństwo jest dziś bowiem sprawą najważniejszą dla turystyki. Tam, gdzie go nie ma, turyści nie przyjadą.

Ale mimo że wojna w Iraku trwa, a zagrożenie terroryzmem nie zniknęło, różne symptomy świadczą o tym, że rok 2004 odmienia złą passę. Takie przynajmniej są oceny analityków ze Światowej Organizacji Turystyki. Optymizmem powiało także dla nas. Według WTO (World Tourism Organization) w krajach, które w tym roku wstąpiły do Unii Europejskiej, właśnie turystyka ma w ciągu najbliższych 5 lat przynieść tym krajom 12 mld euro dochodu, z czego 2 mld mają przyspaść Polsce. Czy tak się stanie zależeć będzie także od Państwa.

## **Summary**

### **The tourism – hope and threat**

Since XIX<sup>th</sup> century, with travel widespread, traveling has become more available, however a breakthrough ensued in XX<sup>th</sup> century, when labor unions had fought their chance to paid leave. It has become a drive shaft of tourism, which by the end of the century had proclaimed as a number 1 industry in the world.

Tourism is an economic and spiritual hope for the world. Profits from it reach more than 500 billion dollars per year, not counting the income from flight tickets. In many countries tourism is the most important economy department – provides workplaces, stimulates infrastructure development.

Lately, more often we can see a tendency of tourism individualization. Forecasts say, that they are about to change. A more specialized individual tourism is showing up next to the mass tourism, heading to cultural and natural penetration. Nowadays, a tourist is more experienced, often not discovering the world for the first time, but acknowledging his own knowledge. Mass tourism is still going to exist next to the individual tourism, with all of its economical advantages as well as with its destroying force. If there is no proper limitation and protection, areas on which mass tourism is developing would annihilate.

Since decades, year by year, the number of tourists and income from tourism has been growing. A breakdown occurred in 2001 when economy of Germany, Japan and USA weakened and after 11<sup>th</sup> September. After this tragedy incomes decreased dramatically all over the world by 11%(worst in the Near East-30%). Many countries have taken actions in order to secure tourists, since it is the most important thing today. Tourists will not visit a place where there is no security.

## **Bibliografia:**

Aleziak W. (1999): Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku, Wydawnictwo Albis, Kraków

Biuletyny i newslettery WTO z lat 1995-2004

Gaworecki W. (2000): Turystyka, Wydawnictwo PWE, Warszawa

Gołembski G. (red.), (2001): Vademecum pilota grup turystycznych, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań

Gołembski G. (red.), (2002): Kompendium wiedzy o turystyce, PWN, Warszawa

Kaczmarek J., Stasiak A, Włodarczyk B. (2002): Produkt turystyczny czyli jak organizować poznanie świata, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź

Materiały dla dziennikarzy z targów turystycznych ITB (1996-2004)

Materiały kongresowe FIJET (1990-2004)