

Marek Kazimierczak

Kodeksy etyczne szansą dla turystyki?

Idō - Ruch dla Kultury : rocznik naukowy : [filozofia, nauka, tradycje wschodu, kultura, zdrowie, edukacja] 6, 11-20

2006

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

FILOZOFIA KULTURY FIZYCZNEJ / PHILOSOPHY OF PHYSICAL CULTURE

Niniejszy dział rozpoczynamy od studium dr.hab., prof. AWF Marka Kazimierczaka, który specjalizuje się właśnie w filozofii kultury fizycznej.

MAREK KAZIMIERCZAK

Zakład Kulturowych Podstaw Turystyki, Wydział Turystyki i Rekreacji
Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu, Polska

Kodeksy etyczne szansą dla turystyki? / The ethic codes as a chance for tourism?

Słowa kluczowe: etyka, kodeks etyczny, turystyka, rozwój zrównoważony

Autor stara się uzasadnić tezę, iż turystyka zrównoważona powinna być wsparta na kodeksowym – etycznym fundamencie. Analiza dyskusji między zwolennikami i przeciwnikami kodeksowych unormowań (rozstrzygnięć) zostaje przeniesiona na obszar kodeksów etycznych w turystyce. Odczuwalny jest tu brak wiążących i reprezentatywnych danych opartych na mierzalnych parametrach, które umożliwiłyby formułowanie ogólniejszych wniosków na temat zasięgu i efektów oddziaływania kodeksów etycznych w turystyce. Ich analiza skłaniać jednak powinna do dalszych pogłębionych empirycznych badań społecznych w tym względzie. Artykuł kończy charakterystyka Globalnego Kodeksu Etycznego dla Turystyki (Global Ethic Code for Tourism), który urasta w turystyce do rangi etycznego drogowskazu dla zrównoważonego rozwoju.

Wstęp

Znak zapytania w tytule artykułu wskazuje na problematyczność kwestii, którą zamierzam rozważać. Sformułowanie „szansa dla turystyki” domaga się dookreślenia i nieodparcie nasuwa pytanie: „Szansą na co”? Oczekiwania mogą być tu wielorakie i płynąć ze strony zarówno samych turystów, jak i pracowników branży turystycznej, społeczności przyjmujących albo też badaczy-teoretyków zaniepokojonych negatywnymi zjawiskami powstałymi w obszarze tzw. turystyki masowej, przy wszystkich kłopotach znaczeniowych związanych z użyciem tego określenia. Szansą – wobec także tych przejawów i form turystyki, które zagubiły realny związek z humanistycznymi celami i wartościami, jakie winny przyświecać uczestnikom turystycznego ruchu. Wszystko to skłania do pogłębionej refleksji nad działalnością w branży turystycznej, która przecież nie jest etycznie neutralna.

Turystyka, jako forma różnorodnej aktywności człowieka, może sprzyjać kształtowaniu postaw etycznych i prospołecznych, ale i wyznaczać obszar permanentnego ich naruszania, co więcej, stwarzać sposobność do pojawienia się sytuacji patologicznych, w których człowiek czy całe ludzkie społeczności narażeni zostają na utratę swej podmiotowości i autonomii, na traktowanie w sposób przedmiotowy, instrumentalny.

Kompleksowość fenomenu turystyki wyrażająca się w jej powiązaniach i relacjach do dóbr natury i kultury wymaga, aby etyczna refleksja nad turystyką wykraczała poza jednostkową ocenę zachowań pojedynczego turysty czy pracownika branży turystycznej i orientowała się całościowo na jej konsekwencjach dla ludzkich zbiorowości i to w wymiarach: gospodarczym, ekologicznym, politycznym i społeczno-kulturowym.

Celem artykułu jest określenie roli i znaczenia kodeksów etycznych dla turystyki. Tak sformułowany cel wyraża przekonanie autora, iż przetrwanie i rozwój turystyki warunkowane jest zarówno poziomem moralności podmiotów w niej uczestniczących, jak i realizacją idei zrównoważonego rozwoju turystyki, z założenia wspartą na etycznym fundamencie. Spoglądając na rzecz szerzej, w artykule chodzić będzie o uwidocznienie roli i znaczenia etyki w koncepcie zrównoważonej turystyki. Można powiedzieć, iż etyka w turystyce wiedzie do zrównoważonego rozwoju turystyki samej. Wyrażam tym samym przekonanie, że w rzeczywistym sukcesie idei

zrównoważonego rozwoju w turystyce niepoślednią rolę ma do odegrania wzrost etycznej świadomości podmiotów w niej uczestniczących.

Przywróceniu etycznych podstaw relacjom personalnym w branży turystycznej i pomiędzy organizacjami tam, gdzie zostały one zachwiane, sprzyjać mogą, choć nie muszą, kodeksy etyczne. Występujące w tym względzie wątpliwości dotyczą możliwości skutecznego dyscyplinowania tych uczestników turystycznego ruchu, którzy mniej czy bardziej świadomie naruszają etyczne zasady i przyjęte normy zachowań. Istnieje też realne zagrożenie niewłaściwego, instrumentalnego wykorzystania kodeksów etycznych, np. poprzez próbę podporządkowania moralnych kompetencji działających osób instytucjom, urzędowi, organizacjom stojącym rzekomo „na straży” norm, zasad i zakazów w kodeksach tych zawartych. Nie sposób zaakceptować praktyk sprowadzania etyki w turystyce li tylko do propagowania tego, co jest dobre dla przemysłu turystycznego, polityki turystycznej państwa, czy utrzymania *status quo* np. premiującego turystyczne koncerty i ich uprzywilejowaną na turystycznym rynku pozycję, kosztem podmiotowości społeczności przyjmujących turystów.

Etyki postdeontyczne, które postulują wolność od absolutnych imperatywów i obowiązków, kwestionują istnienie uniwersalnych wartości i moralnych fundamentów. Wartości niosące powinności i zobowiązania moralne są tu traktowane jako ograniczające człowieka i jego wolność. Przekształcają się w rodzaj opcji, które występują w puli subiektywnych przekonań i osobistych decyzji. Wielość i różnorodność uznawana jest przez zwolenników etycznego pluralizmu za stałą atrybut rzeczywistości, w której przyszło nam żyć. W społeczeństwie radykalnie nowoczesnym lub ponowoczesnym, „w społeczeństwie szybkiej zmiany niewiele jest miejsca dla doświadczenia ciągłości i tworzenia tradycji. W kontekście pluralizmu zasad wybory moralne (i sumienie moralne, które podąża ich tropem) jawi się jako zasadniczo i nieusuwalnie ambiwalentne”. [Bauman, 1994]. Z tego punktu widzenia idea odgórnego (w postaci kodeksów etycznych) kodyfikowania zasad moralności zdaje się tracić swą społeczną wiarygodność. W artykule będę bronił przekonania, iż wyzwolenie z kodeksów normatywnych i standardów moralnych działań, nie może oznaczać zaprzestania bycia odpowiedzialnym za swoje życie moralne. Myślę, iż pogłębianiu tej odpowiedzialności, przynajmniej w odniesieniu do organizacji, np. firm branży turystycznej mogą skutecznie sprzyjać kodeksowe unormowania.

W Polsce niewiele turystycznych organizacji stosuje sformalizowane standardy etyczne w rozwoju turystycznego biznesu. Nierzadko niski stopień etyczności zachowań wśród *tour*-operatorów branży turystycznej, wskazujący na braki w sferze przyjmowanych wartości zdaje się wzmacniać aprobatę dla kodeksowych unormowań. Te ostatnie wiążą się z obowiązkiem respektowania wzorców moralnych, wraz z ich rozlicznymi konkretyzacjami, które odwołują się do szczegółowych zaleceń mających swój głębszy, humanistyczny wymiar, ważniejszy niż same przysparzanie uznania i splendoru turystycznej firmie. O ocenie funkcjonowania takich kodeksów przesądzać przede wszystkim będzie rzeczywisty zasięg ich oddziaływania.

Etyczny zwrot, czy swoisty renesans „porządku wartości”, o jaki będzie zabiegał niejeden reformator turystycznego życia, nie dokona się za sprawą jedynie krytycznej refleksji nad rzeczywistością społeczno-ekonomiczną i kulturową, w jakiej przyszło funkcjonować turystyce. Jednak prezentacja przesłanek do zaistnienia owego zwrotu czy renesansu, jaka się w artykule pojawia, otwiera przynajmniej drogę do jego urzeczywistnienia. Jest jednym ze składników trudnego procesu uświadamiania sobie konieczności pro aksjologicznego nastawienia wśród podmiotów turystycznego ruchu i ich odpowiedzialności w tym względzie.

1. Tendencja globalizująca turystyki i jej społeczno-kulturowe implikacje

Globalistyczne trendy przenikające turystyczny przemysł skutkują uniwersalizacją turystycznej oferty, również w jej wymiarze społecznym i kulturowym. W nim to uzewnętrzniają się tendencje o dialektycznym charakterze opisywane przez badaczy za pomocą przeciwstawnych pojęć – homogenizacji i fragmentaryzacji społecznego życia.

Różnorodność i przeciwstawność procesów zachodzących we współczesnej turystyce jest dziś uważana za nieodłączną cechę komplikującej się coraz bardziej rzeczywistości jako takiej. Czy to nie globalizującemu się światu towarzyszy cień rozprzestrzeniającego się terroryzmu, kierującemu jak na ironię swe przerażające oblicze w stronę Bogu ducha winnych turystów? Ileż to

wspaniałych świadectw dziedzictwa kulturowego ludzkości zostało wyłączonych na stałe z turystycznego obiegu za sprawą fanatyzmu, nietolerancji, żądzy odwetu czy szaleństwa wojen?

Postępująca unifikacja świata, towarzysząca globalistycznym procesom, daje o sobie znać w obszarze turystycznej aktywności ujednoczeniem dziedziny turystycznej konsumpcji, stylów życia, obyczajów, sposobów porozumiewania się. Sięga zresztą głębiej i ma niejednoznaczne oblicze. W wymiarze społeczno-kulturowym powoduje z jednej strony wzmocnienie solidarności i tożsamości regionalnej i ponadnarodowej, w tym zaś etnicznej i religijnej. Z drugiej zaś strony prowadzi do fragmentaryzacji życia, jego efemeryczności, poznaćczego i etycznego relatywizmu, postępującej dezintegracji przestrzeni społecznej. Konsekwencje pogłębiających się nierówności społecznych, olbrzymiego zróżnicowania dochodów dają o sobie znać również w odniesieniu do turystyki, gdzie mamy często do czynienia z powiększaniem się dystansu pomiędzy turystyczną „elitą” – tymi „globalnymi”, a „biedotą” – tymi „lokalnymi”. Ci ostatni na ogół są pozbawiani możliwości czerpania korzyści z racji bycia rzeczywistymi gospodarzami terenów odwiedzanych przez turystów. To często ich dotyka wymuszona migracja spowodowana koniecznością poszukiwania szans na przetrwanie w bardziej bezpiecznych i przyjaznych miejscach. Dotyka ona nierzadko i tych, którym los wyznaczył zasobniejsze i bezpieczniejsze miejsca bytowania. Również oni bywają zmuszeni do ciągłego przemieszczania się, motywowani potrzebą zmiany pracy, pojawieniem się nowych form aktywności zawodowej [Kazimierczak 2003, s. 151–161].

Istnieje uzasadnione podejrzenie, iż globalizująca się coraz bardziej gospodarka zbyt mało odpowiedzialności przejmując za przyszłość obszarów poddawanych swym oddziaływaniom. W szczególny sposób dotyka to turystykę, która ze względu na swą specyfikę wymaga długofalowej polityki skoordynowanego działania wielu podmiotów ze sfery gospodarki i kultury. Rynkowo nakierowane zachowania branży turystycznej zorientowane na finansowy sukces, jakże często generują poważne społeczne, ekologiczne i ekonomiczne problemy w jej obszarze. Odpowiedzialni za rozwój turystyki (czyż to nie przemysł turystyczny ma swój istotny wkład na degradację środowiska przyrodniczego i kulturowego wielu regionów świata?) jakby nie chcieli zdać sobie sprawy z tego, iż turystyka różni się od innych gałęzi przemysłu, choćby rodzajem produktu oferowanego, którego „cykl życiowy” ma swoje specyficzne uwarunkowania. Decyzjom szeregu turystycznych podmiotów na różnych szczeblach zarządzania m.in. menadżerom w branży turystycznej, touroperatorom, samorządom lokalnym, dotyczącym rozwoju turystyki winna towarzyszyć świadomość tego stanu rzeczy w sposób szczególnie silny.

W czasach, kiedy to oddziaływania globalizującego się przemysłu turystycznego stały się niepodważalnym faktem, dyskusja etyczna nad problemami wynikłymi z komplikowania się społecznych relacji w turystycznej przestrzeni znalazła swoje naturalne miejsce i wsparcie w tym, co się kryje pod zorientowanym na turystyczną przyszłość pojęciem zrównoważonego rozwoju.

Turystyka zrównoważona ma wiele elementów wspólnych z modelem turystyki odpowiedzialnej, przyjaznej środowisku. Za stosowanie zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce odpowiedzialnymi czyni się zarówno rządy i organizacje pozarządowe, pracowników sektora turystycznego, jak i społeczność międzynarodową, także samych turystów. Odpowiedzialność, zwłaszcza ta w aspekcie etycznym, powinna się rozkładać na wszystkie wymienione podmioty.

Istotną przesłanką dla realizacji idei zrównoważonego rozwoju w turystyce jest zmiana stylu życia i przyzwyczajzeń konsumenckich, w tym także przewartościowanie hierarchii potrzeb. Kryzys etycznych wartości, dotyczący w końcu nie tylko nowoczesne społeczeństwa, nie omija i turystycznych obszarów. Jeden z jej przejawów stymulowany jest skrajnym konsumpcjonizmem, tym nieodłącznym produktem „realiów” współczesnej ekonomii, zarazem nieosiągalnym przedmiotem pożądania w krajach biednych. Trudno o usprawiedliwienie dla tego rodzaju pogoni za szczęściem i nowymi podniętami, która w swoich skrajnych interpretacjach „unieważnia” wszelkie zobowiązania moralne. Wyższe wartości traktuje jako mity lub przeżytek i zastępuje logiką interesów [Bauman 1994]. Przykłady takiego stanu rzeczy nie trudno odnaleźć w sferze ekonomicznej eksploatacji obszarów i społeczności Trzeciego Świata, do których kierowani są turyści korzystający z usług turystycznych potentatów. Koncerny turystyczne, zgodnie zresztą z logiką kapitalistycznego systemu, nie ustają w swych wyspecjalizowanych dążeniach do nieograniczonego czerpania dochodów z dostarczania swoim klientom turystycznych atrakcji.

Nie oznacza to jednak, że lansowany powszechnie model życia nastawiony na jego „użycie” i maksymalizację doznań jest obecnie głównym atrybutem turystyki, a tym samym skutecznie podważa i czyni mało atrakcyjnymi inne formy jej przejawiania się. Wydaje się to nieprawdopodobne wobec społeczno-kulturowych pozytywów, jakie niosą ze sobą odpowiedzialne i wartościowe formy turystyki (zwłaszcza w jej funkcji kulturoznawczej i edukacyjnej). Wiele jednak wskazuje na to, że nie sprzyja wzrostowi etyczności postępująca w turystyce masowej depersonalizacja relacji międzyludzkich, dotykająca zresztą niemal każdego aspektu społecznego życia, skutecznie ograniczając autentyczne międzyludzkie porozumienie.

Zjawiska nadużyć, o jakie w turystycznych relacjach nietrudno, czy wręcz patologii do jakich nierzadko dochodzi, obciążają moralnie w różnym stopniu ich uczestników. Rzadko samych tylko turystów, zwłaszcza zaś tych, którzy spędzają czas wolny na korzystaniu np. z „dobrodziejstw”, jakie niesie z sobą turystyka seksualna.

Tworzenie szerokiego konsensusu dla propagowania etycznych podstaw zrównoważonego działania wspomóc może pogłębiona refleksja nad etyką gospodarowania w branży turystycznej. To za sprawą budowania moralnej odpowiedzialności indywidualnych i ponadindywidualnych podmiotów działających na rynku turystycznym, wspieranych przez kodeksowe zasady i szczególnie ważne zalecenia może dojść do realizacji przemyślanych pod kątem etyki strategicznych celów i działań. Zrównoważony rozwój turystyki zogniskowany w jej obszarze społeczno-ekonomicznym, kulturowym i ekologicznym będzie w naturalny sposób skutkiem etycznych zachowań, jak i przesłanką i motywacją dla nich.

2. Za i przeciw kodeksom etycznym w turystycznym kontekście

Prowadzona od szeregu lat dyskusja wokół zasadności tworzenia kodeksów etycznych zdaje się nie przynosić ostatecznego rozstrzygnięcia. W argumentach formułowanych przez ich obrońców, jak i przeciwników, odnaleźć można elementy uzasadnień odwołujących się do przeciwstawnych założeń w ocenie etycznej kondycji, jak i potrzeb ich adresatów. Z jednej strony, akcentuje się ich funkcję wychowawczą i kontrolną, zwłaszcza wobec tych, którzy oczekują prostych porad dotyczących codziennej praktyki, i którzy nie są skłonni czy zdolni do rozwiązywania dylematów moralnych poprzez wgłębianie się w etyczne niuanse. Z drugiej strony stawia się kodeksom zarzut o etyczne przytępienie osobistej odpowiedzialności, zwłaszcza u tych, którzy mogliby odwołać się do wewnętrznego zmysłu moralnego, sprostać bez pomocy kodeksów etycznych, gdyby tylko chcieli, kodeksowym wymaganiom. W obu sposobach argumentowania potencjalnym adresatom raczej odmawia się zaufania co do trafności ich etycznych wyborów, uznając za nie dość „dojrzałych” do wzięcia moralnych rozstrzygnięć w swoje ręce.

Argumenty za i przeciw kodeksom etycznym wyznaczające obszar możliwych odpowiedzi na temat celów i zasadności ich formułowania i stosowania, są także wiążące dla szczególnego przypadku, jakim są kodeksy etyczne w turystyce. Również, jak sądzę, dla takich, które roszczą sobie pretensje do powszechnej, czy wręcz globalnej ważności.

Zwolennicy kodeksów etycznych dostrzegają ich konieczność przede wszystkim ze względu na kształtowanie przekonań i postępowań moralnych ich adresatów. Mają one spajać i wpływać na zachowania jednostkowe i społeczne, przyczyniać się do przekształceń i ugruntowania świadomości moralnej, do usuwania rozbieżności w pojmowaniu dobra i zła, niedomówień i nieścisłości, które zwykły się rodzić za sprawą moralnego relatywizmu.

Dla wielu etyka wyrażana poprzez kodeks staje się mniej abstrakcyjna i teoretyczna, a bardziej konkretna i praktyczna. Zwraca się uwagę na to, iż przeciętny człowiek oczekuje prostych wskazówek i porad dotyczących codziennej praktyki i nie rozwiązuje poważnych dylematów moralnych z pomocą filozofii. Na pomoc przybywa mu wówczas kodeks, zawierający pewne wyznaczniki postępowania, scalający system wartości uznawany w danym społeczeństwie czy grupie społecznej.

Bywa, iż potrzeba formułowania kodeksów etycznych znajduje swoje uzasadnienie w obszarze relacji między pracownikami, np. w konkretnej firmie branży turystycznej. Główne tego zalety dostrzega się w oddziaływaniu kodeksów, zwłaszcza zawodowych, na sumienie i uczciwość członków organizacji. W kodeksach etycznych upatruje się środka ograniczającego, a nawet eliminującego omijanie prawa; likwidacji drastycznych naruszeń mogących przynieść szkodę całemu

środowisku, w jakim określona firma turystyczna funkcjonuje. Z tego względu dawać mają poczucie zadowolenia i elitarności z powodu ich stosowania. Formalizacja etycznych zasad postępowania określonych grup zawodowych ma przyczynić się ponadto do wzrostu identyfikacji zawodowej, podnosić poziom moralny i tym samym rozwijać osobowość ludzi. Sprzyjać ma regulacji stosunków wewnątrz grup w duchu solidarności, wzajemnej pomocy, życzliwości, zdefiniowaniu wspólnych wartości pracowników. Za ważny pozytywny element kodeksów uznaje się to, iż zakreślają one i uzasadniają zarazem granice odstępstwa od norm powszechnych. Urastają w ten sposób do rangi swoistego dekalogu, do którego należy odwoływać się w chwilach zwątpienia i niepewności. Niebagatelnym dla zwolenników kodeksów etycznych jest argument pragmatyczny – „należy je propagować, bowiem życie nasze w wymiarze etycznym się brutalizuje i degraduje”.

Z kolei krytycy formułowania kodeksów etycznych podkreślają, iż zasady etyki ogólnej wraz z sformalizowanymi pragmatykami profesjonalnymi są wystarczające do zbudowania etycznego modelu postępowania. Wyrażają przy tym wątpliwość, czy rozbudowane regulacje etyczne zawarte w kodeksach spowodują zwiększenie odpowiedzialności moralnej jednostki. W ich przekonaniu forsowanie etyk zawodowych nie zastąpi oddziaływania tradycyjnych systemów etycznych, bądź też kierowania się elementarnym i pierwotnym moralnym impulsem. Zastępowanie moralności kodeksami etycznymi musi prowadzić do wypierania moralności przez etykę, odpowiedzialności moralnej przez konformizm, autonomii przez heteronomię [Bauman 1996, s. 23].

Z punktu widzenia przeciwników etycznej kodyfikacji moralność ma z gruntu charakter refleksyjny i konfliktowy, czego brak można odczuć w kodeksowych formach, opartych na założeniu, że świat wartości i obowiązków da się przekształcić w uporządkowany i czytelny instruktaż moralnego postępowania. To zdaje się kłócić z jednym z podstawowych założeń etyki – jej nieunormowanym prawnie charakterem. „Sytuacja moralna wolna od wieloznaczności istnieje tylko w utopii (...) nie jest i nie może być realistycznym celem praktyki etycznej (...) Zasad moralnych nie da się upowszechnić” [Bauman, 1996, s. 19]. Etyka zawodowa zawarta w kodeksach, nie stroniących od zabiegów socjotechnicznych, ma za to być pozbawiona występującej w zachowaniach moralnych cechy bezinteresowności. Człowiek, będący podmiotem moralności, sprawdzony zostaje tu do funkcji, jakie pełni w życiu społecznym.

Wątpliwości, co do zasadności tworzenia kodeksów, artykułowane także w odniesieniu do branży turystycznej, wspierają zwykle przekonanie, iż stanowią one zamach na indywidualną moralną odpowiedzialność i moralne samostanowienie. Wśród kontrowersji, jakie rodzą próby ustalenia konsensusu w sferze uniwersalnych wartości, od preferowania których kodeksy nie stronią, daje o sobie znać umiarkowany optymizm tych reformatorów turystycznego życia, którzy szans na poprawę wizerunku turystyki upatrują w sferze globalnych kodeksowych unormowań. Przemawiać za tym mają istniejące związki pomiędzy globalnym charakterem procesów cywilizacyjnych na świecie, w tym zaś ekonomicznych, społecznych, kulturowych, a turystyką.

*

Jeśli uznamy za fakt postępującą uniformizację świata, ten jeden z przejawów narastających procesów globalizacyjnych, to naturalnym jej sprzymierzeńcem będą kodeksowe rozstrzygnięcia i rozwijanie warunków do ich powstawania. Czy przyniesie to moralny postęp nie tylko w skali jednostkowych zachowań? Jednoznacznej odpowiedzi na tak postawione pytanie trudno się spodziewać. Rzecz dotyczyka moralnej wrażliwości osób, jej poziomu, który kształtowany bywa w większości z nas przez całe życie. Ma na niego wpływ szereg czynników, m.in. wartości wyniesione z domu rodzinnego, wypracowany stosunek do świata, zdobyte doświadczenie życiowe. Jak do tej pory prosta zależność – im poziom moralności niższy, tym większa potrzeba kodeksów etycznych, jako swoistego drogowskazu dla zbłąkanych owieczek – wydaje się sprawdzać. Na poziomie wyższym, może być co najwyżej rodzajem testu czy też służby sprecyzowaniu własnej samoświadomości etycznej. W jednym i drugim przypadku jego obecność jest usprawiedliwiona. Z badań empirycznych nad poziomem świadomości moralnej grup menedżerów z branży turystycznej wynika, iż wyższy poziom edukacji ma związek z podejmowaniem bardziej przemyślnych decyzji moralnych. W konsekwencji, ci, którzy potrafią rozpoznać i rozwiązać etyczne dylematy w szczegółowy sposób są zdolni do zaawansowanych działań etycznych.

Przesłanki dla tworzenia kodeksów etycznych w turystyce nie odbiegają od tych, które powstają w odniesieniu do kodeksów etycznych ukierunkowanych na inne sfery aktywności człowieka. Powstają z inspiracji organizacji pozarządowych i rządowych, przedsiębiorstw turystycznych, kolegiów opiniodawczych i innych gremiów, starających się ustalić moralne standardy, jakie powinny obowiązywać w firmach branży turystycznej i na turystycznych szlakach. Pojawiły się jako reakcja na niespójność, niekonsekwencje i nieetyczne zachowania podmiotów ruchu turystycznego, w sytuacji nadnormalnego wzrostu turystyki z jego wszystkimi społecznymi, kulturowymi i ekonomicznymi skutkami [Friedl 2002]. Rodzące się w związku z tym problemy, konflikty i sprzeczności interesów, wymusiły potrzebę etycznych unormowań, które uwzględniałyby specyfikę branży turystycznej. Dotyczyły już nie tylko osób i grup przemieszczających się z miejsca na miejsce, ale szeroko rozbudowanej, dynamicznie rozwijającej się gałęzi przemysłu turystycznego, w tym zaś zaangażowanych w nim instytucji i firm: biur podróży, transportu, przewodników, hotelarzy, gastronomów, także inwestorów tworzących infrastrukturę dla turystyki.

Analiza wybranych kodeksów turystyki pozwoliła na ustalenie, iż ich główne zasady koncentrują się wokół realizacji indywidualnych i zbiorowych celów, zmierzających na ogół do podniesienia poziomu moralnych zachowań, a tym samym osiągnięcia założonych przez firmę etycznych standardów [Fennell, Malloy 1998]. Firmie zależy na ogół, aby jej otoczenie i sami jej pracownicy wiedzieli, iż działa według określonych parametrów etycznych. Kodeksy zasadzają się w przeważającej części na formułowaniu zaleceń (przepisów), zakazów i reguł wspartych głównie na deontologicznej etyce. Apelują do sumienia i indywidualnej świadomości moralnej podróżujących i pracowników branży turystycznej. Powinny także uwzględniać konsekwencje etyczne, jakie się pojawiają w przypadku marketingu i reklamy w turystyce. Zastosowane w tym wypadku etyczne kryterium winno uwzględniać uczciwość (mówienie prawdy), tak, aby nie narażać potencjalnych turystów na różnego rodzaju niedogodności, a niekiedy poważne niebezpieczeństwa, zagrażające ich życiu czy zdrowiu. Za sprawą rzetelnej informacji można również uszanować godność potencjalnych klientów.

W fachowej literaturze jak do tej pory brak wiążących i reprezentatywnych danych opartych na mierzalnych parametrach, które umożliwiłyby formułowanie ogólniejszych wniosków na temat zasięgu i efektów oddziaływania kodeksów etycznych w turystyce, a co za tym idzie i ocenę praktycznej skuteczności w podniesieniu zachowań moralnych ich adresatów. Ich analiza skłaniać jednak powinna do dalszych pogłębionych empirycznych badań społecznych w tym względzie. Z punktu widzenia „konsumentów” turystyki etyczne zachowania wyraża świadoma decyzja, jak się pojawia przy zakupach turystycznej oferty. Dorosli konsumenci potrzebują więc informacji, aby móc swą dorosłość zrealizować. Rzadko, o ile w ogóle, turyści są pytani o motywę podróży w kontekście etycznym. Dla wielu z nich to w końcu moralność wyznacza wewnętrzną postawę i przyjmowany system wartości, który nie jest rodzajem artykułu marketingowego, czy łatwo dającą się rozpoznać częścią składową turystycznego produktu. Etyka w turystyce domaga się zatem jawności i pełnej informacji, a zatem spełnienia tych podstawowych warunków ramowych ze strony organizatorów turystycznych atrakcji [Friedl 2002].

3. Globalny Kodeks Etyki dla Turystyki

Konfrontacja z realiami i stanem etyczności współczesnych form turystyki doprowadziła w 1999 roku do powstania Globalnego Kodeksu Etyki dla Turystyki (Global Ethic Code for Tourism)¹. Zawartość treściowa Kodeksu, jak i jego forma, różni go od pozostałych kodeksów. Nie jest on dziełem wąskiej grupy ekspertów. Tekst należy uznać za pracę zbiorową (jego treść była przedmiotem konsultacji i uzgodnień państw członkowskim WTO) 138 krajów i terytoriów należących do organizacji.² Dokument odróżnia od większości kodeksów etycznych w turystyce sto-

¹ Globalny Kodeks Etyczny w Turystyce został przyjęty na 13 sesji zgromadzenia WTO w Santiago de Chile 27 września 1999 roku. Na XIII sesji uczestniczyło 800 delegatów z 116 państw. Obecnych było 65 ministrów lub sekretarzy stanu odpowiedzialnych za turystykę.

² Jedną z inspiracji powstania Kodeksu był obradujący w Warszawie, jeszcze w 1995 roku, I Kongres Turystyki Polskiej. Tam pojawił się postulat etycznego wychowania w turystyce. Zarazem sformułowano „Deklarację Kongresu Turystyki Polskiej o potrzebie etyki w turystyce”.

pień ogólności sformułowanych paragrafów, ich często postulatyczny charakter, a przede wszystkim zakładany zasięg ich oddziaływania.

Kodeks przedstawia zasady działania, którymi winny kierować się rządy, władze lokalne, turoperatorzy, inwestorzy w branży turystycznej, agenci turystyczni, pozostali pracownicy i sami podróżni. Chce być wzorcem dla innych kodeksów etycznych w turystyce, które na podstawie jego zasad opracowywałyby szczegółowe i lokalne przepisy dotyczące turystyki. W duchu porozumienia, pokoju oraz szacunku i respektowania praw człowieka wspiera ideę zrównoważonego rozwoju w turystyce.

Autorzy Kodeksu nie uznają go za dokument ostatecznie zamknięty. Zwracają się z apelem o dyskusję nad jego udoskonaleniem i przyszłym kształtem. Przewidują, iż zebrane z różnych regionów świata głosy mogą wnieść do niego poprawki bądź uzupełnienia. Zgromadzenie WTO zaproponowało państwom członkowskim nieobligatoryjne przyjęcie zasad sformułowanych w Kodeksie i stosowanie ich jako bazy do tworzenia krajowych regulacji prawnych w tym zakresie. Ostateczną redakcją zajął się Komitet³, gromadzący uwagi i redagujący zawartość dokumentu. Komitet zakłada pewne możliwości co do sankcji przy wykroczeniach wobec Kodeksu.

Globalny Kodeks Etyki dla Turystyki skupia w sobie najważniejsze problemy, które trapią współczesną turystykę. Można go uznać za jeden ze zwiastunów globalnej etyki, odniesionej do sfery turystyki, za symptom powrotu do moralnych zagadnień w tym obszarze. Zarazem ukazuje, jak daleka jeszcze droga do urzeczywistnienia zawartych w nim postulatów. Zawiera on 10 artykułów, a w nich około 50 paragrafów, w których ujęte zostały najważniejsze aspekty działalności turystycznej, wśród nich kwestie relacji między turystami a społecznością lokalną, działalności gospodarczej w turystyce a środowiskiem naturalnym, relacji między turystyką a ochroną dóbr kultury.

Poszczególne artykuły⁴ poprzedza preambuła wyrażająca credo, autorów Kodeksu, w której wyrażone jest przeświadczenie, iż przyjęcie podstawowych reguł i zasad etycznego postępowania zawartych w Kodeksie wskaże wszystkim tworzącym turystykę właściwą drogę postępowania, a w konsekwencji przyczyni się do lepszej realizacji prawdziwych celów turystyki i jej promocji. Uczuli na odpowiedzialność, którą każdy z nich jest na swój sposób obciążony; pomoże w prawidłowym zharmonizowaniu działalności na rzeczonym polu rozmaitych podmiotów turystyki.

Znaczącą uwagę przykładają autorzy Kodeksu do wyeksponowania wielorakich walorów turystyki. Zachęca do poznawania i korzystania z jej dóbr, wzywając do odpowiedzialnej turystyki (art. 1). Widzi korzyści w sferze ekonomicznej, duchowej i kulturalnej, a także religijnej. Uważa turystykę za ważny czynnik wychowania. Promuje turystykę edukacyjną, kulturalną, zdrowotną, a także religijną (art. 2) wśród różnych grup, szczególnie w rodzinie, wśród młodzieży, seniorów i niepełnosprawnych (art. 7). Kodeks wskazuje na konieczność szkolenia kadr turystycznych, i to

³ Powołany w konsekwencji zapisów kodeksu Światowy Komitet Etyki w Turystyce (World Committee On Tourism In Ethics) ma być stałym, bezstronnym ciałem czuwającym nad interpretacją i wprowadzeniem w życie zasad Kodeksu. W intencji jego twórców ma posiadać nie tyle prawne kompetencje, ile międzynarodowy autorytet, pomagając w ocenie zaistniałych sytuacji i rozwiązywaniu sporów oraz kształtowaniu wspólnie działających zasad na polu turystyki. Komitet ma sprawować funkcję nadzorcę przestrzegania zasad zawartych w Kodeksie, poprzez prowadzenie badań oraz przyjmowanie raportów od Sekretarza Generalnego, Komitetu Członków Afiliiowanych. Do jego zadań należy też szukanie rozwiązań pojawiających się problemów. Komitet skupił się na głównych problematach natury etycznej mających wpływ na rozwój przemysłu turystycznego we współczesności. Jako sprawę priorytetową wyszczególnił Komitet kwestię eksploatacji istot ludzkich w szczególności dzieci; zrównoważony rozwój turystyki; wolność przemieszczania się turystów, zapewnienie efektywnego prawa do turystyki, uczciwego handlu w usługach turystycznych, edukację w turystyce i obserwację przestrzegania etycznych pryncypiów jako podstawę dla zrozumienia między narodami i wkład w pokojowe stosunki między nimi.

⁴ Tematy poszczególnych artykułów Globalnego Kodeksu są następujące: 1. Wkład turystyki we wzajemne zrozumienie i szacunek pomiędzy narodami i społeczeństwami. 2. Turystyka jako nośnik indywidualnego i zbiorowego spełnienia. 3. Turystyka jako czynnik ciągłego rozwoju. 4. Turystyka, użytkownik dziedzictwa kulturowego ludzkości i czynnik wnoszący wkład w jego ulepszenie. 5. Turystyka jako korzystna działalność dla krajów i społeczności pełniących rolę gospodarzy. 6. Obowiązki pracowników sektora turystycznego w odniesieniu do rozwoju turystyki. 7. Prawo do turystyki. 8. Wolność ruchu turystycznego. 9. Prawa pracowników i przedsiębiorców działających w przemyśle turystycznym. 10. Wprowadzanie w życie zasad Globalnego Etycznego Kodeksu w Turystyce.

w sposób permanentny (art. 9), zwłaszcza pod względem kształtowanie postaw etycznych. Punktem odniesienia dla autorów kodeksu stało się prawo do turystyki oraz wolność ruchu turystycznego (art. 7 i 8), będące pochodną szerszego prawa do wolnego czasu i wypoczynku, które winno przysługiwać wszystkim ludziom. Korzystanie z tych praw otwiera dostęp do szeregu dóbr, które wzbogacają człowieka, dając szansę sięgania po wyższe dobra kulturalne, a zatem mają dla niego kreatywne znaczenie.

Kodeks wskazuje na konieczność tolerancji oraz respektowania różnorodności przekonań religijnych i moralnych, zaliczając tego rodzaju postawę do „odpowiedzialnej turystyki” (art. 1). Zwraca uwagę na konieczność podejmowania ze strony oficjalnych czynników odpowiednich działań ochronnych w celu wyeliminowania niebezpieczeństwa wyzysku, nieuczciwej konkurencji oraz zagrożenia utraty pracy. Kodeks bierze pod ochronę turystów udających się w podróż (art. 1, 4, 6). Troska o bezpieczeństwo turystów jest według Kodeksu zadaniem miejscowych władz oraz mediów masowych, które powinny rzetelnie przekazywać godną zaufania informację, zwłaszcza na temat ewentualnych zagrożeń.

Ustalenia zawarte w Kodeksie uczulają na szereg problemów natury moralnej, które rodziły się wraz z rozwojem turystyki i są dla niej charakterystyczne. Zalicza do nich: nadużycie pracowniczych praw zatrudnionych w turystycznym sektorze, naruszanie środowiska naturalnego, „turystyczny neokolonializm”, tzw. turystykę seksualną. Zwraca uwagę, że turystyka nie powinna stać się czynnikiem dyskryminacji człowieka, a tym bardziej jego wyzysku, zagrażając jego podstawowym prawom. Do kategorii wyzysku zalicza szerzącą się turystykę seksualną, której skutki dotyczą boleśnie zwłaszcza uboższe kraje Trzeciego Świata. Kodeks domaga się zdecydowanej walki z tym procederem i wzywa do zwalczania tej patologii poprzez współpracę zainteresowanych stron przy wykorzystaniu wszystkich możliwych środków.

Ponadto w Kodeksie zwraca się uwagę na groźne przekształcenia powodujące niszczenie tradycji, gdy nie jest respektowane artystyczne, archeologiczne i kulturalne dziedzictwo ludzkości. W odniesieniu do ochrony środowiska naturalnego Kodeks wzywa do energicznego poszukiwania zasobów, które będą chronić naturalne dziedzictwo, jako dobro wszystkich pokoleń. W związku z tym uznaje, iż promotorzy turystyki powinni zgodzić się na pewne ograniczenia, które pozwolą zachować harmonię środowiska. Dokument zachęca do ekoturystyki. Kodeks kończy się wezwaniem do wszystkich zaangażowanych w turystykę: państw, przedsiębiorców, stowarzyszeń w tym Organizacji Narodów Zjednoczonych oraz samych turystów, by „stosowali się w dobrej wierze” do jego postanowień.

Globalny Kodeks Etyki w Turystyce z uwagi na swą treść, specyfikę i zasięg wykracza poza problematykę nakreśloną w tradycyjnych kodeksach etycznych. Problem etyczności w turystyce jest w nim ujęty szerzej. Autorzy Kodeksu wyszli ze słusznego skądinąd założenia, iż nie wystarczy jedynie wymienić rodzaje zagrożeń, jakie mogą się pojawić w turystyce, czy napiętnować naganne w jej obrębie zachowania. Chodziło im o coś więcej, o obudzenie świadomości i zrozumienie tego, co kryje się za kulisami formułowanych zaleceń, porad i apeli. Daje to swoisty impuls do moralnych przemyśleń i stwarza okazję do szerszego spojrzenia na problemy, jakie we współczesnym świecie powstają za sprawą turystyki.

Apelowanie do świadomości i odpowiedzialności uczestników ruchu turystycznego (np. za środowisko kulturowe i przyrodnicze) i w tym wypadku okazało się główną bronią w walce z nieetycznymi postawami i działaniami. Wykształcenie tej świadomości i odpowiedzialności nie może (nie powinno) opierać się jedynie na apelach. Ta odpowiedzialność wzrasta przez rozumną edukację, do której zresztą Kodeks zachęca. Wiemy, że nieetyczne zachowania są najczęściej następstwem niezajomości skutków, jakie mogą one sobą powodować i dlatego ważnym staje się, aby w procesie turystycznej edukacji uzmysławiać skalę zagrożeń i nieodwracalnych szkód popełnianych za sprawą nierozumnej i nieodpowiedzialnej turystyki. Wszystkie podmioty turystycznego ruchu powinni mieć sposobność zapoznania się z konsekwencjami nieetycznych zachowań w wymiarze jednostek czy instytucji. Edukacyjny wysiłek w promowaniu alternatywnych, proetycznych zachowań powinien w większym stopniu spoczywać na tych podmiotach, które czerpią największe materialne profity z turystyki.

Globalny Kodeks Etyki w Turystyce broni się nieźle, i to zarówno przed zarzutami propagowania jakiegóż formy jednostronnego „moralnego absolutyzmu”, jak i ulegania presji globalnego

relatywizmu. Nie oznacza to jednak, iż rozwiewa on wszystkie wątpliwości, co do jego możliwości etycznie skutecznego oddziaływania. Wiąza się one przede wszystkim z problemem znalezienia wspólnej płaszczyzny, na której mogłoby dojść do respektowania często rozbieżnych ekonomicznych interesów wszystkich zainteresowanych podmiotów, co wydaje się podstawowym warunkiem etycznego ich zbliżenia⁵.

Lektura Globalnego Kodeksu Etyki dla Turystyki skłania do sformułowania kilku uwag krytycznych, które jednak nie podważają zasadności jego powstania. Niektóre z nich nawiązują do zarzutów stawianych wszelkim kodeksom, realizującym cel reglamentowania zachowań jednostki i ludzkich zbiorowości. Klasyczny zarzut, jaki się tu pojawia, dotyczy formułowania przez Kodeks spisu błahych zaleceń, dotyczących powszechnie znanych, ale obraźliwie banalnych czy wydumanych dylematów lub też całkowicie oderwanych od praktycznej moralności i codziennego podejmowania decyzji w społeczeństwie takim, jakie ono jest⁶.

Poważnym natomiast dylematem dla niejednego kodeksu staje się to, jak uniknąć banalnych zdań proklamujących bez żadnych gwarancji określone standardy. Ich często ogólnikowy charakter sprawia, iż są odczytywane jedynie jako zestaw pobożnych życzeń bez większych szans na rozwiązanie specyficznych problemów w codziennym etycznym procesie decyzyjnym. Nie pomaga nawet to, że autorzy kierują się zasadami etycznymi obowiązującymi w „cywilizowanej” części świata. Żaden jednak kodeks o zasięgu globalnym nie gwarantuje tego, że będzie w stanie „przemówić” do wszystkich zainteresowanych obywateli naszego globu, i to z jednakową siłą. Pytanie o skalę społecznej i ponadnarodowej akceptacji Kodeksu związane jest z określeniem szans na jego praktyczne wdrożenie. Czy nie spotka go los tych istniejących katalogów praw człowieka, deklaracji, kart praw, które ciągle pozostają nieziszczonymi ideałami ludzkości? Zwłaszcza, iż jest w pewien sposób zawieszony w próżni, gdyż nie mając mocy prawnej, nie sposób go skutecznie egzekwować. Bez mechanizmów sankcji jego użyteczność praktyczna ma ograniczoną wartość.

Przekonanie większości uczestników turystyki do stosowania Kodeksu w praktyce równa się wykazaniu, iż jest korzystne dla nich, by postępować etycznie, bez względu na to, czego chcą. W gruncie rzeczy pytanie, dlaczego powinienem postępować moralnie, w tym i jako turysta czy organizator turystyki, dotyczy powodów wyjścia poza osobiste podstawy czynów i preferencje. A zatem na podstawie sądów, które miałyby uniwersalny charakter. Zarówno etyka, jak i rozum wymagają od nas, aby wnieść się poza nasz konkretny punkt widzenia i przyjąć perspektywę, z której nasza własna osoba – rola, którą zdażyło nam się spełnić – jest nieważna.

Aby jednak spełnić wymogi etycznej turystyki nie wystarczy sformułowanie jej etycznych podstaw (choć jest to niezbędny punkt wyjścia). Etyka praktyczna podróżowania wymaga jeszcze położenia pomostu pomiędzy abstrakcyjno-teoretycznymi założeniami z obszaru turystycznej aksjologii a konkretyzacją w postaci realiów sytuacyjnie zorientowanych zdarzeń i działań w tym obszarze. Miarą elementarną i przesłanką dla świadomie odpowiedzialnej etycznie turystyki, będzie jej zrównoważony charakter. W branży turystycznej mamy bowiem do czynienia z nieoczekiwanym sprzężeniem etyki biznesu i zarządzania z etyką ekologiczną oraz etyką sprawiedliwości społecznej. Wszystkie one jako etyki stosowane stanowią elementy większego systemu. Ich zasady wkomponowane w działalność turystyczną domagają się odniesienia do etyki globalnej, etyki odpowiedzialności wobec przyszłych pokoleń, generacji, uświadamiającej potrzebę istnienia globalnego dobra wspólnego ludzkości [Jonas, 1996]. Globalny Kodeks Etyczny dla

⁵ Dowodem na to, jak trudno w tym względzie o porozumienie są niespełnione oczekiwania związane z Międzynarodowym Rokiem Ekoturystyki (International Year of Ecotourism – IYE 2002), będącym najszerzej zakrojoną inicjatywą ostatnich lat, zmierzającą do międzynarodowego porozumienia i współpracy celem wzrostu świadomości różnicowania kulturowego i cywilizacyjnego świata oraz wspierania rozwoju turystyki zrównoważonej. Po roku działań w ramach IYE stwierdzono niewielkie zainteresowanie i chęć kooperacji ze strony krajów i większości organizacji międzynarodowych.

⁶ W artykule 1 Kodeksu zatytułowanym – „Wkład turystyki we wzajemne zrozumienie i szacunek pomiędzy narodami i społeczeństwami”, w paragrafie 11.5. czytamy: „Podczas podróży turyści i odwiedzający nie powinni popełniać żadnych aktów kryminalnych, ani aktów kryminalnych uznawanych za kryminalne przez prawo odwiedzanego państwa oraz powstrzymywać się od wszelkiego zachowania mogącego być odebrany jako obraźliwe, albo ujmujące w pojęciu lokalnej społeczności, lub potencjalnie destrukcyjne dla lokalnego środowiska; powinni powstrzymać się od rozprowadzania wszelkich nielegalnych środków odurzających, uzbrojenia, antyków, gatunków chronionych i substancji, które w świetle narodowych regulacji prawnych są niebezpieczne bądź zabronione”.

Turystyki jest jednym z jego zwiastunów. Jako nowy imperatyw skierowany jest nie tylko pod adresem indywidualnego postępowania, ale również polityki społecznej. O jego wyjątkowości i wadze zaświadcza choćby to, iż żaden dawniejszy system etyczny nie musiał rozważać globalnych warunków życia ludzkiego i odległej przyszłości, a nawet egzystencji rodu ludzkiego.

Siła Kodeksu może tkwić nie tyle w powieleniu skodyfikowanych już praw człowieka, co raczej w ich konkretyzacji uwzględniającej turystyczne realia. Rzeczywiste przestrzeganie zasad Kodeksu wymaga od każdego z nas pewnej dyscypliny, której sposobu wzmocnienia sankcjami i restrykcjami autorzy Kodeksu podać nie mogli. To, czy przyjęcie wspólnych reguł i wytycznych stanie się podstawą do dialogu i pozytywnego rozwiązania etycznych problemów, rodzących się w tej dziedzinie ludzkiego życia, czas dopiero pokaże. Pozostawili za to apele i ukryte założenie o nienaruszalnej godności człowieka, z którego wypływają niezaprzeczone prawa, będące podstawą nie tylko europejskiego dziedzictwa – religijnego, kulturowego i prawnego. W ten sposób Kodeks określa humanistyczne, twórcze powołanie człowieka.

BIBLIOGRAFIA

1. Bauman Z. (1994), *Moralne obowiązki, etyczne zasady*, „Etyka”, nr 27, s. 24.
2. Bauman Z. (1996), *Etyka ponowoczesna (Postmodern Ethics)*, PWN, Warszawa, s. 23.
3. Bauman Z. (1996), *Etyka ponowoczesna (Postmodern Ethics)*, PWN, Warszawa, s. 19.
4. Baumgarten Ch. (2002), *Tourismus als Standortfaktor im österreichischen Tourismus* [in:] *Tourismforum 2002 der Wirtschaftskammer Österreich*, Baden.
5. Fennell David A., Malloy, David Cruise, (1998), *Codes of ethics and tourism: An exploratory content analysis*, „Tourism Management”, vol. no. 19, no. 5, s. 453–461.
6. Friedl H. (2002), *Tourismsethik (The ethic of tourism)*, Profil-Verlag, München–Wien.
7. Jonas H. (1996), *Zasada odpowiedzialności (The Imperative of Responsibility)*, wyd. Platan, Kraków.
8. Kazimierzczak M. (2003), *O filozoficznym wymiarze turystyki (On philosophical dimension of tourism)*, „Roczniki Naukowe AWF”, nr 52, pp. 151–161.
9. Kazimierzczak M. (2003), *Turystyka w etycznej perspektywie (Tourism in ethical perspective)*, „Roczniki Naukowe AWF”, nr 52, pp. 143–151.

Key words: ethics, ethic codes, tourism, sustainable development

SUMMARY

The aim of the paper is to define the function and the meaning of the ethic codes for tourism. So formulated aim expresses the belief that survival and development of tourism are connected both with the moral level of tourist subjects and realization of the idea of sustainable development of tourism. The author tries to justify the thesis that sustainable tourism should be supported by the ethical foundation. The analysis of discussion between the adherents and opponents of the codal norms become transferred into the area of the ethic codes in tourism. Evident is the lack of connecting and representative data based on measurable parameters which would enable coming into the general conclusion about the influence of the ethic codes in tourism. However, their analysis should induce the further intensive empirical social research. The paper is closed by the characteristics of the Global Ethic Code for Tourism which rises to the range of the ethical signpost for sustainable development.

The conclusion is comprised in the statement that sustainable development is possible when ethical values are widely propagated. This process could be supported by a deep reflection over the ethics of managing in the tourist branch. Thanks to the building of a moral responsibility of individual and group tourism operators supported by the rules and detailed advice of the code, it is possible to achieve the strategic aims and undertake the actions ethically oriented.