

Globalna ekoturystyka

Na Biebrzy - najdłuższej polskiej rzece - organizuje się spływy dla turystów. W 1998 roku Biebrzę odwiedziło 40 000 turystów. W roku 1999 organizatorzy liczą na 80 000.

Przed kilkoma laty raporty o stanie świata zaczęły informować o skali zniszczeń powodowanych przez podróże ludzi bogatych, nie powodowane ich potrzebami życiowymi lecz mieszczące się w kategorii turystyki. Doprowadziło to do sytuacji, że znaczna część tzw. świadomych obywateli zaczęła się zastanawiać jak podróżować (nikt nie chce tracić tej przyjemności), by nie mieć przy okazji nieczystego sumienia. Tak zrodziło się zapotrzebowanie na ekoturystykę, która dziś jest jednym z największych przemysłów na świecie. 1/4 populacji ludzi na ziemi żyje w dostatku, podczas gdy 3/4 głoduje. Bogaci poszukują wciąż nowych rozrywek i przyjemności. Są dobrze poinformowani i wiedzą o problemach ekologicznych planety. Ludzi, którzy głodują nie interesuje ekologia. Dlatego to bogaci, a nie głodujący zabawiają się w ochronę środowiska (byle tylko nie kosztem ich wyrzeczeń). Wielkie, światowe agencje turystyczne, a także niektóre organizacje ekologiczne zorientowały się, że wraz z nadejściem mody na turystykę „ekologiczną” pojawił się nowy, światowy rynek usług. Pierwsi byli producenci towarów: wymyślili znaczki „ekologicznych” produktów, dzięki czemu można dalej spokojnie zwiększać produkcję, a produkty te można lepiej sprzedawać. Producenci zawsze odpowiadają na zapotrzebowanie konsumentów. Jacques Maillot z Nouvelles Frontieres, największej agencji turystycznej we Francji mówi: *„Nasi klienci są obecnie bardzo wrażliwi na sprawy środowiska i musimy to brać pod uwagę. Jeśli chcą, żeby wycieczki były ekologiczne, musimy im to zapewnić. Musimy wypełniać oczekiwania klientów”*.

Teoretycznie turystyka ekologiczna oznacza taką formę turystyki, która nie wywiera wpływu na środowisko. Dyrektor Kenya's Wildlife Service, Richard Leakey podkreśla, że w tym hasle jest wewnętrzna sprzeczność. Jego zdaniem *„Najlepszym sposobem cieszenia się przyrodą bez niszczenia jej jest pozostanie w domu i oglądanie w telewizji filmów przyrodniczych”*.

W dżungli peruwiańskiej, w centrum Parku Narodowego Manu żyje plemię Matsiguenka. To małe plemię, liczące 300 osób żyło przez wieki jako zbieracko-łowiecka wspólnota na obszarze równym połowie powierzchni Szwajcarii, na którym występuje największe zbiorowisko gatunków roślin i zwierząt na świecie. Ale bogaty świat się o nich dowiedział. Zachłanność bogatego człowieka nie pozostawiła ich w spokoju. Żeby uspokoić swoje sumienia ludzie Zachodu podeszli do Matsiguenka w sposób „ekologiczny”. Wielka niemiecka agencja techniczna GTZ we współpracy z peruwiańskim instytutem zasobów naturalnych wymyśliła projekt w myśl modnej w kapitalizmie, choć dwuznaczej zasady „win-win”(wszyscy mają korzyść). Z naturalnych materiałów pochodzących z lasu deszczowego wybudowano w sercu dżungli wioskę ekologiczną za 120 000 dolarów. Światowe agencje turystyczne zapewniają pobyt w tej wiosce, za słone opłaty, przy zachowaniu warunków ekologicznej równowagi. Limitowana jest ilość odwiedzających, ukrócono fotografowanie, a część zysków z przedsięwzięcia jest przekazywana do rąk Matsiguenka, którzy godzinami dyskutują jak użyć tych pieniędzy. Nie ulega wątpliwości, że jest to przykład najbliższy ideału, a jednak prowadzi do zniszczenia lokalnej kultury i wywiera wpływ na otaczającą przyrodę. obrońcy ekoturystyki używają argumentu, że wpływ znacznie mniejszy niż: np. autostrada lub kopalnia złota. Na południu Europy agencje turystyczne polecają setki tysięcy miejsc wypoczynku w „przyjaznym środowisku” dla bogatych mieszkańców Północy. Od campingów w „dzikiej przyrodzie”, pojedynczych, „ludowych” chat i rezydencji w tradycyjnym stylu, po całe wioski, które można wynająć na określony czas. W Afryce Nelson Mandela wsparł projekt emerytowanego przemysłowca Noela de Villiers utworzenia łańcucha obszarów chronionych, ciągnącego się od Kairu do Przylądka Dobrej Nadziei. Projekt nazwano Otwartą Inicjatywą Afrykańską, a jego celem jest stworzenie ogromnego rynku

turystycznego dla całego świata. De Villiers nie jest zainteresowany samą przyrodą, powiada wprost: „Nadszedł czas, by Afryka zamieniła ochronę przyrody w wielki, światowy przemysł”.

Time pisze, że na całym świecie obserwujemy zjawisko nowej ortodoksji: ekoturystyki. Towarzyszą jej hasła, że rozwiąże problemy ochrony środowiska, biedę i uspokoi sumienia bogatych podróżników. Podróże wszak są głównym zajęciem ludzi bogatych. Zaspokajają potrzebę rozrywki, ciekawość, próżność, pozwalają odpocząć w środowisku naturalnym nie biorąc zbytnej odpowiedzialności ani za nie, ani za swoje własne otoczenie, które można opuścić, by przeżyć „szkołę przetrwania” i nabrać sił w nieskażonym krajobrazie. Kiedy za jednym znudzonym słoniem lub lwem jedzie po sawannie pięć odkrytych - mercedesów busów, a siedzący w nich turyści słuchają wykładu i fotografują, dzikie zwierzę trudno już o zachowanie pozorów, że jest to nieinwazyjny, proekologiczny przemysł. Pracują jednak nad tym agencje turystyczne i zarządy parków narodowych, wmawiając turystom ze świata, że to oni, odwiedzając dziką przyrodę przyczyniają się do jej uratowania. Prawda jest jednak taka, że lokalne społeczności i ich kultura giną w skali globalnej jeszcze szybciej, a bogacą się przede wszystkim wielkie agencje.

Południowe wyspy i wybrzeża Europy straciły w ostatnich 40 latach rozwoju turystyki 70% swoich zasobów naturalnej przyrody (casus Majorki). Najdrastyczniejszym przykładem niszczenia przyrody w Polsce jest Tatrzański Park Narodowy odwiedzany przez miliony turystów rocznie. Zwraca się uwagę także na fakt, że turyści ekologiczni wyjeżdżający na Południe jadą tam tylko konsumować. Nie stają się oni obrońcami przyrody tych miejsc. Jeśli jakaś wyspa stanie się mało atrakcyjna, światowe biura podróży i katalogi wskażą inną. Z punktu widzenia interesów przyrody turyści są tylko nieproszonymi gośćmi. Nie nawiązują oni intymnych związków z odwiedzanymi ekosystemami; gdyby byli do tego gotowi zajęliby się bardziej obszarami, z których wyjeżdżają.

Mamy także do czynienia z nowym zjawiskiem, także o zasięgu globalnym: WWF i niniejsze, specjalistyczne agencje zaangażowane są w ekoturystyczne oferty dla bogaczy żadnych prawdziwych przygód. Można przyjechać w dzikie rejony Polski, by podglądać rzadkie ptaki lub strzelić żubra, w popularnych magazynach znajdujemy oferty wyjazdu w Himalaje i tropienia śnieżnej pantery, wyjazdu do lasów Brazylii dla studiowania życia tamtejszych dzikich pszczoł, a nawet uczestniczenia w badaniach naukowych, polegającego na reintrodukcji na Borneo schwytych tam wcześniej orangutanów. Można pomagać naukowcom w schwytaniu wilka i ocelota lub śledzić przy pomocy urządzeń do telemetrii, które się poruszają. Nieco ciszej rozwija się turystyka łowiecka, choć i ona szermuje hasłami ekologii.

Stephane Pocrain z francuskich Zielonych mówi, że wszystko, co ma nalepkę „eko” da się dzisiaj dobrze sprzedać. Jak pisze Time, badania wykazały, że większość turystów z Europy i Ameryki wybiera dzisiaj oferty „ekologiczne”. Nic więc dziwnego, że główne kompanie przewoźników, linie lotnicze, agencje turystyczne i sieci hoteli angażują obecnie najwięcej środków na rozwój tego ekologicznego przemysłu. Podstawowym warunkiem jest hasło „inicjatywa przyjazna środowisku”. Aczkolwiek przynosi to pewne korzystne zmiany technologiczne (hotele zaopatrują się w baterie słoneczne i chwalą recyklingiem, lotniska redukują hałas i zanieczyszczenia, wypożyczają się pojazdy „ekologiczne” do zwiedzania okolic), to jednak generalnie następuje ogromna presja na przyrodę, która nie ma w obliczu najazdu „ekologicznych cudzoziemców” żadnych szans na obronę.

Ochrona przyrody spowodowała ogromne napięcia pomiędzy biednymi lokalnymi społecznościami a ludźmi zaangażowanymi w ochronę. Jeszcze raz potwierdza się teza ekologii społecznej, że bez rozwiązania problemów społecznych nie może być mowy o ochronie przyrody, chyba że w sposób nekolonialny, jak to obecnie ma miejsce w wydaniu ekoturystyki. Oczywiście i ten problem próbuje się rozwiązywać. Agencja „Tourism for Development” (Turystyka dla rozwoju) opracowuje projekty włączania lokalnych społeczności w biznes oparty na zasobach przyrodniczych. Powiada się, że

czysta ochrona przyrody jest już przestarzała. Ekoturystyka ma sprzyjać wszystkim.

Najszybciej zniszczenia przyrody na skutek globalnego rozwoju ekoturystyki postępują w krajach biedniejszych i rozwijających się. Mówi się wręcz o agresywnej ofercie ekoturystycznej z ich strony. Dwa lata temu Brazylia wydała 200 milionów dolarów na program rozwoju ekoturystyki w Amazonii. Geoffrey Howard z World Conservation Union mówi, że lansowana przed 20 laty idea ochrony przyrody zakończyła się fiaskiem. Ludzie nie zajmą się przyrodą, jeśli nie będą w tym widzieli swojego interesu. Niestety, w tej ekonomicznej logice jest miejsce tylko na interes finansowy. I interesem tym okazała się „ekologiczna” turystyka. Jest faktem, że w kilku miejscach pozwoliło to uratować na jakiś czas przyrodę. Powstające wielkie centra turystyczne powstrzymały wycinanie lasów, jak miało to miejsce w lesie deszczowym Kakum w Ghanie. Obecnie jest tam park narodowy i ośrodek turystyki dający zatrudnienie 2 000 miejscowej ludności i odwiedzany rocznie przez 40 000 turystów. Park ekologiczny Yucatan w Meksyku odwiedza codziennie 1600 turystów. Najbardziej znany projekt „Campfire” w Zimbabwie zatrudnia 2500 osób i dysponuje po 8 latach kapitałem 40 milionów dolarów. Z punktu widzenia lokalnej społeczności i interesów światowych agencji turystycznych jest on sukcesem. Z punktu widzenia ochrony przyrody są to wszystko półśrodki, odwołujące tylko ostateczne zniszczenie dzikiej przyrody. Przykładem niech będzie Ladakh, do niedawna spokojny region w Himalajach, obecnie zdeptany przez turystów, cierpiący na katastrofę ekologiczną spowodowaną zjedzeniem przez koniki służące turystom w czasie trekkingu znikomej w tym regionie roślinności. Simeon Kanani z Nairobi mówi o rezerwacie Masai w Kenii: *„To prawda, że z zarobionych pieniędzy wybudowaliśmy szkoły i szpitale, ale za jaką cenę? Jeśli po parku narodowym jeździ bez przerwy 30 autobusów, to jak można mówić o ekoturystyce? Park jest tak zatłoczony, że to jest ekologiczny koszmar”*. I znowu widzimy, że motywacja jest kluczowa dla naszych zachowań. Zdrowy człowiek nie potrzebuje rozrywki oferowanej przez ekoturystyczny biznes - cieszy się codziennym, właściwym życiem. Za globalną ekoturystyką stoją pieniądze i zachodni model rozrywki, w istocie nie różniący się od postępowania w myśl zasady spalonej ziemi.

Największa europejska agencja turystyczna, niemiecka TUI przyznaje corocznie nagrodę Mistrza Ekologii. Jest to posunięcie czysto marketingowe. W 1998 roku nagrodę zdobył hotel Tigaiga na Teneryfie. Oferuje on wyłącznie naturalną czystą ekologicznie żywność, oszczędza wodę i czerpie energię z baterii słonecznych. Organizacje ekologiczne twierdzą jednak, że nagrody nie są weryfikowane przez niezależne organizacje, a kryteria są bardzo zawężone do miejscowych rozwiązań technicznych. Jak to wygląda w praktyce świadczy przykład Seszeli, gdzie rząd zdecydował w tym roku obłożyć każdego turystę 100-dolarowym podatkiem ekologicznym, skierowanym wyłącznie na ratowanie zagrożonego zagładą pierwotnego lasu Vallee de Mai. Okazało się, że chociaż 80% Niemców oświadczyło, że czyste, naturalne środowisko jest dla nich ważne w ofercie turystycznej, tylko 40% z nich zgodziło się zapłacić zaledwie 1 dolara dziennie dodatkowo, by uratować pierwotny las. Nikt z nich nie zastanowił się, że sama podróż (samolotem lub samochodem) na miejsce jest opłacona nieznaną ceną zasobów przyrody.

Time w raporcie z 21 czerwca 1999 przyznaje, że globalizacja ekoturystyki jest coraz większym problemem, a samo hasło „ekoturystyka”, w oczach ortodoksyjnych obrońców przyrody, jest nadużywane i nic obecnie nie znaczy. Niemniej jednak pisze, na pocieszenie, że ekoturystyka jest mniej inwazyjna niż leśnictwo, kopalnie i inne formy eksploatacji przyrody. Musimy jednak spojrzeć na ekoturystykę właśnie w wymiarze globalnym. Coraz większe przedsiębiorstwa angażujące się w ten przemysł są coraz bardziej izolowane od lokalnych problemów, to samo dotyczy ekoturystów, a reklama wraz z lansowaniem modelu życia, w którym hasło „eko” ma uciszyć sumienie będą powodowały stopniową zagładę ostatnich na świecie miejsc względnie naturalnych, zamieniając je stopniowo w rozrywkowe parki i ogrody zoologiczne z bogatą ofertą hotelowo-gastronomiczną dla wybranych. Ratunkiem może być tylko zmiana modelu życia społeczeństw bogatych, odwrót od stymulowanej procesami rynkowymi i globalną ekonomią globalizacji, i skoncentrowanie się na

lokalnej wspólnotowości, kulturze i przyrodzie.

Oprac. Janusz Korbel