

Horn Gergely

A turizmus hatása az ökológiai és a társadalmi sokféleségre*

Turizmus. E szó hallatára az Adria kékje, a Magas-Tátra kopár, kétezres hegycsúcsai, Párizs fényei, a Március 15. téren hömpölygő külföldiek vagy éppen egy szép borsönyi kirándulás jut legtöbbször eszébe. Talán csak azok gondolkodnak másképpen s nyilatkoznak a turizmusról kevesebb elragadtatással, akik a turisták állandó jelenlétének fokozottan kitett helyeken élnek, ám a turizmus hatását még ők is kedvezőnek ítélik meg. Vajon tényleg ilyen egyértelműen pozitív jelenség a turizmus?

Írásunk ezt a kérdést vizsgálja. Először azt tekintjük át, hogyan hat a turizmus a környezetre, illetve milyen intézkedésekkel lehetne orvosolni a tagadhatatlanul létező kedvezőtlen hatásokat. Ezt követően azt nézzük meg, milyen hatással van a turizmus a társadalomra és annak működésére; ekkor figyelmünket elsősorban a helyi közösségeket ért hatásokra összpontosítjuk. Végül a két kérdéskört összekapcsolva azt fejtjük ki, hogy szerintünk fejleszthető-e fenntartható módon a turizmus. A fenntarthatóságot nemcsak ökológiai, hanem gazdasági és társadalmi szempontból is vizsgáljuk, illuzióként pedig többnyire magyarországi példákat alkalmazunk.

Az utazási szükségletről

A közlekedés forradalma, azaz a vasút születése óta a turizmus egyre többek által üzött szabadidős tevékenység. Ennek a folyamatnak még az olajválságok sem tudtak gátat szabni. Manapság azonban mintha elérné telítettségét, hiszen azok, akik megengedhetik maguknak a rendszeres utazást, általában utaznak is, évenként legalább egyszer, de a sielés tömegessé válásával egyre inkább kétszer; ráadásul számtalanszor indulnak útnak egy-egy hétvégén is. Úgy látszik tehát, hogy legalábbis a világ fejlettebb részeiben az utazás szükségletté vált.¹

A szükségletté válás kapcsán azonban megválaszolatlan kérdés, hogy mindez endo- avagy exozomatikus fejlődés eredménye-e. A folyamat endo-

¹ A turizmus trendjeiről és gazdasági jelentőségéről szóló adatokat lásd Lengyel (1992) 3-as és 4-es mellékletében, valamint Tasnádi (1998) 16. fejezetében. Az Egyesült Államokat ért 2001. szeptember 11-i terrortámadás biztonság-politikai és gazdasági hatásai a turizmus ágazatot világszerte visszavethetik, erről azonban e cikk nyomdába kerülésekor még semmi biztosat nem lehet állítani.

* Ezúton szeretnék köszönetet mondani Pataki Györgynek, amiért a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Társadalomelméleti Kollégiumában immár több éve folyó *Ökológiai közgazdaságtan* körén részt vehettem és részt vehetek, illetve amiért segített abban, hogy ez az írás a Kovács Szerkesztőségéhez eljusson.

szomatikus,² ha arra gondolunk, hogy az emberi fajnak természetes tulajdonsága a környezet felé irányuló kíváncsiság, a megismerés vágya, s ez valaha fontos szerepet játszott a fennmaradásáért folytatott küzdelemben. De amióta az embernek lehetősége van utazni, nem csupán ezért kel útra. Már az ókori görögök és rómaiak is utaztak. Igaz, míg a görögök mindig valamilyen konkrét úti céllal (például a delphoi jósda vagy Olümia megtekintésére) indultak el, addig a rómaiak a kimondottan önmagukért való tengerparti utazásokat részesítették előnyben.³ A kettősség azonban csak látzólagos. Hiába igaz az állítás, hogy a görög korban másfajta társadalmi szükségletek motiválták az utazást, abból még sem az nem következik, hogy az utazás önmagában nem volt szükséglet, sem pedig az, hogy a későbbi korokban – ahogyan a rómaiaknál sem – a turizmushoz nem kapcsolódtak egyéb szükségletek, például a rekreáció, az emberi kapcsolatok vagy akár a társadalmi státus iránti igény. A turizmus későbbi, középkori visszacsúszása a társadalmi berendezkedés és az ebből következő infrastruktúra hiányából vezethető le, és feltehetőleg nem a belső szükségletek megváltozásából következik. S ha ez igaz, akkor a turizmus fejlődése exoszomatikus jegyekkel is bír, hiszen jelentős mértékben külső tényezők, eszközök függvénye.⁴ Anyagi fedezet, közlekedési eszközök, infrastruktúra nélkül ugyanis elképzelhetetlen a turizmus tömeges méretű elterjedése. Ha pedig e tényezők és szolgáltatások mind rendelkezésre állnak, akkor a marketingé lesz a főszerep, mivel a turisták zöme mára függővé vált azoktól a nyugati jellegű szolgáltatásoktól, melyeket megszokott és minden desztinációban (turisztikai célponton, fogadóterületen) elvár.⁵

Az exoszomatikus változások felgyorsulásakor a tárgyaktól való függés növekedése konfliktusokhoz vezet.⁶ Figyelemreméltó azonban, hogy a tu-

² Szó szerinti fordításban: *texten belüli*. A tudomány a szót az adott faj természetes evolúcióban kifejlődött tulajdonságaira vonatkoztatja.

³ A turizmus történeti fejlődésének állomásairól lásd Tasnádi (1998), 1. fejezet.

⁴ Az exoszomatikus fejlődés a külső eszközök (tárgyak vagy akár szellemi termékek, például elméletek) használatán alapul. Ez önmagában hasznos lehet, mivel az ember a változó körülményekhez alkalmazkodva alakítja ki tárgyait, szokásait, elméleteit. Ezáltal elkerülhető a „genetikai elsáncolódás” lehetősége, amikor az egyed és a faj túlzott mértékű adaptációja végzetes kimenetelű lehet, amennyiben a körülmények drasztikusan megváltoznak. (Részletesebben lásd Tóth [2000].)

⁵ Kivételt csak a felfedező típusú turisták jelentenek, akik kimondottan a turizmus által nem jellemezett területekre utaznak, ilyenek azonban nagyon kevesen vannak. A túlélőtúrák résztvevői már nem számítanak kivételnek, ők a „veszélyt” teljes biztonságban, nyugati felszereléssel és szervezésben keresik, esténként pedig vissza is térhetnek a civilizációba.

⁶ Az exoszomatikus fejlődés napjainkra olyannyira felgyorsult, hogy éppen tárgyainktól való függésünk gátolja meg a környezethez való alkalmazkodást. A birtoklás szükségletté válásával mind veszélyesebb konfliktusforrást jelent a szűkösen rendelkezésre álló javak megszerzése, elosztása.

rizmus esetében a konfliktust mégsem pontosan a szó szokásos értelmében vett birtoklás okozza. A turista ugyanis nem kizárólag magánjavakat használ fel utazása közben, hanem jócskán közjavakat is. Ezek a közjavak az esetek döntő részében természeti javak, amelyek a tradicionális társadalomban a helyi közösséget szolgálják. A legtöbb konfliktus éppen a közjóság-problémából fakad.⁷

Egyik – és nyilvánvaló – konfliktus az, amikor a turizmus hatására a helyi közösség nem képes továbbra is a hagyományoknak megfelelően hasznosítani természeti környezetét. A balatoni halpusztulás a vízszennyeződés következménye, a tengerpartok teljes beépítésével a belső területek záródnak el a tengertől. Itt említhetjük meg a gemenci vadászati turizmust vagy a Hévízi-tó, a Tapolcai-tavasbarlang és a bakonyi bauxitbányák esetét is.⁸ A turizmus fejlődése során azonban esetenként tönkre is mennek az eredeti helyi közösségek, ami mögött ugyancsak a közjóság-probléma húzódik meg. Leginkább a világtól korábban elzárt – és a turisták számára éppen ezért vonzó –, a turizmus hatására azonban uniformizálódó közösségekkel történik ez meg. A helybeliek számára a változás akár kedvező is lehet, mivel adott esetben munkahelyhez, vezetékes vízhez, csatornához vagy utakhoz jutnak, ám a kulturális homogenizáció következtében ilyenkor a társadalmi sokféleség sérül.

Látható, hogy a turizmus megjelenése kedvező hatásokkal is jár. Mivel a különféle természeti értékek a turizmus számára vonzerőt jelentenek, a hatóságok általában figyelmet fordítanak megőrzésükre. Az egyre inkább terjedő falusi turizmus példája azt mutatja, vonzerőt jelenthet a hagyományos életmód is, tehát a turizmus ennek megőrzését is támogathatja. De a kedvező hatások csak egy bizonyos turistalétszámig egyértelműek, azt követően a folyamat önpusztítóvá válik: gondoljunk a korábban édenkertnek számító, mára azonban az ott megfordulók nagy száma miatt élvezhetetlenné vált Szilvásvárad melletti Szalajka-völgyre, vagy a hitelét vesztő, kommercializálódó Hollókőre, ahol több a turista, mint a helyi lakos, mióta páratlan népi

⁷ A közjavakkal kapcsolatos piaci kudarcokkal széles körben foglalkozik a szakirodalom. A közlegelők tragédiáját – azaz a rövidlátó önérdék követésének mind a közösség mind az egyén számára hátrányos következményét – Garrett *Hardin* mutatta be.

⁸ A bakonyi bauxitbányászattal kapcsolatos karsztvízkitermelés folytán a felszín alatt a vízháztartás egyensúlya megbomlott. A Hévízi-tó vízszintje csökkenni kezdett, a csónakkal bejárható Tapolcai-tavasbarlang pedig csaknem teljesen kiszáradt. Az 1990-es évek elején száraz lábbal lehetett végigjárni az üregeket. A két, világritkaságnak számító természeti érték fontosabbnak bizonyult a bányák bauxitjánál, a fejtést megszüntették, ma ismét csónakon lehet bejárni a Tapolcai-barlangot. A bányákat azonban nem a természet védelmében zárták be: a rendszerváltozás után az ország számára a turizmus egyszerűen jobb bevételi forrássá vált, mint a bauxit értékesítése. A turizmus tehát képes arra, hogy előrelendítse a természetvédelmet, vagyis a természeti erőforrások ilyen típusú felhasználása a természetvédelem számára kedvező is lehet.

építészetéért az UNESCO (az ENSZ. Nevelésügyi, Tudományos és Kulturális Szervezete) a világörökség részévé kiáltotta ki.

Állandóan változik a turizmus politikai, társadalmi, illetve tudományos megítélése is. Az első, úgynevezett *pártoló* szakaszban⁹ minden fórumon teljes hévvel támogatják terjedését: a kedvező hatásokat beárnyékoló tényezőket egyelőre nem veszik észre, mert azok még nem is jelentkeztek, illetve a megsemmisülő értékeket kevésbé tartják fontosnak a gazdasági eredményénél. A második, *kételkedő* szakaszban a kedvezőtlen hatásokra helyeződik a hangsúly: korlátozzák a fejlesztéseket és igyekeznek a meglévő értékeket úgy megőrizni, hogy ne is kerülhessenek a kíváncsi turista szeme elé. A harmadik, *alkalmazkodó* szakaszban megkísérik a kedvező és kedvezőtlen hatásokat „kibékíteni” egymással, s igyekeznek a negatív tényezőket megfelelő szervezéssel a fenntarthatóság szintjére csökkenteni. Így kerül a hangsúly a falusi és az ökoturizmusra. Végül a negyedik, *megismerésen alapuló* szakaszban az egyes társadalmi, gazdasági és természeti adottságok feltárásán és összeegyeztetésén fáradoznak. A harmadik szakaszhoz képest itt újdonságnak számít, hogy nem csupán helyi intézkedésekkel próbálnak megoldást találni a problémákra, hanem az adott ország társadalmi, gazdasági rendszerében és ökoszisztémájában gondolkodva ítélik meg a turizmust. Gazdasági okokból hagyják például, hogy bizonyos területeket tönkretégyen a tömegturizmus, míg másokat – akár a tömegturizmus imént mutatott elterelésével – igyekeznek megőrizni. (Jelezzük, hogy Magyarország jelenleg a máshol már a 70-es években túlhaladott *pártoló* szakaszban van.)

Miként őrizhetők meg hát a természeti és társadalmi értékek akkor, amikor a turizmus tömegszükségletté válik? Az utazás vagy rendkívül megráglul és a vagyonos osztályok privilégiumává válik, vagy még inkább eltömegesedik és egyre károsabban hat a környezetre. Esetleg egyre több hely válik turisztikai célponttá, minek következtében a turisták száma jobban megoszlik. De hová települ ebben az esetben az ipar, a mezőgazdaság? Hogyan őrizhető meg érintetlenül a természet? Vagy van más út is? Lehet egyáltalán válaszolni a kérdésre?

Ökológia, turizmus, ökoturizmus

Az esetek többségében a turistát valamilyen természeti tünemény vonzása indítja útnak. Vonzerőt jelenthet a napfény, a tenger, a hegyek, a hó, a fauna, a flóra, a táj, egy barlang, különféle gyógyvizek és a nemzeti parkok. A turisztikai fogadó területeknek fenn kell tartaniuk ezeket a vonzerőt gyakorló képződményeket, ha a jövőben is számítanak turistákra. Ebből arra következtethetnénk, hogy valójában nincs is probléma, hiszen a turizmus –

⁹ A bemutatott tipológiát használja Lengyel (1992), 2. fejezet.

az egyéb gazdasági ágazatokkal szemben – a természet megőrzésében érdekelt. Ez azonban csak félig igaz.

A turista azt tartja természeti értéknek, amit lát. Az erdőben ugránczó sárgarigót nyilván megőrzendőnek tartja. Csakhogy a sárgarigó szünyoglárkákat fogyaszt, így a turista által elvárt szünyogirtás a madár élőhelyét veszélyezteti. Az erdőben csörgedező patak kristálytisztaságát is fontos értéknek tartjuk, de nem vesszük tudomásul, hogy saját szállodánk szennyvize néhány kilométerrel lejjebb ugyanebbe a vízfolyásba ömlik – gyakran tisztítatlanul. A turizmus hatására veszélybe került élőhelyek nem számítanak, mert rájuk a turista nem kíváncsi. Attól persze, hogy a turista nem kíváncsi rá, a dolog még lehet értékes: a Somogy megyei Kaszópusztza vadászai például éppen nem érdekeltek a közeli mocsaras – és éppen ezért megközelíthetetlen – Baláta-tó élővilágának megőrzésében. (A korábban zárt honvédelmi minisztériumi terület megnyitásával megugrott a turisták száma, s hátrébb szorult a természetvédelem.) E szűklátókörűség folytán a társulások válnak szegényebbé. eltűnt a Bükkből a fekete gólya, de megmaradt a nagyobb tűrőképességű fehér, kipusztult a Garadnából a pisztráng, de a lapulevél megterem a partján. A turista a lapulevéllel is beéri. Kérdés, hogy ez baj-e?

A turizmus akkor kerül bajba, ha minden környezetvédelmi óvintézkedés ellenére olyan nem várt folyamatokat indít el, amelyek végül is a vonzerő megszűnéséhez vezetnek. A megismerésen alapuló irányzat képviselői amellet szavaznak, hogy ezeket a közvetett és hosszú távú hatásokat meg kell ismerni. Csakhogy az ökoszisztéma rendszere olyan mértékben összetett, hogy még elvileg sem ismerhető meg teljes egészében, s az ember hatását is csak csökkenteni lehet, megszüntetni nem. Szlovákiában hiába zárják be télen a Dobšínai-jégbarlangot, a látogatók nyári özöne miatt még így sem sikerült megakadályozni a jég lassú olvadását.

A turizmus következtében általában átalakul a természet: a tengerpartokon strandok létesülnek, a barlangokban járdák épülnek, a hegyekben megjelennek a sífelvonók, az állatok vadasparkokba kényszerülnek, arborétumba kerülnek a növények.¹⁰ Miközben a turizmus bemutatja, szükségszerűen károsítja is az értékeket. Az eredeti állapotot pedig lehetetlen helyreállítani, holott a turisták igényei is változnak, és erre időnként szükség lenne. A Fátyol-vizesés természetes mésztufa gátjait néhány évtizeddel ezelőtt „megrendszabályozták” a Szalajka-völgyben, hogy a vizesést szebbé tegyék. Az akkori felfogásnak ez megfelelt, ma már azonban komoly tiltakozást váltana ki az intézkedés. A turista szolgáltatásokat vár el, így *ab ovo* megváltoztatja a környezetet. A Lugos-patak felduzzasztásával halászati célokra

¹⁰ Az értékeknek ezt a fajta megőrzését *ex situ* természetvédelemnek nevezzük, az *in situ*, vagyis eredeti közegben való megőréssel szemben.

létrehozott Zala megyei Vadása-tó korábban szerfölött vadregényes volt, a helybelieken kívül csak néhány bakancsos természetjáró ismerte. Mára több panzió is fölépült a partján, s bár a turisták valószínűleg nagyszerűen érik magukat az Őrség e szegletében, a tó szépsége, korábbi értékei végérvényesen elvesztek. De a turizmus kedvezőtlen környezeti hatása más termelési szférákat is befolyásolhat, például a vízszennyezés gondot okoz a mezőgazdaságnak. Sőt a mezőgazdaság annyiban is, hogy a turistaközpontok elfoglalják az agrár területeket, lekötnek erőforrásokat, így a lakoságnak más tevékenységekből kell megélnie. Az emberek általában az iparba menekülnek, és a természettel kevésbé harmonizáló termékek gyártásából kell kenyerüket megkeresniük.

Hiba lenne azonban lebecsülni a kedvező hatásokat. Nem kis mértékben a turizmusnak köszönhető, hogy ország- és világszerte egyre több és több nemzeti park létesül. Ezek a nemzeti parkok, még ha csak az ember által értékesnek tartott társulásokat őrzik is meg, alkalmasak arra, hogy a Föld állat- és növényvilága számára legalább részben menedéket nyújtsanak. Ha a parkok száma és összterülete kellőképpen megemelkedik, akkor elegendő biológiai sokféleség maradhat fenn ahhoz, hogy a fajok természetes vagy mesterséges átvándorlásával a genetikai beszűkülés, a genetikai sokféleség káros megfogyatkozása elkerülhető legyen.

A turizmus minden környezetkárosító hatása ellenére alapvetően a természet megőrzésében érdekelt. Ennek megfelelően hozzájárulhat ahhoz, hogy egyes helyeken korszerűbbé váljék vagy éppen megszűnjék valamely környezetszennyező iparág. Mivel a turisták egyre inkább igénylik a tiszta és természetesnek *látzó* környezetet, maguk a turisztikai szolgáltatók is érdekelték abban, hogy környezetbarátnak lássák őket. Mindez persze önmagában kevés, kiindulópontnak mégis elegendő.

Reményre ad okot az is, hogy az emberek ma egyre környezettudatosabbak, s e szemlélet jegyében megszületett a turisztikai szolgáltatások új ága, az ökoturizmus is. Az ökoturista a területet eredeti állapotában akarja megismerni, és annak megőrzésére törekszik. Igyekszik tevékenységével a lehető legkevesebb kárt okozni, azt is az értékek tartott területtől minél távolabb. Mivel nem vásárol szennyező terméket és nem vesz igénybe ilyen jellegű szolgáltatásokat, a helyi lakosságot az ökoszisztéma megőrzésében anyagilag is érdekeltté teszi.

A turizmus – mint jóformán minden emberi tevékenység – környezetkárosító hatása egy bizonyos fokig szükségszerű.¹¹ A szennyezés mértéke jelentős mértékben függ az alkalmazott technológiától, amit pedig ma jórészt a

¹¹ Ennek tudományos magyarázatát adja a termodinamika törvényeinek közgazdasági adaptálását célzó irányzat, melynek egyik fő képviselője Nicholas Georgescu-Roegen volt. Magyarul lásd Kocsis (1999).

társadalmi értékeken alapuló kereslet határoz meg. Ez azt jelenti, hogy a folyamatba a keresleti oldalon lehet először beavatkozni. Más megoldás nem alkalmas arra, hogy kiiktassa a kedvezőtlen hatásokat a rendszer működésének természetes következményei közül, még ha helyi viszonylatban eredményre vezet is.

Társadalmi sokféleség és turizmus

Már az előző fejezetben megemlítettük, milyen hatással van a turizmus a helyi lakosságra, de ott csak annyiban foglalkoztunk vele, amennyiben a téma az ökológiai hatásokkal kapcsolatban állt. Most ettől függetlenül is megvizsgáljuk a társadalmi hatásokat. Tudnunk kell azonban, hogy míg a környezeti hatások esetében nagyjából egyértelműen meg tudtuk húzni a kedvező és a kedvezőtlen hatások közötti határvonalat, addig a társadalmi hatásokról nehezebben tudunk határozott értékítéletet mondani. Ez bizonyára abból következik, hogy a természettudományoknak biztosabb, nehezebben megkérdőjelezhető főgódzói vannak.

A turizmus óhatatlanul a nyugati kultúra terjedését szolgálja, hiszen a turisták valamilyen mértékben mindig ragaszkodnak megszokott életvitelükhöz. Ennek mértéke erősen függ az adott turisztikai termék jellegzetességeitől. Egy standard tengerparti tömegterméket felkereső turista elvárja, sőt megköveteli a nyugati típusú szolgáltatásokat.¹² A balatoni turisztikai szolgáltatók – Stanley G. Plog terminusával élve – ugyanezekre az úgynevezett *psichocentrikus* látogatókra építenek (Plog [1973], idézi Puczko–Rátz [2000], 1.2.2.1. fejezet). A pszichocentrikus turista az ismerős, kitaposott „ösvényeket” keresi, általában az inaktív pihenést kedveli és idegenkedik a váratlan eseményektől. A vízre és a napfényre építő turisztikai célpontoknak ezért jellemzően standard szolgáltatásokat kell nyújtaniuk. Az *allocentrikus* turisták esetében már más a helyzet. Ők az ismeretlen helyeket kedvelik, a hely szellemét akarják megismerni, s ennek érdekében a helyi, hagyományos szolgáltatásokat veszik igénybe. Am közülük is csak kevesen tartoznak a „felfedezők” közé, akik minden megszokott és biztonságos szolgáltatást elutasítanak. Az allocentrikusok inkább off-beat turisták, akik szeretik ugyan az egzotikus, mások által nemigen látogatott helyeket, keresik a bizonytalan-

¹² Polányi Károly szerint a föld, a munkaerő és a pénz nem áru, előállításuk, cseréjük nem írható le egyszerű gazdasági logika alapján, noha ezekre a termelési tényezőkre épül az egész piacgazdaság. Mivel a gazdaság működésképtelen nélkülük, Polányi mégis megpróbálja őket áruként kezelni. A társadalom azonban fékeket épít be a piaci logikába: szakszervezeteket létesít, földtörvényeket hoz stb. A turisztikai termékek esetében szintén fellelhető a Polányi által *árfiktiónak* nevezett jelenség. A természeti és kulturális kincsek nem termelhetők, cserélhetők a kereslet és a kínálat egydimenziós logikája alapján, a kínálat kereslethez igazítása értékrendünk alapján kerülendő (Polányi [1997], VI. fejezet)

ságot is, de a napi program után szeretnek visszatérni a biztonságba, a nyugatiakhoz legalábbis hasonló szolgáltatások közé.

Ebből pedig az következik, hogy a helyi lakosságnak szinte minden esetben nyugati vagy legalábbis jellegükben ahhoz közel álló szolgáltatásokat kell nyújtania. A fogadó terület kénytelen megismerkedni a turista életformájával, szokásaival, de ha ezt megteszi, saját szokásait is megváltoztatja. Mivel a turistákkal szükségképpen megjelenik a modern árupiac is, a helyi, tradicionális közösségekben is jellemző lesz a tömegfogyasztás, kialakul a vagyonskülönbség és megbomlik a közösség belső egyensúlya. Ez alól csak a turistagettók számítanak kivételnek. Turistagettók rendszerint olyan helyeken épülnek, ahol a páratlan természeti szépségekhez archaikus életformájú közösségek tartoznak: ilyenkor a turistákat körülkerített luxusparkokban helyezik el, ahova helybéli be se teheti a lábát, a nevezetességeket pedig csak zárt csoportoknak mutatják meg.¹³

Kérdés, hogy a turistagettók etikailag elfogadhatók-e. Mi a helyes? Ha hagyjuk, hogy egy-egy kisközösség tovább élje a maga szegényes és egyszerű életét, csak hogy megmaradjanak szokásai, vagy ha arra törekszünk, hogy akár hagyományaik elvesztése árán is a turizmus anyagi hasznaiból részesüljenek? Még ennél is nehezebb a kérdés, hogy vajon rábízható-e az efféle tradicionális közösségekre annak eldöntése, megmaradnak-e szokásos életfeltételeik között vagy a nyugatosodás útjára lépnek. A jólét relatív fogalom és nagyban függ az exoszomatikus fejlődés fokától, s azt sem könnyű eldönteni, mi számít szegénységnek.

Ha a tradicionális közösségeket bevonjuk a turizmusba, akkor elsőként a helyi kultúra válik kommersszé. A helyben tradicionálisnak számító használati és kultikus tárgyakkól szuvenir lesz, ami a tárgy kiüresedéséhez vezet. A fogadó terület egyre kevésbé fogja valódi hagyományait bemutatni, inkább arra épít, ami iránt kereslet van. De a turizusból származó bevételek szükségtelemé is teszik a hagyományos fizikai foglalkozások üzését, legalábbis hozzájárulnak e munkafolyamatok gépesítéséhez. Az eredmény: a giccs. A folyamat Magyarországon is végbement, így alakult ki a „Puβta”, a „Paprika” és a „Piroscika” címszavakkal fémjelzett, nem a valódi hagyományokra építő, hanem a vidéket anyagi jólétben, gondok nélkül, primitíven mulatozva bemutató turisztikai termék.

A szuvenírek ipari méreteket öltő gyártása felborítja a közösség és a természet közötti összhangot. A korábbi mértéket messze meghaladó felhasználást a helyben található természeti erőforrások (különösképpen a fa-

¹³ Turistagettókkal kapcsolatos esettanulmány: Turizmustervezés a Maldív-szigeteken, in: Puczko-Rátz (2001), a 7. fejezet után.

anyag) nem képesek kielégíteni, így a flóra és a fauna is károsodik.¹⁴ Ekkor a folyamat már megfordíthatatlan – a társadalom akkor sem tudna visszatérni régi életformájához, ha akarna. Megjegyezzük, hogy a folyamat nemcsak a szélsőségesen elmaradottnak minősített térségekre jellemző, hanem a hagyományos árutermelést folytató mezőgazdasági területekre is. Az ilyenfajta közösségekben van ugyan árutermelés és modern pénz, szerepük azonban csekély a mindennapi életben, az emberek közötti kapcsolatokat nem határozzák meg. (Lásd erről Szabó Pál *Talpalatnyi föld* című halhatatlan regényét.)

De miért baj, ha a helyi közösségek megszűnnek, illetve bekapcsolódnak a globális áruterelésbe és szolgáltatásnyújtásba? Válaszunk egyértelmű: pontosan ugyanazért, amiért a hagyományos élőhelyek elpusztítása jelent problémát. Mindkét esetben egy-egy sajátos létformával lesz szegényebb a Föld, illetve az emberiség, még akkor is, ha mutatóban megmarad néhány nemzeti park vagy falumúzeum. Más dolog a fapados Nyírvidéki Kisvasúttal végigdöcögni a szabolcsi tájon Balsai Tisza-part vagy Dombrád végállomásig, mint fölszállni egy menetre Nagycenken a Múzeumvasútra.¹⁵ Míg az első esetben valóban egy hagyományos szolgáltatást veszünk igénybe, addig a másodikban csak annak imitációját. A különbség jól érzékelhető, és semmilyen szervezéssel sem takarható el.

Az általános veszteségen túl mi magunk is kárt szenvedünk, mert elvesztjük a kiegyensúlyozott lélekhez szükséges emberléptékű világunkat. Megsérül az Ernst F. *Schumacher* által hangoztatott „a kicsi szép”-elv, amennyiben mindent magába olvaszt a csak a fogyasztói társadalom határain belül szabad életmódot engedő kultúra. Ez a kultúra egyúttal az exoszomatikus fejlődés végső pontját is jelenti: tárgyaktól való függésünk szinte a végletekig fokozódik, miközben fajunk teljesen elszakad természeti környezetétől.¹⁶ Bátran vállalhatjuk tehát annak kijelentését, hogy a környezeti és társadalmi sokféle ség csökkenése emberi jogainkat sérti.

További ellenérvként szolgál a zsákutcába záródás veszélye. A hagyományos természeti és társadalmi „technológiák” megszűnése felszámolja azt a bázist, amelyből a fejlődés későbbi irányai kiindulhatnak, ahová a jár-

¹⁴ Jól példázza a fenti esetet a Body Shop és a Ben&Jerry's esete. Az öserdei kultúra megőrzéséért a két cég összefogott. A helyben honos fa terméséből a Body Shop dióolajos kozmetikumokat, a Ben&Jerry's pedig Rainforest Crunch néven jégkrémet kezdett forgalmazni. Az óriási keresletet a hagyományos keretek között nem lehetett kielégíteni, így az esőerdőt irtani kezdték a szóban forgó diófajta nagyüzemi termesztése céljából. A kezdeti szándékhoz képest az akció ellentétes eredményt hozott, ami arra utal, hogy a fogyasztói piac paradigmája működésképtelen (Pataki–Radácsi [2000], 1. fejezet).

¹⁵ A hazai keskeny-nyomközű vasutakat fényképekkel együtt mutatja be Tusnádi (2000).

¹⁶ A környezetvédelem felértékelődését valószínűleg legalább annyira fűti a természettel való kapcsolat hiánya, mint a szennyezés következményeitől való félelem.

hatatlannak bizonyuló utakról vissza lehetne térni. Ezt a természetvédelemben génbank funkciónak nevezik. Mint látható, társadalmi megfelelője is megtalálható, bár a kifejezés túlságosan a modernista gondolkodásmódot tükrözi. A bankba mindig mi teszünk be valamit, s ezt bármikor jogunkban áll kivenni onnan, ami a génbank esetében elfogadhatatlan.

Fenntartható turizmus

De mit tehet akkor a turizmus az ökológiai és a társadalmi sokféleség megőrzése érdekében?

Az ökoturizmust mint megoldást már említettük, de társadalmi értékeket érintő megfelelőjéről, a falusi turizmusról még keveset beszéltünk. Ez a fajta turisztikai termék a hagyományos, természethez közeli, lassú életmód aktív megélésére épül.¹⁷ A falusi turista részt vesz a falusi tevékenységekben, tehenet fej, almát szed, legelőt kaszál, aprójszágot etet. Az öko- és a falusi turizmus esetében is hangsúlyos szerepe van a turistának. Neki ugyanis akarnia kell, hogy a valódi természeti és társadalmi értékeket ismerje meg. De hogy valóban az eredeti értékekre legyen kíváncsi, ahhoz a társadalom értékrendjét kell megváltoztatni. A változáshoz tevékenyen hozzájárulhat a turizmus, hiszen az utaztatás talán a legfontosabb népművelő tevékenység. Az ismeretlen megismerésével leküzdhetők az előítéletek, az alaptalan féltelmek megszűnhetnek, nőhet a rokonszenv egy-egy térség, népcsoport iránt. A turisztikai szolgáltatóknak azért óriási a felelősségük, mert a kínálat befolyásolásával képesek lehetnek a kereslet kedvező irányú elmozdítására. A turista számára ugyanis nem azt kell biztosítani, amit meg akar venni: azt kell neki eladni, amit hajlandó megvásárolni és amit a szolgáltatók hosszú távon kedvezőnek tartanak a jövő, a természeti és társadalmi környezet védelme szempontjából. A proaktív marketing szerepe ezért aligha becsülhető túl, hiszen segítségével hangolható össze turista és fogadóterület érdeke.¹⁸

Az öko- és falusi turizmus a fenntartható turizmus kérdéséhez vezet. A fenntartható turizmus – a Brundtland Bizottság „fenntartható fejlődés” definíciójának megfelelően (World Commission on Environment and Development [1987]) – a természeti környezet teherbíró képességének figyelemmel kísérését, a helyi közösségek és kultúrájuk megőrzését tűzi ki célul. E cél

¹⁷ Tehát amit Magyarországon ezen a néven tartanak számon, valójában nem falusi turizmus. Az egyszerű fizetővendéglátás az aktivitás követelményének ugyanis nem tesz eleget.

¹⁸ A proaktív gondolkodás a hosszabb távú jövőben várható események figyelembevételére, sőt aktív befolyásolására tesz kísérletet. A proaktivitás képessége lehetővé teszi, hogy értékekkel, attitűdökkel kapcsolatos „zöld” hozzáállásunkat a turisztikai célpont kínálatába építsük, ezáltal olyan turistákat csábítsunk egy-egy helyre, akik a természeti környezetet nagyra becsülik. A proaktív marketing egyúttal nevelő hatású is lehet, környezetbarát turisztikai szolgáltatásokra teremt igényt.

érdekében a helyi közösségek környezeti nevelését és identitásának erősítését tartja a legfontosabb és döntő feladatnak.¹⁹ A fenntartható turizmus a helyiek bevonására, a velük való érdekközösség olyan kiépítésére törekszik, amely az ökológiai és a társadalmi sokféleség fennmaradását eredményezi. Ez azt jelenti, hogy nemcsak a kínálat befolyásolhatja a keresletet, hanem a kereslet is a kínálatot. A kereslet lefordítható mind az utazásszervezők, mind az utazási irodák, mind pedig az egyes turisták szintjére. Az előbbi két szereplőnek a kínálat kialakításában is komoly szerepe van, így ők a leginkább befolyásos piaci szereplők. A turizmus fenntarthatóvá tételében ezek szerint ők játszzhatják a főszerepet. Összességében tehát azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a turizmus a gazdaság részeként képes arra, hogy a fenntarthatóság értékét a pénz nyelvére fordítsa le és felhívja rá a figyelmet; másrészt speciális működési logikája folytán tevékenyen felléphet a pusztításokkal szemben. Rossz szervezéssel, káros nézetek terjesztésével ugyanakkor talán többet árthat, mint bármely más gazdasági ágazat.

A fenntartható turizmussal kapcsolatban két elméleti probléma jelentkezik. Az első a fenntarthatóság bizonytalanságával kapcsolatos. A korábban már említett „megismerhetetlenség”-problémáról van ismét szó: a természeti és társadalmi környezet bonyolult belső mechanizmusai folytán nem tudjuk előre jelezni a hosszabb távon föllépő hatásokat. Hogy valami biztosan fenntarthatatlan, arra egyértelmű jelek utalnak. Nem jelenthetjük azonban ki egyetlen programról sem, hogy biztosan fenntartható. Lehetséges, hogy minden igyekezetünk ellenére éppen a turizmus nem szándékolt hatásai miatt fog kipusztulni a Zempléni-hegységből a keresztes vipera, lehetséges, hogy minden óvintézkedés ellenére a turisták fogják eltüntetni Tibetből a hagyományos ősi kultúrát.

A másik probléma az értékekkel függ össze. Mit és hogyan akarunk fenntartani? A kérdés azért vetődik fel élesen, mert ma kizártnak látszik, hogy az exoszomatikus evolúcióról teljes egészében lemondjunk. Így tehát választás előtt állunk. Melyek azok az ökoszisztémák, amelyeket turisztikai vagy bármely más szempontból fölöslegesnek ítélünk és kiirtunk? Melyek azok a térségek, amelyeket alkalmatlannak tartunk a mezőgazdaság és a falusi turizmus számára, ahol megengedjük a modern ipar letelepülését, a helyi közösségek felbomlását? Kinek van joga ezt mérlegelni, ki képes ezt eldönteni? Fontosabb-e a Fertő-tó élővilágának megőrzése, mint a nemrégén porrá égett barcsi ősbörökás felélesztése? Értékesebb-e a nógrádi palóc kultúra, mint a mecseki bányászfalvak sajátos életvilága? Egyáltalán léteznek-e ilyen

¹⁹ A turizmusnak a természet, a kultúra és a közösségek értékeinek megőrzésében lévő felelősségét deklarálja a WTO (World Tourism Organisation) Manilai és Hágai Nyilatkozata. Teljes szövegüket lásd Lengyel (1992), 1-es és 2-es melléklet. A WTO a fenntartható turizmusra vonatkozóan irányelveket is kialakított, lásd WTO (2000), 6. fejezet.

relációk, azaz megengedhető-e az összehasonlítás? Ha nem léteznek, akkor elképzelhető-e a modern fejlődéssel szemben bármiféle erőfeszítés, az akár csak részleges elzárkózás a globalizációtól? Meg lehet-e és meg kell-e minden értéket őrizni? Akarjuk-e mindezt? Pontosabban: képesek vagyunk-e akarni?

HIVATKOZÁSOK

Bánfalvi J. [2000]: *Magyarország idegenforgalmi földrajza*; KIT Képzőművészeti Kiadó, Budapest

Hardin, G. [1968]: *The Tragedy of the Commons*; Science, 162; magyarul *A közlegelők tragédiája*; in: Lányi A. (szerk.): *Természet és szabadság – Humánökológiai olvasókönyv*; ELTE Szociológiai és Szociálpolitikai Intézet, Humánökológiai Szakirány – Osiris Kiadó, Budapest, 2000, 219–231. o.

Kocsis T. [1999]: *A jövő közgazdaságtana? Az ökológiai közgazdaságtan múltja, jelene és jövője az uralkodó neoklasszikus nézetek tükrében*; Kovász, ősz, 131–164. o.

Lengyel M. [1992]: *A turizmus általános elmélete*; Viva Reklámügynökség, Budapest

Pataki Gy. – Radácsi L. [2000]: *Alternatív kapitalisták – Gazdálkodás az érintettek jóllétéért*; Új Paradigma, Szentendre

Plog, S. C. [1973]: *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity?*; Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, november

Polányi K. [1997]: *A nagy átalakulás – Korunk gazdasági és politikai gyökerei*; Mészáros Gábor kiadása, h. n. (eredeti megjelenés: 1946)

Puczkó L. – Rátz T. [2000]: *Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment eszközei*; Geomédia Szakkönyvek, Budapest

Puczkó L. – Rátz T. [2001]: *A turizmus hatásai*; AULA, Budapest

Schumacher, E. F. [1991]: *A kicsi szép – Gondolatok egy emberközpontú közgazdaságtanról*; Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest

Tasnádi J. [1998]: *A turizmus rendszere*; Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola, Szolnok

Tóth V. Z. [2000]: *A világ popperi hármassága*; Magyar Pszichológiai Szemle, 2–3. szám (www.typotex.hu/p_0005s3.html)

Tasnádi Cs. K. [2000]: *Magyarországi kisvasutak*; Pallas Stúdió, Budapest

World Commission on Environment and Development [1987]: *Our Common Future*; Oxford, University Press, New York, magyarul: *Közös jövőnk – A Környezet és Fejlesztés Világbizottság jelentése*; Mezőgazdasági Könyvkiadó, Budapest, 1988

WTO [2000]: *A fenntartható turizmus fejlesztése – Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek*; Geomédia Szakkönyvek, Budapest