Туризм всегда рассматривается исключительно как положительное явление. Его воспевает масса статей и книг, в большинстве экономических. Именно эта сфера в последние десятилетия бурно растет и развивается. Она создает рабочие места, помогает процветать отстающим регионам и даже целым странам за счет роста ВВП, развития инфраструктуры и использования практически неисчерпаемых туристско-рекреационных ресурсов в виде прекрасных пляжей, чистейшего горного воздуха и потока солнечных лучей, вдыхающих жизнь в бледные тела офисных работников.

В 2019 году Всемирная туристская организация сообщила о совершении 1,5 млрд. туристских поездок в мире. По сравнению с 2018 годом рост составил 4%. Эта отрасль мировой экономики стала одной из самых быстрорастущих и стабильных.

Помимо экономистов хвалебные статьи в адрес туризма пишут культурологи, психологи и прочие гуманитарии. Мол, туризм способствует культурному обмену, укреплению дружеских связей между народами. Он расширяет кругозор, формирует целостную картину мира, духовно обогащает человека, а главное - меняет его систему ценностей. Материальные блага не так важны - важнее обогащаться духовно. Проще говоря: если ты тратишь деньги на шопинг, занимаешься накопительством и никуда не выезжаешь - ты несовременный, отсталый и бездуховный товарищ. Более того, ты нам - людям путешествующим, высоко развитым, одухотворенным и преодолевшим вещизм - совсем не товарищ.

В общем, туризм - это однозначное добро! И я тоже так считала, активно выступая за его развитие на всех уровнях в рамках своей профессиональной деятельности. Но с недавнего времени меня стали терзать смутные сомнения, относительно категоричности этого постулата… И вот на чем они основаны:

 Сомнение № 1. Философское

 Очень сложно (если не сказать невозможно) найти социальное явление, которое бы не имело «теневой» стороны. Это обратная сторона медали – часто невидимая и неочевидная. Впервые термин «тень» ввел швейцарский психиатр Карл Юнг для описания тех аспектов личности, которые мы отвергаем или подавляем. По тем или иным причинам у каждого из нас есть те части нашего «Я», которые нам не нравятся, или, как мы полагаем, не будут приняты в социуме. Поэтому мы загоняем их поглубже в бессознательное.

С туризмом работает так же. Общество отвергает негативные стороны его развития и, наоборот, выпячивает позитивные. И тут как в том фильме:

– Ты суслика видишь?

– Нет!

– А он есть!

Все остальные сомнения и есть те самые теневые стороны, признать которые общество отказывается. Почему? Об этом чуть позже.

Сомнение № 2. Экологическое

Говоря о развитии промышленности, сельского хозяйства или любой другой сферы, почему-то часто рассматривается негативное влияние этих отраслей на окружающую среду. Сокращение естественных ландшафтов, деградация почв, загрязнение поверхностных и подземных вод, атмосферы и т.д. В случае с туризмом негативная сторона почти не упоминается (за очень редким исключением в виде робких высказываний), хотя она существует. Часто негативное влияние туризма не очевидно, как, например, влияние работы промышленного предприятия, которое сливает отходы в ближайший водоем. Хотя это влияние огромное!

Туризм – это, прежде всего, транспорт. До тех пор, пока не изобретен телепорт, мы вынуждены как-то иначе передвигаться в пространстве. Поездки становятся все более дальними (об этой тенденции говорит статистика) и вот уже с конных повозок люди пересели на самолеты - так уж сложилось. Показательным стал кризис, разразившейся в мире из-за пандемии весной 2020 года. Границы между государствами были закрыты, почти все туристские направления блокированы, и большая часть авиакомпаний приостановила полеты. А ведь до пандемии рынок авиаперевозок активно развивался. Причем одним из драйверов этого рынка стали лоукостеры, дающие 4% ежегодного роста пассажиропотока. И вот 120 тысяч ежедневных полетов прекратились на долгие месяцы.

 О возрастающем загрязнении воздуха, земель и вод различными видами транспорта написано немало. И речь идет не только о химическом загрязнении, но и о шумовом, электромагнитном. Чем активнее развивается туризм, тем активнее рост загрязнений.

 Некоторые могут возразить: электротранспорт спасет мир. Действительно, на ряде курортов (например, в Альпах) запрещено пользоваться транспортом с двигателями внутреннего сгорания. Только электродвигатели! Но давайте вспомним, как вырабатывается электричество. Большая часть (67 %) до сих пор производится на ТЭС за счет сжигания углеводородов. Значительно меньшая доля приходится на ГЭС (16%) и АЭС (13%), и только 4% принадлежат альтернативным источникам энергии. Таким образом, используя электродвигатель, вы хоть не загрязняете территорию, на которой находитесь, но продолжаете загрязнять планету. Да, доля углеводородов сокращается в пользу атомной энергетики и альтернативных источников энергии, однако, происходит это не так быстро, как бы нам хотелось.

Исследования показывают, что авиатранспорт способствует изменению климата за счет эмиссии парниковых газов и разрушения озонового слоя. По данному показателю он опережает другие виды транспорта.

Здесь у сознательных граждан, думающих об экологии и матушке Земле, у тех, кто озабочен качеством сегодняшней жизни и будущим планеты, возникнет резонный вопрос: и что же теперь делать? Не путешествовать вообще? Ходить пешком? Перемещаться на велосипеде или использовать ездовых собак? Как Гретта Тунберг пересекать Атлантику на парусном судне? Нет, нет и еще раз нет! Сидеть дома и терпеливо ждать изобретения телепорта. Шутка! О решении этой проблемы поговорим чуть позже, а пока скажем, что экологический след от туризма огромен, хотя изучен крайне слабо.

Но стоит задуматься, как протекало восстановление территорий и акваторий во время локдауна. Например, в Италии в марте 2020 года городские каналы очистились, в них даже вернулись рыбы и лебеди.

Сомнение № 3. Культурно-историческое

Несколько лет назад мой хороший знакомый, профессиональный путешественник, рассказал о том, как в 1995 году руководил экспедицией в Папуа-Новую Гвинею. Тогда, пробираясь сквозь тропические леса, они встретили племя местных жителей. Папуасы впервые видели в своей жизни белых людей, т.к. племя жило изолированно в центральной части острова. Встреча была не очень дружелюбной, но конфликта удалось избежать, а позже даже достичь взаимопонимания. Экспедиция занималась изучением культуры и быта аборигенов. В итоге был собран ценный материал о способах адаптации в непростых условиях и взаимоотношениях человека и природы.

Прошло 15 лет. Оказавшись в тех же местах, путешественник был потрясен, увидев изменения, произошедшие с деревней папуасов. Размещенные на деревьях домики они сдавали туристам… Вы скажете, что в этом плохого? Ведь туристы привозят им продукты, необходимые в быту вещи, платят деньги, в конце концов!

В том то и дело, что все это вовлекает местных жителей в товарно-денежные отношения, трансформируя традиционный жизненный уклад, способствуя утрате навыков выживания. Туризм, распространяя глобализацию, упрощает границы между странами и народами, стирает лица этих народов.

Культурные и этнические традиции под давлением туризма сохраняются лишь в своей искусственной форме. Например, выступления представителей народа масаи перед туристами в Кении и Танзании. Эти ряженые герои специально бывают в популярных местах, чтобы заработать денег, показывая традиционные танцы. Тем временем настоящие масаи живут близко к природе и очень далеко от цивилизации.

Страдают от нашествия туристов не только природные объекты, но и культурно-исторические. «Что с ним будет? Он же памятник!» - скажете вы. Тем не менее, египетские пирамиды, Великую китайскую стену, греческий Парфенон и другие объекты уже разбирают на сувениры. Многие туристы норовят унести на память кусочек истории, которому суждено несколько лет пылиться на книжной полке, а потом и вовсе быть сосланным на чердак, в гараж или мусорный бак. Вроде бы ничего страшного от одного кусочка не будет, но если вы умножите каждый такой кусочек на количество туристов, то сможете рассчитать, через сколько лет все эти достопримечательности сравняют с Землей. Представьте только, Великую китайскую стену посещают около 40 миллионов туристов в год!

Не думайте, что подобным вандализмом занимаются только асоциальные элементы. Моя хорошая знакомая, приличнейший человек, кандидат наук, как-то пыталась вывезти из пустыни Гоби кусочек окаменелого динозавра, за что была задержана на государственной границе. Просто искушение слишком велико.

Сомнение № 4. Главное. Потребительское.

Представляете, в наше время можно купить любое путешествие! Даже то, что ещё 100 лет назад было уделом избранных, настоящих героев. Я о восхождении на Эверест и покорении Южного полюса. Плати и иди! Ничего личного. Просто бизнес.

Если вы смотрели фильм «Эверест», то наверняка вспомните, как рядовой американский почтальон, накопив денег, отправился покорять вершину мира. Зачем это делать, если ты не профессиональный альпинист – это отдельный вопрос, требующий особого внимания.

Так вот, Эверест, высочайшие точки материков, полюса, кругосветное плаванье - продается все что угодно. Путешествия стали таким же товаром, как одежда, украшения и недвижимость. Они все более доступны. Благодаря рекламе потребность в путешествиях настолько глубоко проникла в сознание, что мы искренне считаем ее своей собственной.

В обществе потребления производитель конкурирует с потребителем. И правда, в последнее время мы видим бесконечное количество предложений со стороны производителей туристских услуг, начиная с крупных туроператоров и заканчивая авторскими турами. Все они призывают нас путешествовать, т.е. потреблять их услуги как можно чаще. На эту тему создана масса слоганов. Например: «Путешествие – единственная вещь, покупая которую, становишься богаче!» Поверили, правда?

Человек сейчас стремится потреблять так, чтобы, с одной стороны, быть «не хуже других» (все ездили в Турцию, значит, и мне надо!), а с другой — «не сливаться с толпой» (хочу побывать там, где никто не был!).

Путешествия становятся таким же маркером социального статуса и уровня дохода, как дорогие часы или автомобиль. Они же показатель индивидуального образа жизни и стиля. Не путешествующий человек воспринимается несовременным, неинтересным или даже (о, ужас!) неуспешным.

В обществе потребления можно ощущать свою ценность, самодостаточность и самоуважение, не обладая какими-то важными личными качествами, а просто соответствуя потребительскому поведению. В нашем случае, следуя моде на путешествия.

Я знаю немало людей, которые побывали в 50-100 и более странах. Некоторых из них можно сравнить с женщиной, у которой в гардеробной 50 пар туфель. Здесь нет никакой разницы между страстью к путешествиям и вещизмом.

Сейчас много говорят об осознанном потреблении как о способе удовлетворить потребности экологичным путем, найдя баланс между личным комфортом и пользой для планеты.

Думаю, что в отношении путешествий пришло время говорить об осознанном туризме. Важно понимать, на что, отправляясь в путешествие, ты расходуешь ресурсы планеты и личные ресурсы (временные, финансовые, психологические). Компенсируешь ли ты их расход тем, что, возвращаясь домой, становишься лучше как человек в широком смысле слова? Вкладываешь ли смысл в путешествие? Получаешь ли от него, опыт, знания, вдохновение или просто являешься потребителем, которому общество навязало необходимость проводить отпуск как можно дальше от дома? Не бежишь ли от неудовлетворяющей действительности в идеальный мир путешествий? Не стремишься ли за счет путешествий показать, какой ты успешный?

Пришло время задать себе эти вопросы!