

Veel üks „öko“?

Sõna „ökoturism“ üha sagedam kuulmine-lugemine tekitab ebalust. Kõik „öko“-eesliitega sõnad paistavad andvat lihtsa lahenduse keerulistele probleemidele. Kallake oma ökoautodesse ökokütust ja lahenevad kõik liiklus- ja õhusaasteprobleemid. Kallake oma ökoprügi ökoprügikastidesse ja lahenevad kõik jäätme probleemid... Iga „öko“-liitega varustatud toode läheb ju hästi kaubaks. Nii on loodusmatkadest turismireklaamides saanud ökomatkad ning pakutakse selliseid tooteid nagu ökopuhkus, ökoseiklus, ökokruis, ökosafari jne. Turismiamet saab välisfirmadelt igal aastal 2–3 pakkumist: näiteks ehitada Haanjamaa kuplite vahele või Pärnumaa põlismetsadesse suur lõbustuskompleks. Sedasi arendatakse küll turismi ja loodaks kohapeal töökohti, aga tegemist ei ole sellega, mida kohalikud elanikud ise enda ümber näha tahaksid.

„Öko“ on lööksõna ja tõeline ökoturism on ohus – keskkonnateadlikku tarbijat juhatatakse eksiteele, reisi müüakse massiturismi kombel, ehtides seda vaid „öko“-eesliitega.

Ökoturism on suhteliselt uus mõiste ja rohkem on meile ehk tuntud loodusturismi mõiste. Kas need mõisted kattuvad, kumb mõiste on laiem, kumb kitsam? Loodusturism ei ole isenesest midagi uut – on ju loodusega tutvumine ja looduses liikumine olnud juba pikemat aega soositud reisimotiivid. 1980. aastatel esile kerkinud ökoturism on vastutustundlik reisimine, mis toetab loodus- ja kultuuripärandi säilimist ning kohalike elanike heaolu. See tähendab looduskaitsete eesmärkide, kohalike inimeste tegevusalade ja kultuuri ning turistide soovide kokkusobitamist kõikidele osalistele meelepärasel ja kasulikul viisil. Ehk teisisõnu, et hundid oleksid söönud ja lambad terved. Rahvusvaheline ökoturismi ühing jagab turistidele näiteks soovitusi mitte kunagi võtta loodusest midagi suveniiriks kaasa, jätta oma raha kohapealsesse äritegevusse, võtta reisile kaasa võimalikult vähe pakendatud asju.

Ökoturism ei ole toode, vaid eelkõige reisimis- ja reisikorraldusviis – küsimus ei ole mitte „kuhu reisida?“, vaid „kuidas reisida?“.