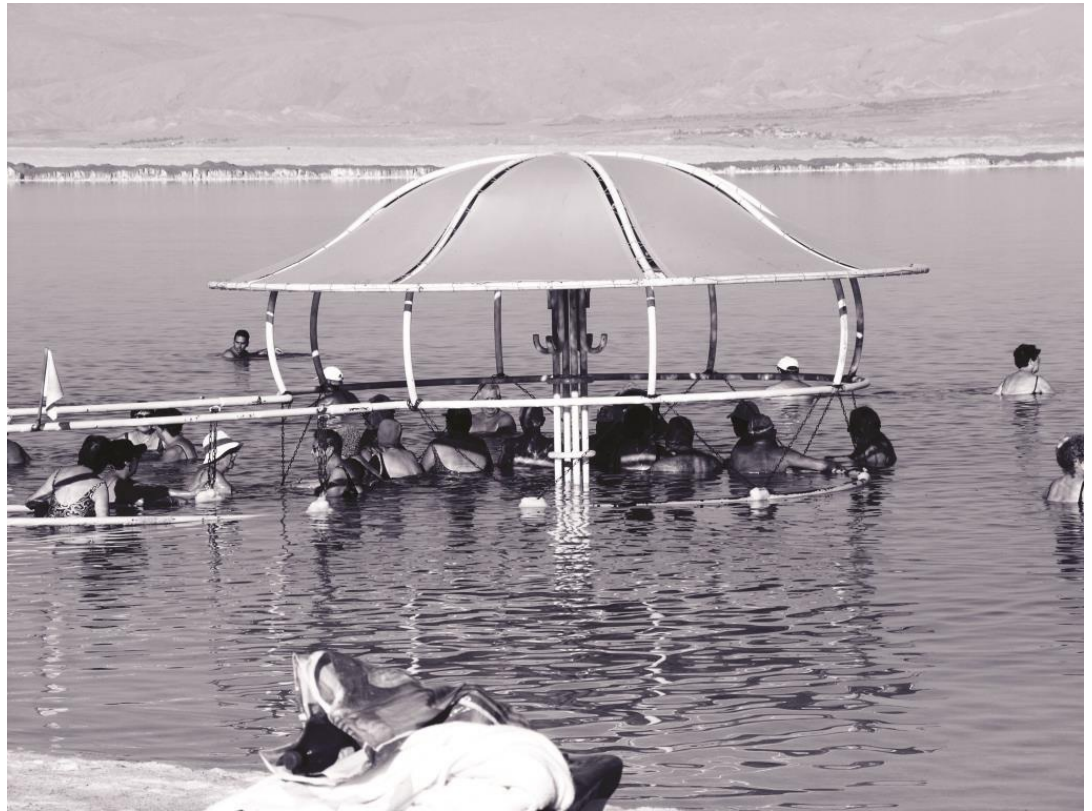


דלית גסול

המחלקה לניהול תיירות ומלונאות,
המכללה האקדמית כנרת



"יש לראות באלה הרובצים בשמש בברכות בין ארוחה מבלי להיות מודעים לכך שהם צפים בברכת אידוי תעשייתית של מפעלי ים המלח, קהל יעד לפעילות הסברה פעילה" | צילום: Psoriasis-Netz, פליקר CC BY 2.0

תוכן זה הוא חלק מרב-שית. לחצו כאן לדיון המלא

הזדמנות סביבתית להעלאת מודעות ולא איום על מערכות הטבע

גיליון אביב 2017 / כרך 8 (1) / ים המלח 8 במרץ, 2017

זתחמי המלונות הבנויים בעין בוקק ובנווה זוהר מכונים בעגה של המחקר התיירותי **גטו תיירותי**. הכוונה למתחמי תיירות המנוכרים לסביבתם מבחינת סגנון ואדריכלות ומבחינת ערכים של צדק חברתי וחלוקתי. מלונות דרום ים המלח מנוכרים לסביבתם. הם נבנו באופן המדמה נוף עירוני של מבנים רבי-קומות, ללא התייחסות לנוף המדברי, ללא התחשבות בו וללא הטמעתו. המלונות פועלים בשיטת 'הכול כלול', מכיוון שהשיטה תורמת להגדלת הכנסותיהם ומשום שאין היצע שירותי תיירות משלימים מסביב. לינה במלונות 'הכול כלול' מדרבנת את התיירים להישאר בתחומם ולא לצאת לטייל בסביבתם הקרובה. אוכלוסיית הלנים במלונות ים המלח מורכבת מ-80% תיירות פנים. רק 20% מהתיירים מגיעים מחו"ל – אף על פי שכמעט מחצית מהתיירים המגיעים לישראל מבקרים באזור ים המלח, הם לא נשארים ללון באזור. אוכלוסיית הלנים במלונות ים המלח מורכבת מפלחי שוק של תיירי מרפא (השוהים לפרקי זמן ממושכים) ותיירות נופש של ארגונים מוסדיים ושל פרטיים. הלנים במלונות והמטיילים בטבע הם פלחי שוק שונים לחלוטין.

לפיכך **אני יוצאת כנגד האמירה שהגדלת כמות חדרי המלונות תביא בהכרח לעומסים על אזורי הטבע הרגישים**. לראיה, ניסיונות שנעשו ליצירת שיתופי פעולה בין המלונאים לבין אנשי התיירות האחרים באזור ים המלח (המפעילים כמעט בכל יישובי האזור תיירות כפרית, אקולוגית וכדומה) לא צלחו אף פעם, וגם מרבית הניסיונות לשלב בין אתרי רשות הטבע והגנים לבין המלונות נכשלו. דוגמה חריגה להצלחה היא הפקת האופרה למרגלות המצדה, שיצרה שיתוף פעולה עם המלונות במסגרת חבילות שכללו לינה, העברות וכרטיסי כניסה למופע. עם זאת, אם בעתיד ייווצר צורך להגביל את כמות המבקרים

בשמורות הטבע, כמובן שיהיה נכון לעשות זאת בהתאם לכושר הנשיאה של כל שמורה ובאמצעים שונים של ניהול מבקרים.

בנייה של מלונות נוספים בראייה הוליסטית של בנייה ירוקה, כפי שמוגדר בתכנית ההרחבה, היא הזדמנות. זאת הזדמנות כלכלית – יש ליצור מנגנון של הפרשת חלק מההכנסות לקרן שיקום ים המלח. זאת הזדמנות להרחיב את התפיסה של בנייה ירוקה לראייה הרחבה של פיתוח בר-קיימא. בהתאם לתפיסה זו צריך לנצל את ההזדמנות לגרום לכל אורח שיגיע ללון בים המלח לעבור תהליך של העלאת המודעות הסביבתית למקום הימצאו, לקטסטרופה הסביבתית שהביאה למצבו הנוכחי של ים המלח, לתגובת השרשרת הסביבתית ולאפשרויות למנוע חזרה על הטעויות שנעשו כאן במקומות אחרים. אפשר לעשות זאת באמצעות סדנאות, הרצאות, מידע בחדרים ותערוכות, למשל על-ידי הוצאת סיור בן שלוש שעות, בחינם ובכל יום, בנושא מצבו של ים המלח. אף אחד מהדברים הללו לא קורה כיום.

אני קוראת לרשות הטבע והגנים לפנות לציבור המבקרים במלונות, שבדרך כלל מודע פחות לסביבתו. עליהם לראות באלה הרובצים בשמש בברכות בין ארוחה לארוחה מבלי להיות מודעים לכך שהם צפים בברכת אידוי תעשייתית של מפעלי ים המלח, קהל יעד לפעילות הסברה פעילה. אחרת, אנשים אלה יעלו לאוטובוס או לרכבם ויחזרו לביתם מבלי אפילו להכיר את המשמעות של המקום שבילו בו. כשם שמפעלי ים המלח עורכים סיורים בחינם בתחומי המפעלים כדי לשפר ולחזק את תדמיתם, כך יש לפעול, בשיתוף פעולה עם המלונות, להגדלת מודעות למצבו של הטבע.

התפוסה במתחם המלונות באגן הדרומי של ים המלח היא מהגבוהות בארץ. תכנית ההרחבה המתוכננת מספקת הזדמנויות רבות: הזדמנות לשנות את תמהיל המבקרים והלנים לתמהיל מגוון יותר; הזדמנות לשיפור החזות וההתנהלות הסביבתית של המתחם כולו, תוך הנגשת החופים לציבור; הזדמנות למימוש פוטנציאל כלכלי ותעסוקתי נרחב, בעל מכפילים גבוהים, דבר משמעותי מאוד לאזור פריפרי; הזדמנות ליצירת מנוף משמעותי להעלאת המודעות הסביבתית של מיליוני המבקרים והלנים באזור ים המלח הן לגבי מצבו של ים המלח הן לגבי מצב הטבע בכלל.