

JAK SPRZEDAĆ CISZĘ?

Pod takim to tytułem tygodnik „Walka Młodych“ z 19 sierpnia br. w obszernym artykule Z. Chomicza porusza parę aktualnych problemów bieszczadzkich, z dynamicznym rozwojem zorganizowanej i „dzikiej“ turystyki na czele. Tendencją artykułu, jak wynika z przytoczonych w nim opinii, jest więcej krytyka słabej bazy turystycznej niż oddziaływania tej turystyki na przyrodę Bieszczad; nietrudno jednak w relacji tygodnika dostrzec liczne błędy planowania i gospodarki terenowej, godzące w założenia ochrony naturalnego środowiska.

„Zalew Soliński... strone zbocza porasta gęsty świerkowy las. Cisza. Tylko że nie w niedzielne popołudnie. Dziesiątki autobusów. Niektóre parkują nad samą wodą, inne bliżej szosy... Przyjeżdżają tu na godzinę, na kilka godzin... Pochodzą trochę w kółko, odbijają jedną i drugą butelkę i wracają do autobusu... A potem podaje się triumfalnie, że przez Bieszczady przewinęło się 2 miliony turystów. Turystów?...”

„W najbardziej atrakcyjnym punkcie pętli bieszczadzkiej, tam, gdzie wszyscy szanujący się turyści wysiadają z aut... skąd można podziwiać panoramę obu połonin, projektanci przewidzieli parking...”

„Dopiero niedawno wyciągnięto wnioski z tego, że Bieszczady są jednym organizmem geograficznym, klimatycznym, krajobrazowym i turystycznym. Są — jeśli chodzi o przyrodę (61 proc. ich powierzchni stanowią lasy) i bardzo niską gęstość zaludnienia na kilometr kwadrat. — unikatem na skalę europejską...”