

Resandejournalistik och turism

Den 23 mars släppte nätverket Schyst Resande en rapport om resejournalistiken i Sverige. Ett flertal större resemagasin och bilagor ingick i granskningen och ett av de områden man granskade var hur alkohol och andra droger omskrevs.

Resultatet visar på en syn på alkohol och andra droger som aldrig skulle accepteras om de inte vore kopplade till turism. Följande exempel är hämtade från rapporten.

*"Hinner jag blir det en tur till västra Irland. Där ska jag ta två pint Guinness på en landsbygdspub och köra hyrbilen över heden hem till mitt B&B med Carrick Fergus dånande i bilstereon. Vilken frihetskänsla! Ingen kommer att fnysa åt mitt beteende. Alla dricker och kör. En gång stod jag vid en bardisk och pratade med en irländsk polis. Han drack två pint, som jag, och tog också bilen hem. Om till och med lagens väktare nickar sitt samtycke måste det väl vara okej?" – **Vagabond, 6-7, 2011, sid 120.***

*"Vi har inte hunnit vara mer än tre minuter på huvudgatan Hip Strip i Montego Bay innan vi blir erbjudna att köpa gräs, kokain och den kryddstarka jamaicanska jerkmarinaden. Jag pekar ner mot vår barnvagn och försöker diskret antyda att det inte är läge. Men vår försäljare är envis och menar att livet inte behöver ta slut bara för att man får barn. Han berättar frimodigt att han själv har tre flickvänner och sju barn." – **RES, mars-april, 2011, sid 46.***

Den här synen på alkohol och dess koppling till turism är vanlig, men är inte desto mindre farlig. Alkoholens baksidor försvinner inte bara för att man är utomlands, däremot är det oftare lokalbefolkningen som får stå för notan. Enligt en undersökning som TNS-Sifo genomförde 2009 på uppdrag av försäkringsbolaget Europeiska svarade 60 procent att de drack lite eller mycket mer alkohol under semestern.

Vår alkoholkonsumtion skapar problem utomlands

Många av de länder som idag växer som turistdestinationer, har en stor inhemsk alkoholproblematik. Totalkonsumtionen må fortfarande vara lägre än i Europa, men är hög hos de grupper som dricker och slår hårt i länder där lagstiftning, förebyggande insatser, sociala skyddsnät och rehabilitering helt eller delvis saknas. Turismen har en tydlig inverkan på konsumtionsmönster och överförande av en ny alkoholkultur. De flesta resenärer tenderar att öka sitt drickande under semestern. De befinner sig långt hemifrån och resan, liksom alkoholen, blir ett sätt att slappna av och släppa vardagen. Flera turistmål marknadsför sig även med hjälp av alkohol. Det kan vara vinodlingar i Sydafrika eller specifika drinkar, som piña colada i Puerto Rico.

Det ökade drickandet under semestern och turisternas förmåga att tänja på gränserna då de befinner sig utomlands, ökar riskerna för exempelvis olyckstillbud, användande av droger och oskyddat sex. Följderna av turisternas beteende under semestern upphör inte då de sätter sig på flyget hem, det lämnar tydliga avtryck på platsen de gästtat. De önskemål och den efterfrågan resenärer har av varor och tjänster på turistdestinationerna, skapar ett utbud, en tillgänglighet och en kultur som även påverkar lokalbefolkningen.

Genom turismens tillväxt har antalet försäljningsställen av alkohol ökat markant på destinationerna. Nya produkter har tillkommit och priserna har ofta sjunkit då konkurrensen mellan barerna växt. Den fysiska tillgängligheten har bidragit till en ökad konsumtion även bland lokalbefolkningen. Lika stor påverkan har den sociala tillgängligheten haft, det vill säga hur unga människor dricker, att kvinnor konsumerar och att barerna öppnas för en bredare målgrupp. Det skapar legitimitet för en ny

alkoholkultur. Ett exempel är Phuket, där år av massturism lett till en ökad lokal konsumtion och fler fall av alkoholrelaterat våld. Alkohol är globalt sett den tredje största riskfaktorn för ohälsa och för tidig död. I länder som Thailand, som haft en ekonomisk tillväxt och stor påverkan av turism och reseindustrin, är alkoholen idag den främsta riskfaktorn.

Turist- och alkoholindustrin är på flera sätt länkade till varandra. Billig och lättillgänglig alkohol är ett medel att locka turister. Resenärernas efterfrågan innebär även försäljning av ett bredare sortiment och en möjlighet till introducerande av nya varor. Det finns därmed ett gemensamt intresse av en alkoholpolitik som inte påverkar turismen. Båda industriernas kopplingar till politisk nivå ställer folkhälsan mot ekonomin och kan försvåra eventuella utarbetanden av alkoholpolicys.

Vilka åtgärder krävs?

Att minska vår negativa påverkan på andra kulturer och i andra länder går inte att lösa genom en enskild handling av en enskild instans. Det krävs att fler blir medvetna om problematiken och att den insikten används i allt från biståndsarbete till researrangörers marknadsföring.

- Stöd till utveckling av alkoholpolicys i de länder som idag saknar en fungerande lagstiftning. Viktigt är bland annat åldersgränser och reglering av marknadsföring och försäljning.
- Utbildning av politiker, turistplanerare och beslutsfattare om hur turism och övrigt resande påverkar den lokala hälsosituationen.
- Genomförande av fler studier kring sambanden mellan turisternas/resenärernas drickande och den lokala alkoholkonsumtionen.