

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica 11(2017)

ISSN 2084-5456

DOI 10.24917/20845456.11.9

Magdalena Pająk

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska

Mount Everest jako przykład komercjalizacji gór wysokich i himalaizmu

Streszczenie

Regiony górskie od dekad zmagają się z nadmiernym ruchem turystycznym. Obrazuje to dynamiczny rozwój każdej formy turystyki wysokogórskiej. Praca porusza tylko jedną z nich – wspinaczkę wysokogórską. Problem badawczy, jakim jest umasowienie i skomercjalizowanie działalności wspinaczkowej człowieka w górach najwyższych, został przedstawiony na przykładzie Mount Everestu. Ten niezwykle popularny szczyt doskonale obrazuje – w ujęciu chronologicznym – zachodzące zmiany. Przez pierwsze pół wieku – od pierwszego wejścia w 1953 roku – każdego roku (z kilkoma wyjątkami) szczyt zdobywało od kilkunastu do kilkudziesięciu alpinistów. Z początkiem XXI wieku, roczną liczbę zdobywców określało się już w setkach, a w 2013 roku wynosiła 578 wspinaczy. Trzeba jednak pamiętać, że osób próbujących zdobyć wierzchołek jest znacznie więcej. Popyt wygenerował powstanie firm konsultingowych, jako promotorów komercjalizacji w świetle *kupowania szczytu*. Nadmierne obciążenie Mount Everestu przyczynia się do wielu niekorzystnych zjawisk skutkujących dewastacją środowiska naturalnego, wywieraniem negatywnego wpływu na ludność lokalną, a poprzez komercjalizację, odejście od etosu alpinisty, co skutkuje zmianą w postrzeganiu himalaizmu i samych himalaistów. Mount Everest – budzący niegdyś respekt i szacunek wśród alpinistycznej elity – to dziś produkt komercyjny, gotowy do sprzedania klientom z odpowiednim zapleczem finansowym. Bezpośredni wpływ na zaistniały problem ma w dużej mierze rząd nepalski, który unika regulacji, ponieważ czerpie z pozwoleń duże kwoty (ok. 10 tys. USD na osobę). Podsumowanie wskazuje na możliwości, ale i bariery w lepszym zarządzaniu „dachem świata”.

Mount Everest as an example of the commercialization of the high-mountains and the Himalayan mountaineering

Abstract

Mountain regions have struggled with excessive tourist traffic for decades. It illustrates the dynamic development of every form of high-mountain tourism. The project deals only one of them – climbing high. The research problem, which is the influx and commercialization of human climbing activity in the highest mountains, was presented on the example of Mount Everest. This extremely popular summit perfectly illustrates – in chronological order – the changes taking place. For the first half of the year – from the first entry in 1953 – each

year (with a few exceptions) from a dozen to several dozen mountaineers gained the summit. At the beginning of the 21st century, the number of winners was counted in hundreds, and in 2013 they were 578. However, it must be borne in mind that people trying to get to the top are much more. Demand generated the emergence of consulting firms as promoters of commercialization in the terms of buying the summit. Excessive load on Mount Everest contributes to many harmful events that result in devastation of the natural environment, negative impact on the local population, and commercialization of rejecting the climber's ethos, resulting in a change in the perception of the Himalayan and the Himalayas themselves. Mount Everest, once a respected and desired mountaineer, is today a commercial product ready to be sold to customers with adequate financial backing. The Nepali government is largely affected by the problem, avoiding regulation because it draws large sums of money (about US \$10.000 per person). The summary points to the opportunities, but also the barriers to better managing the roof of the world.

Słowa kluczowe: firmy konsultingowe; Himalaje; komercjalizacja; Korona Ziemi; Mount Everest

Keywords: consulting; Himalayas; commercialization; Crown of the Earth; Mount Everest

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Pająk, M. (2017). Mount Everest jako przykład komercjalizacji gór wysokich i himalaizmu. *Studia Geographica, 11*, 131–153.

Wprowadzenie

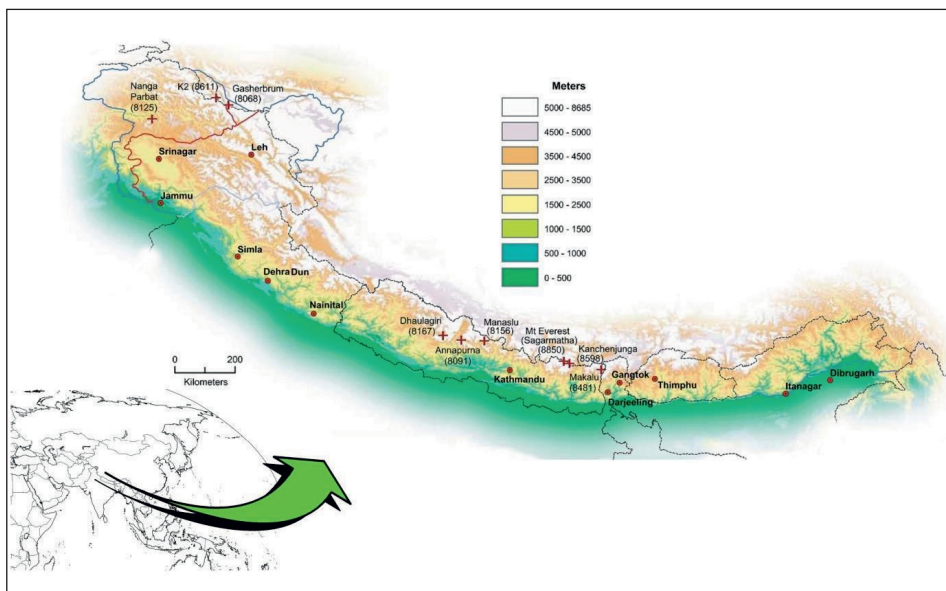
Mount Everest „przyciąga jak magnes kogo i co się tylko da: ekstrawaganckich ekstrawertyków, zakompleksionych, niedowartościowanych introwertyków, szukających adrenaliny, chcących zgubić gdzieś jej nadmiar, awanturników i posłańców pokoju, wyczynowców i niedorajdów, starców i dzieci, milionerów i bezrobotnych, polityków z misją, alterglobalistów, też z misją, tych, którzy chcą zarobić i tych, którzy mogą tylko stracić, szukających sławy lub ciszy absoulutu, media, rządy państw, całą uwagę opinii publicznej naszej globalnej wioski, która z uwagą przygląda się Everestowi – jak zmienia się wraz z czasami, w których żyjemy” (Hajzer, 2012). W realiach dzisiejszego wysokogórskiego świata zaczyna przybywać jednorazowych pasjonatów i marzycieli, którzy na liście rzeczy do zrobienia przed śmiercią dopisują wejście na „dach świata” – Mount Everest. Wielokrotnie dosłownie kończyło się tylko na wejściu. Najwyższa góra jest obecnie gotowym do kupienia produktem – marką samą w sobie. Jak doszło do utowarowienia Everestu? Kto się do tego przyczynił? Z jaką skalą zjawiska mamy do czynienia? Jakie są skutki środowiskowe i społeczno-kulturowe komercjalizacji? Jak dalej będzie funkcjonować góra gór? Odpowiedzi na postawione pytania pomoże znaleźć artykuł.

Celem tekstu jest określenie skali i stopnia skomercjalizowania Mount Everestu na przestrzeni lat 1953–2013, tj. od zdobycia szczytu, po czasy obecne. Artykuł porusza zagadnienie firm konsultingowych jako propagatorów i promotorów szerzącego się zjawiska „kupowania szczytu”, uwzględniając wpływ rządu nepalskiego na zaistniałe zjawisko. Cel drugorzędny, to skupienie się na oddziaływaniu, jaki wywarła owa komercjalizacja, na aktualny stan góry, jej środowisko naturalne, ludność lokalną, jak i wzajemne interakcje między członkami ekspedycji – himalaistami. Dane statystyczne np. ilość wejść na Mount Everest pozyskano z literatury przedmiotu oraz ze stron poświęconych turystyce w Nepalu. Część danych pochodzi

bezpośrednio od przedstawicieli Nepalu obecnych na Międzynarodowych Targach Turystycznych w Berlinie w 2016 roku. Artykuł został oparty na zasobach bibliotecznych, częściowo internetowych. Wykorzystano artykuły, książki ściśle związane z tematyką gór wysokich, w tym: zlodowacenia, zjawiska pogodowe, szata roślinna, geologia, wpływ człowieka na góry itp.

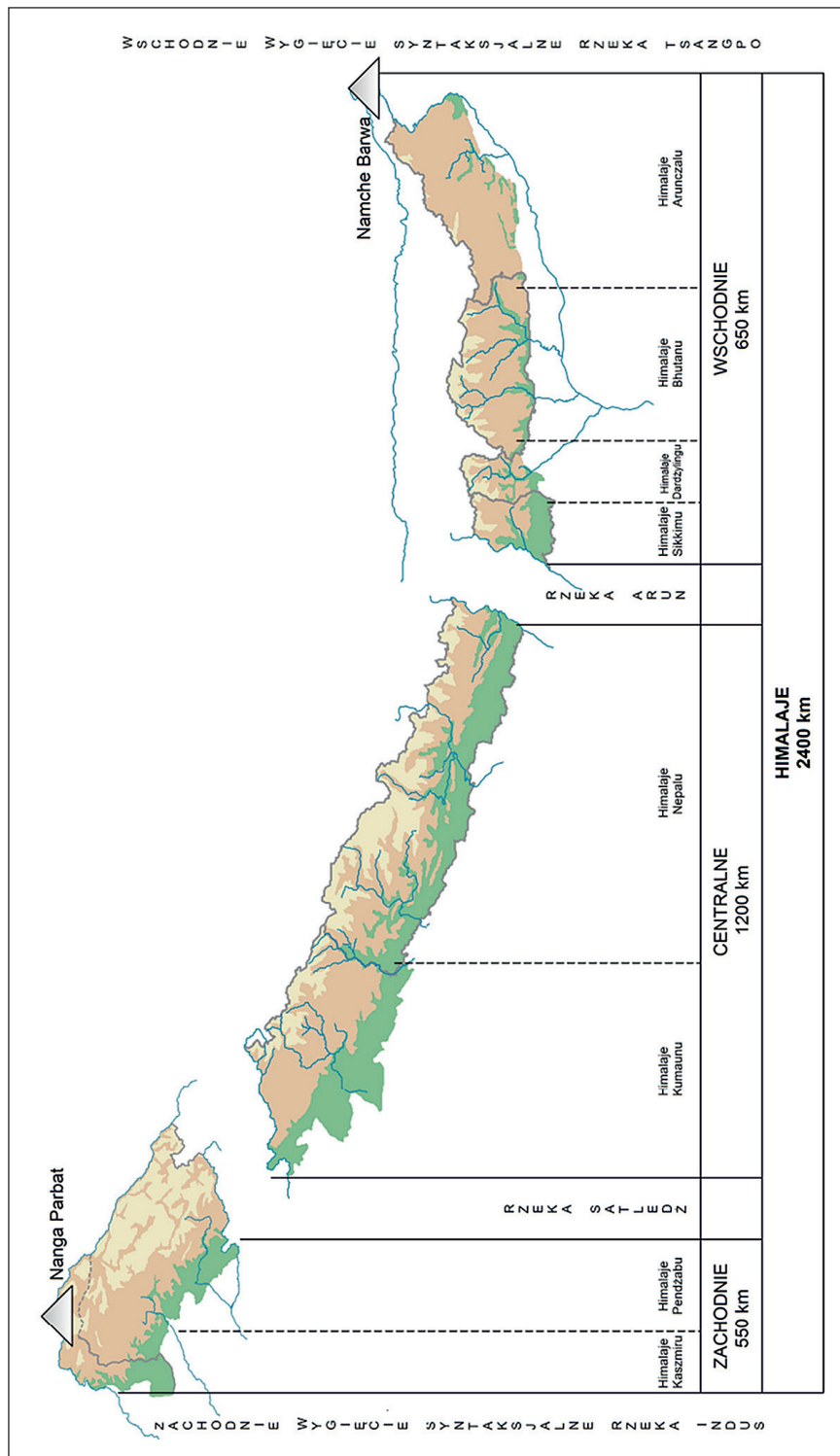
Położenie geograficzne

Mount Everest jest ośmiotysięcznikiem leżącym w południowej części kontynentu azjatyckiego, w paśmie Himalajów. Pasma to rozciąga się równoleżnikowo wzdłuż styku subkontynentu indyjskiego z azjatyckim. Terytorialnie leży na terenie pięciu państw – od strony północnej: Chińskiej Republiki Ludowej (Tybetu), natomiast od strony południowej, idąc od zachodu: Pakistanu, Indii, Nepalu, Bhutanu (ryc. 1) (zob. Andrejczuk, 2016a; Apollo, 2017a). Himalaje dzielą się od zachodu na wschód na trzy mezoregiony (Chatterjee, 1964), w obrębie których wyróżnia się mniejsze subregiony (Singh, 1971). Są to kolejno: Himalaje Zachodnie (Himalaje Kaszmiru i Pendżabu), Himalaje Centralne (Himalaje Kumaonu i Nepalu), Himalaje Wschodnie (Himalaje Dardżylingu, Sikkimu, Bhutanu i Arunczalu) (ryc. 2) (Apollo, 2017a). Wierzchołek Everestu położony jest w mezoregionie Himalajów Centralnych, subregionie Himalajów Nepalu, a dokładnie na granicy południowo-wschodniej Tybetu i północno-wschodniej Nepalu. Pod względem tektoniczno-geologicznym szczyt usytuowany jest w Himalajach Wysokich – sięgających ponad 8000 m n.p.m. (Kowalewski, Kurczab, 1983).



Ryc. 1. Lokalizacja Himalajów

Źródło: opracowanie własne na podstawie mapy Zurick, Pacheco, 2006



Ryc. 2. Regiony Himalajów
Źródło: Apollo, 2017b

Uwarunkowania geologiczne, glacialne i przyrodnicze Everestu

Podłoże geologiczne – geneza powstania

Zalążkiem powstania pasma Himalajów był rozpad prakontynentu – Pangei – na dwa superkontynenty: Laurazję i Gondwanę (około 200–135 mln lat temu). Następnie wykształciły się pierwotne dzisiejszych kontynentów (wtedy subkontynenty) wraz z samotnie dryfującym subkontynentem indyjskim. Dzięki ruchom konwekcyjnym w płaszczu Ziemi zaczął on przemieszczać się w kierunku północno-wschodnim, pokonując ok. 15 cm rocznie. Dotarł do brzegu subkontynentu azjatyckiego 70 mln lat temu, zderzając się z nim i powodując wypiętrzenie się pasma Himalajów, wraz z jego kulminacją – najwyższym szczytem świata Mount Everestem. Doszło do tzw. procesu subdukcji, w którym sztywniejsza płyta azjatycka wyparła indyjską (Andrejczuk, 2016a). Miejsce styku napierających brzegów nazwano nasunięciem himalajskim, a wzdłuż niego zlokalizowane są epicentra trzęsień ziemi. Przykładem jednego z nich było to z 2015 roku, nazwane „trzęsieniem ziemi na Evereście”, na skutek którego pod lawiną zginęło kilku wspinaczy. Kolizja dwóch płyt trwa ciągle i nadal notuje się zwyżkę przyrostu masywu – procesy górotwórcze są silniejsze od procesów niszczenia (Jurewicz, 2015). Za główny powód powstania najwyższego pasma uważa się fazę fałdowania przypadającą na przełom wczesnego trzeciorzędu i późnego czwartorzędu, która obejmowała skały różnego pochodzenia i wieku. Na masyw Everestu składają się formacje kwarcytów, wapieni formacji sagatmatskiej, łupków krystalicznych, głęboko przeobrażonych skał proterozoicznych. Najwyższe partie stoków m.in. Everestu czy Makalu są zbudowane z granitów o jasnej barwie i drobnoziarnistej budowie (Kalvoda, 1978, za: Drdos i inni, 1990).

Zlodowacenie

Himalaje to drugi obszar na świecie (po obszarach polarnych) pod względem powierzchni zajmowanej przez lodowce. Największą pokrywą lodowcową w ich paśmie odznaczają się masywy Everestu i Kangczendzongi (Andrejczuk, 2016a). Pierwszy z nich leży w Parku Narodowym Sagarmatha, w którym 34% powierzchni stanowią lodowce. Ich występowanie uzależnione jest od kilku warunków tj. średniej rocznej temperatury – powinna być ujemna, nie przekraczać 0 stopni Celsjusza; w miarę płaskiego terenu – by śnieg miał się gdzie gromadzić i przekształcać w lód; opadu śniegu większego niż jego ubytki. Strefę występowania lodowców górskich wyznacza tzw. granica wiecznego śniegu. Jest to pas, w obrębie którego linia (granica) przybiera różne wysokości, w zależności od nasłonecznienia stoku, działalności wiatru, temperatury, opadów śniegu. Na Evereście granica wiecznego śniegu przebiega od 5600 do 5800 m n.p.m., przy czym dla stoków dosłonecznych jej wysokość wzrasta do 6000 m n.p.m. (Drdos i inni, 1990).

Everest to „masywny monolit i nieco wykrzywiona piramida z trzema straszliwymi graniami i również trzema przepaścistymi ścianami” (Athans, 1998). Otańczają go 3 lodowce: od południowego zachodu Khumbu, od wschodu Kangshung i od północy Rongbuk. Ostatni z wymienionych jest jednym z największych himalajskich lodowców – ma 19 km długości. Lodowiec Khumbu odznacza się szybkim

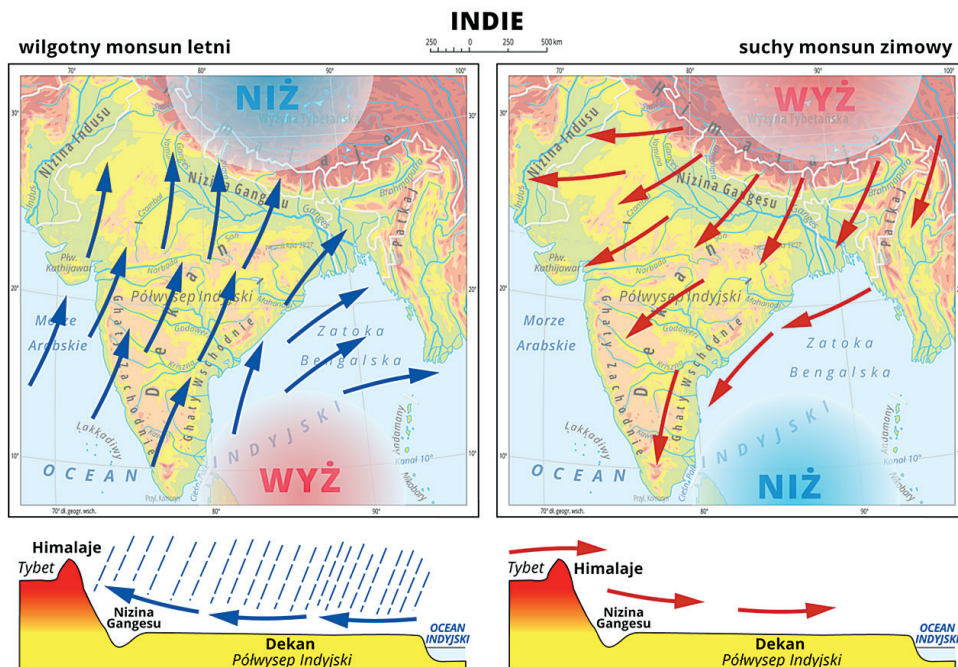
przemieszczaniem masy lodowej – 60 m rocznie. U podnóży Everestu występują liczne lodowce cyrkowe, o długości do 6 km (Kowalewski, Paczkowski, 1986). Jedną z bardziej znanych form lodowcowych jest lodospad [ang. *Icefall*]. Łód, zsuwając się poniżej granicy wiecznego śniegu, jest podatny na działanie temperatury i ulega popękaniu, tworząc odosobnione bloki lodowe – seraki. Icefall jest uważany za najniebezpieczniejszą część trasy ze względu na ciągłe przemieszczanie się mas lodowych.

Piętrowość roślinna

Himalaje cechują się różnorodnością pięter roślinnych (zob. Andrejczuk, 2016b). Zaczynając od piętra lasów tropikalnych (do 1400 m n.p.m.), przez pasmo lasów liściastych (1400–2600 m n.p.m.), następnie iglastych (2600–3400 m n.p.m.), nad którymi rozpościera się piętro krzewów (3400–4000 m n.p.m.), przechodzących w pas hal i łąk (4000–5600 m n.p.m.), ciągnące się aż po granicę wiecznego śniegu (od 5600–5800 m n.p.m. – strona północna, 6000 m n.p.m. – strona południowa), powyżej której zalegają śnieg i lodowce (Kowalewski, Kurczab, 1983). Roślinność lasów tropikalnych cechuje się występowaniem między innymi figowców, palm, bambusów. W piętrze lasów liściastych i iglastych wyróżnia się okazy dębu, sosny, jodły, jałowca, jaworu, brzozy. Subalpejskie piętro krzewów porastają rododendrony, różaneczniki, jarzębina, berberys, jałowiec czy artemizja. Łąki i hale to krajobraz niskich krzewów, pojedynczych okazów jałowców, skalnic, goryczek i bylic (Andrejczuk, 2016b). Zależność jest następująca – im wyżej tym uboższa roślinność. Powyżej granicy wiecznego śniegu, zimna pustynia wysokogórska uniemożliwia rozwój roślinności przez ujemną średnią roczną temperaturę oraz barierę kontaktu rośliny z podłożem w postaci zalegającego lodu (Drdos i inni, 1990).

Klimat a sezon wspinaczkowy na Mount Everest

Everest, leżący w strefie klimatu zwrotnikowego (od południa) oraz podzwrotnikowego (od północy), ze względu na swoją znaczną wysokość zaliczany jest do astrefowego klimatu górskiego (Kowalewski, Kurczab, 1983). Sezon wspinaczkowy jest ściśle zależny od klimatu i czynników go warunkujących. Duży wpływ na warunki pogodowe na szczycie ma w głównej mierze występowanie monsunów (Starkel, 2012). Monsunu letniego – to wiatr wilgotny, niosący duży opad deszczu (w wyższych partiach śniegu) wiejący znad Oceanu Indyjskiego w stronę kontynentu, oraz monsunu zimowego – wiatr suchy i chłodny wiejący w kierunku odwrotnym, przynoszący wichury rzędu 150 km/h i temperatury odczuwalne nawet w granicach -60°C (ryc. 3) (Dobrawski, 1957). Monsun wpływa na różnice w średniej rocznej sumie opadów. Gdy na stoku południowym (działalność monsunu letniego) opady sięgają rzędu 4000 mm, na stokach północnych (działalność monsunu zimowego) średnia wynosi do 600 mm (Makowski, 2008). Dlatego preferowane są okresy przejściowe w działalności górskiej – głównie przedmonsunowy, wiosenny (marzec – czerwiec) oraz pomonsunowy, jesienny (październik – grudzień).



Ryc. 3. Monsun letni i zimowy

Źródło: <http://www.epodreczniki.pl>

Sezonowość wypraw doskonale odzwierciedla cennik zezwoleń wydawanych przez rząd nepalski. Z racji, że sezon wiosenny cieszy się największą popularnością, tak też i cena zezwolenia jest największa – 11 000 USD. Sezon ten zyskał na popularności ze względu na występowanie w drugiej połowie maja tzw. okna pogodowego trwającego kilka dni, kiedy szczyt statystycznie zdobywa najwięcej osób (Apollo, 2014a). Dla wydłużenia sezonu wspinaczkowego rząd nepalski zastosował „promocję” – sezon jesienny został „przeceniony” o 50% – 5500 USD, natomiast cena sezonu zimowego spadła do 2750 USD (tab. 1).

Tab. 1. Cennik zezwoleń na ekspedycję wysokogórską

Sezon	Cena zezwolenia (USD)
Wiosenny	11 000
Letni	Brak zezwoleń
Jesienny	5 500
Zimowy	2 750

Źródło: opracowanie własne na podstawie alanarnette blog (www.alanarnette.com)

Działalność ludzka na Mount Evereście

Jedną z pierwszych notowanych działalności człowieka dotyczącą Everestu było jego zmierzenie w 1852 roku. Wysokość szczytu, wówczas pod nazwą „Peak XV”, została

oszacowana przez biuro pomiarowe w Indiach na 8840 (obecnie 8848 m n.p.m.), a szczyt uznany za najwyższy na świecie, przewyższając o ponad 200 m w pionie poprzedni – Kangczendzongę (8586 m n.p.m.) (Kowalewski, Paczkowski, 1986). Przed pomiarem ludność lokalna nie przywiązywała większej wagi do eksploracji „Peak XV”, gdyż tak jak inne ośmiotysięczniki góra była uważana za miejsce święte, dom bogów. Stała się celem alpinistycznej i himalajskiej elity wysokogórskiej, wraz z uznaniem jej za najwyższy punkt świata. Dla większej rozpoznawalności szczytu na arenie międzynarodowej, zmieniono jego nazwę na Mount Everest, ku czci George’a Everesta – inicjatora pomiarów himalajskich. Od tej pory „dach świata” stał się najbardziej pożądanym szczytem, a jego zdobycie wiązało się ze sławą.

Tak samo oczekiwano na pierwszego zdobywcę Everestu, jak na przykład na odkrycie Ameryki bądź lądowanie na księżycu. Podejmowano wiele mniej czy bardziej udanych prób. Szczyt został oficjalnie zdobyty 29 maja 1953 roku przez wyprawę brytyjską. Dokonali tego Nowozelandczyk Edmund Hillary i Szerpa Tenzing Norgay. Na wierzchołku Everestu człowiek stanął dopiero po ponad 100 latach od zmierzenia jego wysokości.

Everest jako naturalne trofeum Ziemi

Tak jak dla sportowców liczy się, by stać na najwyższym stopniu podium, być numerem jeden, ustanawiać rekordy, tak dla himalaistów/alpinistów liczy się zdobycie najwyższego punktu, górującego nad Ziemią. Mount Everest można nazwać swoistym naturalnym trofeum ziemskim. Można podnieść go do rangi potrójnego trofeum ze względu na przynależność szczytu zarówno do grupy wierzchołków Korony Ziemi, jak i Korony Himalajów i Karakorum. Chcąc zdobyć obie korony trzeba wygrać walkę z górą gór.

Tab. 2. Korona Ziemi według Bassa*, Messnera** i Jurgalskiego***

Kontynent	Szczyt	Wysokość (m n.p.m.)
Azja	Mount Everest	8848
Europa	Elbrus*, **	5642
	Mont Blanc***	4810
Afryka	Kilimandżaro	5895
Australia	Góra Kościuszki*	2228
	Puncak Jaya**, ***	4884
Ameryka Północna	Denali	6194
Ameryka Południowa	Aconcagua	6962
Antarktyda	Masyw Vinsona	4892

Źródło: opracowanie własne na podstawie Hajzer, 2012

Mianem Korony Ziemi określa się najwyższe punkty poszczególnych kontynentów. Mimo że kontynentów jest siedem, szczytów w koronie jest aż dziewięć. Nieścisłości związane są ze sporami natury politycznej, geograficznej, geologicznej i innymi przykładowo z uwarunkowaniami historycznymi, atrakcyjnością wspinaczkową itd. Pierwszą listę zaproponował Dick Bass. Sprzeciwił się temu Reinhold Messner,

zmieniając szczyt Australii z Góry Kościuszki na Puncak Jaya. Motywował to tym, że Australia razem z Oceanią tworzą kontynent australijski. Kolejna sytuacja sporna, ze względu na odmienne pojmowanie granic, dotyczyła najwyższego szczytu Europy. Messner i Bass przyjęli, że to Elbrus (według granicy między Turcją, Iranem a dawnym Związkiem Radzieckim), jednakże Międzynarodowa Unia Geograficzna uznaje granicę biegnącą przez Obniżenie Kumsko-Manyckie, a tym samym to Mont Blanc góruje nad Europą, więc za prawidłowy wykaz Korony Ziemi uznaje się listę Jurgalskiego (tab. 2) (Hajzer, 2012).

Korona Himalajów i Karakorum

Korona Himalajów i Karakorum to wszystkie ośmiotysięczniki świata położone w obrębie tych dwóch pasm górskich (tab. 3). Jest ich czternaście, w stosunku 10 : 4 (Himalaje : Karakorum). Przedstawia je poniższa tabela, w kolejności od najwyższego do najniższego z nich. Błędne jest identyfikowanie Korony Himalajów i Karakorum tylko z pierwszym wymienionym pasmem, gdyż 4 z 10 szczytów zlokalizowane są w Karakorum. Nieprawidłowością jest również utożsamianie Korony Himalajów i Karakorum z Koroną Ziemi, gdyż należy do niej tylko jeden szczyt ośmiotysięczny – Mount Everest.

Tab. 3. Szczyty Korony Himalajów i Karakorum

Szczyt	Wysokość (m n.p.m.)	Pasma
Mount Everest	8848	Himalaje
K2	8611	Karakorum
Kanczendzonga	8598	Himalaje
Lhotse	8516	Himalaje
Makalu	8463	Himalaje
Czo Oju	8201	Himalaje
Dhaulagiri	8167	Himalaje
Manaslu	8156	Himalaje
Nanga Parbat	8126	Himalaje
Annapurna	8091	Himalaje
Gaszerbrum I	8068	Karakorum
Broad Peak	8047	Karakorum
Gaszerbrum II	8035	Karakorum
Sziszapangma	8013	Himalaje

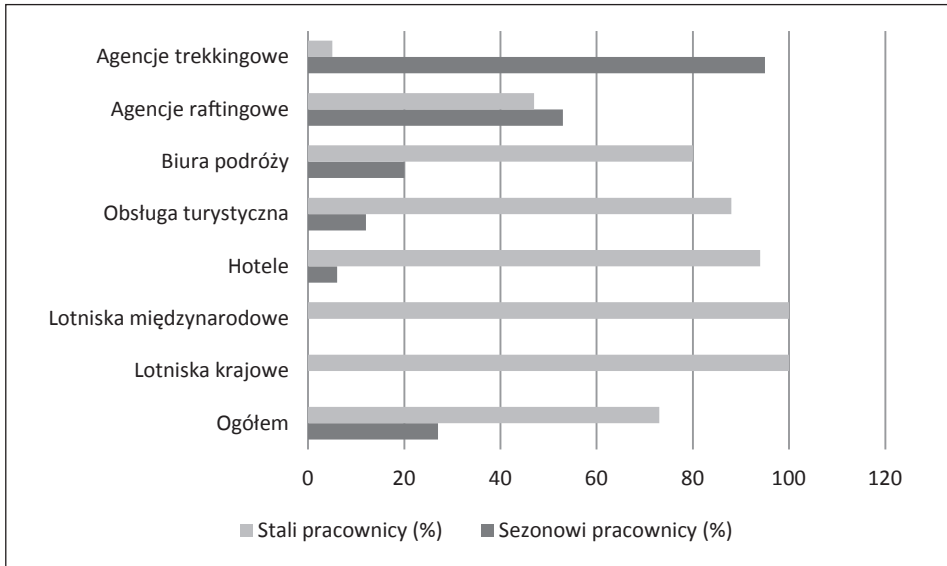
Źródło: opracowanie własne na podstawie Hajzer, 2012

Mount Everest jest zatem szczytem pożądanym z trzech powodów: jako zwieńczenie Korony Ziemi, Korony Himalajów i Karakorum oraz z najważniejszego powodu – jako dach świata. Niezależnie od tego, jak można pojmować granicę, dzielić świat, niewątpliwym pozostaje jedno – Everest jest jego najwyższym szczytem, trofeum dla każdego wspinacza, himalaisty, amatora, który chce mieć cały świat pod swoimi stopami.

Polityka państwa nepalskiego a zjawisko komercjalizacji szczytu

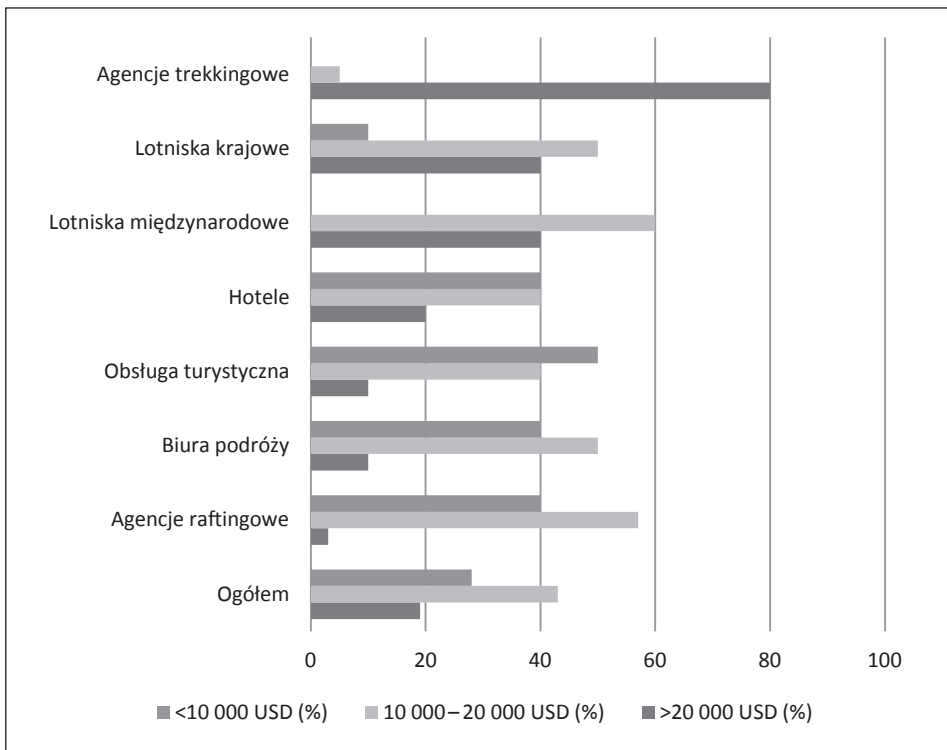
W początkowej fazie działalności człowieka na dachu świata, dostęp do niego od strony nepalskiej był uniemożliwiony przez zamknięte granice państwa. Wszystkie ekspedycje atakowały szczyt od strony tybetańskiej. Z czasem role się odwróciły. Władze Nepalu, widząc wielu chętnych, otworzyły swoje granice, a Tybet je częściowo zamknął. Monopol wypraw na Everest był w rękach rządu nepalskiego, który limitował liczbę wydawanych zezwoleń na ekspedycje. Z początku zezwalał tylko na jedną ekspedycję w danym sezonie wspinaczkowym. Gdy po II wojnie światowej Tybet otworzył swoje granice, w odpowiedzi rząd nepalski przestał limitować zezwolenia. Zmiany były stopniowe, poprzez jedno, dwa, trzy zezwolenia do całkowitej rezygnacji z nich (Hajzer, 2012). Przełomowy dla komercyjnego himalaizmu stał się rok 1985, w którym na szczyt został niemalże wniesiony Richard Bass (bogaty Teksańczyk o wątpliwych zdolnościach wspinaczkowych). Pokazał on światu, że pieniądze mogą być podstawą do zdobycia Everestu. „Wyczyn ten nie tylko przyniósł mu światową sławę, ale jednocześnie dał impuls gromadom innych weekendowych wspinaczy do podążania w jego ślady... Bass dowiódł, że Everest jest w zasięgu możliwości zwykłych ludzi. Przy założeniu, że masz przyzwoitą kondycję i wystarczająco pokaźny dochód” (Krakauer, 2015). Bass pokazał zależność: płacisz – dostajesz szansę stanięcia na szczycie, jednak nie do końca... Jak powiedział Peter Athas „od czasu do czasu trafia się klient, któremu wydaje się, że kupił gwarantowany bilet na szczyt... Niektórzy ludzie nie rozumieją, że takiej wyprawy nie da się prowadzić tak jak szwajcarskiego pociągu” (Krakauer, 2015). Obecnie z roku na rok dowiadujemy się o rekordach, jeżeli chodzi o liczbę wydanych zezwoleń na ekspedycje przez władze Nepalu oraz o rosnących kolejkach na górę. 19 maja 2012 roku wpisano do Księgi rekordów Guinnessa, iż 234 osoby w ciągu dnia osiągnęły szczyt Mount Everestu. Nie chodzi o sam rekord, ale o rozsądek. Często wspinacze muszą zrezygnować ze zdobycia wierzchołka ze względu na przeciążenie chłonności drogi wspinaczkowej, tj. „korki na trasie” (Apollo, 2017c). Gdyby nie polityka rządu nepalskiego, upatrującego w Evereście możliwość zarobku, idąca w parze z corocznym wzrostem ilości wydanych zezwoleń na ekspedycje, najprawdopodobniej najwyższego szczytu świata nie rozpatrywałoby się dziś pod względem szerzącego się zjawiska komercjalizacji.

Dane statystyczne obrazują zatrudnienie w poszczególnych sektorach gospodarczych w Nepalu. Agencje trekkingowe związane z działalnością w górach wysokich (tj. Mount Everest) generują aż 95% pracowników sezonowych (ryc. 4). Związane jest to z sezonowością ruchu turystycznego na tym szczycie. Zestawiając z nimi dane zarobków, można dostrzec ciekawą zależność. Mimo że agencje trekkingowe działają sezonowo, produkują największe zyski i wyróżniają się na tle pozostałych sektorów gospodarczych Nepalu (ryc. 5). Dochód wspomnianych agencji trekkingowych w 80% przekracza 20 000 USD. Znajdujące się na drugim miejscu loty krajowe i międzynarodowe uzyskują jedynie połowę takich zysków. Łatwo wywnioskować, że rząd nepalski utrzymuje i będzie utrzymywał gospodarkę kraju, opierając ją na działalności wysokogórskiej na „dachu świata”. Stąd z roku na rok zachłanność wygrywa z rozsądkiem, co skutkuje kolejkami na Everest, a czasami są to „kolejki na cmentarz”.



Ryc. 4. Regularne i sezonowe zatrudnienie w poszczególnych sektorach Nepalu

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Department of Tourism, Nepal 2014



Ryc. 5. Wielkość wynagrodzenia w poszczególnych sektorach w Nepalu

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Department of Tourism, Nepal 2014

Najpopularniejsze trasy wspinaczkowe

Do najbardziej uczęszczanych dróg prowadzących na szczyt zalicza się po stronie tybetańskiej drogę granią północno-wschodnią, po stronie nepalskiej drogę granią południowo-wschodnią. Każda z tras posiada bazę oraz obozy, które pomagają zaaklimatyzować się na wzrastających wysokościach (tab. 4).

Tab. 4. Rozmieszczenie baz i obozów na Evereście

	Droga północno-wschodnia (m n.p.m.)	Droga południowo-wschodnia (m n.p.m.)
Baza	5182	5334
Baza wysunięta	6492	brak
Obóz I	7000	5943
Obóz II	7500	6400
Obóz III	8300	7162
Obóz IV	brak	8000

Źródło: opracowanie własne na podstawie Athas, 1998 i Hajzer, 2012

Różnice w stopniu trudności obu tras polegają na przeciwieństwach. Granią południowo-wschodnią z większą wysokością wychodzi się łatwiej (najtrudniejszy jest początkowy odcinek między bazą a obozem I, prowadzący przez ciągle poruszający się i zdradliwy lodospad), natomiast na grani północno-wschodniej im wyżej tym trudniej (najbardziej wymagający jest ostatni odcinek – trzy uskoki skalne, przy których dodatkowo organizm walczy ze skutkami znacznych wysokości). Po stronie północnej słońce świeci krócej a wschodzi późno, skracając czas wspinania na stoku. Dachówkowate uwarstwienie skały utrudnia znalezienie dobrego miejsca pod namiot. Kolejny ważny aspekt, to pomoc medyczna – po stronie południowej helikopter jest w stanie dotrzeć powyżej obozu I, natomiast po stronie północnej trzeba przetransportować poszkodowanego do bazy, wynająć jeepa za 500 dolarów. Wymienione czynniki sprawiły, że preferowaną stała się droga od strony nepalskiej (Hajzer, 2012).

Zmiany wielkości ruchu na Mount Evereście – od wspinaczki wysokogórskiej po komercjalizację

Tab. 5. Lista zdobywców Mount Everestu w latach 1953–2013

Rok	Liczba zdobywców	Rok	Liczba zdobywców
1953–1959	6	1998	45
1960–1969	20	1999	61
1970–1979	75	2000	80
1980–1985	102	2001	65
1986	4	2002	90
1987	2	2003	160
1988	42	2004	166

1989	27	2005	114
1990	50	2006	194
1991	17	2007	258
1992	89	2008	386
1993	112	2009	369
1994	44	2010	365
1995	10	2011	378
1996	57	2012	408
1997	40	2013	578

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Department of Tourism, Nepal (2017)

Tabela 5 obrazuje jak zmieniał się ruch turystyczny na Evereście na przestrzeni lat 1953–2013, dając pełny obraz wyjść na dach świata w tym przedziale czasu. Okres ten został podzielony na trzy fazy wzrostu popytu na dach świata. Pierwsza to lata 1953–1987, kiedy szczyt zdobywało do 10 osób rocznie, druga 1988–2002, gdy liczba zdobywców osiągała dwucyfrowe wartości, wynosiła do 100 osób rocznie (z wyjątkiem 1993 roku), oraz trzecia przypadająca na lata 2003–2013 – najintensywniejszy rozwój ruchu turystycznego na Mount Everest z trzycyfrową liczbą wyjść sięgającą prawie 600 osób rocznie. Warto porównać dwie skrajne daty, przedział od 1953–1959, gdy na szczycie stanęło 6 osób (6 lat/6 osób = średnio 1 osoba na rok) z rokiem 2013 i liczbą zdobywców wynoszącą 578 osób. Doskonale widać, jak wielki stopień komercjalizacji osiągnął Everest. Początkowo ponad 100 lat zdobywano jej szczyt, wykorzystując własne umiejętności. Obecnie, polegając na firmach komercyjnych i coraz nowszym sprzęcie wysokogórskim, niewiele mniej osób wchodzi na szczyt niż go atakuje. Szeroki zasób asortymentu i udogodnień sprawił, że człowiekowi na przeszkodzie w zdobyciu góry może stanąć jedynie pogoda. Do obecnego stanu rzeczy znacznie przyczyniły się agencje konsultingowe propagujące Everest, jako produkt gotowy do kupienia dla klienta z odpowiednim zapleczem finansowym.

Rozwój firm konsultingowych

Pierwsze nepalskie biuro turystyczne Mountain Travel Nepal, ukierunkowane ściśle na działalność wysokogórską, powstało w 1964 roku. Organizowało ekspedycje wysokogórskie, ciesząc się wielkim zainteresowaniem. Działo na tyle prężnie, że dwadzieścia lat później w 1984 roku w Nepalu istniało już ponad 40 takich biur/agencji turystycznych/trekkingowych (Drdos i inni, 1990). Lokalny biznes zaczynały wypierać agencje spoza granic Nepalu, a zjawisko komercjalizacji szczytu przybrało zasięg międzynarodowy. Wśród znacznej konkurencji szczyt stał się tłem marketingowym, a agencje trekkingowe konkurują ze sobą na zasadzie lepszej oferty czy reklamy. Potencjalny klient ma do wyboru dwie opcje: „iść na własną rękę” pod koordynacją agencji (wybór zmniejszający koszty wyprawy, ale zwiększający ryzyko niepowodzenia), typu Monte Rosa czy Asian Trekknig, lub wybrać opcję w pełni zorganizowaną, którą oferuje przykładowo firmy Henry’ego Todda, International Mountain Guide, Alpine Ascent, Jagged Globe czy Adventure Consultants. Pełna oferta zawiera:

zaplecze medyczne, grono sprawdzonych przewodników, zapas żywności, łączność radiową, satelitarną, co najmniej 6 butli tlenowych oraz tragarza – Szerpę (jeden na dwóch klientów). Każda firma konsultingowa ma swój własny cennik, w zależności od udogodnień jakie posiada. Przykładowo Jagged Globe ma w standardzie wspomniane wyżej udogodnienia, Szerpę na dwóch klientów, 8 butli tlenowych na klienta za cenę 40 000 USD, dodatkowo usługi kucharskie do obozu II, ogrzewanie gazowe, dostęp do internetu za 50 000 USD. Natomiast firmy najwyższych standardów, jak np. Adventure Consultants, International Mountain, oferują w obozie bazowym czerwony dywan, a w obozie II relaks przy dźwiękach muzyki, ceny wahają się wówczas od 65 000 USD wzwyż (Hajzer, 2012). Wyprawa na Everest jest wydatkiem rzędu kilku tysięcy dolarów, a mimo to przyciąga tylu chętnych gotowych zainwestować w górę nie tylko pieniądze, ale i własne życie. „Tradycjonalistów raziło to, że najwyższy szczyt świata jest sprzedawany bogatym parweniuszom, których część, gdyby pozbawić ją opieki przewodników, miałaby zapewne trudności z wejściem na górę tak skromną jak Mount Rainier” (Krakauer, 2015). Tabela 6 pokazuje podstawowe koszty, z jakimi trzeba się liczyć, wyruszając na podbój szczytu świata.

Tab. 6. Koszt wspinaczki na Everest

Komponenty/składniki		Opłata za 1 osobę (Wielkość zespołu 7–10 osób) [USD]
Transport	Lot Kathmandu – Lukla – Kathmandu	350
	Lukla – Obóz Bazowy	
	Jak (max. 60 kg) – minimum 4 dni Tragarz (max. 30 kg) – minimum 6 dni	600 300
Opłaty za wspinaczkę	Wejście do Sagarmatha National Park	30
	Pozwolenie na wspinaczkę	10 000
	Depozyt	570
	Wsparcie medyczne	100
	Liny i drabinki na Lodospadzie Khumbu	500
	Liny powyżej Lodospadu Khumbu	100
	Pūjā or Poojan – rytualna modlitwa przed wspinaczką	300
Prognoza pogody	140	
BC – ABC	Sprzęt kempingowy (namioty, wyposażenie kuchenne, toaleta)	1 000
	Specjalne górskie jedzenie	1 000
	Bazowy kucharz i asystent (6 tygodni)	710
	Podstawowe potrawy i benzyna (6 tygodni)	800
Wspinaczka	Butla tlenowa (5 sztuk)	2 500
	Maska tlenowa	440
	Reduktor tlenu	500
	Sherpa + butla tlenowa	5 000
	Premia za osiągnięcie szczytu dla Szerpy	2 940
		1 000

Dodatkowo	Zestaw medyczny	1 000
	Napiwki dla Szerpów oraz pozostałej załogi obsługującej wyprawę	250
	Osobisty sprzęt (wysokie buty, śpiwory itp.)	5 000
	Ubezpieczenie	500
	Wezwanie helikoptera ¹	5 000–20 000 ¹
Całkowity koszt¹		35 540

¹ Całkowity koszt bez ceny ewakuacji helikopterem

Źródło: Apollo, 2017c

Rozbudowa infrastruktury

Zaczęto inwestować w rozbudowę szeroko pojmowanej infrastruktury turystycznej i wprowadzać udogodnienia w momencie, gdy w Parku Narodowym Sagarmatha (z jego najwyższym szczytem Everestem) pojawiły się rzesze turystów. Bezpośrednio przystąpiono do poręczowania stoków Everestu od obozu bazowego po sam szczyt. Wcześniej poręczówki były umieszczane tylko w miejscach, gdzie były niezbędne, obecnie wyznaczono do tego celu zespół sześciu Szerpów, tzw. Icefall Doctors, odpowiedzialnych za zabezpieczenie stoków na całej długości tak, aby były jak najmniej wymagające (Stokes i inni, 2015). Kolejnym ważnym przedsięwzięciem było powstanie szpitala wyspecjalizowanego w zakresie leczenia chorób wysokogórskich w drodze do obozu bazowego. Wybudowano go z myślą o turystach, gdyż Szerpowie (ludność lokalna) są przystosowani do życia na znacznych wysokościach. Zwiększono również zużycie butli tlenowych z dwóch do ośmiu, dzięki wprowadzeniu na rynek lżejszych o połowę (4 kg) rosyjskich wersji (Hajzer, 2012).

Wewnętrzna infrastruktura komunikacyjna Nepalu opiera się głównie na transporcie autokarowym, na pierwszy plan wysuwając autobusy. Ostatnie lata poskutkowały zwiększeniem gęstości dróg w obszarze himalajskim, a w drugiej połowie XX wieku po obu stronach łuku Himalajów powstały dobrej jakości drogi tranzytowe łączące wiele miejscowości. Jednakże na wielu obszarach, zwłaszcza w wyższych partiach pasma, przeważają drogi żwirowe słabej jakości (Kreutzmann, 2000; Apollo, 2017c). Górzyści charakter Nepalu uniemożliwia rozbudowę większej siatki połączeń (Kurczab, 2013). Kolej nie ma istotnego znaczenia w nepalskiej komunikacji, ogranicza się zaledwie do kilku linii w części wschodniej. W okolicie Himalajów (w tym Everestu) można dostać się natomiast koleją z Indii. Przeżyła ona swój renesans ze względu na czas podróży. Z 8 dni w 1873 roku, przez 21 godzin pod koniec XIX wieku, do 14 godzin od 1940 roku, na trasie Kalkuta (północno-wschodnie Indie) – Darjeeling (okolicie Himalajów) (Kennedy, 1996). Międzynarodowa siatka połączeń samolotowych opiera się na lotnisku mieszczącym się w stolicy – Katmandu. Prócz niej Nepal dysponuje sporą liczbą mniejszych, lokalnych lotnisk lub lądowisk dla helikopterów. Te ostatnie posiada niemalże każda osada w Wysokich Himalajach. Bezpośrednio można dostać się pod sam Everest dzięki zlokalizowanemu u jego stóp lotnisku Tenzing – Hillary Airport, Port Lotniczy Lukla (LUA) (Apollo, 2017c). Rycina 6 prezentuje rozmieszczenie lotnisk w Nepalu. Warto zwrócić uwagę na ich zagęszczenie w okolicy Parku Narodowego Sagarmatha oraz Namche Bazar.



Ryc. 6. Lotniska w Nepalu

Źródło: Zurich i Pacheco, 2006

Skutki komercjalizacji

Wpływ na środowisko

Pierwszy wpływ na przyrodę dolnych partii stoków wywarli Sierpowie, którzy je zasiedlili. Prowadzili wyrąb drzew, zaspokajając swoje potrzeby bytowe, oraz tarasowali stoki pod uprawę. Do połowy XX wieku negatywne skutki ich działalności nie były zauważalne. Problem pojawił się w latach 50. XX wieku, kiedy nastąpił szybki rozwój turystyki i alpinizmu. Równoznacznie z nim zwiększył się wyrąb drzew w celu zaspokojenia potrzeb turystów. Najbardziej ucierpiały okolice Namche Bazar (ryc. 6), gdzie zostało zniszczone około 75% pokrywy glebowej (Drdos i inni, 1990).

Wyższe partie stoków stały się śmietniskiem porzuconego sprzętu wysokogórskiego, w tym: butli tlenowych, namiotów, opakowań po pożywieniu, odzieży. Większość wspinaczy zostawia śmieci, nie będąc w stanie znieść ich na dół (fizycznie). Rząd nepalski zaczął pobierać depozyty od wspinaczy w wysokości 4000 USD, oddaje się je dopiero po zniesieniu przez nich własnych odpadów. Problemem pozostały śmieci zalegające na stokach. Są to głównie stare obozy z namiotami zasypnymi podczas lawin, np. tej z 2015 roku. Postępujące globalne ocieplenie stopiło część lodowca oraz śniegu na Evereście, a to odsłoniło zalegające na górze od lat odpadki (Nyaupane, 2015).

Kolejny problem dotyczy odpadów fizjologicznych pozostawionych na stokach, zwraca na to uwagę coraz więcej zainteresowanych podmiotów (zob. Apollo, 2016). Na podstawie wzoru opracowanego przez Apollo (2014b; 2017d) obliczono, iż do roku 2013 himalaishi (tylko zdobywcy!) pozostawili na Evereście 8475 kg kału (wz. 1) oraz 476 712 l moczu (wz. 2) (tab. 7). Należy zauważyć, iż wartości te dotyczą

wyłącznie zdobywców – jeśli pod uwagę wzięlibyśmy wszystkich wspinaczy, chcących zdobyć szczyt, oraz turystów odwiedzających Bazę Główną pod Everestem, wartości produktów mikcji i defekacji byłyby dramatycznie większe (do tego dochodzi jeszcze duża liczba Szerpów i obsługi Bazy Głównnej).

$$F \text{ [kg]} = t \times P \times f$$

(wzór 1)

$$U \text{ [l]} = t \times P \times u$$

(wzór 2)

gdzie:

t – czas przebywania jednostki w obozie [dni]

P – całkowita liczba osób odwiedzająca region w skali sezonu wspinaczkowego (zazwyczaj roku kalendarzowego)

f – stała (uśredniona) ilość kału [kg] na jeden dzień, $f = 0,032 \text{ kg}$

u – stała (uśredniona) ilość moczu [l] na jeden dzień, $u = 1,8 \text{ l}$

Tab. 7. Ilość fekalii na Eweście

Lata	Liczba zdobywców	Pozostawiony kał (kg)	Pozostawiony mocz (l)
1953–1987	209	401	22 500
1988–2002	829	1 592	89 500
2003–2013	3 376	6 482	364 608
Suma 1953–2013	4 414	8 475	476 712

Źródło: opracowanie własne na podstawie Apollo 2014b; 2017d, oraz danych z Department of Tourism, Nepal 2017

Wyjaśnienie: $t_{\text{Everest}} = 60 \text{ dni}$; $P_{\text{Everest}} = \text{tylko zdobywcy}$; pozostałe wartości zgodne ze wzorem

Fekalia powodują wprowadzenie do ekosystemu obcych gatunków roślin, przyczyniając się tym do zmiany rodzimej flory (Apollo, 2014b, 2017d). Nie ma innej możliwości jak załatwianie potrzeb fizjologicznych bezpośrednio na stoku, tak więc razem z rosnącym popytem na „dach świata” rośnie stopień zanieczyszczenia góry. O ile człowiek jest w stanie bez większych problemów znieść wyprodukowane śmieci z Everestu, fekalia i mocz stanowią znacznie poważniejszy problem z uwagi na problematyczny transport. Problemu wynikającego z mikcji i defekacji nie da się zlikwidować, ale da się go ograniczyć. Szkodliwe działania są możliwe do zniwelowania np. poprzez zmniejszenie ruchu turystycznego czy stosowanie torebek na odchody, tzw. Wag Bag (zob. Apollo, 2017d).

Wpływ na postrzeganie himalaisty

Obecnie mianem himalaisty określa się każdy, kto zdobył Everest. Himalaistą nazywa się turystów korzystających z całego zaplecza udogodnień, a nawet paradoksalnie tych, którzy na górę zostali wniesieni. W taki sposób drastycznie zwiększa się grono współczesnych „pseudohimalaistów”, których nazwiska wpisuje się obok wybitnych pionierów himalaizmu np. Jerzego Kukuczki czy Krzysztofa Wielickiego. Doskonałym przykładem jest Richard Bass, który w 1985 roku „zdołał” Mount

Everest. Bass z dużą pomocą Szerpów wszedł na dach świata, zapisując się w historii jako pierwszy zdobywca Korony Ziemi (najwyższych szczytów poszczególnych kontynentów). Dał on sygnał wszystkim marzycielom, że jeśli mają zaplecze finansowe mogą stanąć na najwyższym szczycie świata (Krakauer, 2015). Postawa Bassa to przeciwieństwo mobilizacji i determinacji Krzysztofa Wielickiego, którymi się wykazał podczas pierwszego zimowego wejścia na Everest. Wielicki zdobył szczyt mimo otwierających się i krwawiących ran, będących skutkiem przeszczepu palców u nóg po wyprawie na Annapurnę niespełna pół roku wcześniej (Pająk, 2017). Wartość himalaizmu i etyki wysokogórskiej zmalała, a umiejętności wspinaczkowe zostały sprowadzone do minimum. Współcześni himalaiści zamiast przestrzegać kodeksu wysokogórskiego dostosowują go do siebie, zmieniając tym samym pojęcie himalaisty i etyki wysokogórskiej. Dawniej sylwetka himalaisty była owiana sławą, budziła respekt, a dziś to nieporadny, jednorazowy turysta. Pojęcie alpinizmu, według włoskiego alpinisty Waltera Bonattiego, obejmuje szerokie granice zacierające się między człowiekiem a górą, obecnie przedstawia zetknięcie człowieka z technologią, pomijając wewnętrzną, emocjonalną sferę przeżywania procesu wspinaczki (Bonatti, 1967, 2013, za: Stepianiak, 2015).

Wpływ na himalaistów

Himalaiści, korzystający z usług przewodników, stają się ofiarami komercjalizacji, do której się przyczyniają. Z początkiem sezonu wspinaczkowego atakują szczyt dziesiątki, jak to celnie określił P. Morawski, „turystów z przerośniętą ambicją”, tworząc tym samym kolejki (Nowacki, 2009). Nie zdają sobie sprawy, jakie zagrożenia dla zdrowia i życia niesie przebywanie zbyt długo na znacznej wysokości. Ubytki tlenu, zmniejszające się ciśnienie, zwiększone promieniowanie UV, odmrożenia, zamrznięcia, choroby wysokogórskie typu: obrzęki płuc, mózgu, przekształcają drogę na Everest w cmentarzysko zwłok zmumifikowanych przez mróz i ujemne temperatury. Na stokach góry gór spoczywa od 250 do 300 wspinaczy. Powinni być przestrożą, niestety niektóre ciała zaczęły pełnić „ważne” funkcje – punktów orientacyjnych. Za przykład służy chociażby wspinacz, nazwany „zielone buty”, wskazujący drogę po północnej stronie góry. XXI wiek to wyścig i rywalizacja w pobijaniu nowych rekordów. Wymyślane są „chore” konkurencje, typu najmłodszy/najstarszy zdobywca Everestu, najszybsze wyjście bez tlenu, próby wniesienia na dach świata ludzi niepełnosprawnych. W internecie nie brakuje też tzw. wyczynowców. Jednym z nich jest „pretendent” do zdobycia Everestu z 40 kg sztangą czy wspinacz, który założył, że zdobędzie szczyt w bieliźnie. Wartości jakie powinna nieść ze sobą wspinaczka zwięzły się do rozgłosu medialnego w celach autopromocji (Bonatti, 2013, za: Stepianiak, 2015).

Wpływ na ludność lokalną

Ludnością lokalną zamieszkującą stoki Everestu są Szerpowie – lud wywodzący się ze szczepu Sherpa (stoki południowe) oraz szczepu Bhotia (stoki północne). Trudnili się pasterstwem i rolnictwem, ale wraz z umasowieniem stoku Everestu przekształcili swoje predyspozycje zarobkowe, opierając je na działalności wysokogórskiej. Zyskali tytuł najlepszych tragarzy wysokogórskich na świecie. Początkowo

był to „lud gościnnie, sympatyczny, zdumiewający... odnosił się do obcego przybysza z sympatią” – pisał Dobrawski (1957). W 2013 roku Simone Moro i Ueli Steck spotkali się z całkowitym przeciwieństwem powyższego opisu. Zostali zaatakowani przez grupę Szerpów, którzy gotowi byli użyć przemocy fizycznej do zakomunikowania, że nie podoba im się obecność „obcych” na górze. Ueli Steck skomentował zdarzenie następująco: „To, co się nam przydarzyło, to nie koniec. W przyszłości komercyjne ekspedycje będą mieć kłopoty, może nawet następnym razem ktoś zginie. Czuć napięcie. Wspinanie na Evereście to dziś ogromny biznes, ogromne pieniądze, a Szerpowie nie są głupi. Wiedzą o tym i chcą przejąć nad nim kontrolę i wykopać stamtąd ludzi z Zachodu” (Szczepański, 2013).

Podsumowanie

Komercjalizacja Mount Everestu doprowadziła do wielu negatywnych w skutkach procesów dewastacji środowiska naturalnego oraz zmian w strukturze zatrudnienia ludności lokalnej. Rozwiązanie problemu nie jest proste. Wszystko zależy od ustosunkowania się do zaistniałej sytuacji rządu nepalskiego. Bez odpowiednich zaostreń prawa, chociażby co do ilości zezwoleń, z roku na rok Everest będzie zalwany większą falą „pseudohimalaistów”. Z kolei fundusze pozyskane z ekspedycji wysokogórskich powinny być inwestowane w ratowanie naturalnych walorów góry, zamiast w nadmierne zagospodarowywanie turystyczne stoków. Kolejne problemy dotyczą kwestii Szerpów. Podnóże Everestu stało się dla nich domem, jednakże niezaprzeczalnie przyczynili się do dewastacji stoków, wyrębu lasów – zwłaszcza w celu zaspokojenia popytu turystycznego. Przesiedlenie ich byłoby dobrą opcją dla polepszenia stanu środowiska. Bariery w realizacji staje się względne przeludnienie, z jakim boryka się Nepal, co za tym idzie brak terenu do zapewnienia bytu. Można byłoby poradzić sobie z kłopotem nadmiernego wyrębu lasów, zamieniając energię ze spalania drewna na wodną. Komplikacją w tym przypadku jest monsun, który całkowicie zaburza przepływ wód rzecznych. W czasie jego trwania rzeki stają się rwącymi potokami, a w okresach suszy są to wąskie strużki wody. Różnice między maksymalnymi a minimalnymi przepływami cieków wodnych wykluczają tę koncepcję, czyniąc ją niemożliwą do wykonania. Wszystkie obecne problemy wokół góry sprowadzają się do nadmiernie dobrze prosperującego ruchu turystycznego oraz ciągle rosnącego zainteresowania „dachem świata” przez masę jednorazowych himalaistów marzycieli. Prognozując, Everest zostanie w kręgu zainteresowania ze względu na to, że „jest jeden, jedyny, wyjątkowy, i to z prostej, ale jakże wymownej przyczyny: jest NAJwyższy. Ten przedrostek NAJ determinuje i określa go po wsze czasy” (Hajzer, 2012).

Rekomendacje

Celem przeciwdziałania zwiększającej się komercjalizacji i jej negatywnym skutkom rekomenduje się edukowanie wszystkich *graczy* tj. turystów (alpinistów), ludność lokalną, touroperatorów (firmy konsultingowe). Można też zastosować poniższe rekomendacje, dzięki którym znacząco ograniczone zostaną negatywne skutki.

Rekomenduje się:

- 1) Turyści powinni posiadać wiedzę o kulturze, zwyczajach i środowisku życia lokalnej społeczności, aby minimalizować zagraniczne wpływy i nie denerwować miejscowej ludności (Apollo, 2015).
- 2) Turyści powinni zachowywać się tak jak w domu, pod względem poszanowania norm zwyczajowych i moralnych panujących w środowisku odwiedzanym, tak jak we własnym środowisku, w którym mieszkają (Apollo, 2015). Niestety wielu naukowców zauważa, że turyści spędzają wakacje w sposób bardziej niezależny, odbiegający od tego w domu (Kozak, Tasci, 2005) – są w trybie gry (Reisinger, Turner, 2003).
- 3) Turyści powinni ubierać się odpowiednio do kręgu kulturowego oraz destynacji. Chodzi w głównej mierze o stroje kobiece, które powodują zakłopotanie lokalnych przewodników (Craig-Smith, French, 1994) oraz irytują mieszkańców.
- 4) Turyści z obu grup, turyści alternatywni i masowi, powinni przestrzegać zasady „nie pozostawiaj po sobie śladu” oraz „to, co przyniosłeś, weź z powrotem”, a co ważniejsze, turyści powinni zabierać swoje śmieci do większych miast, gdzie byłyby utylizowane. Mieszkańcy nie mają pojęcia, co zrobić z odpadami, więc je palą, wyrzucają (głównie do rzeki) lub zagrzebują (Apollo, 2015).
- 5) Szerpowie (ludność lokalna zamieszkująca stoki Everestu) powinna być edukowana w celu wyplenienia złych nawyków i napięć wywołanych nadmiernym obciążeniem stoków turystami, by tym samym uniknąć powtórnych nieprzyjemnych sytuacji i agresji Szerpów, z jaką spotkał się chociażby Ueli Steck.
- 6) Rząd nepalski powinien zaostrzyć prawo i powrócić do systemu limitowania pozwoleń na działalność na dachu świata. Dodatkowo, winien wprowadzić ograniczenia co do wieku i stopnia sprawności fizycznej i psychicznej kandydatów do wysokogórskiej ekspedycji.
- 7) Rząd nepalski powinien ograniczyć liczbę agencji trekkingowych działających na Mount Evereście, zmniejszając wpływy tych pozakrajowych na rzeczy lokalnych.
- 8) Agencje trekkingowe powinny być obciążone znacznymi kosztami zezwoleń na prowadzenie komercyjnej działalności wysokogórskiej, co wpłynęłoby na zmniejszenie liczby ekspedycji i odciążenie góry „pseudohimalaistami”.

Podziękowania

Tekst zawarty w artykule jest częścią pracy licencjackiej przygotowanej pod kierunkiem prof. dr. hab. Romana Soi i obronionej w czerwcu 2017 roku na Uniwersytecie Pedagogicznym im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Bardzo dziękuję Panu Profesorowi za pomoc i cenne wskazówki podczas pisania pracy. Chciałabym również wyrazić wdzięczność dr Michałowi Apollo za poświęcony czas i nieocenioną pomoc.

Literatura/References

- Andrejczuk, W. (2016a). Himalaje: szkic fizyczno-geograficzny – przyroda nieożywiona. *Acta Geographica Silesiana*, 24, 5–28.
- Andrejczuk, W. (2016b). Himalaje: szkic fizyczno-geograficzny – biota, piętra roślinne i krajo-brazy. *Acta Geographica Silesiana*, 24, 29–49.
- Apollo, M. (2014a). Meteorologiczne uwarunkowania klimatu górskiego a sezonowość wspinaczkowa szczytów Korony Ziemi. *Episteme czasopismo naukowo-kulturalne*, 23(2), 77–104.
- Apollo, M. (2014b). Zanieczyszczenia środowiska gór wysokich ekskrementami ludzkimi na przykładzie wybranych szczytów Korony Ziemi. *Prace Komisji Krajoznawstwa Kulturowego*, 26, 20–216.
- Apollo, M. (2011). The clash–social, environmental and economical changes in tourism destination areas caused by tourism the case of Himalayan villages (India and Nepal). *Current Issues of Tourism Research*, 5(1), 6–19.
- Apollo, M. (2016). Mountaineer’s Waste: Past, Present and Future. *Annals of Valahia University of Targoviste, Geographical Series*, 16(2), 13–32.
- Apollo, M. (2017a). The population of Himalayan regions – by the numbers: Past, present and future. W: R. Efe, M. Öztürk (red.), *Contemporary Studies in Environment and Tourism*. Cambridge: Scholars Publishing, 145–160.
- Apollo, M. (2017b). Środowiskowe skutki wysokogórskiej turystyki wspinaczkowej (na przykładzie wybranych obszarów Himalajów) [Nieopublikowana praca doktorska].
- Apollo, M. (2017c). The true accessibility of mountaineering: the case of the High Himalaya. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 29–43.
- Apollo, M. (2017d). The good, the bad and the ugly–three approaches to management of human waste in a high-mountain environment. *International Journal of Environmental Studies*, 74(1), 129–158.
- Athans, P. (1998). Mount Everest. W: A. Salkeld (red.), *Jak zdobyć najpiękniejsze góry świata*. Wydawnictwo Galaktyka.
- Chatterjee, S.P. (1964). *Fifty years of science in India – progress of geography*. Calcutta. India: Indian Science Congress Association.
- Craig-Smith, S.J., French, C. (1994). *Learning to live with tourism*. Pitman Publishing Pty Limited.
- Department of Tourism, Nepal. (2017). Mountaineering in Nepal: Fact and Figures. Kathmandu: Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation. Pobrano z <http://tourismdepartment.gov.np/FactsAndFigure2017.pdf> [dostęp 10 grudnia 2017].
- Department of Tourism, Nepal. (2014). Tourism Employment Survey 2014. Kathmandu: Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation. Pobrano z http://www.taan.org.np/assets/upload/downloads/download_Tourism_Employment_Study_Draft_Report_integrated.pdf [dostęp 10 grudnia 2017].
- Dobrawski, J.K. (1957). *Człowiek zdobywa Himalaje*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Drdos, J., Kele F., Mariot P., Midriak R., Zatkalik F., 1990, *Park Narodowy Sagarmatha, Szerpowie i ich ojczyzna pod Mount Everestem*. Wrocław, Warszawa, Kraków: Zakład Naukowy Ossolińskich.
- Hajzer, A. (2012). *Korona Ziemi, Nie-poradnik zdobywcy*. Katowice: Wydawnictwo STAPIS.
- Jurewicz, E. (2015). Od dryfu kontynentów Alfreda Wegenera do tektoniki płyt. *Przegląd Geologiczny*, 63(11), 1266–1271.

- Kennedy, D. (1996). *Magic Mountains. Hill Stations and the British Raj*. University of California Press.
- Kreutzmann, H. (2000). Improving accessibility for mountain development. Role of transport networks and urban settlements. W: M. Banskota, T.S. Papola, H. Richter (red.), *Growth, Poverty Alleviation and Sustainable Resource Management in the Mountain Areas of South Asia*. Proceedings of the International Conference from 31 January – 4 February 2000 in Kathmandu, 485–513.
- Kowalewski, Z., Kurczab J. (1983). *Na szczytach Himalajów*. Warszawa: Wydawnictwo Sport i Turystyka.
- Kowalewski, Z. Paczkowski A. (1986). *Mount Everest. Dzieje zdobycia i podboju*. Warszawa: Wydawnictwo Sport i Turystyka.
- Kozak, M., Tasci, A.D. (2005). Perceptions of foreign tourists by local service providers: the case of Fethiye, Turkey. *International Journal of tourism research*, 7(4–5), 261–277.
- Krakauer, J. (2015). *Wszystko za Everest*. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.
- Kurczab, J. (2013). *Himalaje Nepalu*. Warszawa: Wydawnictwo Sklepu Podróżnika.
- Makowski, J. (2008). *Geografia fizyczna świata*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Nowacki, W. (2009). Góry, partnerstwo, życie – rozmowa z Piotrem Morawskim. *A/Zero Biuletyn Informacyjno-Propagandowy KW Warszawa*, 1(16), 8–13.
- Nyaupane, G. (2015). Mountaineering on Mt. Everest: Evolution, economy, ecology and ethic. W: M. Ghazali, A. Thompson-Carr and J. Higham (red.), *Mountaineering tourism*. New York, NY: Routledge, 251–265.
- Pająk, M. (2017). Krzysztof Wielicki. W: M. Apollo, R. Lasyk, R. Rettinger (red.), *Wielcy polscy podróżnicy i odkrywcy*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 150–154.
- Reisinger, Y., Turner, L.W. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis*. London: Elsevier.
- Singh, R.L. (1971). *India: a regional geography*. Delhi. India: National Geographical Society of India.
- Starkel, L. (2012). Typy i częstotliwość opadów ulewnych w Karpatach i górach klimatu monsunowego, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Zakład Geomorfologii i Hydrologii Gór i Wyżyn. *Polska Akademia Nauk*, 103–118.
- Stepaniak, M. (2015). Ideologia alpinistyczna Waltera Bonattiego. *Folia Turistica, Góry i turystyka*, 36, 85–107.
- Stokes, S., Koirala, P., Wallace, S., Bhandari, S. (2015). Tragedy on Everest: the Khumbu Icefall. *Emergency Medicine Journal*, 32(5), 418–420.
- Szczepański, D. (2013). *Po bijatyce na Eweście. Wersja Moro i Stecka kontra Łzy Szerpów*. Portal OffSport. Pobrane z http://off.sport.pl/off/1,111379,14168534,Po_bijatyce_na_Eweście_Wersja_Moro_i_Stecka_kontra.html.
- Zurick, D., Pacheco, J., (2006). *Illustrated Atlas of the Himalaya*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Netografia

<http://www.epodreczniki.pl> [dostęp sierpień 2017].

<http://www.alanarnette.com/blog/2016/12/18/how-much-does-it-cost-to-climb-mount-everest/> [dostęp sierpień 2017].

Notka biograficzna o autorze: Absolwentka studiów pierwszego stopnia na kierunku turystyka i rekreacja o specjalizacji turystyka międzynarodowa na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Zainteresowania naukowo-badawcze i tematyka publikacji koncentrują się wokół gór wysokich, głównie Himalajów. Badania autorki dotyczą problemu przeludnienia oraz dynamicznego rozwoju każdej formy turystyki wysokogórskiej najwyższego szczytu świata – Mount Everestu.

Biographical note of author: Graduate of first degree studies of tourism and recreation with specialization in international tourism at the Pedagogical University of Cracow. The research issues as well as the publication themes are concentrated around the high mountains, mainly the Himalayas. Author's research concentrates also on the problem with excessive tourist traffic and the dynamic development of every form of high-mountain tourism on the Mount Everest.

Adres/address:

Magdalena Pająk
Uniwersytet Pedagogiczny
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: magdapajak@interia.pl