

Introductie Studiedag KNBV

Bos als topattractie

Het motto voor deze studiedag heeft iets provocerends. In deze tijd van moderne media met beeld en geluid als dominerende elementen, waarin gesproken wordt van elektronisch gestuurde droomwerelden (virtual reality) en waarin de moderne mens op zoek lijkt naar steeds nieuwe (exotische) ervaringen, klinkt de uitspraak 'Bos als topattractie' als een poging overeind te blijven in de concurrentieslag. Voor hen die bossen zien als kwetsbare ecosystemen moet het motto van deze studiedag niet al te vrolijk in de oren klinken. Zij pleiten immers voor een duurzame instandhouding van de voor ons land kenmerkende ecosystemen. En wat te denken van het persbericht waarin melding werd gemaakt van kapwerkzaamheden van Staatsbosbeheer in het Mastbos bij Breda om een 'natuurlijker' bos te creëren, waartegen de omwonenden in opstand kwamen? Kennelijk wordt het vroegtijdig kappen van oudere bomen ervaren als een verlies zowel in de ruimtelijke beleving als in de natuurlijke stabiliteit, zoals dat elders ookesignaleerd wordt. Hoezo dus 'attractie'?

In 1992 is door de Werkgroep Recreatie en Toerisme van de Landbouwuniversiteit vastgesteld

dat de gemiddelde feitelijke toegankelijkheid van bos- en natuurterreinen in Nederland in de afgelopen decennia is teruggelopen. De afname van de feitelijke toegankelijkheid was het sterkst in de periode 1980-1990. Ook nam de toegankelijkheid in de westelijke provincies sterker af dan in de rest van Nederland (Philipsen, Busser, Valkenburg, 1992). Zo'n constatering doet de kwalificatie 'topattractie' wel enigszins verbleken.

Deze wat losse en onderling tegenstrijdige opvattingen laten zich systematiseren in de volgende meer algemene kanttekeningen bij het thema van deze studiedag:

Evenzeer als 'natuur' is 'bos' een sociale constructie. Ik bedoel daarmee dat de betekenis ervan historisch bepaald en context afhankelijk is. Net als voor het begrip natuur geldt ook voor het begrip bos, dat de betekenis ervan in de loop van de tijd is veranderd en dat het nogal wat uitmaakt of ecologen of beheerders of recreanten een uitspraak doen over bos. In verschillende studies (RMNO, 1988; Kockelkoren, 1993; Veeneklaas, Van Eck en Harms, 1994) wordt die variatie aan visies op natuurbehoud en natuurontwikkeling (en impliciet dus ook over bos) voor het voetlicht geplaatst. In de bijdrage van Helmer over het ooibos als wildernisattractie is zonder twijfel een van de momenteel favoriete visies aan de orde. Er is een grote verscheidenheid aan opvattingen, maar ik kan me niet aan de indruk onttrekken dat bepaalde opvattingen zich dominant laten gelden (ook in beleidsstukken).

Ik ben zelfs geneigd te stellen dat gesproken kan worden van een 'ecocratie', waarin de opvatting over wat natuur is, ontleend wordt aan de systeemtheoretisch georiënteerde ecologie. Daarvan wordt door ecocraten verondersteld dat de er aan ontleende inzichten objectiveerbaar en dus waar zijn. Voor bos als topattractie is daarin geen plaats.

Wanneer bos getypeerd wordt als topattractie, introduceert men het marktgerichte denken. Immers, attractie veronderstelt de aanwezigheid van een doelgroep, waarvoor het gebodene aantrekkelijk genoeg is (of gemaakt moet worden) om het te kopen of er gebruik van te maken. Met name gestimuleerd door afnemende overheidsbijdragen, rukt de commodificering (het bos als verhandelbaar goed) steeds verder op. In de bijdrage van Boonman wordt dit aspect nader belicht. Commerciële waarden zijn evenwel niet neutraal. Commerciële waarden zijn doorgaans korte termijn waarden vergeleken met de lange termijn van bos- en natuurwaarden. Commerciële waarden duren net zo lang als de winstverwachting en dat kan bijzonder kort zijn. Commerciële waarden worden verder gekenmerkt door een selectief karakter. Wat als attractief wordt gekozen, moet worden gezien in het perspectief van de winstverwachting. De vluchtigheid van de consumentenwaardering dirigeert de attractiewaarde van het gecommuniceerde bos. Bos als topattractie loopt het risico onderworpen te worden aan de ijzeren wetten van de toeristisch-recreatieve produkt le-

venscyclus. Massale belangstelling voor een produkt is tegen deze achtergrond niet zelden een teken van een verzadigde markt.

Daarmee zijn we aangekomen bij een derde kanttekening bij het thema van deze dag. Kan het bos als topattractie gehandhaafd blijven? Dat is sterk afhankelijk van de betekenis van bos als recreatiedoel voor de moderne consument. Het lijkt me wat al te gemakkelijk om te stellen dat het bos een ijzersterk produkt is, dat niet weg te denken is uit de recreatieve belevingswereld van de Nederlander. Diezelfde Nederlander echter is volgens het laatste verschenen Sociaal en Cultureel Rapport (1994) hard op weg naar een vluchtiger en extravert type vrijetijdsgedrag. De moderne generatie zoekt steeds meer ontspanning in visuele en sensorische ervaringen. Veel van het toeristisch gedrag wordt ge-

kenmerkt door een zoektocht naar het fotogenieke, naar esthetisch verantwoorde landschappen, vrij van storende infrastructuur en luchtverontreiniging. Talloze TV-documentaires versterken dit beeld. Nergens kan de natuur van meer dichtbij worden beleefd dan vanaf het TV-scherm. Zelfs voorlichtende diaprojecties in bezoekerscentra ontkomen niet aan deze tendens. Ik heb zelden een groter contrast ervaren tussen de dia-show in het bezoekerscentrum van de Blauwe Kamer bij de Grebbeberg en de werkelijkheid van de 'echte natuur' buiten. Als het bos zich als topattractie wil handhaven zal er meer dan ooit gekeken moeten worden naar de recente ontwikkelingen in het consumentengedrag. De verscheidenheid in de manier waarop het bos beleefd wordt, komt aan de orde in de bijdrage van Boerwinkel en van Van Engelsdorp Gastelaars.

Literatuur

- J. Philipsen, M. Busser en H. Valkenburg (1992), Feitelijke toegankelijkheid van bos- en natuurterreinen in Nederland. Een onderzoek naar ontwikkelingen tussen 1950 en 1990, Rapport nr. 18, Werkgroep Recreatie, Landbouwuniversiteit, Wageningen
- Sociaal en Cultureel Planbureau, Sociaal en Cultureel Rapport 1994, Rijswijk
- F.R. Veeneklaas, W. van Eck en W.B. Harms, De twee kanten van de snip. Over economische en ecologische duurzaamheid van natuur, Conceptrapport Staring Centrum, 1993
- P. Kockelkoren, De vernieuwing van Nederland, Publikatie 4 Stichting Locus 'Vormgeven aan natuurontwikkeling', Rotterdam 1993
- L. Koops, De Utrechtse singels voor de volgende generatie, Groen, 1989(5): 25-31
- RMNO, Vijf visies op natuurbeleid en natuurontwikkeling, Publikatie RMNO, 30, 1988