

TURIZAM KAO FORMA IMPERIJALIZMA*

Da bi istraživanje turizma bilo uistinu antropološko, ono ne sme da se ograniči na mali broj društava ili kontaktnih situacija, već treba da nastoji da shvati ovaj fenomen gde god se on javi. Možda nije moguće da se celokupni turizam razmotri pomoću jedne jedine teorijske sheme, ali će teorijske formulacije turizma biti primenljive u najvećem stepenu. Pošto, izgleda, nema *a priori* razloga za razlikovanje principa koji upravljaju unutrašnjim i spoljnim turizmom, trebalo bi da polje istraživanja, barem u početku, obuhvati oba. Antropološki korisna teorija turizma imala bi moć da obuhvati tako različita zbivanja kao što su skijanje u Sen Moricu, aktivnosti turista na Crnom moru, posebne odnose između Njujorka i planina Ketskil, englesku viktorijansku zimsku zajednicu u Nici, stare Rimljane u njihovim seoskim vilama, terme u staroj Grčkoj i, možda, muslimanska hodočašća. U svim takvim slučajevima središna tačka istraživanja trebalo bi da bude odnos turista-domaćin koji uključuje transakcije među grupama.

Povezanost turizma sa industrijskim, ili modernim društvom, uočili su mnogi autori Boaje (Boyer), 1972; Encensberger, 1962; Grinvud (Greenwood), 1972; Nunjez (Nunez), 1963. U svakom slučaju, ako neko pod turizmom podrazumeva dokonu migraciju i sve što je sa njom povezano, kao što to čini Boaje, tada je teško ne pronaći ga i u preindustrijskim društvima Sigo. Nije lako otkriti dokolicu u lovačkim i sakupljačkim društvima, ali neki aspekti njihovih neprestanih seoba (na primer posete austrujskih starosedelaca religijskim mestima), mogu se smatrati jednom vrstom prototurizma. Diše (Duchet) tvrdi (1949) da su u staroj Atini građani,

*) Dennison Nash — *Tourism as a Form of Imperialism*, iz knjige: *Hosts & Guests The Anthropology of Tourism*, ed. Valene L. Smith, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1977.

koji su imali mnogo slobodnog vremena, putovali iz zadovoljstva i radi sticanja obrazovanja, da bi se rasonodili, i iz zdravstvenih razloga. Stari Rimljani su dane praznika provodili u seoskim vilama. Srednjovekovni hodočasnici, moguća varijanta turiste, savladavali su mnoge prepreke kada su putovali do religijskih centara. A neki francuski kraljevi — u društvu koje je u suštini bilo zemljoradničko — bili su zapaženi po svojim obilascima seoskih zamkova. Izgleda, dakle, jasno da turizam nije potpuno ograničen na industrijsko, ili moderno društvo; jasno je, ipak, i to da samo u takvom društvu on postaje rasprostranjena društvena pojava.

Pokazuje se da je nužni uslov ovako definisanog turizma nivo produktivnosti dovoljan da obezbedi dokolicu. Ako je produktivnost ključ za turizam, tada je osuđena na nepotpunost svaka ona analiza njegovog razvoja koja ne vodi računa o proizvodnim centrima u kojima nastaju turističke potrebe i turisti. Takvi metropolitanski centri u različitim stepenima kontrolišu prirodu turizma i njegov razvoj, ali oni to čine, barem u početku svog odnosa sa turističkim oblastima, u stranim regionima. Upravo ta moć nad turističkim, i sa njima povezanim zbivanjima u inostranstvu, čini metropolitanski centar imperijalističkim, a turizam formom imperijalizma.

Možda bi bilo korisno da imamo na umu krajnji, gotovo idealno-tipični primer, kada počinjemo da istražujemo turistički proces. Severnoamerički turisti koji uporno zahtevaju američke ekspres hamburgere, kafu uz obroke, toplu tekuću vodu u spavaćoj sobi i služenje engleskim jezikom, predstavljaju poznatu sliku. Tu imamo osobu iz visoko industrijalizovane zemlje koja očekuje, štaviše zahteva, da njen turistički boravak u inostranstvu odgovori potrebama na čije zadovoljavanje je navikla kod kuće. Iza ovog turista često stoji metropolitanska turistička infrastruktura, koja se, u stvari, stara da njegovim očekivanjima bude udovoljeno. Turista i infrastruktura koja ga podržava stupaju u transakcije sa domaćinima. Takve transakcije, čije je obeležje nejednakost u moći, ne obuhvataju samo pojedince koji učestvuju u datom turističkom fenomenu; njihovo razumevanje zavisi i od relativnog značaja različitih društvenih struktura.

Turistički proces obuhvata nastajanje turističkog impulsa u proizvodnim centrima, izbor ili stvaranje turističkih oblasti koje odgovaraju njihovim potrebama, i razvoj transakcija među proizvodnim centrima i turističkim oblastima. Ove transakcije se usredsređuju na odnos domaćin-gost; one imaju različite posledice za obuhvaćene stranke i razvijaju se prema zakonima čije nam otkrivanje tek predstoji. Ovaj odeljak čine neka preliminarna zapažanja o različitim aspektima

turističkog procesa; nagovešteni su izvesni istraživački problemi koji verovatno obezbeđuju neke značajne informacije o tom procesu.

Nastanak turizma

Kao što je već pomenuto, izvore turizma treba tražiti u uslovima veće produktivnosti, naročito u industrijskom društvu. Pitanje je da li turizam uopšte postoji u lovačkim i sakupljačkim društvima, a i u zemljoradničkim ga ima samo u neznatnoj meri. Veća produktivnost, povezana s tehnološkim napretkom, omogućila je razvoj dokoličarskih klasa i povećala sredstva za putovanja. Turizam se javlja onda kada ljudi koriste dostupna sredstva kako bi putovali u slobodnom vremenu. U znatnoj meri turizam se javlja na onoj tački industrijskog ciklusa kada ljudi počinju da žive u društvu u kome je produktivnost dovoljno velika, horizonti dovoljno široki, a društvena pokretljivost dovoljna da pothrani turistički impuls. Premda bi ljudi mogli da provedu slobodno vreme u kući, oni sada žele da putuju, a pruža im se i veća prilika za to. Kome će se ta prilika ukazati, zavisi, naravno, od raspodele dokolice i sredstava u društvu, ali treba očekivati da će u razvijenom industrijskom društvu turizam biti široko rasprostranjen. Mnogi ljudi u takvom društvu navikli su da očekuju putovanje ili odmor daleko od kuće u određeno doba godine. Takva očekivanja mogu biti privremeno omeštena ekonomskom situacijom, političkim ili ratnim događajima, ali težnje su već normirane i verovatno neće nestati sve dok traje industrijska baza.

Koji to faktori stvaraju turističke težnje? Preporučljiva je podela ovog pitanja na dva dela: 1) Koji faktori vode stvaranju dokolice? 2) Koji faktori podstiču putovanje u slobodnom vremenu? Produktivnost je, bez sumnje, povezana s dokolicom, a da bi se ona objasnila važno je da se vodi računa o ekonomskim faktorima, kako je to pokazao donekle etnocentrični Veblen (1899). Može se postulirati univerzalna ljudska potreba za promenom, ili „rekreacijom“, kao što to čini Grabern (Graburn), ali sve dok se ljudi adekvatnom produktivnošću ne oslobode rutinskog rada, neće biti mogućnosti da se ta potreba zadovolji. Takva potreba je u izvesnom smislu i stečena, i prema tome menja se zajedno s društvenim uslovima. Ovde pomišljamo na obeležja modernog mentaliteta, koji su mnogi autori pokušali da opišu (Inkeles, 1969; Lerner, 1958.). Jedna „moderna“ osoba ima široke horizonte i sklona je putovanjima. Ako živi u modernom gradu može poželeti da pobegne od svojih problema; to naglašavaju oni autori koji misle da se turizam i urbanizam uzajamno impliciraju (Boyer, 1972; Duchet, 1958.). Da li će neko putovati u

svom slobodnom vremenu, to zavisi od prilika i pogodnosti za putovanje u inostranstvo.

Bez pogodnosti za putovanje ne bi, naravno, bilo takve pokretljivosti, te dakle ni turizma. U srednjem veku putnici su morali da se kreću po bednim putevima, prelaze nebrojene granice, plaćaju mnoge putarine, izdržavaju razbojničke prepade i pronalaze retka i neadekvatna prenoćišta. Zaista, kao što su Golis i Kre istakli (Gaulis i Creux 1975, str. 11.) „Pendant les siecles. le voyage n'etait q'une suite de contretemps” („Vekovima je putovanje bilo samo niz teškoća”). Moderna prevozna sredstva su sve to izmenila i otvorila su ogromne turističke mogućnosti. Boaje je tvrdio (1972, str. 134.) da je pojava željeznice proizvela dramatičan porast posetilaca u turističkim oblastima. Izgleda da su usavršena prevozna sredstva takođe povezana sa željom za putovanjem.

Ukratko, činioci vezani za pojavu i razvoj turizma jesu povećana produktivnost, koja stvara dokolicu, psihološka mobilnost i njoj odgovarajući širi horizonti, i usavršene mogućnosti prevoza i komunikacije. Ovi činioci su, očigledno, uzajamno povezani, ali produktivnosti verovatno treba pridati veći značaj nego drugima. Trebalo bi da se svaka takozvana turistička „potreba” može izvesti iz ovih činilaca. Verujem, kao što sam već pomenuo, da nas postuliranje univerzalne potrebe za promenom iskustva ne vodi daleko u našem pokušaju da objasnimo turizam. Svaka takva potreba verovatno varira zajedno s društvenim uslovima koji deluju na potencijalnog turistu, bilo na negativan način — na primer, otuđena urbana egzistencija u gomili, bilo na pozitivan — poput modernog opšteg obrazovanja.

Stvaranje turističkih oblasti

Turistička ekspanzija odigrava se u skladu s potrebama i sredstvima proizvodnih centara i njihovih stanovnika. Odabiranje i stvaranje turističkih oblasti, i ciljeva kojima će one služiti, zavisi od njihove pristupačnosti, kao i od prirode zainteresovanosti centara. Južniji regioni često su postajali turističke meke za stanovnike severnih industrijskih zemalja, a vrsta usluga koje se od domaćina očekuju, odnosno želja koje on treba da ispuni, često je opisivana u putopisnoj književnosti. Mladi Gete (1862) smatrao je da Italija nudi posebnu vrstu zadovoljenja romantičnim severnjačkim dušama a Tomas Man je video Veneciju (1930) kao mesto na kojem se zatvoreni severnjaci otvaraju i trunu. Ne možemo početi da objašnjavamo prirodu fenomena Kosta del Sol ako nemamo u vidu severozapadnu Evropu; Nicu s prekretnice veka ako se ne osvrnemo na Englesku i na carsku Rusiju; Ma-

jami Bič i Ketskil bez pozivanja na Njujork. Naravno, turističke oblasti nisu u potpunosti rezultat delovanja metropolitanskih proizvodnih centara. Domaćini ponekad preuzimaju inicijativu i često aktivno sarađuju u njihovom osnivanju. Ipak, oni čak i tada kao bitnu tačku referencije uzimaju koristi i potrebe određenih metropolitanskih centara. U meri u kojoj o tome vode računa, oni učestvuju u turističkoj ekspanziji (a time i u imperijalizmu) takvih centara.

Koji to faktori odlučuju o povezivanju izvesnih stranih regiona sa pojedinim metropolitanskim centrima? Cena se, bez sumnje, mora imati u vidu. Forster (1964, str. 219.) ukazuje na to da mora biti dostupan adekvatan i jeftin prevoz, i da turistička oblast mora imati nešto niži životni standard no što ga ima region iz kojeg su njeni potencijalni turisti. Premda izgleda da je u jednom broju slučajeva ova generalizacija pogrešna (kada turisti kreću ka urbanim ili industrijski razvijenijim oblastima), ona ukazuje na značaj cene pri obrazlaganju izbora turističke oblasti, ili njenog stvaranja. Forster takođe ističe da takva mesta moraju biti dovoljno osobena da bi zadovoljila turistički impuls. Osobnosti, ipak, moraju biti uskladive sa turističkim potrebama pojedinih metropolitanskih centara. Takva kompatibilnost ponekad se opisuje kao šarm, lepota, uzbudljivost, ali uvek se mora izraziti rečnikom metropolitanskih očekivanja ili potreba. Pre ne tako mnogo godina Puerto Valarta je bilo relativno izolovano, uspravno, malo ribarsko selo, ali ono je postalo odgovor na neke metropolitanske turističke snove koji sadrže sunce, more i neiskvarene, živopisne pejzaže nastanjene prijateljski raspoloženim, bezbrižnim ljudima. Krajem drugog svetskog rata, pokrajina sada poznata kao Vejl, Kolorado, bila je divlji planinski predeo, koji se odlikovao, između ostalog, debelim i dugotrajnim snežnim pokrivačem. Njene mogućnosti za zadovoljavanje potreba nacije koja doživljava početke skijaškog buma uočila je grupa preduzimljivih poslovnih ljudi; oni su mobilisali sredstva neophodna da se ova oblast pretvori u moderni skijaški centar. I Puerto Valarta i Vejl imaju osobine mesta koja su od mogućeg turističkog značaja za izvesne metropolitanske centre. Ona su odabrana i razvijena, uz saradnju domaćeg stanovništva, zbog svoje kompatibilnosti sa metropolitanskim snovima. Njihova sudbina je, na taj način, dovedena u vezu sa njima spoljašnjim silama, nad kojima će imati sve manje i manje kontrole.

Potrebno je da znamo više o specifičnim turističkim težnjama, jer će nam one reći koja će mesta u svetu verovatno doći pod turistički pritisak određenih metropola. Jedan primer je bum skijanja iz zadovoljstva. Kako je do njega došlo? Kojim potrebama društva i njegovih članova

služi skijanje? Ako znamo da ljudi žele da se osećaju slobodnima i smelima, i da se tako mogu osećati na skijama, možemo da napravimo mapu oblasti u svetu u kojima će verovatno nići pogodni skijaški centri. Stepem njihovog razvoja zavisiće od velikog broja činilaca; to su, između ostalog, prevoz, skijaška tehnologija (koja obuhvata žičare, mašine za pravljenje veštačkog snega, skijašku opremu, itd.), saradnja stanovništva i izvesni ekonomski resursi. Kada razmišljamo na ovaj način, možemo poželeti da prodremo duboko u motivacije i njihove izvore. Ako se putovanje zamišlja kao „čudesni pomagač“, kao što kaže Farber (1954), zašto se određena vrsta putovanja na određena mesta smatra efikasnijom? Ili, ako je jedna od uloga turizma da pomogne ljudima da pobegnu od neprijatnih radnih zadataka, kao što je tvrdio Encensberger (1926), zašto se bekstvo u jednom određenom pravcu smatra poželjnijim? U ovakvim predviđanjima mogu se pokazati korisnima metode istraživača tržišta, onakve kakve su korišćene u proučavanjima koja je naručila Služba za organizaciju putovanja, SAD, (Ministarstvo trgovine, 1972.)

Ako se na imperijalizam gleda kao na transakciju, ne može se zaboraviti uloga starosedelaca. Već sam rekao da neki domaćini mogu biti prilično aktivni partneri u stvaranju turističkih centara. Koje ih to sile nagone da traže razvoj turizma, ili da se bar sa njim saglašavaju?

Tamo gde su razlike u moći veoma velike, kao u slučaju vojnih osvajanja, takvo pitanje može biti od malog značaja, ali ne može se ignorisati činjenica da razvoj turističke oblasti obično zavisi od lokalne saradnje. To se naročito jasno može uočiti kada jedna moćna zemlja kakva je Sovjetska Rusija odluči da ne saraduje. U periodu posle drugog svetskog rata, kada su druge zemlje revnosno težile turističkom „dolaru“, Rusi su pružili otpor navali internacionalnih turista u njihovu domovinu; počeli su da saraduju tek posle popuštanja hladnog rata, i nakon što su sopstvenim snagama razvili ono što su smatrali odgovarajućim turističkim prilikama i potrebnom kontrolom.

Društvo mora da upotrebi svoju moć ne samo u cilju sprečavanja ili unapređivanja turističkih odnosa, već i radi odabiranja onih odnosa koji mu izgledaju probitačni. Neka vrsta uveličavajućeg modela, poput onog koji su koristili Bart i njegove kolege (1963; 1967), bila bi naročito korisna pri analiziranju početnih i kasnijih izbora koje vrše stanovnici turističkih oblasti u vezi s razvojem turizma u njihovim društvima. Vremenom se menja njihova moć da oblikuju tok turističkih transakcija sa metropolitanskim centrima. To će, sa svoje strane, uticati na nastajanje i prirodu turizma, čiji razvoj zavisi od njihove saradnje.

Turističke transakcije

Sa nastankom turističke oblasti uspostavljaju se razne društvene interakcije između turista, njihovih domaćina, i organizacija, odnosno društava koja oni predstavljaju. Ove transakcije, koje mogu biti kratkoročne ili dugoročne, ciklične (na primer, sezonske) ili neciklične, i jednostavne (kao u odnosu turista — domaćin) ili složene (kada su njima obuhvaćene razvijene turističke organizacije), zasnivaju se na sporazumima o tome kako će se uključene stranke odnositi jedna prema drugoj, kao i na uslovima koji mogu dovesti do prekida odnosa. Ako je domaće stanovništvo ubilački raspoloženo, moralno iskvareno, zaokupljeno bolestima, ili upleteno u političke sukobe, odnos bi mogao biti ugrožen nezadovoljstvom metropolitanskog centra. Ako, s druge strane, turistički predstavnici počnu da se mešaju u unutrašnju politiku zemlje, ili da obezvređuju lokalne institucije, domaćini mogu zahtevati prekid turističkog odnosa. Gerilci ponekad namerno narušavaju implicitne uslove turističkog ugovora radi unapređenja svojih političkih ciljeva, a metropolitanski centri mogu da ograniče, ili potpuno obustave priliv turista u datu oblast, ako se ne poštuju odredbe ugovora. Poput ma koje druge društvene veze, odnos između turista i njihovih domaćina obuhvata izvesne pogodbe s kojima se i jedni i drugi moraju saglasiti, i kojih se moraju pridržavati ako žele da se odnos održi. Koje su to odredbe, i koje ih okolnosti definišu?

Turističke transakcije su, pre svega, određene okolnošću da su turisti stranci. Turista je gotovo idealno-tični primer onog što je Zimel (Simmel 1950, str. 402—7) imao na umu kada je formulisao svoj pojam stranca. Zimel je video stranca kao osobu koja na jednom mestu privremeno boravi i ne deli suštinska obeležja života grupe domaćina. Rezultat toga je da interakcija između gosta i domaćina teži da zauzme mesto u opštijoj bezličnoj ravni. Zimel kaže: „Stranci se, u stvari, ne zamišljaju kao individue, već kao stranci posebnog tipa”. Sklonost ka generalizaciji ili kategorizaciji, koja takođe karakteriše mišljenje stranaca o njihovim domaćinima, ukazuje na tip odnosa koji je uobičajen u modernom svetu.

Stranci i njihovi domaćini ne odnose se jedni prema drugima samo kao prema tipovima, već i kao prema objektima. Tamo gde postoji velika razlika u moći, na primer u ranim fazama kolonijalizma, to može voditi predrasudama i diskriminaciji od strane kolonizatora i mnoštvu različitih odgovora od strane kolonizovanih (Fanon, 1968.). Malo je verovatno da će ljudi koji druge tretiraju kao objekte obuzdavati lične interese; oni će se osećati slobodni, mada delaju

u skladu s njima. Ova tendencija često ublažava razvoj kontrola koje uključuju silu ili pravne mehanizme, kao i intervenciju spoljnih faktora kakvi su vlade ili vojske. To je jedan od razloga što se transakcije kojima su obuhvaćeni turisti obično ne mogu uspešno analizirati ako se ne vodi računa o širim društvenim strukturama sa kojima su one povezane.

Stranci padaju u oči i time što teže da se okupljaju u grupe sa svojim zemljacima (Neš-Nash, 1970, str. 108—22.). Kada se nađu neuključeni i često zbunjeni u nepoznatoj situaciji, mogu početi da izgrađuju prisnu društvenu mrežu, koja obuhvata ljude iz njihovog kraja. Kako se jaz između ovih grupa stranaca i domaćina produbljuje, da bi se mogao nastaviti uspešan odnos, moraju biti mobilisani neki poznavaoци odnosa među grupama, kao što su diplomata, ekspert za odnose u zajednici, kućepazitelj, ili organizacije poput Svetskog udruženja putničkih agencija. Što više napreduje društvena diferencijacija, to ovi posrednici, nazvani „kulturni mešetari“, igraju značajniju ulogu. Zbog toga će svaka analiza odnosa turista-domaćin verovatno zahtevati posmatranje neke grupe stranih turista, kao i turističkih radnika i organizacija koje posreduju u njihovim odnosima sa domaćinima.

Određbe ugovora između turista i domaćina nisu definisane samo činjenicom da je turista stranac, već i samom prirodom turizma. Kada se ponaša kao turista, čovek dokoliči, što znači da nije usmeren ka oblikovanju sveta, već ga samo doživljava ili se njime igra. Dok turista teži tipično turističkim ciljevima, drugi moraju da obavljaju zadatke čija je priroda više utilitarna. Da to kažemo kraće, dok se turista igra, odmara, leči ili duhovno obogaćuje, drugi moraju da poslužuju. Prema tome, turista je odvojen od ljudi iz turističke infrastrukture koji ga opslužuju obavljajući delatnosti različite, premda komplementarne prirode, koje su pobliže određene turističkim ugovorom. Domaćini mogu biti narod hotelijera savršeno prilagođen da uslužuje, kao Švajcarci, ili moskovske kelnerice, koje to čine preko volje, razlika između rada i dokolice u svakom slučaju nastavlja da ih razdvaja od njihovih gostiju. Čak i kada potiču iz istih kultura i savršeno se razumeju među sobom, osnovni stavovi koje unose u uzajamne odnose razlikuju se duž crte koja razdvaja rad od dokolice. Teškoće povezane s razvojem odnosa između hotelskih gostiju i osoblja pružaju ilustraciju društvene barijere o kojoj je reč. Čak i u novim turističkim centrima koji podražavaju stil klubova, i gde je razlika između domaćina i gostiju svedena na najmanju meru, ta razlika ipak ne može biti uklonjena.

Sve u svemu, turisti su od svojih domaćina odvojeni činjenicom da su stranci, razlikom rad-

-dokolica, i kulturnim razlikama koje su se stekle u pojedinačnoj situaciji. Svaki turistički ugovor mora uzeti u obzir ove činjenice i predvideti odgovarajuće mere. Od turiste se obično ne zahteva da se prilagođava onoliko koliko je neophodno za stvarno uključivanje u život domaćinskog društva. Ova „privilegija“ protiv koje se neki turisti i bune, može biti jedan od razloga što kulturniji putnici osećaju smesu zavisti i prezira prema svojim zemljacima turistima (Neš, 1970, str. 129.). Ali ako se od turiste ne očekuje da se prilagodi koliko je neophodno da bi se snašao u manje-više stranoj situaciji, na kome je da to učini? To breme svaljuje se na domaćine; to je jedna od cena koju oni plaćaju da bi imali turiste u svojoj sredini. Očigledno je da mnogi od njih dobrovoljno, čak rado, plaćaju tu cenu. I ovde može da pomogne neka vrsta modela izvedenog iz teorije razmene; ali činjenica da domaće stanovništvo „bira“ da preuzme na sebe dodatne obaveze prilagođavanja koje su nužne za bavljenje turistima, ukazuje na to da su podsticaji ili pritisci u pravcu turističkog razvoja veoma veliki, i da je domaćin na dobiti kada se prilagođava turistima zbog znatne ekonomske, političke ili vojne moći metropolitanskog centra koji ovi predstavljaju. Naravno, proračuni mogu biti pogrešni, i poduhvat koji je u početku izgledao vrlo povoljan može se na kraju pokazati neunosnim. Neki preduzimljivi domaćini mogu gledati na odluku da se turizam proširi kao na nešto što iziskuje kompromise s turistima i njihovim načinom života, ali mogu propustiti da predvide dodatne kompromise koje zahteva razvoj turizma. Kada domaćini dospeju u situaciju da imaju posla s hotelijerima, prevoznicima, putničkim i reklamnim agencijama, sanitarnim inženjerima, i slično, i kada moraju da se prilagođavaju načinu života koje ovi predstavljaju, može se dogoditi da posumnjaju u mudrost svojih prvobitnih proračuna.

Koja bi vrsta istraživačkih napora bila pogodna za analiziranje turističkih transakcija? Mikrosociološka analiza odnosa turista — domaćin i turista — turista, koja se eventualno služi Goffmanovim (Goffman, 1959; 1967), pristupom društvenim odnosima pružila bi nam neki uvid u neposredni društveni svet pojedinih turista i njihovih domaćina. Poređ toga, da bi se razumelo zašto individualni odnosi primaju upravo određene oblike, neophodna je institucionalna analiza prirode turizma. Neka vrsta teorije razmene pomogla bi nam, konačno, da razumemo zbog čega se u datoj situaciji javljaju izvesni oblici turističkih transakcija. Takva istraživanja bi imala za pretpostavku da određene forme turizma nastaju pod uticajem određenih metropolitanskih centara.

Posledice turizma

Antropološki posmatrano, posledice turizma mogu se sagledati kao proizašle iz specifične prirode ovakvog kontakta među grupama. Pošto taj kontakt često (mada ne uvek) uključuje predstavnike grupa koje se razlikuju po stepenu produktivnosti i moći (turistička oblast je obično manje produktivna i moćna), trebalo bi da budu od znatne naučne vrednosti ona istraživanja koja se usredsređuju na modernizaciju, urbanizaciju ili razvoj turističke oblasti (Nuñez, 1963), ili posledice eksploatacije koju vrši dominantni metropolitanski centar (Perez, 1937—7). U svakom slučaju, alternativni pristup koji se usmerava na opšte odlike turizma i njihove posledice za uključene pojedince i društva takođe izgleda opravdan.

Pošto je turistička transakcija dvosmerna (jer obuhvata interakciju metropolitanskih centara i turističkih oblasti), nema *a priori* razloga da se isključe razmatranja posledica na oba kraja ovog odnosa. Bilo da su simpatije antropologa na strani potlačenih, bilo na strani stranaca, oni moraju da priznaju da je jednostrana analiza transakcije nužno nepotpuna, bez obzira na asimetričnost proučavanog odnosa. Ovde je instruktivan tekst o efektima granice Halovelov (Halowell 1957).

U turističkoj oblasti posledice turizma proizlaze iz uvođenja nove društveno-kulturne realnosti spolja. Tu realnost, kojoj se domaćini i njihovi društveni sistemi moraju prilagoditi, čini privremeno naseljena dokoličarska klasa i njeni prateći ciljevi i očekivanja. Osnovna društvena prilagođavanja na koja su domaćini prinuđeni s obzirom na tu realnost jesu ona između grupa, ili društava i klasa. Turistički aranžmani sklopljeni u cilju bavljenja stranim gostima uvek uključuju ugostiteljsku struku, čiji je zadatak, pre svega, da brine o strancima iz drugih grupa ili društava. Kao što ističe Boaje (1972, str. 171), razvoj turizma odražava se u lokalnoj profesionalnoj strukturi širenjem sfere uslužnih delatnosti. Turisti moraju biti prevezeni, smešteni i mora im se pomoći da izađu na kraj s mnogim problemima snalaženja u tuđoj sredini. Drugo, moraju se obezbediti objekti za aktivnosti u slobodnom vremenu. Takve pripreme mogu biti krajnje jednostavne, kao što je, na primer, građenje pristupa plaži na Kanarskim ostrvima, ili veoma složene, kao što je izgradnja Tivolija u Kopenhagenu. Istraživanja posledica turizma u turističkim oblastima trebalo bi da otpočnu od analiza individualnih i kolektivnih prilagođavanja kojima su izloženi domaćini da bi obavljali neizbežne uslužne delatnosti. Takva prilagođavanja se mogu smatrati primarnim posledicama turizma. Iako je možda prerano da se bez rezerve otpočne s uopštavanjima o turističkim prilagođavanjima,

može se očekivati da njih prate bar neki psihološki i društveni sukobi. Nužnost da bar neki domaćini funkcionišu kao marginalci, ili kulturni posrednici, radi bavljenja turistima i njihovim metropolitanskim sponzorima, stvara pritisak u pravcu kulturnog prilagođavanja metropolitanskim kulturama; oni moraju da uče kako da produže sporedne poželjne transakcije, i da obezbede objekte za zabavno-rekreativne aktivnosti. Sticanje ili učvršćivanje tih kvaliteta (uključujući neispunjene aspiracije) može voditi socijalnom konfliktu među domaćinima, među domaćinima i gostima, i može, takođe, stvoriti unutrašnji psihički sukob među neusaglasivim ličnim dispozicijama. Može se javiti i dodatni društveni i psihički sukob kao rezultat rivalstva u turističkim poduhvatima, ili različitog učestvovanja u njima. Primere takvih sukoba nalazimo kod Luisa (Lewis 1972) i Nunjesa (1963). Individualni i društveni mehanizmi koji se razvijaju radi rešavanja ovih sukoba, i da bi se olakšalo prilagođavanje domaćinskog društva turističkom imperijalizmu, mogu biti značajan činilac društvene promene. Svako istraživanje dinamike turističkog procesa moralo bi da ih detaljnije prouči.

Na metropolitanskoj strani, posledice turizma slede iz nastajanja i postojanja mobilne dokoličarske klase i infrastrukture koja je podržava. Kao što je gore pokazano, turizam može služiti različitim društvenim i psihološkim svrhama metropolitanskog centra i njegovog stanovništva. Da li boravak na Baltičkom moru, u banji Montekatini, Akapulku ili planinama Hokaido obnavlja istrošene energije, oslobađa od agresivnih impulsa, zadovoljava lutalački nagon, ili pomaže da se utvrdi vertikalna mobilnost? Kako turisti koji odlaze u daleke krajeve služe ekonomskim, političkim, vojnim ili religijskim potrebama naroda? Je li moguće da je za metropolitansku stranu osnovna psihološka posledica turizma buđenje ili uvećavanje nezadovoljstva („Nikada me neće nagovoriti da se vratim u Indijano-polis!”)?

Tamo gde je industrijalizacija veoma razvijena i turizam rasprostranjen, javlja se putnička „industrija”, koja se bavi putovanjem kao ciljem za sebe. U takvim slučajevima bilo bi umesno govoriti o instituciji putovanja. Na takvu instituciju možemo gledati kao na nešto što stoji u službi izvesnih društvenih i psiholoških potreba, ali ona razvija i sopstvene potrebe. Koje su to potrebe koje same sebi služe, i kako njihovo ispunjenje utiče na druge institucije u metropolitanskom društvu — to bi bio zanimljiv predmet za antropološko istraživanje. U svakom proučavanju evolucije turizma takvo bi istraživanje bilo od suštinskog značaja, naročito za objašnjenje razvoja koji diktira metropola.

Evolucija turizma

Implicitni model koji leži u osnovi ove analize turizma ima, za sada, izvesne sličnosti s modelom kakav je predložio Malinovski (1948), koji je sve kontakt i promene u kolonijalnoj situaciji video kao sastavljen od tri reda društveno-kulturne realnosti: starosedelačke ili tradicionalne, moderne ili industrijske, i prelazne. Takav model može biti pogodan za bavljenje početnim kontaktima u kojima imaju udela samo neki ljudi s ove strane, a posledice interakcije nisu dalekosežne. Ali kada se kontakt produži, prelazno može da proguta tradicionalno. U takvim okolnostima izgleda pogodniji onaj model koji je za kolonijalne situacije predložio Balandier (Balandier, 1951). Tada bi bilo moguće govoriti o prelaznom turističkom društvenom sistemu koji izrasta iz turističkog kontakta. Ovaj sistem, u čijem centru bi bio odnos turista-domaćin i uloge u tom odnosu, bio bi nastanjen prolaznim turistima i svim onim domaćinima i stanovnicima metropolitanskih oblasti koji uzimaju učešća u turizmu. On bi obuhvatio spajajuće i razdvajajuće društvene odnose. Bilo bi slaganja ili neslaganja u vezi s turističkim ciljevima društvenog sistema i sredstvima za njihovo postizanje. Privredna struktura sistema bila bi zasnovana na uslužnim turističkim delatnostima sistema, a nju bi odražavale druge društvene strukture. Konačno, postojali bi centri moći koji bi usmeravali razvoj sistema. Takav sistem, koji bi bio deo drugih sistema (na primer, kolonijalnog), mogao bi da obuhvati čitava društva, kao što je to slučaj na Devičanskim ostrvima u Sjedinjenim Državama, i da po sastavu bude multinacionalan, kao što je to Pan Amerikeno carstvo.

U svojoj raspravi o Devičanskim ostrvima Gordon Luis daje gotovo idealno-tipični primer turističkog društvenog sistema. Devičanska ostrva se, pa njemu, „mogu smatrati primitivnom ilustracijom karipskog parazitskog turizma. Ona pripadaju podgrupi Kariba, i njihova je privreda čisto turistička, poput privrede Bermuda i Bahama, koji su gotovo potpuno zavisni od svoje sposobnosti da se prodaju severnoameričkim društvima izobilja” (Lewis, str. 129.). Luis prilično detaljno opisuje sukobe koji su nastali oko turizma i raznih s njim povezanih interesa, ali ističe da se „sve razlike gube u jedinstvenom frontu kada se dovede u pitanje slika celokupne privrede” (Lewis, str. 130.).

Luis posredno tvrdi (str. 137—38.) da se sve današnje turističke oblasti koje zavise od severnoameričkih metropolitanskih centara razvijaju duž puta koji vodi u onu vrstu „anticivilizacije” koju nalazimo u San Huanu ili Las Vegasu. Prerano je, ipak, za predlaganje univerzalne razvojne sheme pomoću koje bi se analizirao razvoj turi-

stičkog sistema. Forster ističe da nema ničeg neizbežnog u procesu turističkog razvoja (1964, str. 218.). Izgleda da mu kratak prikaz specifičnih slučajeva daje za pravo. Kako čovek može izricati opšte stavove koji bi obuhvatili turističke sisteme Kana, Lenjingrada, Akapulka, Davosa, Majami Biča, Pariza, Obećane Zemlje, Pensilvanije, Stretonskih planina, San Sebastijana, Sočija, ili ostrva Kijava?

Svaki pokušaj da se dođe do opštih stavova o evoluciji turističkih sistema zahteva utvrđivanje parametara koji su posebno značajni za društveno-kulturnu promenu. Tu spadaju potrebe metropolitanskih centara, raspodela moći u sistemu, ekonomska baza i društvena raslojenost koja je posledica turizma. O metropolitanskim turističkim potrebama već je bilo reči. Mora se još dodati uloga koju ove potrebe i njihov razvoj igraju u evoluciji turističkog sistema.

Zbog toga što turistički sistem, kada je već ustanovljen, mora da izađe u susret turističkim potrebama jednog ili više metropolitanskih centara, on će u svojoj evoluciji nužno odraziti razvoj takvih potreba. Štaviše, ako pretpostavimo situaciju suparništva, postojaće pritisak u pravcu sve veće spremnosti da se reaguje na zbivanja u metropoli. Ovo znači da će se modernizacija ili racionalizacija turističke oblasti, koje mogu otpočeti velikim naporom da se dostigne minimalan nivo potreban da se zainteresuju, smeste i usluže turisti, nastaviti kao odraz budućih događaja koji se u ovoj dimenziji odigravaju u metropolitanskom centru. Koliko će taj odraz biti precizan, zavisice od toga gde leži moć u turističkom sistemu. Ako znatnu moć zadržavaju oni čiji su ciljevi u raskoraku s metropolitanskim potrebama. (kao što je to slučaj, na primer, u Moskvi, Parizu i Njujorku), razvoj u turističkom sistemu odražavaće takve promene manje verno. S druge strane, ako je moć potpuno u rukama doseljenika iz metropola, ili njihovih lokalnih predstavnika, turistički sistem će se razvijati duž linije koju karakteriše sve jači diktat metropolitanskih potreba i njihovog unapređivanja.

Kao što je već rečeno, privreda svakog turističkog sistema težiće da se usmeri ka spolja i da se bavi onim uslužnim delatnostima čiji je cilj zadovoljavanje turističkih potreba. Koen (Cohen, 1974, str. 250) ukazuje na to da će ekspanzija baze resursa izvan granica jedne grupe izmeniti stepen zavisnosti profesionalnih uloga od spoljašnjih resursa. U slučaju turizma, spoljašnji resurs je turista. U ekonomskoj ravni, adaptivni odgovor na njegovo prisustvo je razvijanje uslužnih zanimanja koja su neophodna za bavljenje turistom. Širenje uslužnog sektora, posebno onih poslova čiji je primarni ili sekundarni zadatak usluživanje privremenih doseljenika i njihovih sponzora, odražava se na privredu kao celinu i

na ostatak društva. Ovdje se neću upuštati u procenjivanje praktične poželjnosti takvog razvoja, ili u raspravljavanje o preporučljivosti uravnoteženog privrednog razvoja. Na tako značajna pitanja može da odgovori ekonomista, tačnije — ekonomista u ulozi savetodavca.

U meri u kojoj su drugi vidovi organizacije društva povezani sa privrednom strukturom, promene u toj strukturi biće praćene drugim, neprivrednim promenama. Neće postojati samo napor da se uspostavi konzistentnost s novim ekonomskim aranžmanima, kao na Devičanskim ostrvima gde su čak i crkve išle za tim da podrže turističku „liniju” (Luis, 1972, str. 128—9), već će se pojaviti i nekonzistentnost ili sukob među sektorima turističkog sistema; najuočljiviji sukob te vrste nastaje između onih kojima turistička privreda više pogoduje i onih kojima pogoduje u manjoj meri. U nekim slučajevima će uvođenje turizma produbiti postojeće društvene rasece; u drugima će se pojaviti nova razmimoilaženja. Takav sukob, i s njim povezani psihološki sukobi, mogu da proizvedu dodatne promene u turističkom sistemu, jer ljudi tragaju za načinima da ih prevaziđu.

Da rezimiramo, evolucija turističkog sistema ovde je sagledana kao predmet delovanja kako spoljašnjih, tako i unutrašnjih sila. Spoljašnje sile, koje zrače iz jednog ili više metropolitanskih centara, obuhvataju nastajanje turističkih potreba i turista, odabiranje ili stvaranje turističkih oblasti, i uspostavljanje direktnih ili indirektnih transakcija između turista i domaćina. Stanovništvo turističke oblasti može prisustvovati razvoju turističkog sistema sa manje ili više entuzijazma. Oblast njihovog najbitnijeg prilagođavanja predstavlja razvoj uslužne privrede, kao i nužne društveno-kulturne promene koje uz to idu. Ta uslužna privreda je usmerena prema spolja i usredsređena na zadovoljavanje potreba dokonih stranaca koji su tu u prolazu. Takav razvoj proizvođače trzavice u ljudima, i među ljudima. One čine osnovne unutrašnje izvore promene u turističkom sistemu.

U ovoj antropološkoj studiji o turizmu sada nije moguće doći do značajnih opštih stavova o evoluciji turističkih sistema, ali ako se istraživanja ograniče na uže segmente istorijskih okolnosti, kao u studijama Forstera (1964) i Grinvuda (Greenwood 1972), moći će da se otpočne s izgradnjom empirijski zasnovane teorije o turizmu unutar pojmovnog okvira imperijalizma, kakav je ovde nagovešten. Potreba za takvom teorijom rašće zajedno s turizmom, a pošto je taj rast usko povezan s industrijalizacijom, ova će potreba izgleda biti zaista velika.

(Prevela s engleskog SLAVICA MILETIĆ)

Literatura

- Balandier, G. — *La situation coloniale: approche theorique*, Cahiers Internationaux de Sociologie, n. 11/1951., pp. 44—79
- Barth, F. (ed.) — *The role of the entrepreneur in social change in northern Norway*, Scandinavia University, Bergen, 1963.
- *On the study of social change*, American Anthropologist, n. 69/1967., pp. 661—669
- Boyer, M. — *Le Tourism*, ed. du Seuil, Paris, 1972.
- Cohen, E. — *Who is a tourist*, Sociological Review 22 (4) / 1974., pp. 527—553
- Duchet R. — *Le tourism a travers les ages*, ed. Vigot Freres, Paris, 1949.
- Enzensberger, H. — *Einzelheiten*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt-am-Main, 1962.
- Fanon, Franz — *The wretched of the earth*, Grove Press, New York, 1968.
- Forster, J. — *The sociological consequences of tourism*, International Journal of Comparative Sociology, 5 (12) / 1964, pp. 217—227
- Gaulis, L. and Creux, R. — *Pioniers Suisses de l hotellerie*, Editions de Fontainemore, Paudex (Suisses), 1975.
- Goffman, E. — *The presentation of self in everyday life*, Doubleday, New York, 1959.
- *Interaction ritual*, Doubleday, New York, 1967.
- Graburn, N. H. H. — *Ethnic and tourist arts: cultural expressions from the fourth world*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1976.
- Greenwood, D. J. — *Agriculture, industrialization and tourism: the economics of modern Basque farming*, Ann Arbor, University Microfilms, 1970.
- *Tourism as an agent of change: a Spanish Basque case*, Ethnology 11/1972., pp. 80—91
- Hallowell, A. I. — *The backwash of the frontier: the impact of the Indian on American culture*, u: The frontier in perspective, W. D. Wyman and C. B. Kroeber, eds. Madison, University of Wisconsin Press, 1957.
- Inkeles, A. — *Making men modern: on the causes and consequences of individual change in six developing countries*, American Journal of Sociology, n. 78/1969, pp. 208—225.
- Lerner, D. — *The passing of traditional society*, The Free Press, Glencoe, 1958.
- Lewis, G. — *The Virgin Islands*, Northwestern Univ. Press, Evanston, 1972.
- Malinowski, B. — *Dynamics of culture change*, Yale Univ. Press, New Haven, 1945.
- Mann, T. — *Death in Venice*, Knopf, New York, 1930.
- Nach, D. — *A community in limbo: an antropological study of an American community abroad*, Indiana Univ. Press, Bloomington, 1970.
- National Tourism Resources Review Commission — documents:
- *Destination USA*. Volume 1, Summary Report. Washington D. C., 1973.

- *Domestic tourism: its economic characteristics*, Volume 2, Summary, Washington D. C.
- *The economic impact of tourism*, Volume 5, Special Studies, Washington D. C., 1973.
- Nunez, T. A. — *Tourism, tradition and acculturation: weekendismo in a Mexican village*, *Ethnology* 2 (3)/1963., pp. 347—352
- *Authority versus anarchy: the impact of urban tourism on a rural milieu in Mexico*, Paper read at the symposium on Tourism, Central States Anthropological Society, 14—17 May 1964., Milwaukee, Wisconsin.
- Perez, L. Jr. — *Aspects of underdevelopment: tourism in the West Indies*, *Science and Society*, 37/1973—4., pp. 473—480
- Sigaux, G. — *History of tourism*, Leisure Arts, London, 1966.
- Simmel, G. — *The sociology of George Simmel*, ed. K. Wolff, The Free Press, Glencoe, 1950.
- Veblen, T. — *The theory of the leisure class*, Macmillan, New York, 1899.

