

TURIZAM U ANTROPOLOŠKOJ PERSPEKTIVI*

Još od svojih početaka, pre nešto više od jedne decenije, antropološka proučavanja turizma uglavnom su se odlikovala lutanjima. Međutim, ovo nije ironija jer su mnoga, danas tradicionalna i ustaljena interesovanja antropologa potekla od slučajnih uočavanja ili iznenadnih „otkrića” učinjenih za vreme proučavanja neke druge, čak sasvim različite oblasti ili problema. Tokom poslednjih deset godina antropolozi su se upustili u proučavanja drugih stvari ili drugih naroda i skoro uvek su tu otkrivali turiste.

Zašto su onda antropolozi tek u poslednje vreme ustanovili da je turizam interesantan za nauku? Mislím da odgovor leži u saznanju da je turizam najzad postao dostojan poštovanja, drugim rečima, antropolozi su već duži niz godina svesni uticaja turizma na pojedina društva ali su se uzdržavali od objavljivanja svojih proučavanja u sistematizovanoj formi jer se proučavanje turizma nekako nije smatralo „ispravnim” ili uključivim u okvire tradicionalnog opsega discipline. Ovo delo jasno demonstrira odricanje od ovakvog gledišta i prihvatanje turizma kao legitimnog polja istraživanja u okviru raznih tradicionalnih antropoloških pravaca. Ono što sledi je razmatranje metoda koje su korišćene ili bi mogle biti korišćene u nekom modifikovanom obliku za unapređenje proučavanja turizma.

Akulturacioni model je sasvim očigledan. Antropolozi već preko pola veka znaju do kakvih pojava može da dođe kada različite kulture stupaju u dodir i ta se saznanja mogu neposredno primeniti na susrete između turista i domaćih ili „domaćinskih” društava. Teorija akulturacije kaže

*) Theron Nunez, *Touristic Studies in Anthropological Perspective*, iz knjige: Valene L. Smith, *Hosts and Guests: Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1977., V poglavlje.

da, kada između dve kulture dođe do uzajamnog dodira u bilo kom trajanju, svaka od njih, u ovom procesu razmene, postaje malo nalik na onu drugu. Naravno, priroda ovih kontakata, različiti profili ljudi koji stupaju u kontakt, različiti nivoi sociokulturne integracije, numeričke razlike u populacijama i druge raznolikosti dovede do tipičnih posledica asimetrične razmene. Štaviše, prihvatanje ili odbacivanje obeležja ili proizvoda, uslovljeno prethodnim stavovima, može imati dalekosežne posredne posledice jer funkcionalni model društava kaže da promena jednog aspekta socijalnog sistema često dovodi do poremećaja ili promene drugih aspekata.

Manje je verovatno da će turisti prihvatiti uticaj svojih domaćina nego da će domaćini prihvatiti njihov, što će ubrzati lanac promena u zajednici domaćina. Predstavu o tome da ljudi, u manje-više neprekidnom, neposrednom kontaktu, postaju više jedni nalik na druge ne treba odbaciti samo zbog toga što turisti dolaze i odlaze. Turistička klijentela je sklona sopstvenom ponavljanju. Kada se domaćinska zajednica prilagođava turizmu putem svojih usluga turistima i zadovoljavanjem njihovih potreba, sklonosti i vrednosti, ona mora postati više nalik na kulturu turista. To je ono na šta misle turisti kada, prilikom traganja za egzotičnim ili „prirodnim“ turističkim područjima, kažu da je neko mesto iskvareno turizmom, to jest onima koji su tu došli pre njih i tražili da im bude udobno kao kod kuće. Antropolozi se često nalaze u prvim redovima onih koji osuđuju razvodnjavanje i kvarenje tradicionalnih kultura — ono što meksički intelektualci zovu „kokakolaizacija“ domaćeg načina života. Međutim, promena jedne kulture pod uticajem druge oduvek je bila činjenica postojanja. Neka društva su ostajala u relativnoj izolaciji od drugih za duži period vremena, ali u ovoni stoleću, praktično, nijedna zajednica nije imuna na spoljašnje uticaje. A turisti su najrasprostranjeniji predstavnici drugih kultura. Iako antropolozi, po pravilu, osuđuju eksploataciju jednih od strane drugih oni bi trebalo bolje od ostalih da shvataju da zajednice koje ekonomski zavise od turizma moraju do krajnjih granica da pojačaju eksploataciju turističke klijentele. Etičko pitanje, kome ću kasnije posvetiti pažnju jeste: ko ili koliko njih profitira od ove eksploatacije. Možda se najupečatljiviji primer asimetrije u odnosu gost — domaćin nalazi u lingvističkoj akulturaciji, pri čemu, obično manje pismena populacija domaćima kasnije proizvodi pojedince koji govore dva jezika, dok se turistička populacija uglavnom uzdržava od učenja jezika zemlje domaćina. Stručni kadar, sastavljen od pojedinaца koji govore dva jezika, u nekoj zemlji ili zajednici koja je turistički orjentisana, obično su za to svoje znanje posebno nagrađeni. Savladavanje drugog jezika u cilju rada sa turistima će-

sto dovodi do veće mobilnosti ljudi koji se nalaze u ovakvim službama. Prevodioci, turistički vodiči, konobari koji govore dva jezika, administrativni službenici i pripadnici javne bezbednosti obično dobijaju veće zarade od onih članova zajednice koji govore samo jedan jezik. U istoriji akulturacije retko kada je neka zajednica, zemlja ili kultura bila povodljivi domaćin, a mnogo češće se događalo da su drugi ljudi ili aspekti nekog tuđeg načina života bivali silom nametnuti. Danas međutim, turisti se bukvalno pozivaju, primamljuju, ohrabruju da dođu i donesu svoj drugačiji način života, čak i na ona mesta i u one zemlje čiji su ih stanovnici pre kratkog vremena odbacivali revolucijom ili nekim pobedonosnim pokretom za oslobođenje i nezavisnost. U modernom svetu, slabo razvijene zemlje ili zemlje u razvoju obično čine najviše da privuku turiste i unaprede turizam. Tokom poslednjih nekoliko decenija mnoge zemlje koje su nedavno stekle nezavisnost, a neke od njih se čak izvukle iz relativne feudalne izolacije i ušle u širu svetsku zajednicu, shvatile su da je njihov konkurentni status u svetskoj ekonomiji u najboljem slučaju nesiguran. U zavisnosti od bogatstva zemlje, turizam se smatra jednim od puteva ka razvoju i modernizaciji. Ovakva situacija nagoveštava zanimljivu ironiju. Da bi preživele i nastavile s ostvarivanjem svog kulturnog identiteta i integriteta, nove nacije ili sasvim tradicionalne kulture, uhvaćene u kolo konkurencije u svetskoj ekonomiji, privlače ili pozivaju najefikasnije agente promene (osim naravno političkih ili vojnih agenata), koji su aktivni u ovom savremenom svetu. Što se tiče kulture domaćina, ova vrsta inicijative uvodi novu vrednost u tradicionalnu jednačinu akulturacije. Na kraju, antropološka proučavanja turizma, imala su istu ontogenezu kao proučavanja akulturacije.

U istorijskom smislu antropolozi su bili zainteresovani za posledice kontakta između, kako se to obično zvalo, dominantne i potčinjene kulture. Ali, to je u opštem smislu značilo da su se oni usredsređivali skoro isključivo na promene u podređenoj kulturi, ili preciznije, tragali su za odgovorom na pitanje koje karakteristike kulture su autentične a koje su došle sa strane. Tek kada je teorija akulturacije počela da biva preciznija, funkcionalna priroda akulturacije postala je očigledna. Antropolozi su shvatili da moraju proučavati obe strane unutar situacione prirode kontakata ukoliko žele da potpunije shvate ovaj fenomen. Ovo je sled stvari koji je uglavnom bio poštovan u specifičnijim proučavanjima turizma i mi tek sada počinjemo da shvatamo da se, takođe, moraju proučavati i sami turisti, i personal koji ih prihvata i predstavnici ili zastupnici stranih kultura, iako je oni nikada ne predstavljaju u potpunosti.

Varijante kulturnih i socijalnih promena koje najčešće nastaju sa pojavom turizma očigledno će radikalnije uticati na živote individualaca u kulturama-domaćinima nego na pripadnike kulture došljaka. Moje je mišljenje da se ovde mogu primeniti tradicionalni pristupi teoriji inovacije i teoriji ličnosti unutar antropologije. Mnogi antropolozi se slažu da su pripadnici dve klase pojedinaca najčešći inovatori unutar sopstvenih zajednica i prvi koji će prihvatiti a možda i širiti strana obeležja ili oblike ponašanja. Ove klase ljudi opisuju se kao: ona kojoj pripadaju članovi na položajima koji tradicionalno nose prestiž unutar njihove zajednice i ona čiji se članovi nalaze na kulturnoj margini. Postoji prećutni sporazum među onima koji proučavaju promene u kulturi da pojedinci na položajima koji tradicionalno nose prestiž mogu biti uspešni inovatori kada zajednica podleže postepenim i planskim promenama, dok kulturno marginalni pojedinci češće postaju inovatori tokom perioda naglih i oštih promena. Ova teza uključuje i izvestan broj pretpostavki: da se prestiž obično povezuje s rukovodećim položajima, da je tradicionalno rukovodstvo na nivou zajednice obično konzervativno i poštovano, da se inovacija za koju se zalažu tradicionalisti sa prestižom sprovodi s manje rizika sve dok se takve promene izvode manje-više postepeno i planski. Suprotno tome, marginalni individualci često imaju manji prestiž u tradicionalnim društvima, ređe se povezuju s rukovodećim položajima, manje su skloni imitiranju itd. Međutim, sledeća pretpostavka jeste da je ovo tačno sve dok neko uspešno rukovodstvo obezbeđuje rešenja za probleme svakodnevne egzistencije, sve dok je *status quo* postepena promena egzistencijalno zadovoljavajuća za zajednicu. Pretpostavlja se da u periodu naglih, oštih kulturnih promena tradicionalno rukovodstvo neće moći s uspehom da nalazi nova rešenja za probleme ili da neće biti spremno da integriše inovacije unutar normi zajednice, dok kulturno marginalni pojedinci, pošto su manje konzervativni a možda maštovitiji, mogu da preuzmu položaje rukovodstva i mogu da postanu uspešni inovatori tokom perioda ubrzanih i uznemirujućih promena.

Ovo što smo rekli moglo bi da bude preterano uprošćavanje antropološke misli, ali smatram da za proučavanja turizma ovakva jedna šema ima vrednost u tome što pokazuje pravac u kome se treba kretati. Pojava turizma, na nivou zajednice ili na nacionalnom nivou, skoro uvek se događa tokom perioda naglih promena ili prethodi naglim promenama. Nacionalne vlade mogu da se kroz svoje političke programe obavežu na unapređenje i razvoj turizma kao sredstva za brzo ojačanje oslabljene ekonomije i lokalna zajednica može preko noći biti otkrivena kao jedna od „poslednjih” nepatvorenih turističkih meka. Ovo je are-

na za marginalnog pojedinca da se pojavi kao vodeći izvođač.

Izraz „marginalni čovek“ za različite naučnike društvene orijentacije označava različite stvari. Može da znači psihološki marginalan, biološki marginalan, ekonomski marginalan i biografski marginalan — drugim rečima pojedinac koji se razlikuje od neke kulturne norme ili normi i koji se ponaša shodno tome, a i društvo se prema njemu ponaša drugačije. Ja bih rekao da neki oblici marginalnosti nekim individualcima olakšavaju prilagođavanje na stresove i promene koje donosi turizam i da oni, samim tim, mogu da postanu uspešniji inovatori sa potencijalom za ekonomsku i socijalnu pokretljivost i mogućnošću da dođu na rukovodeće položaje. Pri tom mislim na onu vrstu marginalnih pojedinaca koji se u poslednje vreme nazivaju kulturni poslenici. To je pitanje sposobnosti da se njegova ili njena marginalnost iskoristi pokazujući da pojedinačna inicijativa može da bude prilagodljivija nego tradicionalni način borbe za ekonomski opstanak. Marginalni pojedinac bi mogao da bude psihološki sklon ili motivisan da se na kreativan način bori sa problemima možda i tako što bi naučio još jedan jezik. S druge strane, on ili ona, mogao bi da ima veća ranija iskustva od drugih u oblasti obrazovanja, putovanja, kontakata sa sredinom u kojoj se mešaju dve kulture ili kojoj pripadaju dve rase. To ne znači da svi marginalni pojedinci unutar neke kulture ili zajednice mogu da postanu uspešni inovatori ili da mogu bolje da se prilagođavaju na promene nego oni koji nisu marginalni. Mislim da je to pitanje verovatnoće koja se mora izračunavati u okviru lokalnih ili kulturnih varijabli u okviru jednačine turističke situacije i turističkog kadra. Ali jasno je da u većini situacija šačica ljudi koji nemaju naročite ni ekonomske ni intelektualne prednosti u odnosu na svoje sugrađane odjednom biva istaknuta kao grupa kulturnih poslenika. Oni nauče neophodni drugi ili treći jezik, zanimanja koja su im do tada služila za podmirenje osnovnih potreba menjaju za ona gde će imati više mogućnosti za sopstvenu inicijativu. sele se u područja sa potencijalom za razvitak turizma itd. i, ako su uspešni, njih kopiraju itd., oni sa manje hrabrosti.

Na ovom mestu se pada u iskušenje da se špekuliše: ako bismo imali punu sliku razvoja turizma od njegove početne faze pa do statusa potpuno razrađenog turističkog područja, često bismo mogli da zaključimo da teorije „revitalizacije“ imaju metaforičnu pogodnost, sa nekadašnjim marginalnim individualcima koji postaju proroci ili veoma zagrejane pristalice, a sa pojavom novog „ustaljenog stanja“ preobražavaju se u rukovodeće pojedince u zajednici, zajedno s privilegijama koje im ti položaji donose. Oni pokušavaju

da ožive ili navaljuju da se razvije ono što je na početku privuklo turiste, a ponašaju se konzervativno kada se suoče sa daljim razvojem.

Kada se antropolog bavi empirijskim istraživanjima na terenu, on je obično zaokupljen rutinom svakodnevnog života i godišnjim cikličnim događajima koji se tiču čitave zajednice ili najvećih njenih segmenata. Njegov tradicionalni pristup je pristup učesnika-posmatrača koji prikuplja informacije od reprezentativnog sloja pojedinaca, a specifične podatke dobija od „ključnih” predstavnika. Ovaj etnografski način nije potrebno menjati kada se turizam proučava na nivou zajednice, osim što se turisti, bili oni samo povremeni ili stalni posetioci ili čak povremeni stanovnici te zajednice, moraju uzimati u obzir. Ovo dalje zahteva shvatanje šema uzajamnog uticaja između lokalnih stanovnika, domaćina, i pojedinih turista ili grupa turista. U davno uspostavljanim turističkim centrima u kojima se turizam sasvim opravdano može nazvati industrijom (kao što su Bermudska ostrva ili Monako), verovatnije je da će se turisti i domaćini bolje razumeti, šeme međuosobnosti postale su ustaljene pa jedan etnograf može vrlo lako da ih shvati i objasni. Međutim, kada je turizam nova ili skoro nova pojava u nekoj tradicionalnoj zajednici, učesnik-posmatrač suočava se sa mnogo težim zadacima.

Etnograf koji je tek prispeo na neki lokalitet uvek se suočava s problemom definicije uloge: kako njega vide ljudi koje on proučava? Ako je on samo prisutni stranac, kao što je često slučaj, on i domaćini obično nalaze definiciju njegovog statusa i uloge unutar zajednice kroz zajedničko iskustvo stečeno učenjem po sistemu pokušaja i greške. I etnograf i domaćini pokušavaju da za njega pronađu mesto na kome će se uklopiti u određene uspostavljene kategorije uzrasta, pola i ponašanja. Međutim, u jednoj zajednici u kojoj su turisti i činilac i predmet proučavanja, etnograf će češće biti identifikovan sa turističkom populacijom, stereotipovan i klasifikovan kao član grupe ili kategorije došljaka. Naravno, etnograf je skoro uvek došljak. Ali većina njih, uz razuman stepen pripreme, senzitiviteta i upornosti, uspostavljaju adekvatan odnos sa svojim izvorima informacija što im dozvoljava da steknu ograničenu sliku o zajednici posmatrajući je u svojstvu njenog člana. Svaki pokušaj proučavanja međusobnog uticaja neke turističke populacije i populacije domaćina verovatno zahteva talenat sličan talentu rimljanskog jahača čija je jedna noga bila na leđima jednog konja, a druga na leđima drugog. Da bi se dobilo sveobuhvatno, tačno i doživljeno posmatranje obe populacije neophodan je veoma delikatan osećaj ravnoteže. I zaista, antropolozi su skloni lakom uživljavanju u atmosferu populacije domaćina pa su čak i ne-

prijateljski raspoloženi prema samoj pomisli na turizam, a kamo li prema pokušajima da budu identifikovani s turistima. Da bi se postigao izvestan stepen uzajamnog odnosa i identiteta s obe populacije neophodna je ona vrsta objektivnosti i čvrstine mišljenja koja obično nedostaje u društvenim naukama. Kako izgleda, da bi jedan istraživač bio pošten prema sopstvenoj disciplini i prema ljudima koje posmatra, mora da bude učesnik-posmatrač istovremeno u obe grupe. Kada sam se lično našao u takvoj situaciji, zatekao sam sebe kako igram, ono što bi se moglo nazvati graničnom ulogom, pokušavajući da kulturu jednih objasnim drugima. A kako su antropolozi većinom i pedagozi, pored toga što su istraživači, ova granična uloga nije dobra samo iz objektivnih razloga već pruža zadovoljstvo i sa filozofske i sa humanističke tačke gledišta.

Ali, kakva je priroda međusobnog uticaja domaćina i turista? Njihov odnos je skoro uvek instrumentalan. Veoma retko je obojen afektivnim vezama i skoro uvek je obeležen stepenom društvenih razlika i stereotipijama koje ne bi postojale među susedima, članovima iste zajednice ili građanima iste zemlje. Istraživač ima mnogo lakši posao kada proučava uzajamni društveni uticaj unutar jedne „prirodne” zajednice gde se vrednosti i stavovi podudaraju i razumeju. Što veća etnička i kulturna distanca između domaćina i turista, veća je konfuzija i nerazumevanje na koje ove dve grupe nailaze, a samim tim one će se ponašati manje prirodno. Međutim, ovo za antropologe nije ništa novo jer oni su već upoznati sa drugim vrstama akulturacionih situacija.

Kako da jedan antropolog prenese svoje razumevanje i svoju interpretaciju uzajamnog uticaja domaćin — turista? Da li raspolaže modelima koji se protežu van granica tradicionalnih hipoteza akulturacije? Ovde se odmah nameću „dramaturška” proučavanja Irvinga Goffmana (Erving Goffman).¹⁾ Turisti, a još češće njihovi domaćini, skoro uvek se nalaze *na pozornici* kada dolaze do direktnih kontakata. Za svoje ponašanje pripremili su se van scene: turista je pročitao turističke brošure, razgovarao je s onima koji su ranije boravili u toj oblasti, isplanirao je garderobu, prelistao rečnik i knjižicu sa svakodnevnim frazama, a tek onda izašao na scenu. Njegov domaćin je prebrojao publiku, procenio raspoloženje gledalaca, podesio osvetljenje i kulise, posavetovao se s drugim izvođačima i vežbao prijateljski osmeh. Ove metafore često nisu daleko od stvarnosti. Turisti često menjaju način ponašanja kada se nalaze daleko od kuće, a njihovi domaćini su skloni da glume ulogu podesnu prilago-

¹⁾ Goffman, Erving — *The presentation of self in everyday life*, New York: Doubleday, 1959.

Goffman E, *Interaction ritual*, New York: Doubleday, 1967.

davanju turistima, onakvu ulogu kakvu nikada ne bi igrali pred drugim članovima svoje zajednice. Neki vozač taksija mogao bi da postane izvrstan ekspert za arheološke iskopine u svom kraju. Neki turista bi, opet, mogao da se ponaša kao aristokrata u zemlji u kojoj njegov novac vredi dvaput više. Svi mi nosimo mnoge različite maske ali naša gluma je obično jače naglašena pred gledalištem sastavljenim od stranaca za koje moramo da glumimo, često toliko naglašena da potpuno zakloni našu stvarnu prirodu. Prema tome, jedan antropolog mora pokušati da se probije i iza scene a ne samo da posmatra scenu iz gledališta.

Opšti pogled na turizam kao predmet antropološkog istraživanja mora računati sa obimom i raznolikošću fenomena koji čine ovu oblast. U tradicionalnom smislu nauka je ovom problemu pristupala tako što bi uspostavljala taksonomije i tipologije. U razvoju proučavanja turizma i suviše je rano pokušavati uspostaviti ili dati neku iscrpnu, definitivnu sliku ili stav. Ali mi imamo izvesne putokaze.

Etnički turizam i turizam prirodnih lepota su razdvojeni i ovaj drugi se odnosi na turističke interese koji su u najvećem broju slučajeva u vezi s estetskim ili rekreacionim mogućnostima ili osobinama neke sredine. Treba reći da je malo verovatno da bi veći broj turista mogao biti privučen u neku zaista negostoljubivu sredinu bez obzira na to koliko egzotični ili zanimljivi bili ljudi-domaćini. Ipak, takve situacije postoje (u zemlji Eskima) i one obično dovode do smanjivanja razlika između gostiju i domaćina. Kao posledica toga, uticaj turista bi mogao da bude manje poveren nego u drugim primerima. Druge tipološke kategorije se same nameću: unutrašnji, domaći turizam nasuprot međunarodnom turizmu; „paket i programirani” turizam nasuprot pojedinačnom turizmu; turizam u turističkim područjima nasuprot turizmu „van utabanih staza”; religiozni nasuprot svetovnom turizmu; rekreacioni nasuprot edukativnom ili kulturnom turizmu; i masovni nasuprot elitnom turizmu. Ovim lista mogućih alternativa nije iscrpljena. Naprotiv, ona nagoveštava da su moguće različite zamene mesta navedenih kategorija. Turista često želi da do krajnjih granica obogati svoju dokolicu i putovanja. Njegovi motivi se, nema sumnje, odlikavaju u njegovim očekivanjima i ponašanju unutar konteksta domaćinske sredine.

Ovaj tekst mnoga pitanja ostavlja bez odgovora, a i nagoveštava i nova. Na primer, osim prilično očiglednih generalizacija u vezi s prednostima komunikacija, dostupnošću, smeštajem i reklamom, malo se zna o tome zašto turisti prave takve izbore kakve prave između jednog odlaska na put i drugog. Ili zašto italijanski, japanski ili

američki turisti smatraju interesantnim sasvim različita područja. Proučavanja različitih turističkih nacionalnosti i njihovih sklonosti za određena područja, vrste zabave, rekreacije, suvenire ili druge etničke grupe mogla bi da se svrstaju u tradiciju proučavanja nacionalnih karaktera ali bi mogla da se pokažu interesantnim i za istraživače u oblasti ličnosti i kultura.

Mislim da mi još uvek nemamo jasnu predstavu o tome kako turisti stvaraju stereotipe svojih domaćina, a imamo samo ograničene podatke o tome kako domaćini stvaraju stereotipe o njima. Nismo sigurni ni u to kako se oblikuju i razmenjuju statusni odnosi unutar grupa. Razumevanje ovih procesa moglo bi da osvetli simbolički sadržaj svake kulture naročito tamo gde zajednica-domaćin ima priliku da stvori stereotip i proceni predstavnike više od jedne nacionalnosti.

Ne sme se prevideti činjenica da su neke zajednice domaćini i same multietničke i predstavljaju pluralističku kulturnu sredinu za turiste. Za ovakvo stanovništvo se, logično, može očekivati da različito reaguje na turizam, pozitivno ili negativno, ili da jedan ili više segmenata multietničke zajednice profitiraju ili trpe na račun drugih. Na primer, turizam vrši invaziju na Surinam, koji se nalazi na pragu sticanja nezavisnosti od Holandije. Koji će narodi time dobiti, a koji izgubiti: crnci koji žive u šumama, ili Istočnoindijci, ili crnci koji žive u gradovima, Kreoli ili Holandani — i koji od njih će donositi odluke u vezi s pravcem razvoja turizma?

A šta je s onim zemljama koje su već sada orijentisane na turizam kao glavnu ekonomsku aktivnost; šta s onim vladama čiji su budžeti vezani za neprekidne prihode od turizma i s onim zajednicama koje su napustile svoje tradicionalne šeme života kako bi mogle da se pojave na turističkom tržištu.

Neka od ovih pitanja navode nas da zajednički razmotrimo probleme primenjene antropologije i antropološke etike.

Oni koji su upoznati s Foksovim (Fox)²⁾ projektom „akcione antropologije” i primenjenim kooperativnim programom razvoja Kornel-Vikos (Cornell-Vicos), znaju da antropolozi mogu da učine neke stvari kako bi pomogli ljudima da učvrste svoje ciljeve i pronađu načine kako da dođu do njih. Oni antropolozi koji žele ili smatraju za potrebno da se umešaju i intervišu u ime blagostanja ljudi koje proučavaju, moraju imati na umu da se promene u lokalnoj zajednici

²⁾ Fox, M. *The social impact of tourism — a challenge to researchers and planners*, u: *A new kind of sugar: tourism in the Pacific*, B. R. Finney i K. A. Watson, eds. Honolulu: East-West Culture Learning Institute, 1975. pp. 27—47

češće prihvataju ili odbacuju u jednom širem kontekstu. Turizam je mnogo češće *uzrokovano* nego slučajno, i u početku ga potencijalni domaćini mnogo češće prihvataju nego što ga odbacuju, pa se iz ekonomskih razloga na nivou vlada on unapređuje i ne vodi se računa o dugoročnim efektima od kojih može doći na nivou zajednice. Nadam se da antropolozi mogu da uoče glavne ekonomske, društvene i političke nejednakosti do kojih može doći sa razvojem i unapređenjem turizma i da mogu da se bore protiv tih nejednakosti preko svojih profesionalnih udruženja i kao pojedinci. Oni čak mogu profesionalno da pružaju pomoć zajednicama i vladama da bi se na najpozitivniji način ostvarili zajednički dogovoreni ciljevi. U svakom slučaju, moralno je, a verovatno i poželjno, da antropolozi, ukoliko im se pruži prilika, daju logičke alternative turizmu kao sredstvu ekonomskog razvoja.

Razum, međutim, nalaže da antropolozi pruže otpor iskušenju da osude turizam kao preterano nametljiv, kao eksploatatorski i kao dekulturnativan. Ko smo mi da kažemo da poboljšani putevi, postrojenja za prečišćavanje vode i elektrifikacija unutrašnjosti kao posledice razvoja turizma, nisu isto tako dobro došli poljoprivrednicima i zanatlijama kao što su njihovim vladama i turistima. Na sadašnjem stupnju našeg znanja teško je pokazati da je turizam kao takav jedino destruktivan ili rđav. U nekim slučajevima on može biti najbolja alternativa koja stoji na raspolaganju nekoj zajednici ili zemlji. Ali on se, takođe, može pokazati kao destruktivan za prirodne ili ljudske lepote.

Kao antropolozi mi se ne bismo ponašali moralno kad ne bismo otkrivali ili iznosili na videlo obeležja lažne kulture i stvaranja ljudskih rezultata ukoliko do njih dođe. Takođe se moramo odupirati iskušenju da meštane smatramo nesposobnim da se prilagode i asimiliraju u promenljivom svetu. Prema njima se ne možemo ponašati kao prema domaćim ljubimcima u antropološkim rezervatima.

Ostaje kao istina da većina turista u današnjem svetu predstavlja „one koji imaju”, a da mnoge lokalne zajednice ili zemlje predstavljaju relativno „one koji nemaju”. Izvestan broj politički oštroumnih antropologa zapazio je da programi modernizacije i industrijalizacije u zemljama u razvoju, koje najčešće primaju pomoć od zapadnih zemalja, često pogoršavaju svoj *status quo* time što bogatiji postaju još bogatiji, a siromašni još siromašniji. To su neki suštinski međunarodni problemi koji nisu neposredno rešivi u čisto antropološkom smislu. Navodim ovu dilemu samo da bih izneo mišljenje da u ekonomskim razmenama između turista i meštana — iako prevoznici, turističke agencije i vlade mogu da ostvaruju

ogromne zarade — novac koji turisti troše na kupovinu i na usluge na nivou lokalne zajednice, na pijacama, bazarima, plaćajući taksije ili trošeći novac u tavernama, na obroke i bakšise, može dovesti do većeg prosperiteta i uspona standarda članova lokalne zajednice nego što bi to bilo moguće na bilo koji drugi način tokom njihovih života. Uz opasnost od preteranog uprošćavanja, iznosim mišljenje da je u ovom slučaju reč o jednom obliku onoga što antropolozi nazivaju redistributivnim ekonomskim sistemom. To jest, novac koji troše turisti je višak novca koji preraspoređuje međunarodna elita u sredini onih koji imaju male mogućnosti da sami proizvode ove viškove. Ne mora svako da ideološki odobrava ovaj sistem ali on se može opisati unutar konteksta ekonomske antropologije.

U zaključku; turizam može biti nov kao objekat naučnog proučavanja, ali se za sada s njim može postupati u okviru tradicionalnih metoda i teorija antropoloških istraživanja, a korist od primene novijih i suptilnijih modela dobiće se kada se bude stekao dovoljan broj podataka i rezultata istraživanja.

(Preveo s engleskog ĐORĐE PUTIĆ)

