

5. Luis Turner i John Ash:

ZLATNE HORDE - Međunarodni turizam i periferija zadovoljstva

*Odabrana poglavlja iz knjige: Luisa Turnera i Johna Asha: The Golden Hordes:
International Tourism and The Pleasure Periphery, London, Constable, 1975.*

Putovanje bez vizije

Za turizam treba reći da je samo jedan, prilično nedjelotvoran način stjecanja uvida u funkcioniranje drugih društava. Za oblikovanje gledišta ljudi prema međunarodnim pitanjima mnogo su važnija stajališta koja izražavaju vlade i masovni mediji nego turizam. Ako uzmemo primjer američko-kineskog popuštanja, čovjek pomišlja na to da su se i službena i privatna gledišta američkih građana prema Kini promijenila praktički preko noći. To je bila revolucija u stajalištima koju je predvodila Bijela kuća i koju su brzo preuzeli mediji. Na mjesto stereotipne predodžbe o crvenoj opasnosti s Istoka došla je predodžba o golemoj, tajanstvenoj, relativno miroljubivoj civilizaciji čiji su komunistički nasljednici, kako se činilo, znatno blaži i snošljiviji nego što se na Zapadu mislilo prije, pod utjecajem propagande. Turizam nije igrao nikakvu ulogu ni u stvaranju ni u razbijanju tih stereotipova, iako će sadašnji dopušteni ograničeni val turista, bez sumnje, u tijeku vremena dovesti do djelomične promjene slike o Kini.

Nitko točno ne zna što se događa u glavama turista. Čini se da do sada praktički nije bilo pouzdanih ispitivanja o tome kako putovanje zapravo mijenja njihovo viđenje svijeta i drugih ljudskih bića. Jedno se istraživanje bavilo pitanjem utjecaja putovanja na američke biznismene. Značajno je da se pokazalo kako su postajali svjesniji gledišta stranaca, no poslovni ljudi koji su najviše putovali po svijetu, a bili su većinom totalno konvencionalni republikanci, i njihova su gledišta bila bliska prihvaćenim nacionalnim gledištima. Svijest o gledištima drugih nacija nije značila i njihovo prihvaćanje, što su autori objasnili: "Kao i većina naših kolega, očekivali smo da će turizam liberalizirati... Prevarili smo se"¹⁶⁵.

Međutim, socijalna bi nas psihologija morala upozoriti na to da ne očekujemo previše. Postizanje punog, otvorenog razumijevanja između turista i njihovih domaćina po mnogo čemu je isto tako teško kao i postizanje snošljivosti unutar odnosa opterećenog rasnim predrasudama. U oba slučaja (jedna će strana biti bogatija ili povlaštenija od druge) strane će se međusobno promatrati kroz prizmu uhodanih stereotipa. Budući da je literatura o psihologiji turista oskudna, ovaj proces ćemo razumjeti ako ga usporedimo s mijenjanjem rasnih stereotipa. I to zahvaljujući Gordonu Allportu koji je razvio "teoriju kontakta", kojom je pokušao objasniti kako se predrasude mogu razbiti. On je ustvrdio da se one najlakše uklanjaju kad većinske i manjinske grupe zajedno rade na ostvarenju zajedničkih ciljeva i pritom imaju isti status. Od velike je koristi kad lokalna društva ili zakoni pospješuju takvo druženje. Ključ je dakle, u tome da obje strane uoče zajedničke interese i da spremno priznaju kako im je zajedničko to što su ljudska bića.

Nevolja je u tome što većinu turista ta vrsta dodira ne zanima. Oni plaćaju novcem za to da bi ih služili; ogromna većina njih uopće ne želi upoznati svoje domaćine, a čak i onda kada to žele, postavlja se objektivna poteškoća zbog ograničene mogućnosti da se za dva tjedna upozna netko tko govori drugim jezikom. Zbog toga je njihovo viđenje lokalne stva-

¹⁶⁵ Bauer et al., *American Business and Public Policy* (1963.), str. 171; v. također Pool et al., "The influence of foreign travel on political attitudes of American businessmen" (1956.).

rnosti površno i puno predrasuda isto kao što će i lokalni stanovnici sa svoje strane biti sumnjičavi prema turistima. Psihološki bi bilo najlakše kad bi obje strane odustale od pokušaja obostranog razumijevanja i kad bi prihvatili standardne uloge u turističkoj privredi, kao što su uloga "turista", "lokalnog šankera" itd. Jedan analitičar to shvaća kao neizbježan rezultat komercijalizacije turističke privrede¹⁶⁶, ali riječ je zapravo o obrambenoj reakciji sličnoj onoj kakvu nalazimo u svakom društvu u kojem se ljudi nalaze u cijelom nizu površnih, slučajnih odnosa. Na primjer, gradski stanovnici imaju cijeli niz rituala kojima izbjegavaju smisleni doticaj s ljudima s kojima se u danom trenutku voze u istom autobusu ili liftu; uloga "neznanca" dopušta ljudima da razgovaraju o određenim trivijalnostima, kao što je vrijeme, ali zabranjuje svaki razgovor koji bi mogao dovesti do zadiranja u nečiju privatnost. Tako se ispostavlja da s prijelazom s individualnog na masovnog turista, prelazimo iz situacije u kojoj turista prihvaćaju kao pravog gosta (što znači da on ima priliku za značajnu interakciju s lokalnom zajednicom) u situaciju u kojoj on postaje formalni "turist", što onemogućuje sve odnose, osim komercijalnih odnosa. Pritom su međusobno razumijevanje i istinska kulturna interakcija potpuno izgubljeni.

Čak i analiza napisa o putovanjima iz šesnaestog stoljeća potvrđuje ovo pesimistično shvaćanje razumijevanja koje donosi turizam. Jedno se istraživanje bavilo prvom velikom erom putovanja - erom u kojoj su nasljednici Marka Pola, Kristofa Kolumba i portugalskih moreplovaca plovili svijetom tražeći morski put do Kine. Izvještaji o njihovim pothvatima dobro su se prodavali, i tiskari su shvatili kako su knjige s opisima putovanja isto tako popularne kao religiozni traktati. Međutim, svi su ti izvještaji bili puni grubih predrasuda. Istraživači su većinu domorodaca, na koje su nailazili, smatrali bičima vrijednim prezira opisujući ih kao tamnopute (što je već obilježje roba), gole (znak zaostalosti) i očigledno anarhične (samo su Montaigne i franjevački misionari shvatili da čak i oni koji se doimaju kao divljaci mogu imati odgovarajuće društvene strukture). Začudujuće je kako su ti početni stereotipi prevagnuli kasnije, u idejama slijedećih stoljeća. Čovjek je čak sklon sumnji da su predrasude ranih putnika unaprijed odredile očekivanja njihovih nasljednika, možda čak sve do današnjeg dana, kao što piše autor: "Ostaje začudujuća činjenica da su europski narodi naposljetku pokorili ili podvrgli svojoj kontroli mnoge od zemalja koje su istraživali u doba otkrića. Prvi dojmovi koje je stekla Europa gledajući strani svijet postali su trajni i postali stalni dio etosa zapadne kulture".¹⁶⁷ U tim je danima bilo vrlo malo putnika koji su se trudili da se udube u lokalne zajednice što su ih otkrili. Čovjek se pita je li se uopće išta promijenilo. Turizam igra određenu ulogu u svjetskim zbivanjima onda kad odredište ima za turista simboličko značenje. Čovjek odmah pomišlja na "etničko tržište" - na iseljenike koji odlaze na sentimentalna putovanja u zemlju svojih otaca. Ranije smo spomenuli kako vlade istočne Europe svjesno jačaju veze sa zajednicama svojih sunarodnjaka izvan svojih granica. Jedan od njihovih ciljeva jest taj da nagovore te zajednice da djeluju kao prijateljski naklonjene grupe za pritisak na vlade zemalja-domaćina kad god se pojave pitanja relevantna za njihovu domovinu. Izraelci su osobito svjesni važnosti dijaspore i to naročito židovske zajednice u SAD. Što se više takvih Židova izvan Izraela podstiče da posjećuju Izrael, to će više, vjeruje se, pružati materijalnu i političku potporu Izraelcima. Ako pogledamo

¹⁶⁶ Bryden (1973.), str. 94-5.

¹⁶⁷ R. G. Cole, "Sixteenth-century travel books as a source of European attitudes toward non-white and non-western culture" (1972.), str. 67.

američku politiku prema Izraelu, vidimo kakav utjecaj ima snažna kohezija židovske zajednice na pitanja koja se tiču Izraela. Naravno, turizam je za Izrael djelomočno prava komercijalna djelatnost, ali isto tako i politička koja je od vitalnog značenja za dugoročnu sigurnost izraelske države.

Međutim, turistička privreda jača i muslimanski svijet. O islamu se na Zapadu informira začuđujuće malo, ali on je rašireniji nego što misli većina promatrača, i jedna je od vrlo malobrojnih svjetskih religija koja doista širi svoj utjecaj. Na dalekom istoku, su i Indonezija i Malezija izrazito muslimanske zemlje; islam još uvijek predstavlja snagu u nekim dijelovima bivšeg Sovjetskog Saveza; štoviše, njegov se utjecaj sada širi na jug od Sahare u Crnu Afriku, u zemlje kao što su Nigerija, Uganda i Kenija. To je jedan od važnih čimbenika koji objašnjava zašto je ogromna većina afričkih vlada 1973. podržala Arape u arapsko-izraelskom sukobu.

Jedan od stupova islama jest hadž, sveto hodočašće u Meku, na koje svaki Musliman dobra zdravlja i koji to može priuštiti, treba ići barem jedanput u životu. Najveću korist od tih hodočašća ima Saudijska Arabija, i računa se da je na hadž, koji je 1974. pao u siječnju, došlo najmanje 1,5 milijuna ljudi, od toga 600.000 izvan granica Saudijske Arabije i njezinih najbližih susjeda. Saudijska vlada mnogo troši na poticanje dolazaka hodočasnika, a zahvaljujući novcu koji u zemlju stiže od prodaje nafte, ona može dopustiti da sve to radi u velikom stilu. Utrošeno je 20 milijuna funti za proširenje aerodroma Jeddah kako bi se moglo prihvatiti 20 zrakoplova na sat, koliko ih se spušta na aerodrom na vrhuncu hodočasničke sezone. Također su utrošeni milijuni funti na hotele i medicinske objekte.

I tako hadž cvjeta. Broj hodočasnika svake godina naglo raste. Kako se bogatstvo širi islamskim svijetom, sve više mladih muslimana ide na hodočašće. Preporod hadža zapravo je jedan od velikih simboličkih događaja našega vremena. Razvoj zračnog prometa omogućio je masovni prijevoz vjernika, tako da je prvi put znatan broj vjernika imao priliku doći do Meke iz dalekih islamskih krajeva kao što su Daleki istok i zapadna Afrika. Tako hadž postaje glavna koheziona sila unutar islama u vrijeme kad je arapsko-izraelski sukob u središte pažnje doveo sve čimbenike koji bi mogli utjecati na ishod te borbe. To, u najmanju ruku, znači da je Arapima zajamčena čvrsta diplomatska potpora brojnih nearapskih, islamskih zemalja širom svijeta. On bi također mogao biti objedinjujuća snaga, koja će arapske proizvođače nafte držati na okupu u njihovim pregovorima s ostatkom svijeta i tako "naftno oružje" učiniti dugoročnom političkom snagom na međunarodnoj pozornici.

Izuzevši malobrojne iznimke, turisti još nisu pravi građani svijeta. Većina njih odlazi na odmor na svom vlastitom kontinentu. Ako i otputuju u inozemstvo, drže se prilično konvencionalnih odredišta (na primjer, stanovnici Sjeverne Amerike rado odlaze na odmor u Europu). To ukazuje na donekle ograničeni vidokrug i na to da turizam još nije značajan čimbenik svjetske integracije. S druge strane, kad god turisti putuju, čini se da uspijevaju barem djelomično slomiti lokalne nacionalne podjele. Kako im samopuzdanje raste, oni žele sve veću slobodu da bi vidjeli što više od određenog područja. Nauče se koristiti lokalnim vlakovima i avionima; unajmljuju automobile i uključuju se u aranžmane koji obuhvaćaju više od jednog odredišta. I što je najvažnije, ne žele biti ograničeni nacionalnim granicama. Ako su potrošili nekoliko stotina funti leteći preko Atlantika radi posjete Parizu, onda također žele biti u stanju bez velike strke otputovati preko La Manchea da posjete London. Turisti koji su došli u posjet južnoj Španjolskoj, iznenada shvate kako se za kratko vrijeme

može doći brodom do Maroka, i ne žele da ih službene formalnosti spriječe da otplove do Tangera ili Marakeša.

Ovaj trend posjećivanja nekoliko turističkih odredišta prisilio je vlade da međusobno suraduju kako bi omogućile maksimalan priljev strane valute. Na primjer, Maroko i Španjolska spremaju se donijeti plan suradnje na području turizma. Oni bi surađivali na području promocijalne literature, s brošurama u kojima bi bili navedeni festivali u obje zemlje. Razmjenjivali bi radionice za proizvodnju ruketvorina, a počeli su razgovarati i o osnivanju zajedničke transportne kompanije koja bi ih povezivala.¹⁶⁸ U isto vrijeme marokanski ministar za turizam također se pridružio svojim kolegama iz drugih dviju sjevernoafričkih zemalja, Tunisa i Alžira, i s njima osnovao Turističku konfederaciju Magreba.¹⁶⁹ U Aziji postoji organizacija za unapređivanje turizma koja obuhvaća pet nacija: Indoneziju, Maleziju, Filipine, Singapur i Tajland.¹⁷⁰ Na Karibima postoji Karipsko turističko udruženje koje pomaže prodaju turističkih aranžmana za cijelu regiju, a na Pacifiku postoji udruženje pacifičke regije. Skandinavske su vlade osnovale sličan zajednički odbor koji će rješavati probleme njihovih regije. U Francuskoj i Španjolskoj baskijska manjina, koja živi s obje strane Pirineja, potiče zajedničko reklamiranje baskijskih gradova San Sebastiana u Španjolskoj i Biarritza u Francuskoj. U istočnoj Africi, vlade Kenije, Tanzanije i Ugande razvile su regionalne turističke rute, iako događaji u Ugandi i Tanzaniji sada tjeraju Kenijce da na tome rade samostalno. U najambicioznijim slučajevima implikacije takvih događaja mogu se proširiti u vizionarsku ideologiju. M. Robert Lonati, generalni direktor najvećeg međunarodnog turističkog tijela, IUOTO, održao je mnogo govora u kojima je zahtijevao okončanje nacionalističkog planiranja tražeći da se ono zamijeni "geoturističkim" ili regionalnim pristupom. On na Mediteranu vidi tri različita bloka moći: Europu, Afriku i Srednji istok, i tvrdi: "Umjesto da na Mediteran gledamo kao na tri različita područja, što je politički koncept, rado bismo na njega gledali kao na jedno područje, što je geoturistički koncept".¹⁷¹

Dakle, nema sumnje, da je službena ideologija turizma internacionalistička i koja zahtijeva uklanjanje nacionalnih granica svugdje pred nazočnim turistima. To zaslužuje divljenje, osobito onda ako se sjetimo nevolja koje je slijepi nacionalizam izazvao u prošlosti.

Međutim, opasno je tjerati ovaj argument predaleko. Turizam je samo jedan od načina uklanjanja nacionalnih granica. Na primjer, može se tvrditi kako međunarodna trgovina međusobno povezuje zemlje daleko čvršće nego što se turizam ikad može nadati da će to postići. Kako bi samo turisti ikad mogli stvoriti takvu međusobnu zavisnost kakvu je stvorila nafta između Srednjeg istoka i industrijaliziranog svijeta? Može se također tvrditi da se međunarodne napetosti mogu ukloniti bez turizma. I da, na koncu, živimo u McLuhanovu globalnom selu i da nema razloga zašto netko, kome su dostupne dobre novine, knjige, radio i televizijske emisije o svjetskim zbivanjima, ne bi imao mnogo jasniju predodžbu o tome što se događa širom svijeta nego golema većina turista.

¹⁶⁸ Le Matin (5. kolovoza 1972.).

¹⁶⁹ Daily Star (28. srpnja 1972.).

¹⁷⁰ Travel Trade Gazette International (17. siječnja 1972.).

¹⁷¹ Travel Trade Gazette (11. svibnja 1973.).

I doista, slijedeći bi korak bila tvrdnja da je turizam zapravo nešto loše jer da je to novi oblik kolonijalizma, u kojem se bogati šire po siromašnijim zemljama u potrazi za područjima koja su ugodnija od onih u kojima žive. Kao što veli George Young: "Spektar turističkih zemalja mnogo je širi nego spektar zemalja iz kojih dolaze turisti. Dvije najpopularnije turističke zemlje (Kanada i Španjolska) primaju oko 25 posto turista na turističkom tržištu, dok iz dvije zemlje koje daju najviše turista dolazi oko 40 posto turista. Zbog toga međunarodni turizam predstavlja raspršenje, a ne koncentraciju ljudi".¹⁷² Nešto konkretnije rečeno, turizam je geografsko raspršenje bogatih.

Budući da domaće stanovništvo slijedi turiste, suočeni smo s globalnom potragom za privlačnom zemljom koja se ni po čemu ne razlikuje od svjetske potrage za zlatom, uranom, naftom ili nekim drugim dragocjenim resursom. Kako se ta zemlja traži u državama Trećeg svijeta (nerazvijene zemlje i zemlje u razvoju), suočeni smo s oblikom ekonomske eksploatacije koji se neznatno razlikuje od eksploatacije iz prethodnih desetljeća. Ako su prošle generacije stvorile enklave za vađenje nafte, rudače ili uzgoj kaučuka, naša je stvorila turistička mjesta koja su, u mnogim slučajevima, isto tako irelevantna za dugoročni razvoj dotičnih zemalja.

Turizam je u osnovi samo još jedna migracija tako da smo izuzetno skeptični prema pretpostavci da je danas svijet u takvoj fazi da turisti i domaće stanovništvo mogu miroljubivo koegzistirati u tijeku nekog dužeg vremenskog razdoblja. Masovni turizam je još uvijek nova industrija koju zemlje domaćini još ne razumiju u potpunosti, ali nema razloga zašto bi, u krajnjem, morale biti sretnije zbog toga što primaju horde bogatih, bijelih stranaca nego što su Amerikanci ili Europljani koji su domaćini siromašnim, obojenim doseljenicima. Može se činiti da su turisti bogatiji i da je njihov boravak privremen tako da na početku uživaju prijateljski doček, ali zapaža se kako politički pritisci rastu. Turistička privreda zahtijeva najprivlačnije područje neke zemlje, ali kako dugo mogu domaćini to trpjeti. Kakva će građanska prava imati domaće stanovništvo? Mogu li bogati bijelci zaista miroljubivo živjeti u pretrpanim društvima u kojima prevladavaju siromašni obojeni, kao na primjer na Karibima? Kakve su vrste političkih ustupaka domaće vlade spremne napraviti po želji turističke privrede? Što se događa s međunarodnim razumijevanjem kad se turisti ogriješe o neobične lokalne zakone i običaje? Što se događa kad grupe domaćih nezadovoljnika odaberu turiste kao žrtve?

U najboljem slučaju, turizam je ozbiljna korozivna snaga. Istini za volju, ne treba se previše zabrinjavati zbog poteškoća koje on stvara u industrijaliziranim zemljama kao što su Britanija i Francuska čije su vlade dovoljno jake da turizam i njegov utjecaj podvrgnu kontroli, ako se već na to odluče. Međutim, Treći svijet je nešto drugo. Mnoge od zemalja Trećega svijeta još se uvijek bore da prevladaju klasne i rasne probleme koje su im ostavile u nasljeđe prijašnje generacije imperijalista kad su prvobitno stanovništvo prekrile slojevima afričkih robova, zatim indijskih i kineskih najamnih radnika. Turizam će pogoršati već izazvanu štetu tako što će tim duboko podijeljenim društvima dodati još jedan etnički (i to povlašteni) sloj. Ma kakve bile neposredne ekonomske koristi, buduće generacije će nas zbog toga proklinjati. Može se činiti da je turizam nešto bezazleno, ali njegov je utjecaj razjedi-

¹⁷² G. Young (1973.), str. 54.

njujući, dalekosežan i dugoročan. Turist je uključen u ništa manje nego u ponovno pisanje gospodarske i političke geografije svijeta.

Lotofazi

Bavljenje turizma s kulturom općenito je površno. Pa ipak, turizam zainteresiran za kulturu i antikvitete svakako ima svoje dobre strane; on se vidljivo trudi da nešto razumnije i cijeni, i nije puki romantični eskapizam. On još uvijek može obrazovati zato što u svom najvišem obliku nastoji sagledati i shvatiti podrijetlo i razvoj kultura. Postoji mnoštvo anegdota o neosjetljivosti turista, ali postoje i turisti koji doista pri posjetu drugim kulturama ili promatranju spomenika prošlih kultura dolaze do novih gledišta prema povijesti. Može se dogoditi da nova svijest o složenostima i poteškoćama prošlih i stranih kultura usmjeri misli turista prema složenostima i poteškoćama njegove vlastite kulture. Iako se visoko industrijalizirani oblici turizma tome možda opiru, to još uvijek predstavlja mogući aspekt turističkog putovanja.

Kultiviranje etničkog i drevnog (bilo u obliku idiličnih tropskih kultura ili nenaseljenih pustoši Islanda ili životinjskih carstava Afrike) spada u negativnu mitologiju. Malo je gradskih stanovnika koji bi istinski uživali u starinskom ili zemljoradničkom načinu života, a ipak se navodna skladna jednostavnost primitivnijih kultura često spominje kao poželjna alternativa našoj vlastitoj urbanoj kulturi. Naši sociolozi, liječnici, psiholozi, filozofi i antropolozi (a neizbježno i autori ove knjige) beskrajno pričaju o stresu, otuđenju i trovanju okoliša u našim gradovima. Uzimamo pravo na terapijski bijeg, ali je li pritom dovoljno uzimamo u obzir stresove koje može izazvati klaustrofobičnost i izolacija malih, primitivnih zajednica? Možda su naši gradovi u krizi, ali zato grad nije u biti pokvaren, dekadentan i zagaden. Kad bismo na gradske krajolike reagirali u istoj mjeri u kojoj reagiramo (ili tvrdimo da reagiramo) na seoske, možda nam gradovi ne bi bili u takvom stanju. Što više (u mašti i fizički) bježimo prema prirodi i jednostavnosti, to će se više kriza pogoršavati.

*Naši gradovi propadaju a naši strojevi izmiču kontroli zato što se naši građani ne have pitanjem kako ovladati strojevima i koristiti ih za to da gradove učine efikasnijima i lijepima...*¹⁷³

Opći standardi urbanog projektiranja u Europi i Americi 19. i 20. stoljeća su grozni. Za razliku od toga, osamnaesto je stoljeće kultiviralo grad kao umjetnički oblik. To je bila posljedica nametanja reda prirodi.

Pejzaži slikara 18. stoljeća (osobito radovi velikih francuskih slikara Poussina, Claudea i Watteaua) obično su pejzaži s likovima, pejzaži s ruševinama, to jest, pejzaž s ljudskom dimenzijom i značenjem. Pretjerana odbojnost koju su osjećali prema alpskoj "divljini" nama se može činiti apsurdnom, ali obožavanje divljine i divljeg koje ju je zamijenilo više je nego apsurdno: to je napuštanje racionalnosti i negacija civilizacije (osobito dostignuća prosvjetiteljstva osamnaestog stoljeća). U Wordsworthovoj pjesmi *Michael* priroda se opisuje kao posebno obitavalište vrline i mudrosti, a grad kao izvor svega ljud-

¹⁷³ Brophy (1966.).

skog zla. Ovaj se mit pokazao kao strašno zarazan, gotovo kao opijum naroda. Industrijska je revolucija stvorila probleme koji se nisu mogli riješiti unutar postojećeg društveno-političkog okvira Europe, a nakon traumatičnog iskustva francuske revolucije, društvena je revolucija bila alternativa koju buržoazija i aristokracija nisu mogle razmatrati. Shodno tome, grad se više ne shvaća kao umjetnički oblik, nego kao nužno zlo. Srednja klasa seli iz gradskih središta u sve udaljenija predgrađa (i time narušava prirodu koju toliko obožava). Njezina arhitektura predgrađa je fantastična arhitektura: pseudogotičko-tudorsko-rustikalna, koja je prethodila Hiltonovom folklorističkom unutrašnjem dekoru.

Kult prirode je način izbjegavanja odgovornosti; naša narušena, otuđena psiha ne može podnijeti težinu civilizacije koju smo (podrazumijeva se) naslijedili ne svojom krivnjom. U "sedamdesetima" je bio potreban zajednički napor mašte i intelekta da se grad ponovo sagleda kao 'jedna od velikih neophodnih institucija civilizacije' i da se civilizacija sagleda kao 'sredstvo za koncentraciju ljepote i prenošenja ljepote kao nasljedja'¹⁷⁴. Mi smo oslobođeni tog napora zato što turizam ugađa svim našim fantazijama o povratku u "djetinjstvo" u seoskoj zajednici, koje nikada nije postojalo, i u "prirodno stanje" koje nikada nije postojalo. Turizam je industrijalizacija lažne mitologije, a njen je utjecaj jednako dubiozan i na zemlje iz kojih dolaze turisti i na zemlje domaćine.

Najdojmljivije slike čovjekova prijašnjeg idiličnog prirodnog stanja smještene su na otocima: u domovini plemenitog divljaka, prvobitnim lokacijama rajskog vrta. To su u pravilu mediteranski ili tropski otoci, a mitologija koja ih okružuje uglavnom je seksualna. Odisej je sreo sirene na Thasosu, a na drugim otocima (koji se ne mogu točno identificirati) - čarobnicu Kirku i nimfu Kalipsu. Vrijeme koje je proveo s Kalipsom bilo je idilično; vrijeme koje je proveo s Kirkom uključivalo je seksualno poniženje simbolizirano preobražajem njegovih prijatelja u svinje. Na otoku Lotofaga naišao je na preteče djece cvijeća. Lotofazi su se držali svoje neobične hrane i živjeli u stanju stalne blažene opijenosti; oni članove Odisejeve posade, koji su jeli lotos, morali su biti prisiljeni da napuste otok. U Odiseji je to tek kratka epizoda, ali Tennyson ju je proširio u dugu poetsku idilu, punu sjete i prožetu čeznutljivošću, smještenu u zemlju gdje se "činilo da je uvijek poslijepodne". U "korskoj pjesmi" Odisejeva posada zaboravlja vanjski svijet; zaboravlja svoje dužnosti prema obitelji i državi i duh im se vraća u djetinjstvo da "ponovo živi u sjećanju (s onim starim licima našeg djetinjstva)". "Lotofazi" ostaje jedna od najpopularnijih engleskih pjesama 19. stoljeća, a sada se u određenoj mjeri ta idila može i *doživjeti* - iako uz mnogo više sunčanja i manje "otmjene sjete". Rašireno je prilično uvjerljivo objašnjenje da je otok Lotofaga zapravo Djerba - otok blizu obale Tunisa, koji se čvrsto ukorijenio kao sastavni dio turističke rute po sjevernoj Africi. Nema sumnje da postoje turisti kojima je, kao članovima Odisejeve družine, teško napustiti Djerbu i njen spokojni krajolik s palmama i netaknutim žalima (ali je isto tako vjerojatno kako će nekim turistima ostvarenje tog ideala biti strašno dosadno).

Propagandni stručnjaci Djerbe brzo su iskoristili legendu o Lotofazima - bilo bi doista teško naći uglednije autore reklamnog teksta nego što su Homer i Tennyson. Istosu tako turističke vlasti Seišelskih otoka objeručke prihvatile tvrdnju generala Gordona da je na njihovim otocima bio rajski vrt - bez obzira na to što se u biblijskim opisima protjerivanja iz raja ne spominje putovanje morem. Ako je vjerovati turističkoj literaturi, svi su Karipski

¹⁷⁴ Ibid.

otoci "rajevi". Bali, Seišeli i južnopacifički otoci - svi su "otoci ljubavi"; navodni "promiskuitet" ili "permisivnost" njihovih stanovnika postali su jedan od glavnih mamaca u prodaji - koju službene vlasti prešutno toleriraju. Jezik njihovih reklama otvoreno je seksualan; one pozivaju turiste da dopuste da budu *zavedeni*; pozivaju ih da uživaju u "neiskvarenoj ljepoti" otoka "s posebnim zadovoljstvom posjedovanja". Tako se tropski otoci nude muškim šovinistima sa Zapada kao mjesto za provod. Nema sumnje da ima mnogo frustriranih zapadnjaka koji bi željeli oponašati junački primjer Alexandera Harea, koji je u 19. stoljeću zauzeo nenaseljeni atol Cocos Keeling, povevši sa sobom vlastiti harem od četrdeset žena. Na tisuću kilometara nije bilo drugih muških takmaca; on je svoj harem nazivao "svojim cvjetnjakom".

"Cvjetnjaci" koje nudi turistička industrija općenito su konvencionalno heteroseksualni. Međutim, postoje neki otoci s egzotičnim seksualnim mitologijama. Legendarna raskalašenost ostarjelog Tiberija sasvim je sigurno povećala turističku privlačnost Caprija. Po riječima Davida Divinea:¹⁷⁵ "Na fanastičnim suprotnostima seksa, sadizma i sunca šapćuće reklamne kampanje su u toku 150 godina izgradile građevinu slasnog i uzbudljivog skandala za modernog turista." Capri je mjesto gdje su, prema Tacitu, "izmišljena nova imena za tipove perverzije", a prema Svetoniju mjesto gdje su se "okupljali majstori za neprirodni blud" iz svih krajeva carstva. Kaprijsku tradiciju raskalašenosti i perverzije oduševljeno su oživjeli na početku ovoga stoljeća Kruppovi i miljenici cara Wilhelma II. U novije vrijeme povijesna tradicija poroka i pokvarenosti turistički se iskorištava na Haitiju. Promotori luksuznog turističkog kompleksa Habitation Leclerc, iznad Port-au-Princea, otvoreno tvrde da je njegova namjera da bude "najlascivnije i najdekadentnije mjesto na zemlji". Jedenje lotusa ovdje se pretvorilo u jedenje orhideja.

Habitation je još uvijek izuzetno mjesto; najjednostavniji je imidž koji privlači najviše ljudi. On je još uvijek u velikoj mjeri ideal izoliranog otočnog života - tj., bez oskudice (zahvaljujući plodnosti prirodnog okoliša) i bez seksualne krivnje. *To je turizam iz vremena prije pada*. Ljudi su nedužni, nesputani, ne znaju za seksualne poroke, ne znaju za novac ni politiku; oni su Rousseauovi "plemeniti divljaci". Njihovo je društvo, prije svega, društvo bez neuroza. Duboku privlačnost te mitologije na impresivan način otkriva uspjeh Cluba Méditerranée, koji taj nedužni život iz zlatnog doba pokušava konzervirati za modernog turista; turisti spavaju u kolibama, jedu zajedno na otvorenom - atmosfera je u znaku zajedništva i seksualne permisivnosti i, što je najvažnije, novac je zamijenjen kuglicama. Novac je prava zmijsa u rajskom vrtu dvadesetog stoljeća a kuglice Cluba Méditerranée očigledan su pokušaj egzorcizma bez gubitka profita. Umjetna idila Cluba Méditerranée izolirana je ogradom koja je okružuje. Izolaciju prototipova rajskih otoka Indijskog i Tihog oceana brzo okončava zračno putovanje. Čim se izgradi međunarodni aerodrom (na Baliju, otocima Fiji ili Tahitima), neki od najhirovitijih elemenata metropolitanske kulture brzo se uvode u društva koje su preživjela do našeg stoljeća samo zahvaljujući svojoj izolaciji.

¹⁷⁵ Divine (1972.).

Zabranjeno voće

Čini se mitološki odgovarajućim započeti ovaj pregled otočnog turizma sa Seišelima - nekadašnjim rajskim vrtom. Ovaj se mit usredotočuje na golemo sjeme ženske biljke palme coco-de-mer koje je, kao što se često tvrdi, nevjerojatno slično ženskoj zdjelici ili, po riječima generala Gordona, "trbuhu s bedrima". Nije nikakvo čudo da je viktorijanski vojnik zaključio kako je to bilo prvotno zabranjeno voće i da je palma coco-de-mer bila "drvo spoznaje". On je smatrao da je "drvo života" bilo krušno drvo, a oceansku izolaciju Seišela objasnio je upućivanjem na biblijski potop.

Čini se da Seišeli opravdavaju ono što (na grub način) sugerira coco-de-mer. Alec Waugh je rekao: "Nigdje na svijetu, osim na Tahitima, ljubavni osjećaji nisu manje ograničeni, i nigdje, pa čak ni na Tahitima, ne postoji takvo raznoliko mnoštvo dostupnih mladih djevojaka". Jedan je američki novinar ovako ocijenio šarm seišelskih djevojaka: "One imaju u sebi dovoljno francuskog da budu lijepo građene i dovoljno engleskog da imaju lijepe manire, dovoljno azijskog da imaju dah egzotičnog i dovoljno afričkog da se u njima osjeća zov divljine". Kao što se vidi iz ovog primjera rasnog stereotipa, na seišelske se djevojke uglavnom gleda kao na voće koje treba ubirati. Kako veli Douglas Alexander: "jedan je stariji stanovnik otoka, koji se žalio na lošu seišelsku poljoprivredu, nedugo rekao: 'Postoji jedno voće koje, hvala bogu, redovno uspijeva, a to su - žene.'"

Zanimljivo je da pored portreta kraljice Elizabete II na seišelskoj novčanici od 50 rupija stoji grupa palmi čije lišće bez ikakve sumnje tvori riječ SEKS. Čini se da je seišelsko stajalište prema seksualnosti sretno amoralno; da ne vrijede konvencionalna zapadna ograničenja seksualnih odnosa. Nezakonita djeca su česta, ne izazivaju nikakav skandal, a očinstvo se obično priznaje. Ako se brak raspadne, partneri stvaraju nove veze ne trudeći se da se razvedu od prvog partnera. U tom pogledu činilo bi se kako su izgledi za avanturističkog muškog šovinista dobri, ali, nažalost, na Seišelima se također nalaze neke od najtvrdokornijih vrsta veneričnih bolesti. Posjetitelj koji reklamnu poruku o "otocima ljubavi" shvati previše doslovno, možda će napustiti otoke s neželjenim suvenirima, kojeg će se kasnije teško riješiti. Isto tako možemo dovesti u pitanje etiku takve reklame s gledišta samih seišelskih žena - zato što ih je to pretvorilo u robu. Ništa nije štetnije za slobodne seksualne običaje od njihove komercijalizacije. Čovjek se pita koliko će vremena proći prije no što stanovnici Seišela i sami shvate tu komercijalizaciju svoje seksualnosti i počnu reklamirati svoj šarm i prodavati ga turistima (ako se to već nije dogodilo). Već postoje neki pokazatelji kako stanovnici Seišela počinju smatrati svoj turizam poniženjem i eksploatacijom. U veljači 1972. eksplodirala je bomba oštetivši jedan od najnovijih turističkih hotela na otočju. *Financial Times* je objavio slijedeći komentar: Smatra se da je eksplozija bombe, do sada najobiljnija na Seišelima, djelo političkih ekstremista koji su nedavno tražili da strani interesi napuste zemlju i zahtijevali okončanje turizma...

Seišelske vlasti gledaju na turizam kao na rješenje kroničnog problema platne bilance, ali su svjesne problema koje to uključuje. Guverner Sir Bruce Greatbach je rekao: "Pokušavamo izbjeći greške koje su učinjene u ostalom svijetu. Želimo kontrolirati i postupni razvoj koji će omogućiti otocima da budu autarkični." Naravno, apsurdno je tvrditi da industrija koja ovisi o stranim posjetiteljima i stranim poslovnim interesima može postati

"autarkična". Vlada i turizam zajedno održavaju sliku tropskog blaženstva, koja naivne turiste dovodi u opasnost i izravno prijeti autohtonom načinu življenja.

Erotski status Seišelskih otoka dobio je novi poticaj kad je 1974. na njima snimljen Pirellijev kalendar. Foto-modeli nisu djevojke sa Seišela, niti je seišelski krajolik u prvom planu, već je uglavnom ograničen na odraz palmina lišća u sunčanim naočalama jedne od djevojaka. U reklamnom tekstu na početku kalendara neizbježno se spominje "nevjerojatni" plod palme coco-de-mer.

Fina ravnoteža

Na Baliju je jaz između mita i stvarnosti mnogo dublji. Bali se naziva "otokom ljubavi", ali je Alexander Frater opisao balijsko društvo kao društvo "koje ima mnogo toga zajedničkog s talijanskim - oba su duboko konzervativna, religiozna i vezana snažnim obiteljskim vezama, koje je teško, ako ne i nemoguće, probiti". Neudane se djevojke pomno čuvaju; smatra se da je javno izražavanje osjećaja nepristojno. Postoji prilično velika seksualna sloboda među oženjenim i udanim stanovnicima odnosno stanovnicama Balija, ali uvijek treba biti diskretan i voditi računa o svom ponašanju. Jedno od najprivlačnijih obilježja balijskoga društva jeste to da ne postoji naglašena podjela na uloge, kako su one shvaćene na Zapadu. Na većini područja života, žene igraju jednaku ulogu a seksualna je diferencijacija jako prigušena. "Od religije do politike, ekonomije, rodbinske veze i odjeće, Bali je prilično "uniseks"-društvo, a tu činjenicu jasno izražavaju i njegovi običaji i njegov simbolizam."¹⁷⁶

Turističkom Don Juanu Bali pruža malo prilika. Njegova se kultura razvila u relativnoj izolaciji od ostatka svijeta i ima hijerarhijsku klasnu strukturu koja se temelji na spoju hinduističkog kastinskog sistema i polinezijskih titula prema rangu. Pridošlica, koji želi avanturu s balijskom djevojkom, mora biti beskrajno strpljiv i dovitljiv, a i fizički spretn, jer će ta spretnost možda biti stavljena na kušnju na neseksualnim područjima. Alexander Frater priča o iskustvu jednog Europljanina:

Povezali su me s tim tipom i nakon nekoliko susreta, u tijeku kojih sam mu morao ispričati sve o svom životu, a da i ne spominjem prihode, religiju, kulturne afinitete i politička uvjerenja, on je rekao da je sve u redu i da će mi nešto organizirati. Rekao je da će mi se javiti pismom. Naposljetku je pismo stiglo. U njemu je bio precizan plan kuće u koju sam morao otići točno u podne, zato što će tada u kući biti samo jedna stara tetka, čiju je sobu označio crveno. "Ta žena voli mlade muškarce", upozorio me je. "Idite na vršcima prstiju i kad se nađete u djevojčinoj sobi, gurnite ormar na vrata, tako da stara ne uđe. Krevet je okrenut tako da je uzglavlje kod prozora, s kojeg se dobro vidi cesta. Dok budete s djevojkom, gledajte kroz prozor, jer otac i ujaci uskoro dolaze na ručak. Ako vas vide, skočite kroz prozor (visina 2 metra), otrčite kroz bambusište, preko potoka i uzbrdo do hrama. Svećenik je moj prijatelj. Dajte mu cigarete pa će vas sakriti..."

¹⁷⁶ Geertz, "Deep Play" (1972.).

Čak bi i ovakva veza bila nešto izuzetno jer balijske žene općenito smatraju europske muškarce fizički skoro sasvim odbojnim, "grubima, dlakavima i neugodna mirisa".

Kao što se slažu čak i turistički prospekti, Bali - to nisu samo palme, plaže i lijepe djevojke. On ima svoju kulturu koja se, na prvi pogled, doima besprijekorno idiličnom, egzotičnom i živopisnom. Otok je "divna sinteza čovjeka i prirode", mjesto "ljupkosti, elegancije i forme, začarani vrt koji su u tijeku stoljeća pomno oblikovali umjetnici". Njegova skulptura, slikarstvo, drama, glazba i ples sačuvali su zadivljujuću čistoću i individualnost oblika. Kao što smo već rekli, on već dugo opčinjava europske intelektualce. Bali je bio omiljeno područje istraživanja antropologa Gregoryja Batesona i Margarete Mead, koji su ga posjetili potkraj tridesetih godina (u doba prvog turističkog buma na Baliju). Zahvaljujući tome zapadno akademsko znanje o balijskom društvu i kulturi prilično je veliko.

No to ne sprečava postojanje raširenih predrasuda. Egzotični, živopisni Bali doista postoji - sami stanovnici Balija imaju visoko razvijen smisao za slikovito (ako taj izrazito europski izraz smijemo primijeniti na tako drukčiju kulturu). Ali profinjena estetika i fina uravnoteženost stanovnika Balija postignuti su visokom psihičkom cijenom. Njihovo ustrajanje na ljupkosti i eleganciji izraz je njihove odbojnosti prema životinjskom u svim oblicima:

Iz tog razloga maloj djeci ne dopuštaju da pužu... Većina demona predstavljena je u skulpturi, plesu, obredu, mitu u nekom stvarnom ili fantastičnom životinjskom obliku... Ne samo velika mužda nego i jedenje smatraju se odurnom, skoro opscenom aktivnošću, koja se mora obavljati brzo i skriveno, zbog svoje povezanosti sa životinjskim. Iz tog razloga smatra se da je i padanje ili svaka vrsta nespretnosti isto tako loša... Stanovnici Balija osjećaju odbojnost prema životinjama te s mnogobrojnim psima postupaju ne samo grubo, nego i s fobičnom okrutnošću. ¹⁷⁷

U tim okolnostima nije čudno što je seksualnost predmet brižljive društvene kontrole, tako da stanovnici Balija svakog prosječnog muškarca za Zapada smatraju smiješnim i odurnim.

To potiskivanje životinjskog u čovjeku također može dovesti do groznih provala masovne histerije, kad kontrolu preuzmu brojni životinjski demoni koji obitavaju u mašti stanovnika Balija. Jedna takva provala histerije djelomično je odgovorna za zakašnjelo oživljavanje turizma na Baliju nakon drugoga svjetskog rata. Kad je 1965. indonezijski predsjednik Sukarno izgubio vlast, desna stranka PNI počela je sustavno istrebljivati komuniste na Baliju. Taj je politički motiv uskoro postao sporedan i ubijanje se nastavilo bez razlike. Počelo je "ubijanje u transu". "Pojedinci i grupe, u kojima su često bili i mali dječaci, odlazili su u "pohod" u ubilačkom transu, koji su izazvali sami, i na kojem bi svojim žrtvama obično prerezali vrat ili bi im batinom razbili lubanju." U posljednjoj fazi masakra uključila se vojska nizom masovnih pogubljenja. U početku 1966. užasna su zbivanja prestala isto tako naglo kao što su počela: zadovoljeni demoni vratili su se u svoje niše u psihi balijskih stanovnika. Ubijeno je negdje između 40 i 100 tisuća ljudi. Nakon stanke pune strave zakrpane su rupe od metaka, otvoren je hotel "Balijska plaža", i počeli su stizati turisti.

¹⁷⁷ Ibid.

Godine 1972. na Bali je stizalo četrdeset turista dnevno, a planirano je da se taj broj poveća na 400 na dan. Zapadni liberalni mislioci usredotočili su pažnju na prijetnju koju to predstavlja za balijsku kulturu. U izvještaju Svjetske banke iz 1972. naglašava se važnost "ekološkog i kulturnog utjecaja turizma" na Baliju, "gdje je jedna od najvećih turističkih atrakcija bogati kulturni život stanovništva. Ovdje je od presudne važnosti da se turistički hoteli i drugi objekti izgrade na odgovarajućim mjestima i da se protok turista regulira tako da se što je moguće više smanji remećenje svakodnevnog života ljudi."¹⁷⁸ Alexander Frater je zapazio "propadanje koje je već očito u slikarstvu i rezbarstvu, koje je nekada bilo namijenjeno hramovima a danas turistima". Mi bismo dodali da su na Baliju i turisti izloženi određenoj opasnosti. U turistu se stvara slika idilične i prijateljske kulture, ali lako je, na primjer, zamisliti reakciju prosječnog engleskog turista na ljude koji prema svojim psima postupaju s "fobičnom okrutnošću". Promotori koji Bali reklamiraju kao "otok ljubavi", morali bi imati na umu da su stanovnici Balija skloni napadima prolaznog ludila koje se zove "latah", a izazivaju ga "snovi puni opscenosti i eksplicitnog nasilja".

Međutim, ne želimo reći da zabrinutost Svjetske banke nije opravdana; već postoje znakovi da turizam "remeti svakodnevni život ljudi" na područjima koja su važnija od estetskih vrijednosti. Nemoguće je razgovarati o društvenom i kulturnom utjecaju turizma ne uzimajući u obzir gospodarstvo. Na Baliju i na pacifičkim otocima (osobito na Havajima, Tahitima i Guam) turistički je bum također izazvao naglu inflaciju i doveo do velikog rasta cijena zemljišta i maloprodajnih cijena osnovnih proizvoda. Možemo prihvatiti kao opće pravilo da kad se takva vrsta inflacije javlja u pretežno poljoprivrednim zemljama Trećeg svijeta, poduzetnici i zemljoposjednici će možda iz toga izvući korist, ali će siromašniji dijelovi stanovništva neizbježno trpjeti. Da bi se održao korak sa sve višim cijenama, balijski seljak mora rano prodavati svoje poljoprivredne proizvode, što dovodi do zasićenja tržišta i pada cijena. Zatim mora pokušati prodati svoje najhranjivije (a stoga i skuplje) poljoprivredne proizvode turističkim hotelima, dok njegova obitelj mora jesti kukuruz i kasavu.

Postoje jasni znaci da je indonezijska vlada zabrinuta zbog pretjeranog reklamiranja Balija. U veljači 1973. vlada je oduzela kompaniji Cathay Pacific Airways pravo slijetanja na balijski aerodrom Denpasar i zaprijetila kako će učiniti isto kompanijama Thai International, Qantas i Pan American.¹⁷⁹ Vlada u Džakarti objavila je oglas u kojem se za cijelu Indoneziju veli: "TU IMA I ŠTOŠTA DRUGOG OSIM BALIJA". Iznad te tvrdnje nalazi se slika raspoloženih indonezijskih seljaka (naravno ne onih koji su neishranjeni), za koje se u tekstu veli "da su širom svijeta poznati po svom prirodnom šarmu i spontanosti". Turista pozivaju da pusti da "ga doživotno razmaze najnepokvareniji ljudi na svijetu". Ovdje ne moramo ni naglašavati kako je takva prijetvorna promocijska proza jedan od najbržih načina ukidanja "prirodnosti", "spontanosti", "šarma" i "toplina".

Ti se potezi djelomično rukovode željom za povećanjem turističkih prihoda Jave, Sumatre i Sulavezija, ali čini se kako postoji i stvarna želja da se zaustavi invazija turista na Bali. Izuzevši ekonomske čimbenike, koji su uglavnom izvan njihove kontrole, čini se da se stanovnici Balija dobro snalaze sa svojim turistima: oni su pokazali karakterističnu suptil-

¹⁷⁸ World Bank (1972.), str. 389.

¹⁷⁹ Travel Trade Gazette (9. veljače 1973.).

nost i domišljatost. Čak se može reći da balijska kultura ima ugrađene obrambene mehanizme protiv turističke invazije: stranac koji stigne u balijsko selo nije predmet znatiželje (ako stanovnik već osjeća znatiželju, ona je prikrivena). Što se tiče stranaca, lokalni stanovnik je, po riječima Batesona i Margarete Mead, "odsutan". Prema riječima Clifforda Geertza, balijski stanovnici imaju visoko razvijeni talenat za to da u gledanju mimoilaze ljude; pridošlice su "nepostojeće osobe, duhovi, nevidljivi ljudi". A možda je doista najbolji način da se sačuva kulturni integritet i autentičnost taj da se jednostavno ponašaju kao da turisti nisu tamo; ali malo je kultura Trećeg svijeta očuvalo onu mjeru kohezije i snage potrebne za takvu profinjenu, kolektivnu društvenu kontrolu. Čini se da je balijska "vještina odsutnosti" bolja tehnika nego mješavina otvorenog neprijateljstva i kampanje usiljenog smiješenja koje karakteriziraju neka turistička odredišta na Karibima. U stajalištu balijskog stanovništva nema neprijateljstava, ali ni prijateljstava; stranac koji je strpljiv, taktičan i kojeg iskreno zanimaju kultura i društvo Balijsa, može biti prihvaćen.¹⁸⁰

Mnogi aspekti balijske kulture i umjetnosti toliko su zbunjujuće složeni i drukčiji od zapadnih da se ne daju lako podvrći procesu pojednostavljenja i masovne proizvodnje koji autohtone umjetničke forme pretvara u turistički kič. S gledišta kulture, možemo na budućnost turizma gledati s opreznim optimizmom, osobito ako se poslušaju savjeti Svjetske banke i ako se učine napori da se negativni utjecaj svede na najmanju mjeru. Međutim, teško je oduprijeti se nemiru pri pomisli na moguće dugoročne utjecaje sve većeg broja bogatih stranih pridošlica u zemlji koja održava takvu finu ravnotežu između estetskog reda i demonske anarhije.

Tahiti nikad neće postati kao Havaji

"Tahiti je nešto posebno. A Tahitićani će se pobrinuti da tako i ostane. Oni žele da njihov otok ostane pravi polinezijski otok i idu pri tome tako daleko da zabranjuju podizanje zgrada viših od visine stabla kokosa. I ne brine ih što Tahiti posjećuje manje turista nego Havaje. Oni čuvaju Tahiti za prave poznavaoce. Poznavaoce koji će znati uživati u širokim pješčanim plažama i lagunama, u njihovim zelenim brdima i u njihovoj 'joie de vivre', radosti življenja. Otkrijte i vi Tahiti s agencijom UTA " (reklama UTA-e).

Pacifistički otoci predstavljaju pravi mikrokozam razvoja turističkih područja. Sve ih karakterizira ista idilična, seksualna i primitivna mitologija koju na svakom od tih otočja nalazimo u drugoj razvojnoj fazi: od prenapučenih i zagađenih Havaja do još uvijek netaknutih društava na otocima Samoa i Marqueses, dok se Tahiti i Fijii nalaze negdje na sredini između tih dvaju ekstrema. Razvoj turizma već je uvelike bio uzeo maha kad je u sredini 20-ih godina ovog stoljeća Gabriel Kron posjetio Fijii. Stigao je sa Samoa i bio razočaran kad je vidio kako su stanovnici Suve (glavnoga grada otoka Fijii) negostoljubivi i "iskomercijalizirani" u usporedbi sa Samoancima. Jedan britanski trgovac objasnio mu je da su "domoroce u okolici Suve iskvarili turisti iz Australije. Mnogi bogati Australci provode ovdje svoj odmor, isto kao što ga bogati Amerikanci provode na Havajima. Dolaze ovamo s

¹⁸⁰ Vidi fascinantan opis tog procesa u: Geertz (1972.).

gomilom novca koji onda razbacuju na sve strane i dijele ga domorocima u obliku napojnica, kao naknadu za suvenire ili ako se daju slikati...".

Turizam se na Havajima polako približava kritičnoj točki. Turistička područja Sjeverne Amerike i Japana dodiruju se i preklapaju upravo na području toga arhipelaga. Na geografski ograničenom prostoru jednoga otoka kulturno-socijalni i ekološki utjecaji turizma obično djeluju direktno i vrlo brzo. Danas hula djevojke na aerodromu u Honoluluu pozdravljaju turiste okićene cvjetnim vijencima: iznad tog sunčanog ljetovališta često se nadvija gusti oblak smoga koji neodoljivo podsjeća na Los Angeles, a prljava voda na samoj obali već je odavno svakakve boje samo ne tirkiznoplave, kao što to piše u reklamnim prospektima. Vlasnici hotela Hilton na poznatom žalu Waikiki tvrdit će vam da je more na tom mjestu čisto i da se možete bez opasnosti u njemu kupati, ali će vam istodobno priznati kako se gosti radije kupaju u hotelskom bazenu. Charles Foley¹⁸¹ je, naime, ustanovio da se iza te mistifikacije tipa Smrt u Veneciji nalazi strahovito primitivan kanalizacijski sustav Honolulua. On se sastoji od jedne jedine cijevi kroz koju se svaki dan propušta oko 60 milijuna galona neobrađenih otpadnih voda, i to u vode u neposrednoj blizini kupališta Waikiki rta Diamond Head. Uostalom, i na samom rtu Diamond Head planirana je izgradnja ogromnih nebodera s hotelskim apartmanima, ali je to ipak spriječeno zahvaljujući dobro organiziranoj akciji ekologa.

Takav (dodajmo slobodno - krivo usmjeren) razvoj događaja rezultat je postupne degradacije havajske kulture i društva što je započelo još s kapetanom Cookom. Naša stereotipna predodžba o Havajcima samo je jedna od varijacija na temu odisejskih Lotofaga, plemenitih divljaka i djece prirode, utjelovljena u slici "tamnoputih domorodaca koji govore iskrivljenim jezikom; nasmijanih muškaraca i žena u šarenim cvjetnim mu-mu suknjama s prorezom na bedrima".¹⁸² Ne smijemo, međutim, smetnuti s uma da su prvotnu populaciju arhipelaga u 18. i 19. stoljeću pokosili sifilis i tuberkuloza i kako danas jedva da ima nekoliko tisuća čistokrvnih Havajaca, dok ih je oko 100 tisuća miješane krvi. Ostalu populaciju čine bijelci, Kinezi, Papuanci i Filipinci. Oni preostali pravi Havajci nalaze se na samom dnu društvene ljestvice i, kad ne služe kao slikoviti dekor za turiste, naći ćete ih "jedino u kućama od šperploče, zatvorene u getima iza cvjetne zavjese". Oni su sasvim razvlašteni, u svim smislovima te riječi, a njihova kultura i folklor institucionalizirani su i iskomercijalizirani. U turističkoj literaturi Havaje i Havajce još uvijek se opisuje "romantičnim i sentimentalističkim terminima, kao jednostavan, djetinje neposredan i drag narod, slobodan i bez inhibicija"¹⁸³. Njihova kultura reducira se na dva osnovna aspekta - *hula* i *aloha*. Međutim, hula nije samo pojam kojim bi trebalo označiti cvjetne vijence, slamnate haljinice i njihanje bokovima. To je (ili bolje reći - bila je to - prije dolaska turizma) visoko izražajna kombinacija plesa i dramskih figura, koja se zasnivala na tradicionalnim formulama prenošenim s generacije na generaciju. Međutim, s vremenom je potražnja turista postala daleko veća i nije se poklapala s terminima izvođenja hula plesa unutar havajskog kulturalnog konteksta. To je priznao i Thomas Hale Hamilton, nekadašnji predsjednik Havajskog turističkog saveza: "Budući da se te kulturne manifestacije nisu uvijek poklapale s posjetima turista, iz-

¹⁸¹ The Observer (25. studenog 1973.).

¹⁸² Foley u Ibid.

¹⁸³ Lind, Hawall (1969.), str. 37.

mislili smo pseudomanifestacije za tour-operatere kojima je bilo važno da se, recimo, ples vestalki, održava točno svake srijede u 10 sati prije podne".

Zloupotrebljavanje koncepta "aloha" odvijalo se na još podmucliji način i još je više zadiralo u tradicionalne vrijednosti havajske zajednice. Prastaru havajsku kulturu karakterizirao je upravo pojam "aloha", po kome se pravo zadovoljstvo nalazi u slobodnom davanju zbog same radosti davanja, bez ikakve pomisli o tome hoće li se što dobiti zauzvrat, što je bilo sasvim prirodno u zajednici u kojoj je vlasništvo velikim dijelom bilo društveno i gdje su upravo zato svi bili spremni dijeliti ga s ostalima. Na Havajskim, kao i na mnogim drugim pacifičkim otocima, kultura života u zajednici i slobodna velikodušnost davanja došla je u sukob s kapitalističkim poslovnim moralom (ili nemoralom), s time da je potonji i mnogo snažniji i prodorniji. Poslovni svijet i državna administracija brzo su shvatili komercijalni potencijal koncepta "aloha". Kao što primjećuje Lind: "Na totalno komercijaliziranoj plaži Waikiki gdje se svake godine skupljaju na tisuće turista duh "aloha" dijeli se kao nagradni kuponi... Havajski Ured za turizam stalno naglašava potrebu za širenjem tog koncepta, a Trgovačka komora brine se da djeca i u školama uče o tome..." Institucionalizirana "aloha", međutim, samo je goi slogan, a ne recipročni način ponašanja, pa se tako oni havajski domoroci koji se još uvijek ponašaju po tradicionalnim pravilima gostoljubivosti i otvorenosti prema strancima sve češće nađu zlouporabljjenima. Njihova velikodušnost često se smatra naivnošću i prigluošću i biva nagrađena neplaćenim računom ili zlouporabom domaćinova vlasništva ili njegovih osjećaja. Sasvim je jasno da nakon takve uvrede slijedi otrežnjenje: aloha je tako postala samo prljava šala.

Jedna od najljepših značajki havajskog društva jest nedostatak bilo kakvih rasnih predrasuda; Havaji su jedina od pedeset država SAD-a gdje postoji doista integrirana višerasna zajednica. Neki komentatori gledaju upravo u turizmu prijetnju toj neuobičajenoj harmoniji. Paul Jacobs, američki novinar, rekao je: "Pristavši na tu pogrešnu politiku turizma Havaji ne mogu izbjeći posljedice grešaka koje sada čine i ja vidim dan kad će rasna netrpeljivost koju nalazimo ovdje u gradovima na kontinentu zahvatiti i Havaje".

Lind također komentira "jedan paradoksalni aspekt turizma", tj. činjenicu da su upravo oni koji se kod kuće najviše trude da održe onu konvencionalnu distancu između sebe i pripadnika drugih rasa ili etničkih skupina upravo najviše skloni da budu "očarani" istim tim ljudima kad se nađu u neobvezatnoj atmosferi Havaja". Međutim, za to zapravo i nije kriva neobvezatna atmosfera Havaja nego turistička mitologija pitoresknog i egzotičnog. Rasistički raspoložen prosječni Amerikanac može na Havajima obično priuštiti da ukloni te barijere, jer tamo pripadnici ugnjetenih rasnih manjina ne ugrožavaju njegov privilegirani položaj i on može uživati u svojoj kvaziplemenitoj dobrohotnosti prema siromašnima. Bezazleni (a time se zapravo misli *glupavi*) Havajci, obučeni u slamnate haljinice, ne izazivaju u njemu paranoidno-agresivnu reakciju, budući da njihovu ljudskost i kulturu on zapravo ni ne prihvaća kao činjenicu.

Postaje, dakle, očito da ima mnogo uvjerljivih razloga zašto Tahiti ne smije postati sličan Havajima. U usporedbi s Havajima, Tahiti i Fiji još uvijek su relativno neiskvareni. Ono što te otoke čini tako privlačnima za velegradske turiste upravo je njihov nedostatak sofisticiranosti, njihova reputacija društava zasnovanih na zajedničkom življenju, obiteljskoj tradiciji i "slobodnoj ljubavi" - još uvijek nezatrovanim komercijalnim vrijednostima Zapada. Takva erotično-idilična predodžba o južnopacifičkim otocima imala je svog glas-

nogovornika u Paulu Gauguinu, jednom od najvećih postimpresionističkih slikara, čije reprodukcije danas ukrašavaju domove mnogih pripadnika srednje klase. Otok Samoa je također bio predmet istraživanja u jednom od klasičnih djela moderne antropologije, u knjizi Margarete Mead "Sazrijevanje na Samoi". Otočje Marqueses nedavno je u seriji članaka objavljenih u "Sunday Mirroru" opisano kao "seksualni raj". Hiva Oa, otok na kome je umro Gauguin, opisan je kao otok obilja, na kojem i danas traje prastara seksualna kultura, "dom tisuće radosnih sretnih ljudi". Polinezijski i melanezijski seksualni odnosi zaista su blaženo lišeni svakog osjećaja krivnje ili ljubomore. Seksualnost se tu ne miješa s pravima vlasništva, budući da potonja u pravilu ni ne postoje. Sasvim suprotno običajima na Zapadu, seksualne tehnike smatraju se sastavnim dijelom djevojačkog odgoja. Svaka djevojka mora naučiti kako da poveća svoje vlastito zadovoljstvo, a ne samo kako da ugodni svom muškom partneru, i ženska seksualnost nije ništa mistično ni mistificirano.

U ovom slučaju čini se, dakle, da je stereotipna predodžba koju nudi turistička propaganda dosta blizu istini; međutim, da bismo sasvim povjerovali u mogućnosti bijega u "paciifički raj" moramo isto tako biti spremni previdjeti neke neizbježne kontradikcije. Reklamu UTA-e citiranu na početku prati slika "wahine", mlade Polinežanke, okićene cvjetnim vijencem; kontrast toj slici mogao se nedavno vidjeti u časopisu "The Far Eastern Economic Review", gdje je u jednom članku data sasvim drugačija slika Tahitija, prilično udaljena od nepomućenog svijeta laguna, jasminova cvijeta i *joie de vivre*. "Stari dani slobodne i prirodne ljubavi sada su prošlost: tisuće gladnih Francuza, od pomorskih kadeta do članova Legije stranaca, koji su bili pratnja tehničkom osoblju za pripremu nuklearnih pokusa na otoku Mururoa, upoznali su "wahine" sa zapadnjačkom predodžbom o njihovoj vrijednosti. Ljubav ili seks postali su nešto što se plaća novcem, nakitom, automobilom ili čak vjenčanim listom". Da francuski nuklearni pokusi nisu donijeli sa sobom takvu eroziju tradicionalnih običaja, sasvim slobodno možemo pretpostaviti da bi to, iako možda nešto kasnije, učinili turisti koji u sve većem broju posjećuju Tahiti. Prostitucija, muška i ženska u Papeeti, glavnom gradu Tahitija, polako postaje sasvim normalna pojava.

Pitanje kulturnog utjecaja turizma u južnom Pacifiku usko je povezana s pitanjem ekonomskog utjecaja. Novac i privatno vlasništvo pojmovi su koji su sasvim tuđi tradicionalnim kulturama tog područja. Gdje god da se pojavi, organizirani turizam donosi sa sobom tzv. "upadljivu", "hvalisavu", potrošnju. Ta je pretjeranost naročito upadljiva zbog velike udaljenosti južnopaciifičkih otoka od glavnih centara. Turisti koji sebi mogu priuštiti takav odmor uglavnom su natprosječno dobrostojeći; "kružno putovanje pacifičkim rajem" koje uključuje Tahiti, Bora Boru, Samou, Tongu i Fiji stoji oko tisuću funti.¹⁸⁴ Kad se takva potrošnja pojavi u društvima čije tradicionalne vrijednosti ne počivaju na novcu, rezultat može biti samo katastrofalan. Tako dolar, funta i jen mogu, na svoj način, postati isto tako destruktivni kao i sifilis i tuberkuloza koji su decimirali stanovništvo toga područja u 18. stoljeću.

Ako ne počinimo elementarnu pogrešku i ne pomiješamo nevinost sa seksualnom neukošću, onda nećemo pretjerati ako turizam na pacifičkim otocima proglasimo iskvariteljem nevinosti. Gdje god se pojavi turizam, on će splet moralnih čimbenika pretvoriti u splet monetarnih čimbenika; to se naročito odnosi na seksualne odnose i tradiciju gostoljubivosti.

¹⁸⁴ Nigel Buxton u: The Sunday Telegraph (1. veljače 1972.).

Klišeizirana izreka da je "novac izvor svih zala" dobiva tako novu potvrdu upravo u društvima u kojima novac prije dolaska turizma nije imao nikakvo značenje. Upravo njihova otvorenost i nedostatak bilo kakve sofisticiranosti čine društva pacifičkih otoka tako izložena zlouporabi.

Budući da otočke kulture Pacifika nisu ostavile za sobom velike arhitektonske spomenike, njihovi živopisni stanovnici čine veoma važnu stavku na popisu turističkih atrakcija. To je dovelo do stvaranja "umjetnih" domorodaca; npr. mnoge havajske hula plesačice nemaju u sebi ni malo havajske krvi. Potražnja za domorocima daleko je nadmašila ponudu, pa se prema tome "domoroci" moraju proizvoditi iz onog ljudskog materijala koji je pri ruci. J. Forster to ovako komentira: "Čim počne dotok turista, domoroci za vrlo kratko vrijeme prestaju biti domoroci i po svom odijevanju i po govoru, navikama i ponašanju - pretpostavivši, dakako, da su prije toga doista i bili pravi domoroci..." Vrlo brzo oni svoje živopisne nošnje zamjenjuju jeftinim imitacijama odjeće velegradskih turista (majice i traperice), dok se turisti opet kite skupim imitacijama tamošnjih nošnji. Općenito se može reći da turizam najlakše mijenja ili uništava upravo ono što pacifičke otoke čini vrijednima i neponovljivima.

Charles Stinson, ministar financija Fijija, rekao je: "Ne bih želio vidjeti kako su zemlju u kojoj sam rođen pregazili i uništili milijuni turista. Ali isto tako ne želim živjeti u zemlji siromaštva". Izgleda da je ova druga činjenica ipak dobila prioritet budući da su u projekte razvoja turizma na otočju Fijii umiješana mnoga velika i poznata imena turističke privrede u svijetu. Godine 1972. pregovore o kupnji zemljišta vodile su tri velike kompanije: Hoteli Inter-Continental, Holiday Inn i Club Méditerranée. Jedan od tih ogromnih projekata bliži se svom ostvarenju. To je tzv. Pacific Harbour Development - kompleks koji će imati umjetno jezero, veliko igralište za golf te šest tisuća obiteljskih apartmana. Mnogi stanovnici Fijija smatraju da će se taj kompleks pretvoriti u geto bogatih bijelaca i dovesti do stvaranja nepovoljne društvene situacije. Hoće li to zaista biti tako, ovisit će, između ostalog, i o taktičnosti posjetitelja (što je vrlo nepouzdan faktor), o snošljivosti stanovnika Fijija te o dalekovidnosti njihove vlade. Indikativna je, međutim, činjenica da su na onim područjima otočja koje je već zahvatio masovni turizam drastično porasli prostitucija i kriminal.

I konačno, neće samo domoroci izgubiti svoju živopisnost i privlačnost; dogodit će se to i s prirodnim okolišem. No treba se ipak nadati da će neodlučnost i kolebljivost koju je dosad pokazala administracija Fijija držati razvoj turizma pod kontrolom. Uostalom, dovoljno je da pogledaju Waikiki, te turistički razvijenije Karipske otoke, pa da vide što bi svakako trebalo izbjeći.

Akcija prije svega

Glavni problem s rajem jest to što brzo postaje dosadan. Službene religije još uvijek nisu dale zadovoljavajući odgovor na pitanje: "Što ljudi *rade* na nebu?" Ljudski um, izgleda, nije sposoban smisliti ni jednu aktivnost (ili pak blaženu neaktivnost) koja bi bila čisti užitak, a koja s vremenom ne bi izgubila na privlačnosti. Ne treba, prema tome, ni od

turizma očekivati da riješi probleme pred kojima su pokleknuli svi svjetski teolozi, čak ni kad tvrdi da nam može ponuditi čitav niz različitih vrsta rajeva za svaki džep.

Ako posjetitelj iz grada konačno i uspije naći neki usamljeni žal okružen palmama (palme su, izgleda nužni scenski inventar turističke rajske mitologije), dakle, ako i uspije naći neki udaljeniji žal s hotelom koji nije viši od stabla kokosa, on će vrlo često zaključiti da ipak *nije* sve u suncu, pijesku i palmama. Njemu je utvuđeno u glavu kako je čistoća i netaknutost prirode nužna za njegov odmor i opuštanje, no on će ipak nakon nekog vremena poželjeti da taj komadić prirode bude malo manje netaknuti; poželjet će da tu u blizini vidi kakvu oazu buke, neko događanje s puno ljudi svedeno na komercijalni probitak: možda kakav disko gdje će ga blaženo zaglušivati glazba iz Detroita, Londona ili Pariza; ili možda kasino, s onom stalnom ali prikriivenom napetošću zbog mogućeg dobitka ili gubitka. Naravno, ako turisti počnu dolaziti u dovoljnom broju, neće morati dugo čekati da njihova idila doista doživi i takve potrebne promjene.

Te kontradikcije nimalo ne remete opće vjerovanje u privlačnost "rajskog" odmora i popratno uvjerenje kako su upravo otoci idealna mjesta za to. Jedan od autora ovog teksta može vam iz vlastitog iskustva reći da će turista, koji dođe na neki grčki otok i izjavi da ne želi plivati, a kako sunčanje smatra ne samo dosadnom nego i po zdravlje štetnom rabotom, ostali turisti smatrati ili čudakom ili heretikom. Naravno, postoji još mnoštvo drugih, osobnih razloga za putovanje, koje ne nalazimo u stereotipnom registru turističke ekonomske propagande. Na nekom grčkom otoku može to biti npr. interes za antičke ruševine, srednjovjekovne crkve, za planine, šume i prekrasna sela gdje žive ljudi čiju tradicionalnu gostoljubivost turizam još nije uspio uništiti. Većina otoka također ima neke literarne ili mitske asocijacije. No za većinu turista jedan se egejski otok sastoji od nekoliko žala, kafića i disko-klubova. Na većim otocima takva ograničenost pristupa čuva unutrašnjost otoka od pogubnog djelovanja turizma. Na manjim i slabije naseljenim otocima, kakav je npr. Ios, turizam je nužno puno koncentriraniji, tako da ga turisti ljeti doslovno zaposjednu. Na losu postoji samo jedno selo s oko 500 stanovnika i ono je savršeni primjer cikladske arhitekture. Pejzaži su tamo prekrasni u svojoj jednostavnosti; tu i tamo krasi ih kakva mala, bijela crkvice, a i žali su divni. U ljeto 1967. taj otok je posjetilo malo turista; nije bilo ni cesta ni struje. U međuvremenu je selo elektrificirano, otvoren je disko (u kojem se, usput rečeno, stalno vrte ploče Toma Jonesa), a broj turista se umnogostručio. Danas se taj otok reklamira u časopisima kao što su *Melody Maker* i *Time Out* kao ekskluzivno ljetovalište za mlade. To baš i nije najsretnija sudbina koja je mogla zadesiti otok na kome je, navodno, pokopan Homer.

Ima, međutim, i takvih ljudi kojima nije dovoljna ni "klasična jednostavnost" grčkih otoka, ni "neiskvarenost" Polinezije. Možda su prava avangarda turizma 70-ih godina oni koji traže "čistu primitivnu" - divlja plemena i "sve ono što je suprotno komfornom putovanju". Godine 1971. agencija Cook organizirala je turističku ekspediciju, uspon na Mount Everest na visinu od 5 800 metara. Mnogi članovi te iste ekspedicije pridružili su se 1972. g. ekspediciji među plemena Nove Gvineje. Na toj ekspediciji turisti su prihvatili ulogu istraživača i antropologa. Namjerno su se izlagali teškoćama tropske ekspedicije koja je uključivala pješaćenje od 160 kilometara po vrlo teškom terenu, između ostalog, i kroz gustu džunglu u vrijeme kišnog razdoblja. Uključene su bile i posjete plemenima koja su do tada imala vrlo malo ili gotovo nikakvog dodira s bijelcima, pa tako i plemenu Biami, kani-balskom plemenu za koje se govorilo da je vrlo ratoborno. Prosječnim turistima takvo

ekstremno odbacivanje komfora i sigurnosti masovnog turizma sigurno izgleda perverzno, no dvadesetoro ljudi, koliko ih je sudjelovalo u toj ekspediciji, bili su sasvim obični Britanci koji su, eto, odlučili da oko 800 funti uštedevine potroše na jedan tako bizaran način. Jedan bračni par objasnio je da su se za tu kanibalsku avanturu odlučili zato što smatraju da bi Biami "mogli biti nešto zanimljiviji"¹⁸⁵ od onog što se obično nudi". Tako taj izlet poprma pomalo nadrealistički prizvuk koji je prije primjeren teatru apsurdna. Jedino se možemo nadati da "prave kanibalske glazbe" neće postati turistička moda.

Dakle, umjesto konvencionalne idile s živopisnim i prijateljski raspoloženim domorocima, agencija Cook ponudila je povratak u kameno doba i naišla na vrlo zahvalnu klijentelu. Njihov pomalo dekadentni i voajerski pristup podsjeća na fasciniranost starih Rimljana barbarskim plemenima i njihovim divljaštvom; to je istodobno ono buržoasko traženje "nečeg drugog". Ti turisti u svojoj khaki odjeći i praktičnim čizmama također bude blaga sjećanja na dane najvećeg procvata britanskog kolonijalizma, kad su domoroci bili domoroci i znali su gdje im je mjesto. Jedan autor je opisao takva putovanja kao "besramno narušavanje tuđe privatnosti. Žrtve takvih aranžmana plemenska su društva suočena s ozbiljnim problemima opstanka. Oñi svoje plemenske kulture moraju prilagoditi našem agresivnom zapadnjačkom načinu života, a taj im zadatak postaje još teži ako su oni samo mamac za turiste". U ovoj tvrdnji svakako ima i dosta sentimentalnosti. I plemena Nove Gvineje imaju, kao i zapadnjaci, svoj vlastiti, ne-zapadnjački agresivni način života. No to nimalo ne umanjuje njegovu vrijednost i vrlo korisno ukazuje na netočnost imperijalističke pretpostavke implicitne turizmu - da primitivni narodi mogu imati samo koristi od sve većeg dodira sa Zapadom.

Putovanja koja agencija Cook organizira u Novu Gvineju također dokazuju kako ni jedno mjesto i ni jedan narod nisu sigurni od prodora turizma. Bez obzira koliko je neko mjesto udaljeno, koliko je neki teren težak i koliko su nemogući klimatski uvjeti ili opasni stanovnici, uvijek će se naći turisti koji će biti spremni platiti da krenu onamo u potrazi za nečim "malo zanimljivijim".

Kraljevstvo mira

Iskusnom turistu, koji se je već zasitio neobičnih naroda, antičkih vrednota i prirodnih idila, a ne privlači ga nekomfortno putovanje po Novoj Gvineji, preostaje još jedna eskapistička alternativa: carstvo životinja. Od drugoga svjetskog rata na ovamo naš interes za egzotične životinje prerastao je u pravu opsesiju. Oduvijek smo ih lovili i nosili njihove kože; sada ih sve više želimo samo gledati. Od lovačkih safarija, pravog leopardova krzna i kaveza okrenuli smo se foto-safarijima, imitaciji leopardova krzna i safari parkovima. Izgleda da je naš odnos prema životinjama od istraživačkog prerastao u dobrohotan i neagresivan. Tako su danas u Keniji i Tanzaniji glavna turistička atrakcija upravo rezervati. Godišnje Keniju posjeti oko četvrt milijuna turista da bi, kao što je netko rekao, "buljili u životinje iz pleistocenskog doba".

¹⁸⁵ The Times (7. srpnja 1972.).

U jednom vrlo lijepo i pronicljivo napisanom eseju Francine de Plessix Gray¹⁸⁶ razmišlja o psihologiji foto-safarija. I ona također spominje opsjednutost određenom mitologijom koju smo u ovoj knjizi često spominjali. Govori tako o "nagonskom porivu da se ponovno uspostavi neiskvarenost i nevinost na planeti koju smo iskvarili, o snu za povratak u neagresivnu prirodu" i uspoređuje privlačnost tih rezervata s "kraljevstvom mira-Adama i Eve".

Međutim, safari turizam nije samo sentimentalna i sofisticirana primitivnost; ima u tome i voajerskih primjesa. Ljudi ne putuju u Afriku samo zato da bi uživali u nevinosti prirode, nego i u njenoj okrutnosti. To je opet jedno usmjeravanje ljudske krvožednosti koja je prije nalazila svoje zadovoljenje u lovu. Tako je safari ne samo korida 70-tih, on je i rimska arena. Razlike su neznatne; naše tehnički usavršene mogućnosti transporta omogućuju nam da zadovoljimo svoje krvožedne nagone a da pritom ne osjećamo nikakvu krivicu.

Treba, međutim, ipak priznati da ti, premda sumnjivi, sentimentalno-voajerski motivi, imaju donekle i pozitivan učinak. Naše divljenje afričkim životinjama pridonosi, naime, njihovom održanju, naš turizam sasvim direktno pridonosi financiranju tih rezervata i pomaže održavanje ugroženih vrsta. Pa ipak, čak i tu gdje se naš turizam čini najbenevolentnijim, postoji kolektivna prijetnja da uništimo ono čemu se divimo. Budući da je potpuno sebičan, naš sentimentalizam ne vidi prava životinja; doživljavamo ih samo kao slike u zamišljenom svijetu prahistorije. Ne poštujemo njihovu privatnost; lavlja mladunčad umire od gladi zbog toga što im se preblizu prilazi, a gepardi umiru od srčanog udara jer ih jure turistička vozila. Možemo, dakle, umjesto puške uzeti foto-aparat, ali naš interes će ih i dalje ugrožavati. Čitave horde fanatika fotografije prijete da sasvim poremete prirodni životni tijek tih životinja i to drastičnije nego tradicionalni lovački safari. Naravno da je namjerno ubijanje iz zadovoljstva odvratna pojava, kao što je odbojan i tradicionalni imidž "velikog bijelog lovca", budući da je neraskidivo vezan uz kolonijalizam, rasizam i pomalo infantilna "mit o muževnosti". (Još uvijek ima mnogo Amerikanaca koji su spremni platiti ogromne svote samo da bi uživeli svoja hemingvejska maštanja; za njih je ubijanje životinja dokaz njihove muževnosti.) Pa ipak, čini se da je tradicionalni lovački safari uključivao pošteniji odnos prema životinji-žrtvi: u njemu je vladao određeni kod ponašanja koji je štitio mladunčad i ženke i na taj način služio, donekle, održanju te vrste. Ne želimo ovime braniti taj tradicionalni način ubijanja životinja iz hobija, ali želimo istaknuti da "veliki bijeli lovac" nije mogao zanijekati da je životinja njegova žrtva, dok je današnji turist u autobusu blaženo nesvjestan štete koju nanosi životinjama.

Isto tako treba naglasiti da afrički domoroci vide vrlo malo od profita zaradenog safarijem. Veliki dio tog biznisa u rukama je kolonijalista starog kova. Turizam kakav se razvija npr. u Keniji, s daljnjim nastavljanjem mita o "velikom bijelom lovcu", može služiti samo daljem učvršćivanju kolonijalnih vrijednosti i inhibirati proces afrikanizacije. Postoji samo jedan način da životinjski rezervati služe interesima siromašnih Afrikanaca - tako da postanu izvor mesa. To bi uključivalo politiku planiranog odstrela nekih vrsta, kojim bi se Afrikanacima moglo osigurati stotine tisuća kilograma jestivih proteina a istodobno da bi se spriječilo umiranje mnogih životinja zbog prenapučenosti. Planirani odstrel bio bi u očima Afrikanaca opravdanje za postojanje takvih rezervata: oni bi tako u njihovim očima postali

¹⁸⁶ F. de P. Gray, "On safari" (1973.).

nešto više od posljednje ludosti koju su Africi nametnuli bivši kolonijalni gospodari. Većina turista, zaokupljena promatranjem životinja, nimalo ne obraća pozornost na potrebe ljudskih stanovnika istočne Afrike. Oni parkove i rezervate zamišljaju kao iskonsku divljinu, netaknutu od čovjeka, nenaseljenu. To je ekologija bez sociologije. Autorica Plessix Gray tvrdi da to "odvajanje prirode od čovjeka" može biti "mnogo opasnije nego odvajanje čovjeka od prirode, jer je mnogo sentimentalnije i zasnovano na lažnim pretpostavkama o ne-dužnosti, a to je uvijek siguran put do brutalnosti" - do brutalnosti kojom turistička vozila gone životinje, a isto tako i do nemoralnosti turizma koji zanemaruje materijalne i psihološke potrebe i životinja i Afrikanaca samo zato da bi izivio svoje atavističke maštarije.