

Боштјан Кравања (Словенија)

ИСТО ИСТО, НО РАЗЛИЧНО: ИСТРАЖУВАЊЕ НА РАЈСКИТЕ СЛИКИ НА ТУРИСТИЧКАТА ИНДУСТРИЈА И ТУРИСТИЧКИТЕ ПРАКТИКИ

Апстракт: Сликата на рајот е конвенционална икона на индустријата на масовен туризам и најчесто е претставена како осамен тропски остров со палми, плажи и слично. Сепак, овој симбол е претставен во многу други контексти, не само во рекламирање на островскиот туризам. Како таков симбол тој се развил во светски симбол, што потенцира различни работи и има различни значења во зависност од видот и целите на индивидуалната културна продукција или значење. Имајќи ги предвид различните импликации на рајот, ќе се обидам да ги систематизирам неговите отелотворенија и да ја преиспитам неговата моќ и вредност во модерните туристички практики на западните туристи и патници во постколонијалните светови.

Клучни зборови: слика на рај, туризам, постколонија, тропски, остров, плажа, Шри Ланка, туристи.

Вовед

Главната фраза од насловот *исто исто, но различно* е познат израз на таианглиски (Thai English, т.е. *Tinglish*), што накратко значи 'слично, но на некој начин различно'. Во овој труд ќе ја употребувам оваа фраза како метафора за опишување на трансплантацијата на рајските слики од еден контекст во друг, но исто така ме интересира и нејзиното буквално значење. Рајот го разбираам како хомоген симбол, што е „ист“ во неговото основно значење, но е одразен „различно“ во различни контексти – уметноста, рекламите, мелодиите, филмовите, туристичките водичи, посебните географски локации како на пр.: тропските острови, плажи, ресторани, коктейл-барови и конечно, во контекстот на практиките на туристите.

Иако првиот дел од оваа фраза *исто исто* може да се слушне во разговор со Синхалезите во Шри Ланка (т.е. *Singlish* или Sinhala English), јас најчесто го слушав изговорен од туристите кога тие на шега имитираа како англискиот јазик се зборува во азиските земји. Таа навистина најверојатно станала популарна преку конверзацијата на локалните Тајланѓани со туристите, а потоа се проширила на другите „западњаци“ кои зборуваат англиски, низ различни вицеди во новите медиуми и во другите туристички локации во Азија. Погрешната употреба на англиски фрази во различни земји и при различни услови понекогаш во потполност го менува нивното значење¹ и оваа фраза изгледа посебно духовита за лица кои

1 Види една од колекциите на т.н. English (што потекнува од погрешната употреба на англискиот јазик во Јапонија, но се однесува на сите слични примери) за различни знаци, упатства, менија, синхронизации, во именувањето на напитоци, предмети од домаќинството итн. на: <http://www.english.com> (последно пристапено на 15 февруари 2012 год.).

зборуваат англиски јазик, веројатно затоа што може да се сфати во смисла на „еднаквост и различност“, најверојатно во контекстот на мултикултурализмот и космополитизмот, што се популарни идеали меѓу туристите. Сепак, оваа фраза се користи и во други контексти. Таа може да значи, на пример, дека предметот за кој се зборува не е оригинален. На пример, кога ќе прашате продавач на тајландски пазар: „дали е ова Армани?“², неговиот одговор „исто исто, но различно“ би значело дека тоа е всушност добра копија. Кога ќе прашате дали на плажите на блиското мало островче има исто толку гужва како и на копното, овој одговор би значел дека таму има можеби помалку гужва или, пак, дека всушност не е ни битно. Последниов пример покажува дека оваа фраза може да се употреби за да се искажат многу работи: од односите меѓу работите до ироничните шеги за овие односи, но исто така и да се изразат одговори како „Не знам многу за тоа“ или „Знам нешто, но не сакам да ти објаснувам (или не ми се објаснува) баш сега“ итн. Тајланѓаните дури почнале да ја промовираат оваа фраза како слоган на маици и дури и самите иронично да ја (зло)употребуваат кога јавно им се обраќаат на гостите од Западот, на пр. на знаци и известувања.²

При кратко истражување за фразата на Google, бев изненаден: освен тоа што во *Урбаниот речник*³ е дефинирана конвенционално „се употребува многу во Тајланд, посебно во обидите да се продаде нешто, но може да значи и било што друго, во зависност од тоа што сака да постигне тој што ја употребува“, таа ја опишува и „природата на *lady-boys* во Тајланд“.⁴ Фразата била употребена и како наслов на песна од филмот на Боливуд „Бомбај до Банкок“ од 2008 година и се појавила во рефренот на истата песна.⁵ Така се вика и еден ресторан на плажа на малиот остров Ко ланта во Тајланд.⁶ Таа е исто така и наслов на една книга за две деца, Американче и Индијче, кои се допишуваат,⁷ и на една филмска драма базирана на вистинска приказна за еден германски студент кој патува за Камбоџа и се вљубува во една локална девојка.⁸ Конечно фразата се употребува како назнака на различни слики во смисла 'сите различни, сите еднакви', каде што еден од елементите во групата е со различна боја (на пр., црвено јаболко меѓу зелени итн.).

Кога првпат ја чув фразата за време на мојата етнографска теренска работа

2 На пр. на едно известување на влезот на Кох Тао клуб за куглање и мини-гольф е напишано: „се извинуваме, но денес е затворено (исто исто отворено..., но различно“)“ (види <http://www.signspotting.com/44077>, последен пат пристапено на 15 февруари 2012 год.), или обратно: известувањето дека продавницата е отворена гласи „исто исто затворено, но различно“ (види <http://lolpie.com/2jbbc/same-same-but-different>, последен пат пристапено на 15 февруари 2012 год.).

3 <http://www.urbandictionary.com> (последен пат пристапено на 15 февруари 2012 год.).

4 „Кога двете гради изгледаат исто-исто како на жена, но петлето е сè уште тука“. Види <http://www.urbandictionary.com> под изразот „Исто исто, но различно (Same same, but different)“ (последен пат пристапено на 15 февруари 2012 год.).

5 Рефренот, во кој е спомнат и белиот човек (т.е. мувла), оди вака: „Дали сум само јас или оваа соба смрди и на мувла? Исто исто, но различно.“ Види <http://www.urbandictionary.com> под изразот „Исто исто, но различно (Same same, but different)“ (последен пат пристапено на 15 февруари 2012 год.).

6 Види на пр. <http://www.tripadvisor.com> (последен пат пристапено на 15 февруари 2012 год.).

7 Книга за деца од Џени Су Костецки-Шо (Jenny Sue Kostecki-Shaw 2011), (види <http://www.amazon.com/Same-But-Different-Jenny-Kostecki-Shaw/dp/0805089462>, последен пат пристапено на 15 февруари 2012 год.).

8 Види на пр. <http://www.imdb.com/title/tt1368443> (последен пат пристапено на 15.02.2012 год.).

во туристичките енклави во Шри Ланка,⁹ таа некако го означуваше идентитетот на оние туристи кои секогаш повторно се враќаат во јужните или југоисточните земји на Азија. Бидејќи фразата можеше исто така да се поврзе со разновидноста на возбудата во патувањето, се покажа корисна за опишување на различни, не посебно интересни места, каде што лицето патувало претходно. Во овој напис ја користам оваа фраза како почетна точка на размислувањето за симболот на рајот. Еве еден пример: сликата на рајска плажа е повеќе или помалку иста, без разлика каде точно се наоѓа, но една посебна плажа, со нејзино име, околина, индивидуални карактеристики како што е мост од камења или микроостров во близина, може да се гледа малку поинаку од другите рајски плажи, иако сè уште припаѓа на категоријата рајски плажи. Истата динамика може да се забележи кај главните светски икони на рајот – малите острови во светот како на пр.: Малдиви, Сејшели, Бора Бора, Маурициус, Бахами, Канари, Тахити, Хаваи итн. Овие имиња, преку репетитивната природа на туристичкиот маркетинг, како и генерално преку потрошувачката култура, се поврзуваат со идејата на едниот ист тропски рај. Сепак, во претставите на туристите, тие се опишани и сфатени секој засебно, како различни поединости во сета можна единственост и хомогеност и не се поврзуваат еден со друг како во некаква област на мали тропски острови (освен соседните острови како на пр.: Тринидад и Тобаго или Никобар и Андаман итн.). Со други зборови, сите тие се „исти, но различни“.

Сепак, целта на овој труд не е само да укаже на „истото“ во идејата за рајот, туку и да ги потенцира основните контексти на нејзините пермутации. Затоа нема да ја следам сликата на рајот само според рамката во која е претставена, како на пр. туристички маркетинг, филмови, песни и слично, туку и ќе се обидам да ја систематизирам во четири основни контексти: прво, како текст за идеални земји, места, атмосфери, расположенија итн., второ, како опис на физички места, трето, нејзините симулации, и конечно, нејзиното занемарување во постколонијалната туристичка мимикрија и иронија. Во оваа насока, ова истражување пред сè е еден теоретски осврт за употребата на идејата за рајот, а помалку е етнографски случај, иако мојот етнографски престој во јужните брегови на Шри Ланка беше примарен извор на инспирација за најголем дел од идеите презентирани овде.

Краток преглед на сликите на рајот во антрополошка студија за туризмот

Метафората рај конвенционално се користи за промоција на туристички дестинации. Во антрополошки текстови, таа најчесто се проучува низ анализа на туристички брошури, фотографии, разгледници и слики (види на пр. Chalfen 1979; Selwyn 1996). Греам Дан (Graham Dann 1996: 68) на пример, воспоставил типологија што се состои од четири типа на слики на рајот: измислен рај (или чист рај без луѓе), ограничен рај (слики на туристичко гето), контролиран рај (локални жители прикажани како слуги, продавачи итн.) и збунет рај (поблизок контакт со локалните жители и заматени граници помеѓу нив и туристите). Питер Барнс (Peter Burns 1999) го гледа овој „рај од брошурите“ (109) како „само еден дел од сплет на притисоци врз

⁹ Првпат бев таму два месеци во 2003 година, отидов повторно уште четири месеци во 2004 година и ја заклучив теренската работа во 2006 година останувајќи уште три месеци.

културата низ туризмот“, но во исто време забележува дека „митовите на туризмот се протегаат подалеку од креирањето на рај низ брошурите“ (111).

Овие типови можат да се гледаат како степени на оската помеѓу „едноличниот“ и „хетерогениот“ туристички простор на Еденсор (Edensor 1998: 149–180) каде што првиот го прогонува вториот низ локален туристички развој, како и низ практиките на оние туристи кои преферираат нерасипани предели, каде што секојдневниот живот на локалните жители и егзотичната хетерогеност на ориенталните улици се восприемаат како поавтентични отколку уредените места за туристите. Во етнографијата на Еденсор, „измислениот рај“ на Дан може да се најде во средиштето на неговиот случај: да се биде сам кај симболичниот споменик Таџ Махал, да се почувствува неговиот дух или аура со полна месечина, зајдисонце, изгрејсонце итн. (Edensor 1998: 122–125).

Тензиите и односот меѓу идеалниот модел и актуелните практики можат да се видат или во односите меѓу медиумите и нивната публика или меѓу туристичката индустрија и нејзините клиенти. Крауч, Џексон и Томсон (Crouch, Jackson, Thompson 2005) забележале дека имагинациите на луѓето не се секогаш ограничени на она што се продуцира и пласира преку медиумите и туристичкиот маркетинг и дека треба да се земе предвид „една активна, а исто така физичка средба со локалните луѓе и интимни светови, кои се содржината на туризмот“, сепак, „не може однапред да се одлучува за она што туристите всушност го прават“ (13) или ќе го направат.

Слично Дин Меканел (2001) во неговата критика на „Туристичкиот поглед“ на Џон Ури (John Urry 2002) предложил да се земе предвид „желбата да се оди подалеку од туристичката претстава“ (MacCannell 2001:31). Од ова одбивање на „детерминистичкиот модел на туристичкото однесување“ (35) и залагање за „неочекуваните, а не необичните објекти и настани, кои може да отворат прозор во структурата, шанса да се здогледа реалното“, потекнува прашањето: до кој степен може посредуваниот рај сепак да влијае врз перцепцијата на туристите за светоста на одбраната дестинација како што Грабурн истакнал за туризмот пред многу години?

Ова прашање на поврзување на двата извора на продукција на рајот, туристичкиот маркетинг и соодветниот туристички простор, може да се одговори било етнографски било во една поширока теоретска рамка. Во следните поглавја ќе се обидам да го преиспитам тоа, во смисла на ова второво, иако ќе вметнам и различни примери во мојата аргументација од кои барем некои можат да се сметаат за етнографски.

Замислен рај

Прво ќе се осврнам на библиската слика за рајот.¹⁰ Тој е безвремено девствено место со дрвја, вода и животни, но змијата и еротскиот нудизам на парот кои се исто така присутни претставуваат – спротивно на тоа – трансформација и искушение (Marit Waade 2010: 19). Сепак, рајот исто така е идеја на многу други митски и религиски сфаќања во светот: тој е лоциран на врвот на *axis mundi*, која го спојува небото, нашиот свет и подземјето. Тој често е претставен како света планина или

¹⁰ Таква слика може да се види, на пример, на платната на Питер Вензел (Peter Wenzel) од првите декади на 19 век, Адам и Ева и земниот рај. Види http://www.sacred-destinations.com/italy/rome-vatican-museum-photos/slides/eosb_166p (Последен пат посетено на 30 јануари 2012 год.).

убаво место со свето дрво и извори на вода (види Шмитек (Schmittek) 1999). Двете слики на рајот, библиската и митолошката, се осмислени или како свет *предел*, или свето *место*, или во облик на комплексен симбол како: лавиринт, мандала, ступа, *chi-rho* монограм, *Vesica Piscis*, *ihus*, крстот, прецизните пропорции на готските катедрали, симболичната архитектура на центрите за ацилак, храмови итн. Ова значи дека рајот како свет симбол може да биде замислен или како помалку или повеќе апстрактен ентитет или како специфична област, т.е. рајот како посебно место од *Земјата*, што сепак не е лесно достапно.

Овие слики исто така биле инспирација за истражување на нови островски светови во доцниот среден век. Во средовековната христијанска перцепција, малите тропски острови посебно асоцирале на библискиот „среќен остров“. Иако овој пак не е поврзан само со христијанските и западните погледи,¹¹ неговите пермутации можеме посебно да ги забележиме во западната филмска продукција (на пр., *Адам и Ева*, *Сината лагуна*, *Тарзан и Џејн* итн.), како и во рекламирањето на островскиот туризам. Конечно, островското од островите е обработено и во постколонијалните дела каде што тие „станале феноменолошка сопственост на општествениот живот, која дозволува луѓето да мислат на островите како на онтолошки посебни ентитети, како островски локалитети симболично и општествено одделени од надворешниот свет“ (Picard 2008: 1).

Ова не води до една друга импликација на замислувањето на рајот: спротивно од богатството на рајскиот остров, западната имагинација исто така го поврзува островот со опасност (*Робинзон Крусо*, *Чак Ноланд*, *Господар на мувите*, серијата *Изгубени* итн.), со темни сили и магија (на пр. вуду од Хаити, егзорцизмот од јужна Шри Ланка, т.е. *ѓаволскиот танц* итн.). Во западната сликовитост, овие нечисти сили ја добиваат нивната инкарнација во форма на *жители* на островите, кои се дијаметрално спротивни од самиот рајски остров. Тие се гледаат како дивјаци, непредвидливи, валкани и „магични“ (Picard 2008). Во оваа амбивалентна сликовитост, малите тропски острови ги хранеле романтичните ориенталистички имагинации и ги инспирирале првите преземени колонијалистички активности во новите светови на убавина, богатство, но и дивина.

Двете слики, од една страна среќниот остров, а од друга островската магија, исто како и нудизмот на Адам и Ева и змијата, претставуваат предупредување на инаку среќното место или, пак, две комплементарни страни. Исто така во концепцијата на митскиот рај мора во близина да има и потенцијална опасност (како на пр. змејот кој приоѓа во центарот или заканата од поплави), за суштината на Рајот – рамнотежата на *axis mundi* – одново да се создаде низ временски циклуси (на пр., новогодишната победа на доброто над заканата), (види Kravanja 2006).

Сепак, нашиот случај на двата раја и стравот дека магичниот ќе преовлада над среќниот може да се види и во историјата на односите на Западот со другите континенти. Конструирањето на западното знаење, институции и учење, кое предизвикало Ориентот да стане статичен и инфериорен кон Западот, било есенцијално за пронаоѓањето на другото на Западот (Said 1978). „Ориенталниот рај“, кого Едвард Сед (Edward Said) во класичното западно знаење го препознал како дискурс на женската, сензуалната, еротската, интуитивната итн. природа на Ориентот, може исто така да се види во број-

11 Старата „Ланка“ (по 1972 Шри Ланка) на пример била веќе „забележана“ од страна на старите Грци, Римјани, Арапи и Кинези, а исто така била посетена од Марко Поло (Crick 1994: 21).

ните потсетувања на егзотичниот рај во денешната популарна култура. Овие слики и идејата за рајските места навистина глобално се споделуваат во различни насоки и низ различни канали, но една од главните целни групи за нив се разни западни авантуристи, туристи, патници, кои ги откриваат „екс- или постколонијалните“, „трети“, „источни“, „јужни“, „во развој“ итн. светови, низ секогаш нова инфраструктура на модерниот туризам и мобилност. Можеби она што го пеат Џамироквај (Jamiroquai) би бил добар пример на поопшт опис на оваа слика на егзотично рајско место:

*Овој агол на светот по многу е како мене
Можам да седам овдека со часови и да гледам смарагдните пердуви
како играат
Во ова лице сум благословен
Кога сончевата светлина доаѓа слободно
Знам дека овој агол на светот ми се смее мене.¹²*

„Аголот на светот“, каде што човек може да се чувствува „благословен“, може да биде каде било, во овој или во некој друг свет. Точно ова е точката каде што „имагинарната географија“ (Said 1978) опстојува и до ден денешен; во овој случај, рајот не мора да се поврзува со определено место. Во различни медиуми, било класични како: свети книги, слики, новели, патописи и слично, или модерни како: филмови, песни, интернет продукти, пазари и сл., сликата на рајот може да биде „место никаде“, што значи „толку таму, во самиот рај“. Ова последново не значи дека сликата на рајот е без место, тоа само значи дека нејзината иконографија го креира тоа.

Иницијално географски лоцираните рајски острови биле веќе репродуцирани во религијата и уметноста во раната историја на Западот, пред масовната туристичка индустрија и медиумите да настапат со своето претставување. Но, ова претставување било всушност креација на комплетно ново место. Добар пример за ова се некои од сликите на Пол Гоген (Paul Gauguin) од Тахити. Сликвитоста за рајот во нив го затскрива реалниот живот на островот: меѓу другите фигури и елементи, Гоген ги одомува Ева, мајката Марија со детето Исус, светци и ангели, Ѓаволот итн.¹³ Во смисла на јазична експресија, рајот на Земјата може да потсетува на бројни други фрази. Освен визуелната сликовитост, тоа може едноставно да е „Рајот“, „недопрено место“, „девствено место“, „небесна точка“, „место од вечноста“, „место како во бајка“, „убаво место“, „чудесна земја“ итн. Сите тие и многу

¹² Ова е рефрен од песната *Агол на светот (Corner of the Earth)* од албумот *Фанк Одисеја (A Funk Oddisey)* од Џамироквај (Jamiroquai 2001). Овој есид џез-бенд некако е по вкус на младите туристи, посебно низ нивните први три албуми (1993, 1994 и 1996 год.), каде што беа истакнати етнички елементи како жици и рогови, а алузиите на планетата Земја, просторот и пагување-то беа во прв план. Централна фигура во бендот е нивниот прв автор и фронтмен Џејсон Кеј (Jason Kay), кој исто така ја креираше силуетата на бафало маж, т.е. самиот тој, носејќи капа во форма на бафало. Во спотови и на концерти тој, исто така, често носи перја, што личат на оние на Индијанците, и се обикољува со космички ефекти на зраци, планети, но и со природни атрибути како: диви животни, растенија итн.

¹³ Ева била претставена како Тахиќанка на сликите на Гоген како „Вкусната Земја“ (1892) и „Зборовите на Ѓаволот“ (1892). Мајката Марија и Христос со светци и ангели биле претставени на неговата *Io Orana Maria* (1891) итн. (за повеќе информации за „примитивизмот“ на Гоген види во Staszak 2004).

други поетски изрази се користат за да опишат слични работи и во други контексти, што не мора секогаш да ја пренесуваат претставата за осамен остров.

Сепак, не можеме во потполност да ги претпоставиме одразите на заедничките слики поради прагматизмот на животот и посредништвото до медиумската публика. Рајот може да значи различни работи според различни контексти. Во рамки на контекстот на туризмот, опсегот на неговите интерпретации може значително да се стесни. Еве некои примери од *блогот отворено патување*:¹⁴

Има само еден рај на светот, а тоа е островот Марко Поло, наречен „најдобриот остров од неговиот ранг во светот“ – Сјајниот остров на светот – Шри Ланка.

Боракај на Филипините изгледа убаво од тоа сликиче, но толку сакам да одам на некое место, релативно недопрено од цивилизацијата. Не знам колку има гужва на Боракај со туристите..., но изгледа рајски!

Постојат толку рајови од кои може да се бира! Јас само итседам за мојата следна авантура и на памет ми паѓаат Карибите...

Во овие три случаи, среќниот рај јасно е замислен во однос на географијата на островите, нивната претпоставена чистота, празнина и убавина. Иако во претходните пасуси гледаме дека рајот не се поврзува само со недопрена природа и острови, туку може да биде лоциран во земја од фантазијата, историјата на реалните средби со „другото од Западот“ конструирала и репродуцирала еден многу цврст вид на рај, што накратко веќе го обработив низ магичната страна на рајот. Во следното поглавје на ова истражување ќе бидат додадени географски и историски карактеристики.

Втемелен рај

Наметнување на имиџ на рај врз некое конкретно место е само една од можните насоки на присвојување на непознати предели. Друга е нивната култивација и организирана експлоатација на нивните извори. Генерално ова второво потекнува од индивидуалните колонијални и постколонијални истории. Кога колониите, на пример во Јужна Азија биле добро етаблирани, раноколонијалната концепција за „Индија“ била, во име на науката и развојот, именувана по географски и климатски категории, како на пример „тропски предел“ (Perera 1999: 73). Дополнително на „ориентализмот“ и егзотицизмот на Сед, посебно во колонијалниот дел на незападните истории, „тропикалноста“ (Clayton and Bowd 2006) дошла во прв план. Ова е:

[...] дискурс – или комплекс на западни идеи, ставови, знаења и искуства – кои од петнаесеттиот век креирале и биле обликувани според дистинкциите меѓу умерените и тропските предели при што умерениот свет рутински се воздигнал над неговата тропска поло-

¹⁴ Види на <http://opentravel.com/blogs/paradise-on-earth> (последен пат пристапено на 20 декември 2011 год.).

вина, а тропикалноста станала централна на дефиницијата на Западот како умерена (модерна и работлива наместо екстремна и индолентна) хумана и физичка околина (Clayton and Bond 2006: 210).

Сепак, како и во другите концепции на рајот што ги разгледавме погоре, тропикалноста е амбивалентен дискурс, што од една страна содржи „островски рај“, а од друга страна „привидение на џунгла“, каде што „плодниот, а сепак примитивен имот чека на цивилизирачка и модернизирална интервенција од Западот“ (ibid.). Овој „еколошки Евроцентризам“ (Clayton and Bond 2006: 11) станал битен до крајот на осумнаесеттиот век кога империјалната експанзија на Британија, Франција и другите европски сили се фокусираа на култивација и подобрување на колониите (15). Заедно со колонијалните активности, ставот кон различните острови се трансформирал во став на економска експлоатација. Првичното и долготрајното присуство на различни колонијалисти, организатори на пределите, босови на плантажите, трговци итн. од една страна дале слика на тропските светови како „бујни имоти“ (15), но од друга страна била репродуцирана прилично темна страна на рајот, посебно кога колонијалистите се сретнале со тропските болести. Во вакви „ослабнати и убиствени“ тропски услови, „развојот, климата и болестите отсекогаш се користеле како маркери на тропската назадност, инфериорност и опасност“ (15–16).

Светлата страна на рајот била оживеана по распаѓањето на колонијалните режими, кога малите постколонијални острови во светот, полека, со нивните „мали островски држави“ (Bianchi 2002, 270–271) станале субјекти на туристичкиот развој. Идејата која преовладувала во текот на 60-тите години била дека лансирањето на туризмот не барало голема финансиска инвестиција во тропскиот рај бидејќи сè што било потребно – сонце, песок и среќни лица – веќе требало да биде таму. Ова се покажало погрешно, а инвестициите во инфраструктура, што се оствариле со странска помош биле скапи и ги оставиле земјите задолжени (Crick 1989: 314–317). Следствено најголем дел од првите антрополози и социолози на туризмот ја прифатиле другата крајност (и мит): туризмот како чисто зло и жртвено јагне за сите негативни општествени промени. Во овој контекст, туристите претставувале „златни орди“ (Turner and Ash 1975) и поимањето на туризмот како „пасош за развојот“ (de Kadt 1979) било доведено во прашање. Осврнувајќи се на туризмот во третиот свет, Стивен Бритон (Stephen Britton 1982) развил „модел на зависност“ со кој истражил како Западот (Северот) прекумерно го експлоатирал Истокот (Југот). Покрај тоа, Денисон Неш (Dennison Nash 1977) во туризмот видел само уште една „форма на империјализам“.

Процесите на глобализација во годините што следуваа почнаа да ги фрагментираат старите светски економски организациски принципи како што се: центар-периферија, пуш-пул, суфицит-дефицит, корисник-производител (Geertz 2000: 218–263) и несигурноста на „дезорганизираниот капитализам“ (Appadurai 2005: 32–33) била сè повеќе присутна и во локални размери. Малите острови претставувале битен дел од глобално распространетите туристички слики, но во локални размери истите слики биле репродуцирани „назад“ низ слики и снимки од патувањата (види Ugg 2002). Ане Марит Ваде (Anne Marit Waade 2010) го анализираа рајот и неговата концепција во рекламите и нагласила дека тој навистина е замислен како специфично место, но исто така и како состојба. Ова последново се поврзува со „специфични расположенија и телесни состојби, кои гледачот ќе ги постигне кога ќе го купи производот

или кога само ќе ја ужива рекламата“ (ibid: 16). Според тоа новиот рај во исто време е заснован врз употребата на специфично *место* како симбол (на пр. во туристичките практики на документирање на патувањето) и замислен во *обликување* на ова конкретно место во согласност со постоечката идеја за тоа како изгледа рајот.

Во секој случај, оваа синхроничност на втемелување и замислување на рајот е всушност последица на негова трансформација во средбите со „другиот“, што не се униформни, посебно ако го имаме предвид нивниот постколонијален контекст. Штом ќе почнеме да ги претставуваме конкретните *именувани* места, како добри кандидати за рајската трансформација, идејата за чистиот рај почнува да имплицира колонијални и постколонијални елементи. Земете ги на пример стиховите од еден познат хит од 1945 година на американското женско трио Ендрус систерс (Andrews Sisters), *Рум и кока-кола (Rum and coca-cola)*:

*Доколку некогаш одиш во Тринидад
Те прават да ти е толку драго
Калипсо пее и смислува рима
И ти гарантира навистина добар престој
Пијејќи рум и кока-кола
Оди накај местото Кумана
И мајката и ќерката
Работат за Јенки долар
Откако Јенките дојдоа во Тринидад
Тие ги полудеа младите девојки
Младите девојки велат ги третирале убаво
И го правеле Тринидад како рај.*

И така натаму... Марит Ваде (2010: 24–26) ги анализираше „Рекламите на Бакарди, кои го прикажуваат тропскиот сон“ (и кока-кола учествувала во нив исто така). Во нив е употребен „матриксот тропски рај“. Тие одразиле „како интоксикацијата, имагинацијата и тропскиот сон се поврзуваат со матриксот рај“, а рекламите исто така покажуваат како оваа „имагинација, како комуникативна стратегија се изведува и рефлектира“ (26). Јас не гледам голема разлика меѓу содржината на тие реклами и стиховите наведени погоре, но има разлика во однос на местото: доколку *Тринидад* е еден конкретен остров, рекламите на Бакарди се поставени во еден безимен и апстрактен рај, што може да е каде било во светот, па дури и надвор од овој свет. И оваа разлика е клучна кога се зема предвид постколонијалниот контекст на рајската сликовитост или со други зборови – во нејзината втемеленост.

Сепак, како што веќе видовме погоре, рајот може да се замисли и репродуцира и низ приказни, слики и музика; тој може да биде евоциран, распространет и посредуван преку филмови, популарни и конsumerски предмети, имиња на барови, места, забави, коктейли итн. Иако овој вид на сликовитост сè уште е просторна слика на егзотични дестинации, тој исто така е слика на туристичките експресији и расположенија при сезонските периоди на одмор. Паралелно со овие нишки, рајот може да биде, освен замислен и втемелен, исто така и симулиран, пренесен до различни места и конструиран како посебен социјален простор.

Симулиран рај

Во својата книга за историјата на одморите, Орвар Лофгрен (Orvar Löfgren 1999) ја истражил еволуцијата на концептот за „глобална плажа“ (213–239) како масмедиумска икона на туристичката индустрија. При опишување на „тропскиот сон“ (216–220), Лофгрен истакнал дека „целиот концепт на рајот се заснова пред сè на романтиката за Јужниот Пацифик и тропските плажи. Глобалното поимање на плажата започнало во култот кон Хаваите и плажата Ваикики близу до Хонолулу“ (216). Овие први летувалишта на плажа од почетокот на 20 век постепено се развиле во првиот масмедиумски рај: разгледници, палми, мелодии, хула девојки со цветови во косите, тропска ноќ на плажа – целосната атмосфера била претставена во различни списанија (на пр. Национална географија (National Geographic)), плочи, холивудска продукција (на пр. *Сините Хаваи (Blue Hawaii)* на Елвис) итн.

Сликите и идеите на тропскиот рај биле репродуцирани и во Европа. Секоја секоиозна плажа морала да има палми, песок, лежалки и капи за пливање (Löfgren 1999: 216). Изградената околина на рајот се развила во плажа за одмор каде што морето, песокот и сонцето биле само еден стадиум за други активности. Играњето со песок, капењето во вода, а посебно сончањето, станале активности за уживање – а исто така и за здравје. Тенот почнал да се смета како убавина (ibid.: 220–223), а плажите станале – и покрај тоа што упорно биле замислувани како место за слобода – место за *дружење* (ibid.: 227–228). Овој хибридризиран рај затоа бил совршено усогласен со продукцијата на рајски расположенија, иако „автентичниот“ рај (MacCannell 1976: 91–107) започнал повторно да се замислува некаде на Југот или Истокот.

Многу природни плажи во светот биле предмет на ова барање автентичност. Но, проблемот на која било плажа секогаш лежи во присуството на *луѓе*. Доколку плажата не би била полна со туристи, кои тајно се набљудуваат (Löfgren 1999: 228), тогаш локалните жители или рибарите можеби ќе беа во околината. Плажите не се интересни само за инвестиција во инфраструктура за туризам,¹⁵ тие се исто така интересни и за конзервација на природата, рибарење, како места за да се биде сам, за сурфање, за забави, за продажба на овошје и други додатоци, за нудење масажа... Според ова, тешко е да се постигне целта да се најдете сам на чиста празна плажа.

Плажите во Јужна Азија се развивале малку поинаку од гореспомнатите. Доколку плажата Ваикики претставува ран модел на глобална плажа (Löfgren 1999: 216–220), плажата *Гоа* претставува модел за хипи плажа. Западната инвазија на Индија во 60-тите години, со нејзиниот извртен спиритуален туризам (види Mehta 1979), е период кога *Гоа* го доживеала својот врв. Низ нејзиниот специфичен развој со декадите, плажата станала импрегнирана со „политиката на локација“, која врши поделба не само на локалните жители од белците туку и на новодојдените туристи од „тајфите“ и „Гоа фриковите“ (Saldanha 2007). Овие исклучувања присвоиле расистички идиом, кој домашните туристи го чувствуваат дури и од локалните жители на Гоа,

15 Како што Наоми Клајн (Naomi Klein 2009: 379–398) во нејзината Шок доктрина убедливо покажала за Малдивите и за Шри Ланка, програмите за инвестиции веќе биле изготвени од страна на државни економисти, политичари и корпорации пред цунамите во 2004 година. Брзо по катастрофата, таа била искористена како погодна причина за да се испразнат најдобрите места и да се преселат селаните и рибарите од брегот кон камповите за раселени лица во внатрешноста.

кои одбиваат да ги служат или да им изнајмуваат соби во белите квартави на Гоа.¹⁶ Од друга страна, пак, за многу туристи Гоа претставува „рај за изопачени“ (според Welk 2004: 90, забелешка 3) каде што од индиските градови има организирани туристички пакети, кои нудат можност да се гледаат топлес „странкињи“ (ibid.).

Но, сама за себе *Гоа* е екстремна локална приказна. Она што изгледа како клучна разлика меѓу плажите во јужна Азија и глобалната плажа е перформативноста на однесувањето. Во 60-тите години „западњациите“ однеле таму различни видови психоделична уметност како што се: играње со јажиња, ленти, алки и кристални топки, свирење на удирачки инструменти и друга музика, користење дроги, но исто така и вежбање на слободни варијации на јога и медитација. Слободната сексуалност, која била придружна идеја и пракса, резултирала во отворен сексуален интерес и за локалните жители.

Во претходните пасуси изложив како рајот бил репродуциран од иницијалното место на островите Хаваи, преку сликите во мас-медиумите и конечно множество на симулакруми на плажите и местата за одмор во светот. Референтна точка на тие симулации биле (не секогаш именувани или лоцирани) тропските острови, посебно нивните песочни плажи со палми, сонце, море итн. Додека овие однапред утврдени идеи послужиле за креирање на атмосфера на рај каде било, барем некои од овие околности на автентични тропски места веќе ги развиле нивните уникатни приказни и стилови, кои кореспондирале со вкусовите на туристите, различни од оние на рајските гладни маси.

Така хипи плажата во Гоа е модел на рај што продуцирал – освен што е тропска плажа во согласност со сликата за среќниот рај, место на неоколонијална апропријација на нејзините најдобри места од страна на западните олд-тајмери и занесеници и место на изопачени симулации на спиритуалност, слобода и уметнички перформанс – исто така и чувства на nelaгодност, грешност, страв да не станете заробен во чудно, непознато место на кое човек прво треба да се навикне. Во овој вид рај, социјалниот простор и чувството на припадност кон него е побитен отколку самото место. Понатаму, неговите сентиментални карактеристики, што се специфични за местото и базирани на симулакруми, мора да се запостават со цел идентификација со неговата култура.

Запоставен рај

Во општествената динамика на идентификација со соодветен стил на патување и обид да се добие доволно искуство за да се интегрира и да се припаѓа на одредена патувачка група, можно е да се види желбата на туристот „да се допре подалеку од туристичката репрезентација“ и да се бара „неочекуваното [...] да се види вистинското“ (MacCannell's 2001: 31 и 36) за што веќе спомнав во овој напис. Сепак, доколку навистина многу западни туристи станале имуни на слаткоста на рајските слики, како и на нивните било пронајдени било фабрикувани актуелизации, некои од нив се посебно склони да ги игнорираат. Понатаму, тие се – за разли-

¹⁶ Види ја кратката приказна во делот за понуди „Само за странци“ во Гоа, на пример на <http://www.youthkiawaaz.com/2010/01/racism-against-indians-in-goa> (последен пат пристапено на 30 јануари 2012 год.).

ка од поранешните колонизатори, кои во средбите со тропските болести и „ослабнатата и убиствена“ околина гледале само назадност и опасност (Clayton and Bond 2006: 15–6) – сензитивни на деталите од она што ќе го *искусат*, а не толку од она што ќе го „видат“ или „сретнат“. За овие патници, вниманието кон рајската сликовитост се избегнува и – меѓу самите нив – запоставува како битен фактор на „тоа што се таму“. Она што го имаат заедничко е тоа што себеси се гледаат како антиуристички и преферираат да си го најдат своето место меѓу таканаречените „туристи со ранци“, иако дури и меѓу нив постојат значителни разлики.

Првото длабинско истражување на феноменот на „туризам со ранци“ било во едно антрополошко дело насловено *Глобален номад* (Richards and Wilson 2004). Да сумирам некои главни моменти од него: идеалниот „турист со ранец“ користи евтино сместување, флексибилен е и независно си ги организира активностите за време на патувањето. Акцентот е на социјалниот контакт со колегите-патници и времетраењето на нивните патувања е релативно долго (16) – во просек повеќе од 60 дена (20). Но, „и покрај аргументот дека ‘туристите со ранци’ сакаат да се разликуваат од другите видови туристи, нивните активности се слични со оние, кои би се очекувале генерално од туристите“ (27). Тие посетуваат историски локалитети, шетаат, седнуваат во кафеани и ресторани, одат на шопинг, присуствуваат на организирани излети во дивина, се врткаат на плажа или пробуваат екстремни спортови. Сепак, „туристите со ранци“ се туристи кои се „гладни за искуства“, што значи дека за нив главниот бенефит е самото истражување, а не толку запознавањето со различните култури (28–29).

Оваа карактеристика ги разликува од „олд тајмерите“, „скитниците“, „хипи патниците“ и сличните на нив кои исто така се внесуваат во локалните сцени и можат да останат на едно место подолго време. Многу од оние кои независно патуваат, затоа се критични кон „патниците со ранци“ и водичот *Lonely planet* го нарекуваат наместо нивна „Библија“ нивно „бабуле“ (36). Бидејќи „границата меѓу ‘туристите со ранци’, ‘патниците’ и ‘туристите’ е далеку од јасна“ (39), воспоставувањето на социјален статус во рамките на „скриената хиерархија на патувањето со ранци“ (Welk 2004: 80) пред сè се прави врз основ на должината на патувањето (*ibid.*). Во принцип, најголем дел од нив го делат антиуристичкиот став, но меѓу нив има и такви кои се сметаат за подобри „туристи со ранци“ отколку останатите. Во нивните антиуристички ставови, тие намерно ги избегнуваат „супер-автопатите за патниците со ранци, каде сместувањето е секогаш евтино, локалните жители секогаш зборуваат англиски и во ресторани секогаш се послужуваат палачинки со банани“ (Welk 2004: 88). Тие се гледаат себеси како „вистински патници“ и за некои од нив патувањето станало „начин на живот, наместо начин на патување“ (*ibid.*: 89; види исто така Cohen 2011).

Не велам дека сите „туристи со ранци“ се олку амбициозни. Конкуренцијата во континуумот на идентификацијата, како што е сумирано погоре, е многу суптилна и изразена во мали победи, кои „туристите со ранци“ ги споделуваат кога одново ги бројат нивните авантури како на пр.: пазарење со локалните жители, пенетрација во нетуристички области итн. Сепак, сликовитоста на рајот – наместо една од концептуалните алатки за изразување на овие победи – е табу за сериозните патници. Ниту замислениот рај од брошурите со скапата мирна плажа, ниту Русоовиот тропски остров со постколонијална патина, а уште помалку симулираниот коко-џамбо рај, можат да бидат дел од овие нарации, без грижа како слушателот ќе го оцени вкусот на нарајотот и патувачките компетенции. Рајот може, во споредба со на пр. „проблематичниот туризам“ (Crouch, Jackson and Thompson 2005, 9–11) да претставува мал

дел од можностите што туристичките практики можат денес да ги измислат. За многу патници, тоа е точно тој опасен рај (или барем место што не е премногу удобно и се открива себеси како вистински рај само со тек на време и со напор), што се смета за вреден да се побара и за кој е вредно да се раскаже на другите патници.

Дури и ако сите „туристи со ранци“ не се посветени на патувањето до степен до кој тоа значи начин на живот (види Cohen 2011), додека се на пат тие се сретнуваат со нивните колеги со ранци и суптилно ги споредуваат нивните патувачки вештини низ разговор за патувањето, што едноставно е навика на пример на вечерните дружба во hostelите. Тие едноставно се среќаваат едни со други за време на нивните патувања. Во Шри Ланка, на пример, некои hostели или преноќувалишта се популарни од други и тие функционираат како база каде што „туристите со ранци“ се враќаат од нивните авантури и истражувања на помалку посетените места на островот. Дури и ако вкусот на „туристите со ранци“ се води од различни икони на популарната култура, и обратно, ако поп-индустријата ја прилагодила културата на „туризмот со ранци“ и ја интегрирала во нејзината продукција, тие сепак се стремат да бидат одлични патници. Поп-слободата е изразена преку слушање на вистинската музика, носење долга коса или суканици, облека која изгледа етно, пирсинг, привремени тетоважи, изработка на модни додатоци од природни материјали како школки, пушење цоинт, свирење етнички инструменти како: тапани или дидериду итн., но вистинското нешто е една интересна патувачка автобиографија каде што рајот е или оддалечено, помалку посетено место, или необично, опасно, диво, непријатно место или ситуација со што не може да се спореди ништо претходно доживеано.

Во претходните пасуси истакнав дека меѓу стиловите на патување на „туристите со ранци“ или патниците, идејата за рајот, било да е замислен, втемелен или симулиран, по правило е запоставен, како вредно место за потрага или стремеж. Сепак, цената на рајот може да се зголеми со непристапноста на местото кое човек има привилегија или храброст да го посети. Рајот на Земјата може да биде замислен – посебно во моменталните услови – како прибежиште. Тоа е евтино во постколонијалните земји и таканаречените „патници со стил“ (Cohen 2011) се претметнуваат од нивните плати дома на живот во евтин рај. Замислувањето на можности за иднината, или чистото сонување, им овозможува да го осмислат нивниот идентитет како патници, сметајќи се себеси како релаксирани, космополитски, слободни, храбри, независни, полетни, авантуристи и слично. Од друга страна, сите места во нивните патувачки кариери им даваат облик на нивните перцепции за туристичките околности во кои се наоѓаат во моментот. Токму на тоа место тие мора да ја занемарат неговата рајска природа доколку сакаат да ги докажат било нивните патувачки компетенции било нивната способност да се прилагодат на потешки услови отколку нивните колеги патници.

Заклучок

Четири типови рај, кои ги претставив во овој текст – замислен, втемелен, симулиран и запоставен – го прошируваат нашиот поглед кон симболизмот одозгора надолу на масовната туристичка и медиумска индустрија. Кон продукцијата на рајот ги додадов и неговите религиски и митолошки основи, неговата репродукција во западната популарна култура, уметноста и туристичките фантазии. Понатаму, во преден план дојдоа и географските карактеристики на различните кандидати за рај, гле-

дан од страна на Западот низ колонијални практики каде што организираната економска експлоатација од една страна продуцирала темна страна на тропската убиствена околина на рајот, а од друга страна богата и плодна земја.

Оваа амбивалентност, што може да се забележи уште кај библиското среќно место, со грешната голоотија на парот и злобната змија, постојано е присутна во сите репрезентации на рајот што следуваат понатаму. Кога западните ексколонијални империи, фаворизирајќи ги убавите карактеристики на малите тропски острови, ги туркале овие нови држави кон екстензивен развој на рекреативниот туризам, всушност сакале само и понатаму да имаат контрола врз нивните ресурси и да ги држат задолжени. Кога одредени острови станале втемелен рај на Земјата, со свое име и место на мапата, тие морале да се соочат и со постколонијалните дискурси на евтиноста и понижувачката достапност на нивните жени. Со воведување на рајската плажа и нејзините симулации во туристичката иконографија, започнал нов круг на продукција на рајот. Овојпат автентичните рајски дискурси поттикнале потрага по рајски места, што можеле да го избегнат туристичкиот публицитет и да останат недопрени од – така да се каже – цивилизацијата. Од друга страна, културата на одредени места, како на пр. Гоа и јужноазиските плажи, започнале да претставуваат предизвик за присвојување и дистинкција, што ги избегнува двата, (втемелениот) чист рај и (западниот) симулиран рај.

Кога алтернативните форми на патување станале можни со глобалниот развој на инфраструктура за мобилност и достапност на сместувачки капацитети во новите мали туристички енклави, потрагата по автентичен рај станала само мал дел од патувачката креативност на „слободните независни патници“ (Сrick 1989: 313). Локацијата не била толку битна како квалитетот и претенциозноста на патувачкото искуство. Сликата на рајот била дисперзирана во расположенија и мотивации на „туристите со ранци“ и патниците, кои повторно ја репродуцирале својата амбивалентност: од една страна рајските места биле прашање на храброст на индивидуалните патници, кои ги меморирале или планирале нивните пенетрации во новоотворените, обично екстоталитарни земји. Од друга страна, во овие рајски места човек треба да биде подготвен на многу непријатности, кои ги бараат вештините и цврстината на вистинските патници, а не комфорот кој го сакаат стокмените „туристи со ранци“.

Во плажите и селата на јужна Шри Ланка, каде што го спроведував моето теренско истражување кон средината на првата декада од овој век, ретко сретнав некој кој не би се идентификувал со идентитетите кои беа сумирани погоре во текстот. И секогаш изгледаше битно да се праша колку време траело патувањето, да се изразат ставови за патувањето, неговата есенцијалност за смислата на животот и важноста на неговата вредност за личниот развој. Плажите на јужна Шри Ланка во тоа време не биле многу посетени, што можеби помогнало да се открие сликата на чистиот рај во нашите конверзации. А некогаш ова се случувало за краток момент: доколку идејата за рај на Земјата не се однесувала за одредени делови на Шри Ланка, таа се однесувала за други делови каде што биле моите соговорници или каде што сакале да одат. Сепак, контекстот на овие евокации никогаш не се однесувал на ситуација во која сме биле во моментот. Тоа или бил моментален увид или дел од напација за други места.

Го започнав овој труд со фразата *исто исто, но различно*. Другиот, посттуристички, и низ постколонијални очи виден, многу песимистички екстрем, е спро-

тивна пермутација на оваа фраза: „исто срање, различен остров“. Во усно пренесените искуства на туристите, оваа фраза значи:

Без разлика кој остров патникот го посетува, тој секогаш ќе се сретне со: (1) агресивни трговци, кои продаваат маички, школки и други бескорисни глупости, (2) луди таксисти, (3) жешка, влажна клима, (4) просјаци (5) бубачки и (6) евтино смесување и сомнителна кујна.¹⁷

Додека нашата прва фраза ја наметнува различноста, над хомогеноста, втората наметнува претходно претпоставена хомогеност, над претендирачката различност, или – што е и поверојатно – друг вид на претендирачка хомогеност, онаа на рајот на Земјата. Иако фразата *исто срање, различен остров* е нихилистичка изјава за шармот на патувањето во постколонијалните светови, таа не имплицира точно на запоставувањето на рајот, туку – токму спротивно – однапред поставена аспирација за него и разочарување откако човек ќе дојде на лице место. Но, прашањето е: дали нихилистичкиот став изразен низ оваа фраза исто така открива стил на патување кој имплицира ориенталистички, егзотицистички или тропикалистички идеи и неоколонијални навики?

Во ова сценарио претпоставената вистинска личност се нашла на претпоставено погрешно место. Во потрагата по рајот *во рамки на постоечките туристички симулакруми*, што се наметнати на постколонијалните дестинации, посебно на малите острови, човек навистина може да се почувствува како уште еден глупав турист. Сепак, успешното бегство од оваа неподнослива судбина на постколонијална оставина не лежи во обидите да се најде вистинскиот остров, но во волјата да се согледа дека доколку нешто е погрешно, најверојатно `вистинскиот` начин е соочување со погрешната (т.е. игнорантната) личност. Било каков активен придонес кон индивидуалниот туристички простор покажува дека туристичкото искуство во денешно време не е лимитирано на глетки, туку пред сè е вградено. Репрезентациите на рајот се навистина моќни, но тоа не значи дека треба да подлегнеме на нивниот шарм. Претпоставувам дека сите очекуваат да завршам со следнава мисла: дури и ако рајот може да биде секогаш одново баран насекаде во светот, не треба да се грижиме за неговото постоење. Тој е секогаш таму и излегува неочекувано. Со други зборови: „исто исто, но различно“.

Признание

Овој труд е резултат на моето истражување за докторатот, кое го завршив на Одделението за етнологија и културна антропологија при Филозофскиот факултет при Универзитетот во Љубљана во 2010 година. Претходна верзија на ова предавање претставив во рамките на Интензивната програма Креол, „Добар живот: имагинација, интеракција, практики“ во Љубљана, од 11 до 21 јули 2011 година и по покана на Институтот за етнологија и антропологија, Природно-математички факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје на 13 декември 2011 година.

¹⁷ Види <http://www.urbandictionary.com>, под поимот “Same shit, different island” (Исто срање, различен остров), (последен пат пристапено на 15 февруари 2012 година).

Користена литература

- Appadurai, A. (2005), *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis and London.
- Bianchi, R. V. (2002), Towards a new political economy of global tourism, In: *Tourism and development: concepts and issues*, Sharpley, R. and Telfer, D. J. (Ed.), Channel View Publications, Clevedon, New York and Ontario, pp. 265-299.
- Britton, S. (1982), The political economy of tourism in the Third World, *Annals of Tourism Research*, 9(3), 331-358.
- Burns, P. (1999), *An introduction to tourism and anthropology*, Routledge, London and New York.
- Chalfen, R. M. (1979), Photography's role in tourism: some unexplored relationship, *Annals of Tourism Research* 6(4), 435-447.
- Clayton, D., Bowd, G. (2006), Geography, tropicality, and postcolonialism: Anglophone and francophone readings of the work of Pierre Gourou, *L'Espace géographique* 3(35), 208-221.
- Cohen, S. A. (2011), Lifestyle travelers: backpacking as a way of life, *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1535-1555.
- Crick, M. (1989), Representations of international tourism in social sciences: sun, sex, sights, savings, and servility, *Annual Review of Anthropology* 18, 307-344.
- Crick, M. (1994), *Resplendent sites, discordant voices: Sri Lankans and international tourism*, Harwood Academic publishers, Chur, Paris, Berlin, etc.
- Crouch, D., Jackson, R., Thompson, F. (2005), Introduction: the media and the tourist imagination, In: Crouch, D., Jackson, R., Thompson, F. (Ed.) *The media & tourist imagination: converging cultures*, Routledge, London and New York, pp. 1-14.
- Dann, G. (1996), The people in tourist brochures, In: Selwyn, T. (Ed.), pp. 61-82.
- De Kadt, E. (1979), *Tourism: passport to development*, Oxford University Press, London.
- Edensor, T. (1998), *Tourists at the Taj: performance and meaning at a symbolic site*. Routledge, London and New York.
- Geertz, C. (2000), *Available light: anthropological reflections on philosophical topics*, Princeton University Press, Princeton and New Jersey.
- Graburn, N. (1977), Tourism: the sacred journey, In: Smith, V. (Ed.) *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 17-32.
- Klein, N. (2009), *Doktrina šoka: razmah uničevalnega kapitalizma*, Mladinska knjiga, Ljubljana, Zagreb, Beograd, etc.
- Kravanja, B. (2006), Sacred meaning: the significance of extraordinary places in ordinary settings: Breginjski kot, Slovenia, In: Simonč, P. (Ed.) *Ethnography of protected areas: endangered habitats – endangered cultures*, Faculty of Arts, Department of Ethnology and Cultural Anthropology, Association for Research, Marketing and Promotion of Protected Areas in Slovenia, Ljubljana, pp. 49-70.
- Löfgren, O. (1999), *On holiday: a history of vacationing*, University of California Press,

- Berkeley, Los Angeles and London.
- MacCannell, D. (1976), *The tourist: a new theory of the leisure class*, Schocken Books, New York.
- MacCannell, D. (2001), Tourist agency, *Tourist Studies* 1(1), 23-37.
- Marit Waade, A. (2010), Imagine paradise in ads: imagination and visual matrices in tourism and consumer culture, *Nordicom Review* 31(1), 15-33.
- Mehta, G. (1979, 1990), *Karma cola: marketing the mystic East*, Vintage International, New York.
- Nash, D. (1977), Tourism as a form of imperialism, In: *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, Smith, V. (Ed.), University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 33-47.
- Perera, N. (1999), *Decolonizing Ceylon: colonialism, nationalism and the politics of space in Sri Lanka*, Oxford University Press, Oxford, New York, Athens etc.
- Picard, D. (2008), Island magic: tourism and dialectics of self-imagining in La Reunion. Paper presented at: *Experiencing Diversity and Mutuality, 10th Biennial Conference of the European Association of Social Anthropologists (EASA)*, 26. – 30. August 2008, Ljubljana.
- Richards, G., Wilson, J. (2004), The global nomad: motivations and behaviour of independent travellers worldwide, In: Richards, G., Wilson, J. (Ed.) *The global nomad: backpacker travelling theory and practice*, Channel View Publications, Clevedon, Buffalo, Toronto, etc. pp. 14-39.
- Said, E. (1978), *Orientalism*, Random House, New York.
- Saldanha, A. (2007), *Psychedelic white: Goa trance and the viscosity of race*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Selwyn, T. (Ed.) (1996), *The tourist image: myths and myth making in tourism*, Wiley, Chichester.
- Staszak, J. (2004), Primitivism and the other: History of art and cultural geography, *Geo-Journal* 60 (4): 353–64. Available also on: <http://www.unige.ch/ses/geo/collaborateurs/publicationsJFS/PrimitivismAndTheOther.pdf> (accessed 17. February 2012).
- Schmitek, Z. (1999), The Image of the Real World and the World Beyond in the Slovene Folk Tradition, *Studia Mythologica Slavica* 2, 161-195.
- Turner, L., Ash, J. (1975), *The golden hordes: international tourism and the pleasure periphery*, Constable, London.
- Urry, J. (2002), *The tourist gaze – leisure and travel in contemporary societies*, 2nd edition, Routledge, London and New York.
- Welk, P. (2004), The beaten track: anti-tourism as an element of backpacker identity construction, In: Richards, G., Wilson, J. (Ed.) *The global nomad: backpacker travelling theory and practice*, Channel View Publications, Clevedon, Buffalo, Toronto, etc. pp. 77-91.

