

ТУРИЗАМ ИЗМЕЂУ ИСТИНЕ И ИЛУЗИЈЕ

TOURISM BETWEEN TRUTH AND ILLUSION

Чомић, Ђ.¹

Резиме

Рад се бави спознајним аспектима туризма, као и односом између истине и илузије. У уводном делу је дат кратак приказ различитих теоријских концепција истине, а потом се анализира спознајна вредност туризма, врсте истине које се траже на путовању и начини сазнања. Посебна пажња је посвећена различитим облицима неистине и обмана, које су присутне у свести туриста, емитивном и рецептивном простору. Кључно питање у овом контексту је однос између аутентичних и неаутентичних догађаја (призора) у рецептивним срединама, што се илуструје примером Вуду и Водун ритуала на Хаитију, који указују на драстичну разлику између аутентичног ритуала намењеног локалном становништву и псеудо-ритуала, представе намењене туристима. Најзад, анализирају се различите могуће ситуације на основу Коенове типологије, која се базира на укрштању две кључне димензије: прави карактер догађаја (истинит, неистинит) и начин на који туриста доживљава призор (истинит, неистинит). Из тога произлазе четири могућности: аутентична ситуација, позоришна аутентичност, негирана аутентичност и измишљени, неаутентични призори. У закључку се истиче да су истина и илузија подједнако потребене туристима, па их због тога туристичка индустрија мора понудити на тржишту без дискриминације.

Кључне речи: туризам, спознаја, истина, илузија, аутентичност

Abstract

In this paper the cognition aspects of tourism, basically the relationship between illusion and truth, are considered. In this context different kinds of deceptions in the generating and receiving countries are analysed. Then the relationship between

¹ Ђорђе Чомић, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, ПМФ Нови Сад

authentic and inauthentic events (scenes) in chosen destination is considered, which is illustrated with examples of the Voodoo ritual (an authentic ritual of local people) and Vodun pseudo-rituals (arranged events for tourists). Finally, the four different possible situations based on Cohen typology are presented: authentic situations, theater situations, denied authenticity and invented inauthentic scenes.

Key words: *tourism, cognition, truth, illusion, authenticity*

Увод

Истина се, као и други фундаментални филозофски појмови, веома различито дефинише у зависности од полазних позиција и филозофских система. Појам истине се везује за спознају, чији је она крајњи циљ. Међутим, поставља се питање шта је истина? Од античког доба па до данас јављају се различите концепције и теорије. Не улазећи овде у дубљу анализу поменућемо само неке најпознатије теорије истине. Теорије кореспонденције дефинише истину као слагање мисли и ствари (*veritas est adequatio intellectus et rei*), тј. као слагање суда са оним о чему се суди, са стварношћу, са оним што јесте. Теорије евиденције заступају мишљење да је истина у специфичном интерном својству суда, у непосредном увиду, у евиденцији очигледности. Евиденција је, уствари, специфични ”доживљај истине“ односно битка. Теорија кохеренције сматра да истина не може бити у појединачном изолованом суду, већ у мисаоној целини. Истина је ”систематска кохеренција“ која је карактеристична за такву целину, а поједини суд може бити релативно истинит само ако је део кохерентних система. Прагматичке теорије заступају тезу да је истина оно што одговара човековим потребама, оно што је практично корисно, што служи животним циљевима, одржању и унапређењу живота појединаца и врсте. Објективистичке теорије одређују истину као нешто потпуно независно од човека и његовог мишљења. Ту се ради о ”истини по себи“, која постоји без обзира да ли је неко спознаје или не. Поред поменутих филозофских концепција истине и дилема да ли она уопште постоји или не, да ли се може спознати, да ли је једна или мноштвена, објективна или субјективна, апстрактна или конкретна, вечна или пролазна и слично, постоји и појам истине који се користи у свакодневном животу и говору. Међутим, ни у овом случају истина није једнозначна, већ јој се у зависности од ситуације и контекста придају различита значења.

Спознаја истине као циљ путовања

Истина је идеал који се тражи и на путовању, јер човека на пут, поред осталог, гурају и потреба за експлорацијом и сазнањем. Оно што вуче, циљ коме се тежи, је истина. Како је, међутим, као што смо видели, филозофски појам истине вишезначан, поставља се питање какву то истину жели да спозна туриста на путовању. Имајући у виду да је здраворазумском, свакодневном схватању појма истине најближа концепција истине коју заступа класична теорија и кореспонденције, прво ћемо се задржати на њој. Наиме, за већину људи па и туриста, истина је слагање суда са оним о чему судимо (што наравно није и једино значење истине у свакодневном животу, али је једно од најчешћих).

Када је реч о туристичком путовању, то практично значи да туристи који желе да спознају истину имају пре свега на уму тежњу да провере ”сопственим очима“ да ли оно што знају о свету одговара стварности, односно да ли њихова представа одговара свету какав јесте. То

конкретно значи својеврсну проверу наших представа на лицу места, кроз лично искуство. Одласком у Кину или Индију, упоређивањем проверавам на лицу места да ли моја ”представа“ кореспондира стварности, да ли је она истинита или није. Непосредним увидом имам могућност да коригујем своју представу, да је учиним што адекватнијом у односу на стварност, да је учиним истинитом. Путовање треба да омогући одбацивање предрасуда и илузија које смо имали о одређеним земљама, људима и свету уопште, под утицајем дезинформација, политичке пропаганде, идеологије, сопствених потреба и имагинације.

О спознајној вредности туризма говори и пољски теоретичар туризма Прецлавски (Przeclawski,1983:1333): ”Човек верује у оно што сам види, што је опипљиво, што сам искуси. Поремећаји до којих долази резултат су несавршености наших чула, погрешног разумевања и закључивања, итд. Али лично искуство је увек играло главну улогу у процесу сазнавања... Посредством туризма модерни човек обнавља важност личног искуства при стицању знања. Пружа му се могућност да сопственим очима, сам искуси и увери се у оно што је научио из књига и телевизијских програма. С овог стајалишта модерни туризам је прилика да се човеком сазнању поврати место које је оно имало на почетку људске историје...“ Посебно је, међутим, питање у којој су мери просечни туристи способни да за време краткотрајног боравка у пакет аранжману заиста спознају истину. На тим организованим и програмираним путовањима туристи су ретко у стању да промене своју погрешну представу о одређеној земљи, они је најчешће потврђују, имајући у виду да их њихова површна, селективна перцепција наводи да опајају управо оно што иде у прилог представа и судова који су пренети од куће. Ипак, ако се ова негација могућности спознаје истине посредством путовања односи на већину масовних туриста, то још увек не значи да је спознаја истине посредством путовања немогућа. Малобројни експериментални, егзистенцијални и класични путници доказују да је то могуће. Значи да је спознаја истине, у наведеном смислу, неискоришћена могућност, потенцијал туризма који се у будућности може и мора знатно више користити.

Поред поменуте истине базиране на теорији кореспонденције, за путовање је карактеристично тражење још једне врсте ”више“ истине. Ради се о оној истини која се назива трансцендентном, метафизичком, религијском или апсолутном истином. Ова истина је нешто сасвим друго од истине базиране на кореспонденцији. Овде се не ради о провери подударности представе за стварношћу, већ о тражењу непознате истине, која се евентуално наслућује посредством митова, религије, личне интуиције и искуства. Та истина представља тражење бити, есенције, скривеног логоса који управља светом (општих принципа, узрока, законитости и сврхе природе, човека и универзума.) С обзиром да човек не може да открије истину која би му олакшала живот овде-код куће, он пројектује истину на онострани свет, на метафизичку сферу, као и на друге удаљене просторе на земљи. Како је код куће истина неспознатљива, а како је онострана истина недоступна, бар за живота, онда се као компромисно решење јавља пројекција истине у друге, најчешће далеке земље и градове. Неко се нада да ће му се истина открити на врховима Анда, неко мисли да ће то бити искључиво могуће у Јерусалиму, а неко сматра да се истина може спознати само ако сте што више, дуго, систематски и плански путује по свету, прикупљају утисци и доживљаји. То је још једна у низу илузија у које појединци желе да верују. За њих је лаж увек овде, а истина је увек тамо; овде је увек само привид, а тамо је стварност.

Лутајући светом, поједини туристи теже да спознају неке дубље истине о свету и себи у њему. Путујући они теже да у непознатом простору открију иза привида скривени Логос, истину о настанку и смислу људске и сопствене егзистенције. Овакви путници траже аутентичне догађаје, чудне призора, несвакидашње доживљаје, неуобичајене ситуације, егзотична места

и непознате, стране људе, како би пробили невидљиву опну баналности и саморазумљивости која их у свакодневном животу дели од истине. Он тражи процеп на Мајанском велу кроз који би могао да баци поглед на "апсолутну истину" на *mysterium tremendum* (страшну тајну). Појединци замишљају тренутак суочавања са истином као тренутни бљесак, експлозију коначне спознаје, тренутак врхунске среће, после кога следи трансценденција и спајање са апсолутом.

Истина која настаје као резултат путовања најчешће се спознаје индуктивно или интуитивно. Индуктивна спознаја је карактеристична за оне туристе који годинама путују као вредне пчеле од цвета до цвета, обилазећи систематски различите делове света, сакупљајући на тим путовањима што више утисака, доживљаја и чињеница. Они се надају да ће на основу посебних, парцијалних истина, конкретних чињеница искустава скупљених на путовањима по различитим земљама, успети једног дана да генерализацијом утврде заједничке карактеристике и опште законитости, неки до тада скривени ред и узрочност, односно неку универзалну и апсолутну истину о свету. Ови рационални духови, наравно, никада не могу да обиђу све делове света, па је њихова индуктивна спознаја увек непотпуна. Насупрот томе, интуитивна спознаја је карактеристична углавном за идеалистички настројене туристе који се више ослањају на ирационално у човеку. Они сматрају да ће моћи да спознају истину само ако се нађу на одређеном месту, у одређеном тренутку. Они желе да непосредно сагледају и спознају истину сматрајући да ће на датом месту и под одговарајућим условима бити у стању да директно, без посредства дискурзивне, логичке, рационалне и појмовне спознаје, сагледају и једним актом увиде суштину неког објекта, феномена или универзума. Ови туристи, разочарани чињеницом да разумски нису могли спознати жељену истину, окрећу се ирационализму, надајући се да ће на интуитиван, мистичан или неки други ирационалан начин спознати, негде далеко од куће, апсолутну истину којој теже, а која им је толико потребна како би нашли утеху за метафизичку стрепњу и осмислили сопствени живот.

Узрок свега што постоји, света, универзума, људи је једно од основних питања које мучи човека од тренутка када је почео да мисли. Одакле, како и зашто је све настало, зашто постоји све то што постоји, а могло је бити ништавило, зашто је све управо такво какво јесте, а није другачије, итд. Мислиоци су покушавали да нађу узрок разним појавама, али и први узрок свега. Међутим, увек су на крају долазили до спознаје да је сваки узрок само последица која опет има свој узрок. Тако се указао бесконачни каузални ланац коме се не види почетак. Како је човек имао потребу да спозна истину, да пронађе први неузроковани узрок, а како се његов ум није могао кретати бесконачно уназад питајући се о узроцима, јавила се идеја о прекидању каузалног ланца у једну тачку. Та тачка је за религију Бог, који је неузроковани праузрок универзума, узрок свих узрока, непокретни покретач који своју егзистенцију не дугује ничему другом, већ постоји сам по себи и сам од себе. Тиме је, за оне који су хтели и могли да верују, тај фундаментални проблем спознаје практично био решен. Међутим, за атеисте, агностике и друге који увек сумњају, проблем никада није био решен, јер је увек остајало питање откуда Бог. Филозофија је са своје стране пружила различите одговоре на ово питање тражећи праузрок, било у неком апсолутном духу, идеји, уму или логосу, када се ради о идеалистичким теоријама, или у некој праматерији, било да се ради о земљи, ватри, води, ваздуху, атомима и слично. Међутим, ни овде нема дефинитивног и јединственог одговора о узроку духа, идеје, ватре или ваздуха. Најзад и наука је давала и даје разне теорије о настанку света, међутим, она по својој природи није у стању да се бави првим и последњим стварима, које су још увек у домену филозофије, па тако научног одговора на питање о првом узроку нема. Имајући то у виду људи ће увек имати потребе за неким облицима религије и филозофије. То такође зна-

чи и да ће појединац увек тежити интуитивно, на ирационалан и мистичан начин да спозна неку своју субјективну истину о суштини света и скривеном узроку.

Туристичко путовање, као кретање кроз простор, се управо у том смислу јавља као један од начина спознаје света. Сазнања о свету и себи у њему човек може да стиче на различите начине, бавећи се теоријом или праксом, науком, филозофијом или уметношћу, верујући или сумњајући у Бога, радећи или не радећи, интуитивно или рационално, путујући или не путујући. Ако путује кроз простор, кроз нове пејзаже и непознате крајеве, стране земље и градове, човек који уме да гледа и зна да размишља, у стању је да на лицу места много више доживи и сазна кроз непосредно искуство него што је то могуће читајући књиге код куће, на пример. Вредност личне спознаје, непосредног увида на лицу места је знатно већа од посредног стеченог знања. Путник гута очима и упија духом пејзаже и просторе у које физички урања. Он се меша са људима, разговара са њима, једе њихову храну, слуша непознати језик и другачије песме, купа се у неком другачијем мору, диви се непознатим врстама птица и цвећа, и све то, сва та разноврсност и привидни хаос изазивају чуђење и размишљање о неком крајњем зашто, о неком првом узроку. Путник који је опседнут потребом да сазна, први узрок, суштину света и човека, тражиће у сваком непознатом крају, у свакој страни земљи или новом месту тајанствене знаке и симболе, који ће му можда указати на пут ка скривеном Логосу и тајанственом узроку света. Неисцрпна разноврсност природе и људских творевина у простору, као и самих људи и њихових култура, пружа практично безбројне могућности потенцијалним туристима да траже неке сопствене интуитивне одговоре на вечно питање о праузроку. Поједини туристи мисле, надају се, да ће путујући светом, лутајући Сахаром на леђима камиле, возећи се ципом кроз беспућа Африке, пењући се на врхове Анда или Хималаја, крстарећи Пацификом, спуштајући се сплавом кроз кањон Колорада, или дивећи се лепотама Фиренце, Венеције или Париза, успети једног дана да из свих тих призора и доживљаја истргну тајну, спознају праузрок.

Тајна, као неухватљива сенка, стално лебди негде у простору између врхова планина, изнад далеких мора и непознатих градова. Путник јури за сенком, и таман када је мислио да ће је сустићи она већ измиче. Тражење праузрока на путовању, као и уопште, заиста изгледа као јурење сенки, као утопија којој се не може одолети. Ипак, има сањара који искрено верују да ће једног дана бити награђени, да ће упознати ту тајанствену истину која их мучи. Једном ће се тајна открити као бљесак огромне експлозије која ће својом заслепљујућом светлошћу обасјати и открити све тајне универзума. То може бити у Катмандуу, Гизи, Мемфису или Куску, али и ту у близини, на неком пропланку Копаоника или Дурмитора, на пустој плажи или зеленом пољу у сумрак. Како одговора науке нема, како је рационална истина непозната, онда је свака лична истина могућа. Човек има слободу и жељу да нађе макар неку своју, ирационалну истину, лични интуитивни одговор на питања која га муче. Зато, између осталог, често путује и без видљивог разлога, без неке материјалне потребе. Туристичко путовање је, значи, могућност, средство, за интуитивну спознају сопствене ирационалне истине о првом узроку, скривеној суштини света, посредством кретања кроз непознати простор.

Потрага за илузијом као циљ путовања

Као што је немогуће говорити о светлости а не поменути таму, говорити о добру а не поменути зло, тако је немогуће говорити о истини а не споменути њену дијалектичку супротност неистину или лаж, немогуће је изградити теорију истине без места резервисаног за неистину.

За ово излагање битна је, наравно, улога и значај неистине у туризму. Да ли је неистина присутна у туризму, у којој мери, да ли је штетна или корисна? Док неопходност истине у животу и туризму није неопходно посебно доказивати, поготово што истина увек има блистави ореол, нужност неистине је увек тешко и незахвално доказивати, јер бити за неистину априори је сумњиво и компромитује њеног заговорника, али је без сумње и објективно опасно. Бранити корисност, неизбежност неистине у појединим ситуацијама, наравно не значи одбацавање истине уопште. Међутим, пре него што приступимо детаљнијем разматрању улоге неистине у туризму, размотрићемо неке њене основне аспекте.

Ниче, на пример, у својој намери да "превреднује све вредности" сматра да истина није, како то мисли већина филозофа, највиша категорија и смисао човековог постојања. Напротив, по њему је воља за илузијом, за привидом, дубља и темељитија од воље за истином. О односу истине и неистине он каже: "Ова вера у истину иде у нама до своје последње консеквенце. Знате како она гласи: да, ако уопште постоји нешто за обожавање, онда је привид то што се мора обожавати; да лаж, а не истина јесте божанска. Види се да у овој књизи као "истина" важи песимизам, кажимо јасније nihilizam. Али истина не важи као врховна вредна мера, још мање као врхунска моћ. Воља за привид, за илузију, за обману... овде важи као дубља, првотнија, *метафизичкија* од воље за истину."

Сложили се са Ничеом или не, у пракси нужно егзистира и неистина. Наиме, као што има штетних истина, тако има и корисних лажи. Стотине примера из свакодневног живота доказују да је неистина не само важна већ и корисна. На пример, да ли неизлечивом болеснику рећи истину па му уз физичке патње додати и психичке, или му рећи неку лаж ради утехе, како би се сачувао од бола и туге? То је дилема која међу лекарима још увек није разрешена на јединствен начин. Једни сматрају да болесницима треба рећи истину по сваку цену, а други мисле да је болеснику боље прикривати истину и тако му оставити бар мало наде. Аналогно овоме, поставља се питање да ли би кроз историју људи могли да издрже и преброде све патње, епидемије, глади, катаклизме, кризе и ратове, да нису веровали у неког бога, да нису имали религију која им је обећавала лепше сутра и блиставу онострани будућност. Са материјалистичке и научне тачке гледишта веровање у онострани свет је свакако чиста илузија, обмана и лаж. Међутим, управо је та лаж вековима давала читавим народима снагу да издрже чак и најсуровија искушења, несреће и патње. Значи, с правом је речено "да религије није било, требало ју је измислити" јер је била, а за велики део човечанства и остала, корисна високо функционална лаж. Има, дакле, лажи чија сврха није зло, већ добро (под претпоставком да знамо шта је добро), као што има и истина које изазивају зло. Ако прихватимо да је добро виша вредност и узвишенији идеал од истине, онда неистина може бити оправдана под условом да чини више добра него истина (овакав став, наравно, крије опасност од манипулације истином, под изговором да се тиме чини добро.) Наравно, иако је лаж некада кориснија од истине, то је још увек не чини истином (критеријум истине не може бити корисност, како сматрају прагматисти), она остаје лаж. Имајући у виду наведено, можемо констатовати да је неистина некад нужна, али оправдана, уколико јој је циљ постизање добра, односно уколико би се истином изазвало зло као последица.

Вратимо се сада проблему присутности и значају неистине у туризму. Погледајмо прво где се све крије неистина, ко су генератори неистине и зашто. Неистина је присутна у емитивном простору, односно у окружењу у коме туристи живе, затим у свести и подсвести туристе и најзад у рецептивним просторима, у земљама и регијама у које туристи одлазе да проведу одмор. Анализираћемо сукцесивно сва три нивоа на којима се јавља неистина:

Неистина у емитивном простору. Човек, потенцијални туриста, који цео живот проводи у некој својој земљи и граду добија информације о спољњем свету, о другим земљама, које су увек у одређеној мери деформисане и преламају се кроз филтер сопствене културе. Поред тога, и бројни други фактори утичу на то да до потенцијалног туристе не стигне истина. Тако, на пример, у појединим земљама, нарочито у оним са тоталитарним системима, власти које контролишу масовне медије теже да из политичких разлога створе о другим земљама, нарочито оним из супарничког идеолошког тabora, што негативнију слику. Истовремено они теже из политичких (али све више и економских) разлога да у иностранству створе што повољнију слику о сопственој земљи, животу у њој, слободама, стандарду и слично, која је често до те мере улепшана и лакирана, да се може означити као лаж. Овакво обмањивање потенцијалних туриста никако не може бити оправдано, с обзиром да циљ није постизање добробити људи, већ очување позиције владајућих слојева. С друге стране, у појединим потрошачким друштвима, пропаганда туристичких агенција и других комерцијалних организација, тежи да створи представу о појединим дестинацијама која је знатно улепшана, значи неистинита, како би привукли што већи број туриста. Узрок лансирања оваквих неистина је у тежњи да се оствари што већи туристички промет, односно приходи и профити од туризма. Наравно, ни у овом случају неистина нема оправдање. У оба случаја туриста је жртва лажи које лансирају експерти за политичку или економску пропаганду.

Неистина у свести туриста. Сам туриста, под утицајем сопствених незадовољених потреба и визуелних менталних слика појединих дестинација (наталожених у меморији током живота), спаја одређене потребе са кореспондентним сликама дестинација и почиње да машта. Под притиском потреба, машта је стању да тако улепша и идеализује поједине земље, градове и регије да представља о њима веома мало одговара стварности. Фрустрирани монотоним и бесмисленом свакодневницом, у којој нису у стању да задовоље неке своје фундаменталне потребе, поједини туристи маштају о имагинарним земљама и крајевима за које верују да постоје и у којима ће моћи да задовоље све своје потребе, или барем најважније, и да макар на кратко буду срећни. Као што верницима вера у бога или револуционарима вера у идеале, пружају наду и дају снагу да издрже и да живе, тако и појединим туристима вера у постојање неког имагинарног Едена или Елдорада даје снагу и наду да живе, даје им неки смисао. Ова неистина, самообмана коју ствара машта потенцијалног туристе је оправдана уколико пружа одређену наду у спас, уколико чини и докле чини добро. Међутим, уколико та нереална очекивања не буду бар делимично испуњена одласком на лице места, онда наступа разочарење, депримираност, па и безнађе, што се свакако не може окарактерисати као добро за путника. Управо ову тенденцију ка самообмањивању експлоатише туристичка пропаганда појединих земаља и туристичких агенција, које не теже да пруже туристи реалан свет одређене земље, већ неку земљу из снова. Међутим, не само да пропаганда својим обманама потхрањује илузије у машти потенцијалних туриста, већ под утицајем туризма и саме рецептивне земље теже да се трансформишу тако да што више личе на сан туриста.

Неистина у рецептивном простору. Обмане, привиди, илузије које су започеле у емитивном простору, код куће и у машти туриста, настављају се и у рецептивним туристичким земљама, на туристичким дестинацијама. Наиме, пре свега из економских, али и политичких разлога, рецептивне земље теже да не разочарају туристе који долазе, како би опет дошли и поново платили, али и рекли другима да дођу, јер уколико су незадовољни и разочарани одвратиће потенцијалне нове туристе. Због тога оне теже да на основу информација добијених истраживањем тржишта, односно на основу познавања психологије, потреба и жеља

туриста, прилагоде стварност тако да она не изневери очекивања туриста, да у што је могуће већој мери одговара представама које туристи имају о њој. Циљ више није очување аутентичности сопствене културе, обичаја, архитектуре и слично, већ њихово “улепшавање” и трансформисање у правцу што веће спектакуларности и атрактивности. Уколико, на пример, оригинални фолклор, занатски производи и сувенири, нису довољно атрактивни и егзотични за очекивања туриста, агенције и друге туристичке организације и органи предузимају мере да се то стање измени како би се допало туристима. Тако се аутентични призори, предмети, обичаји, фолклор, ношња и остало мењају и постају неаутентични, лажни, и то управо зато да би туристима изгледали не само атрактивније већ и ”аутентичније“ од стварности. Тако неаутентичност потискује аутентичност, односно неистина истину, с тим што неистина туристима често изгледа ”истинитија“ од истине.

Туриста између аутентичности и неаутентичности

У пракси често долази до случајева када се јавља трансформација аутентичних призора и догађаја у неаутентичне, под утицајем туризма. Тарнер (Turner,1987:72) наводи, на пример, да се у Тунису традиционална церемонија венчања толико допала туристима да се сада обавља на њихов захтев, а северноамерички Индијанци из резервата на исти начин увек изнова изводе своје заморне ритуалне игре ради туристичких група. Вуд (Wood,1984:368) даје пример баскијског градића Фуентерабиа где се народна прослава, под именом Алареде, одржавала једном годишње, тачно одређеног дана. Међутим, под притиском туриста, градска управа је одлучила да се исти спектакл одржава два пута у току дана, како би што више туриста могло да види спектакл. У року од две године ова манифестација је изгубила своје првобитно културно значење за локално становништво, а број добровољних учесника је до те мере опао да је градска управа разматрала могућност да људима плаћа за учешће у прослави. Исти аутор наводи да се на Балију за туристе изводе древни ритуали сахрањивања и да се за то туристима наплаћују карте, као за сваки други спектакл, иако локални обичаји захтевају да свако ко жели може слободно да присуствује сахрани. Најзад, веома је интересантан и инструктиван пример Хаитија који наводи Голденберг (Goldenberg,1983:483), а који се односи на разлике између Вуду представе која се изводи за туристе и оригиналног Водун ритуала који локално становништво обавља за своје потребе. Следећа компаративна анализа, приказана табеларно, указује на разлике које постоје између аутентичног ритуала и представе за туристе (ова друга је скраћена, улепшана и садржајнија.)

О питањима у вези са неаутентичношћу постоји богата стручна литература, где се поред веома критичког односа према оваквим појавама јављају и одређене полемике. Мишљења се разликују око тога да ли туриста у бити жели да трага за аутентичним догађајима, или се добровољно препушта обмани, јер му је битније да се добро забавља него да присуствује аутентичним призорима, који нису увек тако узбудљиви и егзотични као они неаутентични, режирани специјално за туристе. У том смислу Бурстин (Boorstin,1983:30-52) заступа став да туриста не тражи истину већ обману, илузију, односно, према његовој терминологији, он тражи ”псеудодогађаје“. Свој став он образлаже на следећи начин: ”Искуство модерног америчког туристе испуњено је псеудодогађајима. Он очекује више него што свет по својој природи може да пружи; почео је да верује у могућност животне авантуре за две седмице и сва узбуђења које доноси истинска животна опасност, изван ма каквог стварног ризика...Он тра-

Вуду представа и Водун ритуали: Упоредни преглед карактеристика

Карактеристике ритуала	Породични Водун	Културни центар Водун	Туристички Вуду
Просторни размештај учесника	Извођачи се мешају са гомилом	Одвојени хор, гледаоци, специјалисти, бубњари. Неки се мешају с гледаоцима	Одвојени извођачи, власници, гледаоци и гости са стране
Друштвени односи учесника	Чланови породице, пријатељи, комшије	Извођачи, специјалисти, комшије, пријатељи као и гледаоци	Извођачи и публика (која их лично не познаје)
Временска структура, дужина	Више часова или целу ноћ током недеље	Више сати или цела ноћ	1 ½ - 2 сата
Границе	Померљиве	Померљиве	Јасно маркиране
Континуитет	Прекиди и случајни догађаји, повремено музика и игра	Прекиди, непредвиђени догађаји, повремено музика и игра	Нема прекида, нема случајних догађаја, континуирана музика и игра

Извор: Goldberg, Annals of Tourism research, 4/1983, стр.483

жи да се читав свет претвори у позорницу псеудодогађаја, а не оскудевамо у часним предумљивим људима који се утркују да му пружи то што жели, да подстакну његова очекивања и понукају га да задовољи своју неутољиву глад за немогућим...Данас пак туриста више посматра туристичке атракције једне земље него њу саму: ретко види живу културу, а много чешће узорке одабране и припремљене специјално за њега, или атракције изричито њему намењене...Другим речима, туриста види проверене узорке патвореног...Посвуда у Мексико Ситију и Монтреалу, али и у далекој гватемалској туристичкој Меки Чичекастенанагу и забаченим јапанским селима, истински поштени домороци улепшавају старе обреде, мењају, увеличавају и спектакуларизују своје прославе и празнике само да очекивања туриста не би била изневерена. Људи постају непоштени, сопствене лажне копије, како би задовољили неумерена очекивања туристичких агената и њихове клијентеле. Да би осигурали пун програм у јеку сезоне и у најпогоднијим часовима, људи изопачавају своје најдостојанственије ритуале, празнике и народне светковине, све за добробит туриста.“

Супротну позицију заступа МекКенел (McCanell,1983:178-181). Он сматра да туриста тражи аутентичне, истинске догађаје, међутим да га туристичка индустрија засипа псеудодогађајима и неаутентичним туристичким просторима, тако да он није увек у стању да разликује оно право од фалсификата. У том смислу он каже: “Туристичка свест је мотивисана жељом за аутентичним доживљајима и туриста може да поверује да се креће у том правцу. Али често је тешко са сигурношћу установити да ли је доживљај заиста аутентичан...Ни један од извештаја у мојој збирци не подржава Бурстинову тврдњу да туристи желе површне, вешто припремљене доживљаје. Туристи чешће захтевају аутентичност, баш као и сам Бурстин.“ У прилог свом ставу, аутор наводи више примера из сопствене праксе. Туристима највише остаје у сећању оно што је било аутентично и случајно, ван уобичајених туристичких програма и ван утабаних стаза. Млади брачни пар се највише сећа вожње у кабини локомотиве заједно са возовођом. Други брачни пар се сећа доживљаја везаног за изнајмљивање приватне собе за спавање у радничкој породици. Младић и девојка доживљавају велико узбуђење у центру за космичке експедиције док прате рад извештача током драматичног лета Апола 13. Туристима, а посебно деци, се организују посете аутентичним местима, као што су ватрогасне стани-

це, банке, новинске куће, млекаре и слично, где деца могу, на пример, да уђу у трезоре банака и виде милионе долара, дозвољава им се да дирају кравља вимена, итд. Неки туристи су, како истиче МекКенел, веома заинтересовани да виде шта се догађа иза сцене, иза кулиса. Тако неки желе да виде кухињу студентског дома, хотела или ресторана, друге занима простор иза машине за постављање чуњева у куглани, постројења за грејање и вентилацију, градска канализација и друго. Сви ови примери указују на то да туристи имају потребу за аутентичним призорима и догађајима. Њихова тежња да виде шта је иза кулиса, са оне стране видљивог, је без сумње одраз људске радозналости, али и тежње да се спозна "скривена истина", поготову што људи увек мисле да је оно што је скривено "истинскије" и "суштаственије" од онога што је видљиво.

Поменута два става и наведени примери одражавају неке екстремне ситуације које се јављају у пракси, међутим, у суштини се ради о лажној дилеми. Наиме, има туриста који траже истину, али их има, можда и више, који свесно или несвесно траже обману, илузију. Али и ова подела је само условна, с обзиром да исти појединци могу у различитим фазама свог живота и духовног развоја тражити истину или самообману, а ове различите тежње могу бити присутне и током једног путовања. Када се свему дода још и чињеница да се доживљавање истинитости или неистинитости призора од стране туриста не поклапа увек са аутентичношћу или неаутентичношћу призора, онда ситуација постаје још компликованија.

Комплекснији теоријски приступ, који у већој мери објашњава оно што се дешава у пракси него претходне две концепције, дао је Коен (Цохен,1979:26). Делимично прихватајући, а више критикујући Бурстинове и МекКенелове ставове, он разрађује четири основна типа туристичких ситуација, који зависе од природе призора у који туриста улази, с једне стране, и од утиска који он има о том призору, с друге стране. Код прве димензије разлика се прави између реалног призора (који није био манипулисан од стране домаћина или туристичке организације ради стварања лажног утиска) и позоришног призора (који је био манипулисан на тај начин). Са тачке гледишта туристичке импресије такође могу бити разликоване две врсте утисака: утисак да је ситуација у коју се улази реална и утисак да је била изманипулисана и намештена од стране домаћина или туристичке организације. Укрштањем поменутих димензија добија се четири типа туристичких ситуација:

1. Аутентична ситуација. Ова ситуација је истовремено "објективно реална" и као таква је прихваћена од стране туриста;
2. Позоришна (лажна) аутентичност. Ово је ситуација у којој туристичка организација намешта призоре за туристе, али туриста није свестан неаутентичности и призор прихвата као аутентичан. Туристичка организација је заинтересована да туристи сматрају да се ради о аутентичним догађајима и чини све напоре да туриста не сазна да се ради о обмани;
3. Негирана аутентичност. Овде је призор објективно реалан, истинит. Ипак туриста, који је из претходних искустава научио да су неке наизглед аутентичне ситуације биле унапред аранжиране и манипулисане, сумња у веродостојност. Он је веома подозрив, па чак и када се ради о потпуно аутентичном призору наклоњен је да сумња и да га доживљава као неаутентичан;
4. Измишљени, неаутентични призори. Ово је ситуација у којој се од стране домаћина отворено признаје да је призор неаутентичан, а и туристи су свесни тога. Добар пример оваквих неприкривених, отворених туристичких простора су модели "етно-села", која су направљена да би се туристима приказао некадашњи традиционални живот народа који су угрожени или су нестали. Други пример су сценске представе традиционалних игара и

Однос између карактера туристичког призора и начина његовог доживљавања

Прави карактер призора (догађаја)	Начин на који туриста доживљава призор	
	Истинит	Неистинит
Истинит	А. Истинит призор који се доживљава као истинит	Б. Истинит призор који се доживљава као неистинит
Неистинит	Ц. Неистинит призор који се доживљава као истинит	Д. Неистинит призор који се доживљава као неистинит

ритуала, које се обављају специјално за туристе, на местима и у време који нису оригинални ни аутентични.

Из Коеновог концепта произлази стално преплитање аутентичног и неаутентичног у туризму, односно истине и неистине, па то преплитање и те односе можемо шематски приказати на следећи начин:

Имајући у виду наведене односе можемо закључити да се, условно речено, јављају две врсте истина. Прва би била "објективна истина" која обухвата ситуацију А, када је призор истинит и када постоји свест, уверење, да је он истинит, као и ситуација Д када је призор неистинит и постоји свест о томе да је неистинит. Друга "субјективна истина" обухвата ситуацију Б када је призор истинит, али постоји уверење да је он неистинит, и ситуацију Ц када се неистинит призор доживљава као истинит. У првом случају ради се о подударану начина доживљавања са стварношћу, а у другом случају оно што субјект верује да је истина уствари је неистина, а што верује да је неистина, уствари је истина. У првом случају критеријум истине је аутентичност призора и слагање суда са стварношћу (теорија кореспонденције), а у другом случају критеријум је субјективни доживљај истине (теорија евиденције)

Очигледно да проблем аутентичности туристичких призора и доживљаја није тако једноставан као што изгледа на први поглед. Наиме, ван сумње је да већина туриста који се анкетаира може изјавити да тражи аутентичне призоре и доживљаје, они су при томе вероватно искрени и мисле да је то заиста тако. Међутим, подсвесно су спремни да прихвате и неаутентичне догађаје и призоре под условом да то задовољава неке од њихових потреба, поготово што туристи нису увек у стању да оцене шта је аутентично а шта није.

Најзад, поставља се питање да ли је само ситуација А, истинит призор који се доживљава као такав, прихватљива, док све остале треба елиминисати из туризма. Већина критичара одбацује све остале ситуације, а нарочито ситуацију Ц (неистинит призор који се доживљава као истинит) која се третира као директна обмана, лаж. Међутим, као што смо видели, не желе и не могу сви туристи да прихвате истину уколико није довољно атрактивна, интересантна или живописна. Због тога они траже обману, илузију (били тога свесни или не) која им помаже да макар на кратко, за време одмора, проживе лепе и срећне тренутке. Ради себе и других, они често желе да верују да је та обмана истина, али уколико то није могуће спремни су да прихвате чак и обману за коју знају да је обмана (што некима додуше умањује задовољство), како би по сваку цену себи обезбедили мало заборава, уживања и среће.

Како се овакве врсте илузија и неистина не могу правдати у свакодневном животу и производном раду где им није место, оне се могу налазити и бранити у слободном времену, а посебно туризму, који представља период године у коме промене, инверзије вредности, слободно понашање, постају нешто што се може толерисати. Ако човеку требају илузије, што

доказује историја људског рода, почев од митова, легенди, религије и уметности, па до савремене масовне електронске културе, сада нема разлога да му се те илузије не обезбеде и у оном сегменту слободног времена који је намењен туристичким путовањима.

Закључак

Дакле, туризам мора, као и уметност, бити нешто другачије, лепше, чудније и више од свакодневног живота, а да би то постигао, он може да посегне за вештином стварања илузија. Туристичка индустрија је управо зато ту да туристи пружи оно што жели, да му реализује снове ако треба, а не да га препусти баналној стварности која би га разочарала. Туризам је, у извесном смислу, као и филмска индустрија, индустрија снова у којој се користе кулисе, костими, шминка и сви могући технички и други трикови како би се постигли жељени ефекти. И као што никоме не пада на памет да тражи да сцене у играном филму буду аутентичне (да се глумци међусобно рањавају и убијају), тако су и у масовном туризму дозвољени сви трикови и технике како би се задовољиле потребе туриста. Оно што се не тражи од играног филма, не треба тражити ни од масовног, ”играног“ туризма. Насупрот томе, као што за малобројне љубитеље жељне аутентичних догађаја и сцена постоје документарни филмови, тако и за оне туристе који воле аутентичност, истину, треба организовати аутентична, ”документарна“ путовања. Међутим, ако је судити по огромној популарности играних у односу на документарне филмове, изгледа да обични људи више воле слатку илизију од горке истине, а то се односи и на туризам.

Туриста није научник ни истраживач који увек и свуда тражи само објективну истину, он је помало сањар, романтичар, велико дете које бежи од куће да нађе земљу из бајке, место из снова. У овом смислу говори и Кетрин Смит (Smith,1983:208) која стаје у одбрану права туристе да тражи и налази неку своју ”субјективну истину“: ”Но, као што је погрешно поредити туристу са туђинцем, није га исправо упоређивати са научником путником који трага за аутентичном, објективном истином. Ако морамо правити аналогije, онда је туриста више налик на колекционара него на научника. Док научник може бити усредсређен на објективну вредност и састав одређеног предмета, дотле колекционара пре свега занима релативна вредност тог предмета у односу на целину система коме он припада. Туриста као колекционар одређује вредност одређеног доживљаја у контексту сопствене биографије, односно збирке искустава. Стога је за туристу редак и вредан доживљај често управо оно што он вреднује као другачије од своје свакодневице, а не оно што би научник или локални становник сматрали аутентичним.“

Познати француски социолог Казнев (Cazeneuve,1982:47), такође налази речи оправдања за потребе туриста за илузијом: ”Не, годишњи одмори не представљају само одмор после једанаест месеци рада, ни одбијање да се подноси град, већ много више од тога, то је израз онтолошке потребе везане за људску природу коју су антрополози овде разоткрили и анализирали кроз понашање примитиваца. Све се дешава као да не можемо да прихватимо сами себе у нашој свакодневној и монотonoј егзистенцији, уколико не успемо повремено да прекинемо ритам. Ако туриста бежи, бежи пре свега од себе и својих навика. Без сумње за неки племенитији дух постоје и друга чистија и директнија средства да се оствари то унутрашње обнављање. Прерушавање туристе, његово узалудно кретање, његов вештачки грегаризам, нису ништа друго него изговори. Међутим, најчешће је важно да човек успе да себи створи илузи-

ју. Уколико себе лакше прихвати, пошто је одиграо комедију доброг дивљака, онда је институција годишњег одмора једно лепо достигнуће наше цивилизије.“

На крају, из свега наведеног, произлази закључак да свакоме треба дозволити и активно омогућити да уз друштвену помоћ води онакав живот какав жели, уколико то не омета друге у истој таквој намери. То значи и да сваком треба омогућити да релизује онакво туристичко путовање какав жели. Ако му је циљ тражење истине, треба му помоћи да је тражи и можда нађе, ако му је циљ бежање од истине и тражење илузије, онда му треба то и омогућити. Сваки други приступ који тежи да наметне неки модел у суштини је нехуман, затворен за нове могућности и води неслободи, тоталитаризму и негираној индивидуалности.

Литература

- Bloch, E. (1981) *Princip nada*, Naprijed, Zagreb
Boorstin, D. (1983) *Od putnika do turiste*, Kultura 60/61, Beograd
Dumazdier, M. (1972) *Vers une civilisation du loisir*, Seuil, Paris
Krippendorf, J. (1986) *Putujuće čovječanstvo*, SNL, Zagreb
Laurent, A. (1973) *Liberer les vacances*, Seuil, Paris
Lofgren, O. (1999) *On Holiday*, California Press, Berkeley
Plog, S. (2004) *Leisure travel*, Prentice Hall, New Jersey
Urbain, J.D. (1996) *Secrets de voyage*, Payot & Rivage, Paris
Čomič, Đ. (2004) *Teorija kružnog kretanja*, NDS, Beograd