

Saša Nedeljković¹

Odeljenje za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet u Beogradu

IZAZOVI TURISTIČKE TRANSAKCIJE: PRE- TVARANJE ISKUSTVENOG KAPITALA SA PU- TOVANJA U ZEMLJU AMIŠA U PENSILVANIJU U REALAN DRUŠTVENI UTICAJ*

Apstrakt: Boraveći tokom pet meseci 2011. godine u SAD, stekao sam određeni iskustveni kapital koji mi se učinilo zgodnim za analizu i tumačenje kroz turistički diskurs, a uz pomoć analitičkog ključa koji bi se sastojao od teorije moći i teorije komunikacije. U tom smislu smatrao sam da je naročito važno da istaknem svoj pokušaj pronalaženja autentičnog turističkog prizora, koji sam zatim pokušao da pretvorim u realan društveni uticaj. Jedno od iskustava koje se u tom pogledu pokazalo kao naročito važno, jeste susret sa predstavnikom amiške zajednice i kratak boravak kod njega. Kroz analizu tog susreta pokušao sam da proverim mogućnost svodenja turističke transakcije na komunikacijski događaj u okviru koga, i uz pomoć koga, se vrši distribucija i reprodukcija moći.

Ključne reči: SAD, turizam, Amiši, iskustvo, moć, komunikacija

Pisanje ovog rada rezultat je potrebe, čije sam zadovoljavanje shvatio kao izazov, da prikazem svu složenost odabira, planiranja, sticanja, prerade i upotrebe određenih iskustava koja se, u širem smislu, mogu svrstati u grupu turističkih iskustava, odnosno želeo bih da proučim izazove sa kojima se susreće turista ili avanturista koji želi da stekne autentično iskustvo. Posetio sam jednu veoma popularnu destinaciju i unapred sam imao nameru da iskustva stečena tokom tog puta pretvorim u određeni kapital. Na povratku sam ostao čvrst u toj svojoj nameri, jer sam uvideo da moja iskustva imaju određenu vrednost, ali sam pomalo bio razočaran njihovim dometom. Bio bih srećniji, naime, da ta iskustva mogu nazvati naučnoistraživačkim. Nedostatak vremena, znanja, kontakata i novca,

¹ snedeljk@f.bg.ac.rs

* Rad je rezultat istraživanja na projektu "Transformacija kulturnih identiteta u savremenoj Srbiji i Evropska unija", br. 177018 koji finansira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije.

Izazovi turističke transakcije...

onemogućio me je da osmislim i sprovedem istraživanje koje bi imalo naučni kredibilitet, pa na raspolaganju imam samo korpus iskustava koja ne prevazilaze turističke standarde. To, međutim, nikako ne znači da ta iskustva ne mogu sada imati naučnu vrednost ili da ne mogu biti naučno tretirana. Zato bih želeo da opišem i analiziram put sticanja tih iskustava, konstruisanje predstave o tim iskustvima na ličnom nivou, i suočavanje lične predstave o njima sa predstavama drugih ljudi, ali i sa širim predstavama koje postoje u društvu. Namera mi je bila da dekonstruišem pozadinu turističkih putovanja i određene procese kojima se nešto intimno pretvara i/ili prevodi u nešto javno, i obrnuto: analiziraću kako se ono što ima definisano javno značenje pokušava prevesti na jezik lične ili privatne simbolike. Pokušaću da prepoznam i izdvojim različite faze i faktore u procesu sticanja i upotrebe iskustava i da, kroz autorefleksivni postupak, analiziram motive, mehanizme, tehnike i strategije turističke kulture u konkretnom slučaju. Iako postoje i druge opcije, smatrao sam da je moja iskustva najbolje konceptualizovati i kontekstualizovati kroz turistički diskurs, a da je za analitički ključ najbolje upotrebiti teoriju moći.

Turizam kao antropološki problem

Turizam je veoma interesantan fenomen i već jako dugo zanimljivo polje antropoloških istraživanja koje je moguće tumačiti uz pomoć različitih diskursa i iz različitih perspektiva. U tom smislu se, pored klasičnih, konvencionalnih i/ili standardnih diskursa (ekonomski, socijalni, kulturni, politički, klasni), kao veoma koristan može pokazati i diskurs moći. Diskurs moći moguće je jako dobro iskoristiti kao polaznu osnovu za mnoge antropološke studije, što u poslednje vreme pokušavam da pokažem kroz njegovu upotrebu kao alternativnog, kontrolnog ili pomoćnog diskursa pri analizi mnogih navodno već dobro istraženih fenomena ili procesa (vidi Nedeljković, 2011). Na taj način, čini se, poznate fenomene moguće je posmatrati u drugačijem svetlu i uvideti njihove manje poznate aspekte.

Moć nije nepoznat analitički ključ kada je razmatranje turizma u pitanju. Turizam je u izvesnom smislu paradigma moći jer proizlazi iz čovekovog ovladavanja različitim resursima putem tehničko-tehnoloških dostignuća, prevladavanja određenih "objektivnih" datosti (prostor i vreme), ali se zasniva i na činjenici da se društva, kao i pojedinci, razvijaju nejednakom brzinom, i na različite načine, što dovodi do različitih odnosa moći tokom turističkih procesa na svim nivoima. Međutim, nisam do sada u naučnoj literaturi naišao na celovitu studiju koja se zasniva na upotrebi ovog diskursa prilikom analize turističkih procesa na individualnom nivou, i to iz ugla aktera. Uglavnom su se pojma moći istraživači hvatali kako bi objasnili odnos između društava ili kultura koji učestvuju u turističkoj transakciji, dok su procese koji se odvijaju na

individualnom nivou koristili tek kao ilustraciju (vidi Neš, 1983; takođe Elaković, 1983). Moram, isto tako, da priznam da ne spadam u dobre poznavaoce naučne literature o turizmu, što ozbiljno dovodi u pitanje upravo izrečenu konstataciju, ali ne bi trebalo da dovede i do ozbiljnijih nedostataka u radu, s obzirom na to da je on zamišljen pre svega kao empirijski i metodološki, a ne teorijski doprinos razumevanju turizma.

Kada je reč o proučavanju kulturnog aspekta turizma u antropološkoj perspektivi, bilo bi poželjno, kao što to čini većina ozbiljnih antropoloških teoretičara turizma, pored diskursa moći, u većoj meri rabiti diskurse identiteta, migracija, komunikacije i akulturacije (vidi Njunjes, 1983). Kombinujući ove diskurse moguće je ponuditi jedan operativni teorijsko-metodološki okvir za proučavanje i kontekstualizaciju problema turizma.

Iako je literatura o turizmu relativno brojna, nema tako mnogo literature na našem jeziku koja povezuje turizam sa drugim, često naizgled nespojivim segmentima društva (vidi, na primer, Kovačević, 2009). Zato bih se ukratko osvrnuo na nekoliko specifičnih teorijskih problema turizma, koji se tiču uzroka i posledica turističkih putovanja, odnosno pokazuju neke relativno skrivene aspekte ovog fenomena koji su bitni za moja razmatranja.

Motivi za turističko putovanje višestruki su i prilično su dobro poznati i solidno definisani: obnavljanje istrošene energije, oslobađanje od agresivnih impulsa, zadovoljavanje lutalačkog nagona, utvrđivanje vertikalne mobilnosti, upoznavanje i saznavanje nečeg novog i sl (vidi Neš, 1983). Jedna od ključnih reči za turizam mogla bi biti "promena". Pojmovi "odmor" i "uživanje", čini se, ne mogu da obuhvate suštinu turizma u savremenom svetu, pa su u tom pogledu manje funkcionalni od pojma "promena". Promena se u tom smislu odnosi i na promenu sredine, ali i na promenu društvene uloge koju neko u svom životu igra. Pojam uloge treba shvatiti dvostruko: kao profesionalnu i kao socijalnu ili klasnu odrednicu. Tokom cele godine, u svom mestu boravka, možemo imati niži ili srednji status, dok se tokom turističkog boravka u nekom drugom mestu pretvaramo u uvažene ličnosti kojima treba ugađati i koje treba služiti; od radnika postajemo dokoličari, i od pripadnika niže ili srednje klase postajemo, uslovno, pripadnici više klase. Turizam se tako javlja kao oblik privremene prostorne, ali i socijalne pokretljivosti: turizam nas dovodi u nove geografske prostore i socijalne ambijente, ali nas i uspinje na društvenoj lestvici, i to u tri dimenzije. Kao prvo, dodeljuje nam višu poziciju u turističkom mestu u odnosu na poziciju koju imamo u mestu stalnog boravka, kao drugo, postavlja nas u klasnom smislu na više mesto u odnosu na naše domaćine u turističkoj transakciji, a može, kao treće, zbog proživljenog iskustva koje se pozitivno vrednuje dovesti do našeg relativnog uspinjanja na socijalnoj lestvici i po povratku, u mestu stalnog boravka. Naravno, ovo socijalno uspinjanje ne javlja se obavezno i zavisi od mnogo stvari: od stava sredine, od ranijeg statusa, od turističke destinacije, od oblika turizma, od našeg ponaša-

nja i sl. Nemaju sve kulture isti odnos prema turističkom procesu, i nemaju isti odnos prema svim oblicima turizma: u tradicijom i/ili religijom opterećenim kulturama, religijsko hodočašće može biti visoko i pozitivno vrednovano, dok se rekreativni turizam može smatrati besmislicom ili grehom. Postoji hijerarhija među turističkim destinacijama (u Srbiji, na primer, Kopaonik stoji, u statusnom smislu, na višem položaju u odnosu na Taru), što utiče i na status onih koji te destinacije posećuju. Osim toga, postoji hijerarhijski odnos između oblika turističkog ponašanja (gosti u privatnom smeštaju, u Srbiji se za Srbe koji u takvom aranžmanu gostuju u Crnoj Gori koristi izraz "paradajz turisti", niže su rangirani od gostiju hotela; takođe, putnici koji putuju avionom više su rangirani od onih koji koriste autobus), tako da se ne mogu svi turisti svrstati u jednu grupu i na isti način tretirati, ali svi oni doživljavaju privremenu transformaciju. Nije samo prosto uključivanje u turistički proces obeleženo promenom, odnosno turizam ne proizvodi samo jednu promenu, već proizvodi niz manjih promena: turistički proces može se posmatrati kao razvojni, jer u različitim njegovim fazama čovek poseduje različite identitete i statuse. Čovek koji se odlučuje na put prvo postaje putnik, da bi se po prispeću na turističku destinaciju pretvorio u gosta; po povratku kući on stiče status povratnika. Pored ideje promene, turizam može biti povezan i sa idejom sigurnosti: prosečan turista, u najvećem broju slučajeva, ne želi da rizikuje, bar ne previše. Turizam može biti simulacija avanture, ali ne bi trebalo da bude avantura sa neizvesnim završetkom. Turista mora da zna šta da očekuje. Između tih ideoloških parametara, promene, koja donosi nešto novo i/ili drugačije, s jedne strane, i sigurnosti, koja je obeležena zaštićenošću i izvesnošću, s druge strane, treba tražiti suštinu ideje turizma, a možda i uspešnu formulu konvencionalne turističke ponude.

Značaj komunikacijskog aspekta turizma na individualnom, odnosno interaktivnom nivou, prilično je zanimljiv i često nedokučiv. Turistička transakcija je vrlo specifičan komunikacijski događaj: putem nje komuniciraju gost i domaćin na turističkoj destinaciji, gost i njegovo neposredno okruženje u mestu stalnog boravka, putnik i posrednici u turističkom procesu (prevoznici, agencije) itd. Turističko putovanje istovremeno je i okvir komunikacije, ali i idiom sa određenim značenjem, kojim se komunicira sa ostalim faktorima, kako u samom turističkom procesu tako i izvan njega. Da bi se shvatio pun značaj komunikacijskog aspekta turizma neophodno je redefinisati okvire turističkog događaja: turistički događaj ili turistički proces mora se shvatiti mnogo šire nego što je uobičajeno. U njega ulazi sve ono što se tiče odabira destinacije i pripreme za put, kao i svaka vrsta prerade i prezentacije iskustva stečenih na takvom putovanju. Tako se određeno turističko putovanje može, u širem smislu, posmatrati kao višegodišnji komunikacijski proces, tokom kojeg pošiljalac poruke rabi razne oblike simboličkog potencijala turističkog iskustva.

Iako turizam oduvek postoji u nekom vidu, nastanak savremenog turističkog ponašanja, a zatim i nastanak savremenog turizma kao fenomena, imaju veoma specifične globalne, odnosno civilizacijske uzroke. Njih treba tražiti u opštim društvenim prilikama, i tiču se povećane produktivnosti koja obezbeđuje dokolicu. Turizam se u tom smislu mora tumačiti uz pomoć imperijalističkog diskursa, jer je pojava turizma povezana sa uobličavanjem podele na metropolitanski centar (proizvodni centar), koji daje turiste, i turističke oblasti, koja pruža turističke usluge. Ova potonja je, u ranijim fazama razvoja turističkog procesa, svoju privlačnost, osim prirodnih lepota, bazirala i na nižim troškovima života; proizvodni centar nalazio se često u kolonijalističkim zemljama, a turistički centar bio je u kolonizovanim zemljama, odnosno turistički centar je uglavnom bio na periferiji. Taj "prvobitni" oblik konvencionalnog savremenog turizma podrazumevao je, uslovno, kretanje od "kulture" ka "prirodi". Metropolitanski centri su diktirali vrstu usluga u turističkim centrima, koje su se morale po standardu i tipu poklapati sa uslugama na koje su turisti navikli u svojim sredinama. Javljanje turističkog impulsa razvija se, u skladu sa tim shvatanjem, samo ako postoji velika produktivnost koja stvara dokolicu, psihološka mobilnost i njoj odgovarajući široki horizonti, a sve to mora biti podržano odgovarajućom infrastrukturom u vidu usavršenih mogućnosti prevoza i komunikacije (vidi Neš, 1983).

Ovaj model turizma, međutim, ne može da obuhvati sve vidove putovanja i sticanja iskustava koja se mogu nazvati turističkim. Otprilike u isto vreme kada povećana produktivnost u razvijenim zemljama stvara klasu koja može da dokoličari, te odlazi na odmor u lepe a nerazvijene krajeve, iz mnogih nerazvijenih krajeva, uglavnom mladi ljudi otiskuju se na put u razvijene zemlje u želji da se obrazuju, da vide velike gradove, da posete čuvene muzeje i opere. Broj takvih ljudi nije bio mali, a njihova iskustva, po mnogim karakteristikama, jesu u širem smislu turistička. Uzrok njihovog putovanja nije isključivo dokolica, i nije se iscrpljivao u posmatranju prirode, mada su mnogi od tih ljudi bili predstavnici bogate klase u svojoj zemlji, što ipak opravdava upotrebu prethodno opisanog modela.

Prilikom proučavanja turizma pažnja se usmerava kako na turističku ponudu, koja treba da bude tako koncipirana i prezentovana da isprovocira konzumente, da ih motiviše na turističko putovanje, tako i na sredinu koja razvija i obezbeđuje turističku klijentelu, ali i na turističke konzumente, koji žele da ispunе svoje snove. Model turističkog procesa tako se zgodno može razmatrati uz pomoć klasičnog modela migracionih kretanja, koji sadrži podelu na privlačne i odbijajuće faktore: prvi se odnose na prednosti mesta na koje odlazimo, a drugi na nedostatke mesta sa kojeg odlazimo (Đurđev, 1995). Konzument neće krenuti na put ukoliko proceni da mu taj put neće doneti nešto novo, drugačije i/ili bolje. Ukratko, ukoliko neće ispuniti njegove želje. Želje su, opet, u priličnoj meri kulturno konstruisane, ali se u njima, gotovo uvek i gotovo svuda, može prepoznati jedan, manje ili više, jasan obrazac.

Izazovi turističke transakcije...

Iz ugla konzumenta, turizam je povezan sa nekoliko stvari: sa ulaganjem (novca, vremena i energije), s jedne strane, i sticanjem (iskustva, uspomena, suvenira, znanja, snage), s druge strane. Ono što se dobija u jednom obliku treba da bude vredno trošenja u drugom obliku; sticanje jedne vrednosti treba da bude ekvivalentno potrošnji drugih vrednosti ili resursa. Preduzimanje turističkih putovanja pretvara se u jedan oblik sticanja nematerijalnih vrednosti, jer su turistička putovanja retko povezana sa konkretnom materijalnom dobiti. U ovom smislu, turizam je vid potrošnje ili razmene, odnosno oblik ulaganja ili oplodnje kapitala.

Turističko putovanje jedan je oblik migracije: to je privremena migracija. To znači da, kada pravimo model turističkih putovanja, moramo da uzimamo u obzir četiri faktora: sredinu iz koje turista odlazi, sredinu u koju dolazi, samog turistu i dodatne faktore koji se mogu javiti u različitim oblicima. Dolazak na jednu turističku destinaciju podrazumeva proces socijalizacije, akulturacije i integracije; navikavanje na novu sredinu, na njen vazduh, vodu, hranu, društvene odnose, kulturu i sl. Ono što je od naročito značaja jeste kako funkcioniše odnos gost (turista) – domaćin. I turista i domaćin moraju da se u izvesnoj meri prilagođavaju jedan drugome, da izvrše uticaj jedan na drugog; u imperijalističkom modelu turizma, imperativ prilagođavanja je na domaćinu. On se mora gostu prilagoditi više nego gost njemu (vidi Neš, 1983). Kao drugu stranu tog procesa imamo reintegraciju i resocijalizaciju turista prilikom povratka u staru sredinu, koji obuhvata sistematizaciju, analizu i kontekstualizaciju doživljenog. Tada se podrazumeva da je turista u izvesnom smislu promenjen, obogaćen, i da sada sa donekle drugačijih polazišta gleda na svoju staru kulturu. On ponovo usvaja svoj stari kulturni obrazac koji je privremeno delimično napustio, na novim osnovama crpi njegove vrednosti, ali istovremeno u nju donosi nešto od vrednosti koje je upoznao i usvojio tokom turističkog putovanja. Doživljeno se u toj fazi pretvara u sadržaj sa određenim značenjem i upotrebnom vrednošću koji mogu, a ne moraju, biti u skladu sa namerom kreatora turističke ponude. Osim institucionalnog ili zvaničnog značenja turističke ponude, korisnik može da razvija i svoja lična značenja, i da na svoj originalan ili autentičan način osmišljava proživljeno iskustvo. To značenje mora da uzme u obzir nekoliko faktora: egzotičnost posećene destinacije, njenu udaljenost od mesta stalnog boravka, novac potreban da se ona poseti, stav stare sredine prema toj destinaciji, mogućnost pretvaranja iskustava sa tog turističkog putovanja u kapital i sl. Turizam je tako, s jedne strane, autodidaktički i individuacijski proces, tokom kojeg korisnik turističkih ponuda dolazi do samospoznaje i saznanja a, s druge strane, to je marketinški čin, kojim se vrši redefinisavanje sopstvenog položaja u društvu, odnosno kojim dolazi do upotrebe sopstvenih iskustava u političko-identifikacijske svrhe.

Putovanja i moć

Definisanje moći je jedan od najizazovnijih, ali i najtežih poduhvata u društvenim naukama. Po definicijama, moć je sposobnost da se ostvare sopstveni interesi, odnosno sposobnost da se utiče na druge ljude; jedna definicija ističe da je moć sposobnost da se drugi ljudi navedu da urade nešto što inače ne bi želeli. Moć ima dve dimenzije ili faze. Moć, s jedne strane, predstavlja potencijal, posedovanje resursa, imovinu (materijalnu ili nematerijalnu), koja može, ali i ne mora da se pretvori u realan društveni uticaj, s druge strane. Pretvaranje potencijalne moći u realizovanu moć je ključ moći (vidi Capra, 2002).

Kada gore navedeno pokušamo da primenimo na oblast turizma ili putovanja uopšte, onda dolazimo do nekoliko važnih polaznih osnova. Moć mora da se zasniva na nekom resursu: bogatstvu, snazi, brojnosti i sl. Međutim, moć nije prosto prevođenje resursa ili potencijala u realan ili konkretan uticaj. Suština moći je upravo u tome da nešto što posedujemo upotrebimo na pravi način u pravom trenutku i u odgovarajućoj situaciji, kako bi ono imalo efekta. To je, u izvesnom smislu, definicija pameti ili politike. Ono što je prilično zanemareno kao teorijski problem upravo jeste potencijal koji turizam nudi u pogledu politike identiteta. Turizam, kao i sve ostalo u životu, ali na vrlo specifičan način, snabdeva nas resursom koji je dobro poznat a opet nedovoljno teorijski i empirijski iskorišćen: iskustvom. Definisanje iskustva teško je i nezahvalno. Ukratko, iskustvo je aktivno sećanje na subjektivni doživljaj neke situacije ili nekog događaja u kojima smo učestvovali, i koje može biti upotrebljeno u nekoj drugoj situaciji kao osnova za orijentaciju i snalaženje, odnosno kao osnova za popravljavanje našeg položaja. Iskustvo je koncentrisano znanje koje nam pomaže da uštedimo vreme i energiju prilikom novih izazova. To znači više stvari: kao prvo, mnogi, ili skoro svi događaji, kao i gotovo sve naše individualne prerade tih događaja, kompatibilni su i prevodivi jedni u druge, i, kao drugo, naši društveni odnosi se u velikoj meri zasnivaju na predstavama o prošlosti, a manje na aktivnom, neutralnom i spontanom odnosu prema situacijama sa kojima se srećemo. Iskustvo nas, s jedne strane, lišava mnogih nepravilnosti, ali nas, s druge strane, sprečava da situacije i stvari doživljavamo na uvek nov, aktuelan način. Iskustvo je istovremeno i potencijal, naš posed i sredstvo, ali i idiom, element komunikacije sa određenim značenjem.

Lično iskustvo ima dvostruku vrednost ili upotrebu. Lično iskustvo nekog čoveka ima značenje za njega samog, kako u praktičnom smislu, u smislu boljeg snalaženja u budućim situacijama, tako i u simboličkom smislu, u smislu obezbeđivanja iskustvenog kapitala kojim se može "trgovati" na tržištu međuljudskih odnosa i uticaja. Ova druga upotreba ima, međutim, smisla samo ako za neko iskustvo postoje parametri, koordinatni sistemi, referentni okviri. Ukoliko nisu u određenim konvencionalnim okvirima, nečija lična iskustva za publiku nemaju praktični značaj, publika na osnovu tuđih iskustava ne može

Izazovi turističke transakcije...

dopuniti svoj iskustveni kredit, te ga ne može adekvatno vrednovati, i za njega ne mora pokazivati naročiti interes. To znači da iskustvo ima širu društvenu simboličku funkciju samo ako može da iskustveno obogati i druge, a ne samo neposredne aktere. U kulturnom obrascu se mora pronaći mesto za određeno lično iskustvo, inače ono neće moći da bude pretvoreno u druge vrednosti, a time neće imati ni uticaja.

Iskustvo ima, osim toga, u psihološkom smislu dva aspekta: intelektualni i emocionalni. Iskustvo znači proživeti nešto, razumeti dejstvo toga na naš život, dati mu određeno značenje i integrisati ga u sopstveni sistem, učiniti ga operativnim u emotivnom i saznavnom smislu. Iskustvom se, dakle, nikako ne bi moglo nazvati sve što se objektivno doživi, jer ne proživimo u subjektivnom smislu sve ono sa čime smo se "objektivno" susreli u životu; pored nečega prođemo tako da to ne ostavi nikakav uticaj na naš život ili svest. Subjektivni doživljaj, javni standardi i objektivna faktografija nekog događaja gotovo se nikada ne poklapaju u potpunosti; ta tri nivoa doživljaja razdvojena su i prepoznata kao različita uz pomoć pojmova "lično iskustvo" ili "utisci", "društveno pamćenje" ili "zvanična istorija", i "precizna naučna deskripcija" ili "dokumentaristika". Iskustvo je ono što nas je dojmilo, što je ostavilo utisak, što nas je u određenoj meri promenilo, što u svakom trenutku možemo prizvati u svest iz pamćenja, i što možemo prikazati kao deo svog bića. Zbog toga fenomen iskustva mora biti razmatran u sklopu pitanja u vezi sa kulturom pamćenja (vidi Kuljić, 2006). Kultura pamćenja je vrsta svesne i nesvesne strategije, kako pojedinca tako i društva, kojom se služimo kako bismo prošle događaje mogli da pretvorimo u predstave sa značenjem i smislom, kako bismo uvek imali oslonac. To znači da iskustvo, kao i istorija, uvek mora da se tumači u skladu sa aktuelnom situacijom, i da polazi od nje: iskustvo je ono što smo uspeli od proživljenog da saobrazimo ili prilagodimo zahtevima sadašnjosti (vidi Eriksen 1993, 71, 73). Moramo poći od aktuelnih izazova kako bismo utvrdili da li na njih imamo odgovor u svom emocionalnom i intelektualnom pamćenju. Tada pronalazimo zakonitosti, i shvatamo relacije među pojavama. Ukoliko pođemo od proživljenog ili upamćenog, i njima prilagođavamo aktuelnu situaciju, ograničavamo se na određeni broj obrazaca koji nikada nisu dovoljni za adekvatnu reakciju na uvek donekle drugačije okolnosti. Značenje i smisao prošlih događaja zavise od kulturnog obrasca, osnovnih vrednosti, orijentacija itd. Iskustvo je, na taj način, jedan legitiman resurs kojim možemo da raspoložemo i da ga upotrebljavamo kako bismo sebi obezbedili određene benefite. Ono se može upotrebljavati, i može biti shvaćeno, u skladu sa kontekstom, kulturnim kodom ili društvenim ugovorom. Iskustvo je jedan od bazičnih resursa, jedno od univerzalnih sredstava kojim se služimo. Iskustvo je tako gradivni materijal koji se slaže oko pretpostavljene strukture ličnosti i oblika svesti, prilagođava im se, ali ih i menja, postaje njihov deo, i kasnije funkcioniše kao manifestacija te strukture i tog oblika. Zbog svega iznetog jasno je da iskustvo, koje teži tome da postane kapital, ne može biti kon-

vencionalno, lako dostupno, ne može da se zasniva na pseudostvarnosti. Ono mora biti autentično, mora obuhvatati stvarni život. Istovremeno, lično iskustvo koje želi priznanje treba da bude sposobno da se prevede, integriše, evaluiira i klasifikuje u javnom diskursu.

Potencijal turističkih putovanja u smislu sticanja moći veoma je zanimljiv i, koliko je meni poznato, nedovoljno empirijski istražen. Da bi se shvatila simbolička vrednost proživljenih iskustava na turističkim putovanjima, potrebno je razumeti celokupan kontekst. Broj ljudi koji putuje na neka udaljena mesta još je znatno manji od broja ljudi koji tako daleko ne putuju. Sa porastom standarda i kulturološkim usađivanjem potrebe da se odmaramo i upoznajemo nešto novo povećava se broj turista, ali se i smanjuje intenzitet doživljaja i njegova potencijalna vrednost kao sredstva moći; lična iskustva, kada postanu konvencionalna ili u okvirima standarda, devalviraju. Kada je o vrednovanju iskustava reč, poenta je uvek bila u doživljavanju onoga što je teško dostupno ili, bar u nekom smislu, ekstremno. Odlučivanjem ili sticanjem mogućnosti da otputujemo, uglavnom dolazimo u poziciju da budemo drugačiji, neobični, zanimljivi, uticajni. Koliko ćemo biti uticajni zavisi, kako je već bilo rečeno, od toga gde smo bili, kakav je stav naše sredine o tome, i kako ćemo to iskoristiti. Sa svojih putovanja donosimo iskustva, ponekad ih možemo i dokumentovati (suveniri, fotografije, telesne promene, kontakti), a ona predstavljaju sadržaj uz pomoć kojeg mi stupamo u komunikaciju u svojoj staroj sredini, kada se vratimo. Putovanja nisu garancija da ćemo steći moć, u vidu pažnje ili uticaja; ona su samo okvir, osnova ili prilika za tako nešto.

Ceo ovaj proces je izraženiji u sredinama koje su tradicionalnije, konzervativnije, siromašnije. Srbija je u tom smislu jako problematična za kategorizaciju jer, iako je po nekim pokazateljima siromašna, poseduje relativno razvijenu kulturu turizma i dugu tradiciju putovanja u inostranstvo. Ipak, to je zemlja čiji stanovnici, u poređenju sa stanovnicima razvijenih zemalja, relativno malo putuju na daleke i egzotične destinacije. Razlog za to je delimično ekonomske prirode, a delimično je to posledica nekih drugih, možda kulturnih razloga; Srbija nema povećanu produktivnost ili viši standard u odnosu na mnogo zemalja, pa ne može biti definisana kao metropolitenski ili proizvodni centar koji može prema drugima imati dominantnu poziciju, koja je za imperijalistički model turističkog procesa jako važna. Srbijanac koji je u stanju da otputuje daleko i doživi nešto neobično, kada se vrati u Srbiju, poseduje nešto veći kapital nego što ga ima prosečan Nemačkinac ili Englez pri povratku u svoju sredinu. Onaj ko putuje u mesto za koje su svi čuli, a koje je malo njih posetilo, imaće kada se vrati pažnju onih koji tamo nisu bili, i može imati makar privremenu popularnost i uticaj na svoje okruženje. On će biti onaj koji priča, koji privlači pažnju, i koji je "glavni u društvu". On će postati neka vrsta autoriteta. U današnje vreme preko medija je moguće dobiti veliki broj informacija o svakoj destinaciji. Ipak, ne mogu se dobiti sve informacije a, što je najvažnije, ne mo-

Izazovi turističke transakcije...

že se osetiti stvarna atmosfera i ne mogu se upoznati pravi ljudi. Osim toga, ne mogu se putem medija videti mesta koja nisu interesantna medijima, a koja su značajna iz nekih drugih, intimnih razloga. Zbog toga što stvarnost i boravak na terenu daju potpuno drugačiji utisak od posmatranja medijskih izveštaja, onaj koji je uživo nešto video i doživeo još uvek je informator iz prve ruke i pažnje vredan izvor.

Kontekst putovanja

Geneza turističkog iskustva koje želim da analiziram počinje u junu 2010. godine, kada sam shvatio da želim da odem u SAD, i kada sam, u skladu sa tim, odlučio da konkuriram za jedan od programa za razmenu visokoškolskih nastavnika. Iako sam o putu u SAD nedovoljno strukturisano razmišljao godinama, informacija o jednom konkretnom programu razmene, koju sam dobio, označila je početak procesa. Nakon dugih i ne baš lakih kvalifikacija postao sam jedan od "izabranih" i otisnuo se preko Atlantika u januaru 2011. godine. U SAD sam ostao sve do kraja maja iste godine. Manifestni razlog zbog koga sam se tamo našao bio je u tome što sam želeo da probam da otkrijem u čemu je tajna uspeha američkog sistema visokog obrazovanja, kao i da obiđem neka mesta koja čine ključna mesta naše, zapadne civilizacije, tj. mesta za koja sam posredno veoma emotivno vezan. Tokom ovog mog boravka u inostranstvu sedište mi je bilo u Pitsburgu (Pensilvanija), ali sam odatle mnogo putovao širom te države. Bio sam učesnik programa pod nazivom JFDP (Junior Faculty Development Program) koji se sastoji od brojnih mogućnosti u pogledu upoznavanja sa kulturom SAD. Tokom tog boravka bio sam u prilici, ali i obavezi, da posmatram kurseve koje drže moje američke kolege, da održim nekoliko predavanja na američkim univerzitetima, da učestvujem na naučnim i stručnim konferencijama, da obavim naučno istraživanje, i da se aktivno uključim u američko društvo, tako što ću volontirati u okviru programa za pomoć ugroženim grupama. Imao sam dovoljno vremena i mogućnosti da proputujem kroz nekoliko saveznih država, da boravim na nekoliko univerziteta, da posetim nekoliko turističkih destinacija, da obiđem neke od najpoznatijih svetskih muzeja, da upoznam vrhunske stručnjake iz oblasti visokog obrazovanja, da objavim rad u američkom časopisu, pa čak i da budem korednik jednog broja jednog novog naučnog časopisa. Sve te mogućnosti sam iskoristio, i zahvaljujući tome moje razumevanje SAD i njenih stanovnika sada je nešto potpunije. Ipak, o svom studijskom boravku najviše volim da govorim kao o prilici da analiziram i proučim američki sistem visokog obrazovanja. Tome sam posvetio najviše pažnje.

Međutim, želeo sam i da vidim nešto egzotično, da upoznam neke zanimljive ljude ili zajednice, kako bih doživeo nešto u određenoj meri originalno i/ili autentično, nešto čime bih pomerio meni poznate granice iskustva, i čime

bih se obogatio i mogao da se hvalim kada se vratim u Srbiju. Malo mojih kolega, prijatelja, poznanika, komšija i rođaka je uopšte bilo u SAD, a gotovo niko nije doživio ništa što bih ja nazvao egzotičnim, ništa što bi u skladu sa mojim uverenjima moglo da se pretvori u originalan ili vredan iskustveni kapital. Da bi se tako nešto doživelo, potrebno je imati dovoljno vremena, novca, želje, ali najviše sreće. SAD su velike, i mnogo toga zavisi od sticaja okolnosti. Želeo sam, dakle, destinaciju koja bi mogla da figurira i kao turistička destinacija i kao teren istraživanja antropologa, i iskustvo koje će moći da figurira i kao lična uspomena i kao terenska građa.²

Odlučujući da odem u SAD imao sam na umu nekoliko dimenzija ili aspekata kapitalizacije mojih iskustava. Kao prvo, odlazio sam iz zemlje koja, iako ima priličan broj turista, zbog broja stanovnika, standarda i objektivnih problema sa putnim dokumentima (doskora postojanje viza) nije u grupi zemalja koje spadaju u sam vrh po ostvarenim putovanjima u inostranstvo. To mi je nagoveštavalo da bi moja "avantura" mogla biti pozitivno i visoko vrednovana u Srbiji. Kao drugo, odlazio sam na mesto na koje većina ljudi iz mog okruženja nije išla i nije ga videla. To je mesto, odnosno zemlja koju smo bezbroj puta videli u medijima, koja je posredno postala deo naših života, i koja za nas ima i saznavnu i emotivnu vrednost. Ta zemlja ima i subjektivnu i objektivnu vrednost, jer je deo opšte svetske kulture, pa čak i centar savremene civilizacije. Kao treće, išao sam na duži period: trebalo je tamo da provedem ceo semestar, oko pet meseci. To mi je omogućavalo da upoznam datu sredinu svobuhvatnije i dublje nego obični turisti koji tamo provodu nekoliko dana ili nedelja. Kao četvrto, budući da sam mogao da računam i na stipendiju u zemlji prijema, i na platu u zemlji porekla (imao sam plaćeno odsustvo), imao sam više finansijskih sredstava i od onih koji moraju da se oslone samo na svoj novac ponet iz Srbije, kao i od onih koji mogu da računaju samo na stipendiju. Kao peto, tamo sam imao poziciju koju nije mogao da stekne običan turista: bio sam univerzitetski nastavnik na studijskom boravku, što znači da su mi bila otvorena i ona vrata koja običnim turistima nisu. Kao šesto, imao sam priliku i mogućnost da svoja iskustva iznesem ili prenesem većem broju ljudi; moja pozicija predavača na univerzitetu mi omogućava da imam, pored prijatelja i rodbine, pažnju i studenata, čak i onda kada ne pričam nešto zanimljivo. I kao sedmo, jedan deo moje potencijalne publike, studenti, dovoljno je obrazovan da može da razume i suptilne aspekte i nivoe mojih iskustava.³ To ne znači da sam samo toj publici namenio svoja iskustva, ali je ona predstavljala moju prednost u odnosu na druge ljude u pogledu upotrebe iskustava. Dakle, od svrhe putovanja, dužine boravka, destinacije putova-

² O srpskim pokušajima da se napiše neka vrsta antropologije SAD vidi više u Kovačević, 2007.

³ O nekim kulturnim i psihološkim karakteristikama studentske populacije videti više u Kuzmanović, 1997.

Izazovi turističke transakcije...

nja, izvora prihoda, pa do moje pozicije ili funkcije u novoj sredini, koja mi je obezbeđivala pristup nečemu drugačijem i to na drugačiji način, i pozicije u mestu stalnog boravka, koja mi obezbeđuje odgovarajući plasman iskustava, sve je predstavljalo mogućnost da steknem solidan iskustveni kapital, koji će se moći dobro oploditi. Međutim, sve to nije garantovalo da ću steći i nešto naročito, nešto što bi moglo biti zaista vredno, apsolutno autentično, originalno, egzotično. Nešto što bi me i u očima onih koji su tamo bili, ili onih koji tamo žive, moglo uzdići na nivo "avanturiste" ili putopisca. Za to je trebalo imati i želje i sreće.

Analitički model turističkog procesa

Na osnovu svega iznetog moguće je ponuditi jedan model za analizu turističkog procesa, koji bi izneo na videlo glavne karakteristike ili elemente tog procesa, i koji bi omogućio prepoznavanje i razdvajanje avanturističkog od turističkog putovanja, odnosno model koji treba da omogući konceptualizaciju turističkog procesa u diskursu moći. Taj model treba da se bazira na nekoliko elemenata, odnosno treba da objasni sledeće stvari: 1) motivaciju ili uzrok putovanja; 2) podelu uloga (domaćin – gost); 3) prihvatljivost sagledavanja turističke transakcije kroz imperijalistički diskurs, odnosno kroz podelu na proizvodni centar i turističku oblast; 4) postojanje ekonomskog interesa, odnosno postojanje instrumentalizacije procesa; 5) stepen akulturacijskog odnosa, odnosno stepen prilagođavanja domaćina gostu, i obrnuto; 6) afektivni odnos između domaćina i gosta; 7) kvalitet i intenzitet stečenih iskustava, odnosno autentičnost iskustava; 8) mogućnost primene stečenih iskustava i znanja, odnosno reakcija publike. Ovaj model može da se shvati kao početni ili nedovršeni, i kombinuje nekoliko različitih pristupa.

Idealan obrazac konvencionalne turističke transakcije imao bi, tako, turistu koji dolazi iz razvijene zemlje (ili oblasti) u relativno nerazvijenu zemlju (ili oblast), a zbog odmora i rekreacije njegov odnos sa domaćinom ne bi se zasnivao na afektivnim vezama, već bi bio jako instrumentalizovan, domaćin bi od gosta očekivao finansijsku korist, i zato bi mu se više kulturno prilagodio nego ovaj njemu, gost ne bi insistirao na uzbuđenjima već na miru i zabavi, a po povratku u svoju zemlju turista bi pričao kako se lepo proveo ili bi se žalio na uslove. Ovaj model, naravno, jeste neka vrsta provere stereotipa o tome šta turizam jeste. Mnogi uslovi i faktori u savremenom turističkom procesu su se izmicali i razlikuju se od onih koji su vladali kada su klasične definicije turizma nastale. Turizam je, kao delatnost, doživeo transformaciju, a pružaoci usluga više nemaju isti status kao pre nekoliko decenija. Turističko putovanje je sada normalno, očekivano i zahtevano iskustvo. Motivacija turizma postaje složenija, i u mnogo slučajeva pomera se ka avanturizmu; domaćini više ne mogu biti uvek smatrani siromašnjima od turista, naprotiv; akulturacija postaje jedan od naza-

nimljivih aspekata turizma, s tim da su razlike među kulturama sve manje i sve lakše ih je prevazići; turizam više nije samo stvar institucija nego i ličnih odnosa, tako da se afektivni odnos mora ozbiljnije uzeti u obzir; sređivanje utisaka postaje takođe znatno složenije, jer ni motivacija turističkog putovanja ni vrednovanje iskustvenog kapitala više nisu isti; sredstva prevoza i komunikacije, kao i sredstva za skupljanje dokaza i dokumentacije (kamere, fotoaparati, diktafoni) doživela su neverovatan razvoj, tako da u mnogo slučajeva sada nije potrebno fizički otići na neko mesto da bi se nešto videlo. Drugim rečima, klasičan model više nije toliko funkcionalan, ali nam još nudi solidnu mogućnost da kontekstualizujemo svako konkretno putovanje.

Konceptualizacija i/ili definisanje iskustva koje je moguće pretvoriti u kapital

Boravak u SAD trebalo je da donese iskustva koja mi obezbeđuju uticaj u mojoj staroj sredini. Ali, koje iskustvo bi moglo da bude zaista kapitalno?⁴ Postavljajući to pitanje imao sam na umu dve teškoće, ili dva izazova, koja su se javljala u dve različite dimenzije turističkog iskustva. Kao prvo, trebalo bi pronaći odgovarajući predmet ili odgovarajuću oblast, nešto interesantno za posmatranje ili doživljavanje, nešto u određenoj meri egzotično. Kao drugo, budući da nije moguće pronaći nešto potpuno egzotično i novo, bio sam pred zadatkom da to što budem posmatrao posmatram iz neobičnog ugla: da doživim nešto autentično, da budem svedok događaja iza scene, da hodim van utabanih staza, da učestvujem u stvarnom životu, a ne njegovoj simulaciji ili rekonstrukciji, da vidim institucionalnu pozadinu, da vidim naličje turističkog prostora, da izbegnem pseudodogađaj, unapred uvežban kvalitet turističke procedure i nameštenu intimnost. Naglašavajući to, ja uslovno prihvatam podvojenost na turističke i intelektualne stavove (vidi o tome u Mekenel, 1983). Prvi izazov bio je pronaći šta, a drugi pronaći kako. Šta je to što je u SAD zaista drugačije ili egzotično u odnosu na Evropu, odnosno Srbiju, a što je meni dostupno? Američki gradovi? Oni jesu donekle drugačiji, ali ne i suštinski različiti. Američki sportovi? Oni su takođe veoma zanimljivi, ali nisu toliko jednostavni za konceptualizaciju i kontekstualizaciju. Osim toga, oni nisu toliko vezani za antropološku nauku. Razni oblici zabave, poput, recimo, Diznilenda? To, već duže vreme, postoji i u Evropi (Pariz). Egzotične zajednice? To bi zaista mogla biti dobra tema i zahvalno polje za antropologa-turistu. Ali, koju zajednicu izabrati? SAD ih imaju zaista mnogo. Afroamerikanci, Indijanci (američki starosedeci), razne potkulturne grupe? Afroamerikanci sada

⁴ Hirš, u istom duhu, ali koju deceniju pre mene, postavlja pitanje: "Šta treba videti?" (Hirš, 1983).

Izazovi turističke transakcije...

predstavljaju veoma dobro istraženu grupaciju, a dobro su poznati i u mojoj postojbini: u Srbiji je nekada bilo zaista mnogo studenata iz Afrike, a danas u njoj živi i radi veliki broj tamnoputih sportista koji su poreklom iz Afrike ili SAD. Oni nisu toliko egzotični, a ni jednostavni za opisivanje: rasuti su po SAD, i u sve manjoj meri se razlikuju od Evroamerikanaca. Indijanci? Njih je teško naći u izvornom obliku: to više nisu Indijanci iz holivudskih vesterna, koji jašu na konjima i žive u živopisnim izolovanim rezervatima. Iako poseduju određenu dozu egzotičnosti, oni danas, po mom mišljenju, ne obezbeđuju iskustveni kapital prvog reda. U to me je uverio jedan kratak susret sa pripadnikom indijanskog plemena Potavatomu u Lorensu u državi Kansas.

Ćorsokak autentičnog iskustva

Prvih nekoliko dana po dolasku u SAD za mene i ostale učesnike pomenutog programa organizovano je nešto što je nazvano orijentacijom. Tokom te faze trebalo je da se upoznamo sa osnovnim stvarima u vezi sa životom i univerzitetskim radom u SAD. Tada sam upoznao svog prvog egzotičnog poznanika, čije sam ime zaboravio (što na izvestan način više govori o meni, nego o njemu). To je bio kratak susret, jer je on bio vozač koji je dodeljen mojoj grupi; vozio je školski autobus kojim smo se po nevidenoj hladnoći prevozili od hotela do univerziteta u Kansasu. Isprva nisam ni zapazio da je reč o Indijancu. U SAD srećete mnogo ljudi čudnih fizionomija, kompleksije, stila odevanja i akcenata, pa ne razmišljate o njihovom rasnom ili etničkom poreklu na isti način i u istoj meri kao u Srbiji. U jednom trenutku on se, bez mnogo razloga za to, deklarirao kao Indijanac (američki urođenik) i ja sam se zainteresovao za njega. Zamolio sam ga da se fotografišemo, i započeli smo neobavezan razgovor. Pričao je nadahnuo o svom identitetu, i iz te priče sam saznao da on nosi u sebi podeljena osećanja u vezi sa svojim poreklom i statusom. Rekao mi je da je mnogo naučio od belaca, naročito u pogledu toga kako da kontroliše emocije i da pravi životnu strategiju. Poniženje koje oseća pokušava da, u skladu sa kulturom belaca, pretvori u neku pozitivnu pokretačku snagu. Na kraju, sa filozofskog shvatanja svog identiteta i svoje društvene uloge usmerio se na ono što je smatrao da najbolje objašnjava zašto više ne insistira na svom tradicionalnom identitetu: on, zajedno sa svojim saplemenicima, ima kockarnicu, od koje sasvim lepo može da živi. S ponosom mi je pokazao svoju ličnu kartu, na kojoj je pisalo da, što se njegovog neposrednog porekla i krvnog nasleđa tiče, 4/4 njegovog biološkog bića potiče od "Potavatomu nacije": njegovi bake i deke sa obe strane su bili iz tog plemena, što mu daje određeni kredibilitet. Nisam znao da i kod Indijanaca postoji identitetski fenomen "čistokrvnosti" ili "plave krvi". Bilo mi je žao što ne mogu sa njim duže da pričam, a on je bio tako raspoložen da se otvori. Razmišljao sam da se vratim u Kansas na kraju svog studijskog boravka

i intervjuišem njega i njegove sunarodnike. Čak sam sa njim i razgovarao o tome, i postigli smo načelni dogovor. Međutim, od toga nije bilo ništa. Moju pažnju su kasnije privukli drugi problemi, u mojoj svesti problem Indijanaca izgledao je sve manje egzotično, a inspiraciju za prihvatanje takvog stava sve više sam nalazio u svom sve tanjem novčaniku, ali i u nedostatku vremena koje mi je bilo potrebno da adekvatno pripremim istraživanje. Kada sam odustao od Indijanaca u Kansasu, razmišljao sam da na putu do Nijagare, gde sam planirao da odem, svratim do nekog od indijanskih rezervata u državi Njujork. Ispostavilo se da nema sajta na kome mogu da nađem bilo kakve informacije o tim Indijancima, da ne mogu da stupim u direktni kontakt sa njima, pa sam odustao i od tog plana. Indijance nisam uspeo da upoznam ni prilikom posete Velikom kanjonu. Određeni period godine Indijanci za turiste priređuju predstavu, ali sam ja došao baš u periodu kada oni to nisu činili. Zbog toga je sve što sam od indijanske kulture, ili o indijanskoj kulturi, tamo video bila rekonstrukcija kuće Hopi Indijanaca i knjiga o stradanju Havasupai naroda zbog komercijalizacije kanjona, koju sam, uzgred, i kupio (vidi Hirst, 2006).

Posmatran kroz prizmu prethodno ponuđenog modela turističkog procesa, moj susret sa predstavnikom plemena Potavatomi pokazuje se kao dvosmislen u pogledu klasifikovanja, kako u kontekstu konvencionalne turističke transakcije tako i u kontekstu autentičnog turističkog iskustva. Susret je bio obeležen kako etničkim, tako i profesionalnim, čak klasnim, odnosom. Potavatominac je, na izvestan način, meni pružao usluge, i mi smo, tako posmatrano, stupili u prilično problematičan odnos domaćin–turista. On je bio taj koji se u određenoj meri prilagodio meni, ali sam se i ja morao prilagoditi njemu: pričali smo na engleskom jeziku, koji je on bolje poznao od mene, iako, sa stanovišta krute lingvističke klasifikacije, to nije bio njegov maternji jezik. U podeli uloga u tom događaju ja sam bio važniji ili opažljiviji socijalni faktor, jer sam bio aktivan akter programa. On je tu bio sporedna figura. Ne bi se moglo reći da sam ekonomski bolje stajao od njega, a sasvim izvesno on nije bio stanovnik turističke oblasti koja je ekonomski u lošijem položaju od zemlje iz koje dolazim: podela na metropolitenski centar i turističku oblast u ovoj situaciji nije bila funkcionalna u svrhu tumačenja suštine odnosa. Postojao je obostrani pokušaj instrumentalizacije našeg susreta (on je želeo da pokaže ko je, a ja da ga proučim), a afektivna dimenzija odnosa se sa moje strane iscrpljivala u određenom obliku empatije sa Indijancima u celini. Kansas nije naročito poznat po Indijancima (a pleme Potavatomi nije izvorno sa tog područja – vidi Vikipediju), pa autentičnost iskustva nije bila na visokom nivou. Ništa od njegove kulture nisam video, već se sve svodilo na njegove narative i na jednom dokumentu. Iako se ovo iskustvo ne bi moglo svrstati u obična ili neinteresantna iskustva, jasno je da su sve faze ili elementi ovog iskustva, od trajanja kontakta i kulturnog konteksta u kome se desilo, preko oblika u kome se ono javilo, pa do njegovih rezultata ili uticaja na obojicu aktera, problematični u pogledu

Izazovi turističke transakcije...

eventualne kapitalizacije, te ga ja nisam svrstao u korpus iskustava na kojem sam hteo da baziram svoj uticaj pri povratku u Srbiju.

Pored objektivnih tehničkih teškoća sa kojima sam se susretao prilikom pokušaja da upoznam Indijance, uvideo sam još jednu, suštinsku ili kulturnu činjenicu koja mi je pokazivala da svoja interesovanja treba da okrenem u drugom smeru. Naime, uprkos izvesnoj egzotičnosti, Indijanci, ili američki starosedeooci, bili su deo američke kulture, bili su aktivni deo sistema ili strukture. Oni nisu bili nešto posebno; oni su bili samo zanimljivi segment mejnstrim kulture, a njihova zanimljivost se zasnivala na onome što su oni predstavljali u prošlosti, a ne na onome što predstavljaju ili što čine danas.

Zbog toga se moje interesovanje, polako ali sigurno, okretalo drugoj egzotičnoj zajednici u SAD za koju sam znao – Amišima. Prilika da ih upoznam stigla je brže nego što sam očekivao.

Opis predmeta interesovanja

Amiška zajednica u SAD nije mi bila interesantna samo zbog toga što je nudila mogućnost za autentično iskustvo već i zbog toga što bi moj susret sa njom imao određeno značenje u stručnom smislu. To je prvenstveno religijska grupa ljudi koji potiču iz istog evropskog regiona, funkcionise kao endogamna zajednica sa vrlo standardizovanim načinom života, odnosno čvrstim i teško promenljivim kulturnim obrascem, koja predstavlja egzistencijalnu zajednicu jer pripadnici žive povezani u većim grupama baveći se istim zanimanjem (zemljoradnjom i stočarstvom), svi imaju isti jezik i pripadaju istoj religiji, odnosno crkvi. Otpor promeni tradicionalnog obrasca donetog iz postojbine i nepostojanje klasične religijske institucije, približava ih ideji narodne ili etničke regionosti. Ova grupa tako se približava onome što su pojedini teoretičari nazvali totalnim modelom etničke zajednice (vidi Bandić, 1997, 33-54). Pripadnici amiške zajednice stigli su u SAD tokom 18. veka, i danas naseljavaju veliki broj saveznih država. Ipak, najbrojnija i najrazvijenija zajednica ovog pokreta nalazi se u severoistočnim državama, odnosno u državama koje su najpogodnije za zemljoradnju. Javnost u SAD smatra Amiše zanimljivim i zahvalnim susedima, i sreće se sa njima na nekoliko nivoa. Od njih kupuju poljoprivredne i stolarske proizvode, a posredno koriste interesovanje turista za Amiše tako što nude turističke usluge. Amiši su najredovnije mušterije železnice, i sve više koriste proizvode široke potrošnje. Sve više mladih Amiša se odlučuje na studiranje, tako da oni postaju u sve većoj meri uključeni u društvo i predstavljaju novo, do sada nepristupačno tržište. Ipak, oni i dalje stoje na margini društva u više nego jednom smislu. Veoma su zatvoreni, školuju se isključivo unutar svoje zajednice, i zagovaraju nenasilni stil života (vidi Hamm 2003). Iz ovog kratkog, nepotpunog i gotovo stereotipnog prikaza ove

zajednice, može se naslutiti da je ona posebno zanimljiva onima koji se bave etničkim identitetima i (ne)nasiljem. Upravo su to uže naučne oblasti, ili studije, na kojima radim već godinama.

Ono što me je naročito zanimalo u ovom slučaju jeste da li se, suprotno shvatanju koje postoji u konvencionalnom pogledu na turizam (vidi o tome u Njunjes, 1983), može stupiti u neinstrumentalan odnos sa domaćinima, odnosno da li odnos gosta i domaćina može biti obojen afektivnim vezama, i neopтереćen stereotipima i društvenim razlikama? Ukoliko bi to bilo moguće, onda bi moj pokušaj bio bliži onome što se naziva "potraga za autentičnim turističkim prizorom".

Pronalaženje i eksploatacija autentičnog turističkog prizora

JFDP program je svim stipendistima omogućavao da tokom njihovog boravka u SAD (januar – maj 2011), pored stipendije, iskoriste budžet od dodatnih 700 dolara za kupovinu knjiga, odnosno za učešće na naučnim konferencijama. Ta sredstva, iako izgledaju prilično visoka, često nisu dovoljna za ono za šta su predviđena. Kotizacije za naučne konferencije u SAD prilično su visoke, a mehanizmi dodeljivanja popusta na te iznose prilično su institucionalizovani i složeni. To znači da je veoma teško dobiti oslobađanje od participacije na konferenciji. Za to je potrebno konkurisati, a ne moliti ili tražiti, i veoma često samo jedna od nekoliko stotina osoba koje su konkurisale bude oslobođena kotizacije, i to pod posebnim uslovima: ta osoba ima obavezu da učestvuje u organizaciji konferencije. Ona, dakle, mora da odradi posao za novac koji joj je oprošten. Budući da sam informaciju o tome da sam dobio stipendiju primio u decembru 2010. godine, nisam imao priliku da konkurisem ili se prijavim na sve konferencije u SAD u 2011. godini koje sam želeo, zato što se prijavljivanje vrši često i godinu dana pre održavanja same konferencije. Ja sam na raspolaganju imao svega par meseci. Svega je nekoliko institucija organizovalo konferencije za koje je bilo moguće prijaviti se dva ili tri meseca pre održavanja. Naravno, mogao sam kao posmatrač da posetim bilo koju konferenciju, ali ja sam želeo da budem učesnik, a takva moja želja bila je skopčana sa dodatnim, strožim kriterijumima i raznim ograničenjima, naročito onim koja se tiču vremenskih rokova i cena. Zato su se na mom preliminarnom spisku našle samo tri konferencije: konferencija u Las Vegasu u Nevadi, konferencija u Orlando na Floridi, i konferencija u Čikagu u Ilinoisu. Prijavio sam se za sve te konferencije i smišljao način kako da posetim bar jednu od njih. Teme tih konferencija nisu bile previše bliske mojim poljima istraživanja, ali se moja tema mogla prilagoditi.

Las Vegas sam želeo da posetim i iz stručnih, i iz turističkih razloga. Međutim, put do Las Vegasa je skup, mora se ići avionom, hoteli nisu jeftini, kao ni hrana, a kotizacija za konferenciju je bila izuzetno visoka (350 dolara). Po-

Izazovi turističke transakcije...

kušao sam da izmolim popust, ali mi je organizator ljubazno odgovorio da, ako mi je njihova konferencija skupa, pokušam da u Las Vegasu pronađem neku jeftiniju. Postalo mi je sasvim jasno da moja strategija dobijanja subvencija, koja se često pokazivala uspešnom u Evropi, u SAD neće uroditi plodom. U SAD nisu toliko upoznati sa prilikama u jugoistočnoj Evropi, i imaju sasvim drugačije viđenje kako organizacije konferencije tako i značenja koje određeni narodi u svetu imaju: za njih Srbija nije ni egzotična, ni važna. Osim toga, rukovodioci JFDP programa iz Vašingtona obavestili su me da nisu oduševljeni mojom odlukom da posetim tu konferenciju, jer na osnovu iskustva od prethodnih godina znaju da je to jedna "estradna" konferencija koja ne zadovoljava naučne kriterijume. Tako se moja želja da se o istom trošku i provedem i učestvujem na konferenciji u Las Vegasu nije mogla ostvariti. Moje su se misli tada okrenule konferenciji u Čikagu, koju je organizovao Univerzitet države Illinois. Čikago nije previše daleko od moje baze u Pitsburgu, postoji veliki broj jeftinih hotela i restorana, a kotizacija je mogla da se uklopi u moj budžet. Kotizacija za celu konferenciju (tri dana) iznosila je 500 dolara, ali je postojala mogućnost da interesent izabere opciju jednodnevnog učešća, i u tom slučaju sam mogao da prođem sa 350 USD. Birajući tu opciju, uspevši da rezervišem jedan pristojan i jeftin hotel (oko 70 dolara za noć), i izabравši da putujem vozom (oko 150 dolara, nasuprot oko 180 za avionsku kartu), uspeo sam da se pokrijem sa budžetom koji mi je odobren (onih 700 USD). Voz nisam izabrao samo zato što je nešto jeftiniji (autobus je bio još jeftiniji), nego zato što je moguće odspavati tokom noćne vožnje (što u autobusu nije moguće), čime štedim jednu noć u hotelu, ali i zato što je železnička stanica u centru grada, i do konferencijskog centra, kao i do mog hotela, nije bilo potrebno koristiti dodatni prevoz; svuda sam mogao da stignem pešice. Ukoliko bih putovao avionom, morao bih da plaćam prevoz od aerodroma do centra grada, i da gubim dragoceno vreme u putu. Izabrao sam, dakle, realan cilj, i krenuo sa planiranjem ili organizacijom puta. Kartu sam kupio preko interneta, i zamolio svog stanodavca da me odveze do stanice. Time sam uštedeo još oko deset dolara, koje bih inače morao da dam za taksi.

U SAD postoji veoma čudan sistem kupovine karata za voz. Kartu možete kupiti preko interneta, ali je morate podići na blagajni železničke stanice nekoliko sati pre polaska voza. Kada podignete kartu, međutim, ukoliko niste uzeli spavaća kola (koja su prilično skupa), još niste rešili i pitanje broja sedišta na kome ćete provesti putovanje. Broj sedišta dobijete tek u trenutku ulaska u voz, kada vam kondukter na parčetu papira određuje koje ćete mesto zauzeti; to zavisi od popunjenosti voza. Taj relativno komplikovani i staromodni sistem dodeljivanja sedišta u voz, u kome nema kupea, nego su sedišta poređana kao u bioskopu odnosno kao u autobusu, omogućio mi je da upoznam mog, sada mogu slobodno da kažem, prijatelja Sema. Ključno je bilo to što sam izabrao da putujem vozom. Izbor voza mi je, što tada nisam znao, omo-

gućavao da značajno povećam izgleda da upoznam nekog Amiša, zato što oni nikada ne putuju drugim oblicima prevoza: oni nemaju automobile, autobuse izbegavaju iz nekog razloga (možda zbog neudobnosti), a avionima izgleda ne putuju iz ideoloških i ekonomskih razloga. Zato su železničke stanice u Pensilvaniji stecišta Amiša: mogu se videti kako u grupama sede, jedu hranu koju su spremili kod kuće i, za razliku od ostalih putnika u čekaonici, ne obraćaju pažnju na televizijski program koji se prikazuje na monitorima širom stanice.

Vrlo čudnim sticajem okolnosti Sem nije dobio sedište pored nekog pripadnika svoje zajednice, nego je dobio odvojeno sedište. Na to je moglo uticati više stvari: moguće je da ostali nisu želeli da sede pored njega, zato što je "na svoju ruku" i prilično otvoren prema autsajderima, a moguće je i da Sem nije imao dovoljno novca za spavaća kola. Seo je pored mene, i ja sam bio vrlo znatiželjan i voljan da se sa njim upoznam. Ne sećam se tačno kako smo otpočeli konverzaciju, ali me je, kao što je običaj u SAD, verovatno, pitao odakle sam. Sa tim pitanjem ćete se susresti na svakom koraku u Americi: u prodavnicama, u muzejima, na univerzitetima, u pošti itd. Rekao sam da sam iz Srbije u Evropi. Podatak da sam iz Evrope na njega je ostavio veoma jak utisak. Očigledno je to bilo povezano sa nekim predstavama o poreklu, sa idejom matice ili nečeg tome sličnog. Prvo mi je pokazao koliko malo zna o geografiji i svetu, odnosno koliko Amerikancima Evropa malo znači, pitajući me da li je Evropa blizu Nemačke. Zatim me je pitao da li sam iz Evrope doputovao vozom, ali se još tokom postavljanja pitanja setio da postoji okean između Evrope i Amerike. Na njega je ostavila utisak i činjenica da sam profesor univerziteta, jer Amiši ogromnom većinom imaju završenu samo osnovnu školu. Bio je zadivljen i činjenicom da pomalo natucam nemački jezik: Amiši pričaju jednom varijantom nemačkog, koji oni zovu dač (pennsylvania dutch). Ispričao mi je da živi blizu Harisburga u Pensilvaniji, i da ide kod jednog doktora u Čikago kako bi operisao kilu. Išao je čak u Čikago zato što se tamo nalazio doktor koji je nekada živio u susjedstvu Amiša, koji ih je lečio, i kome oni zbog toga najviše veruju. Navodno, nije se bojao operacije.

Od Pitsburga do Čikaga putuje se celu noć, pa putnici spavaju u prilično komfornim uslovima. Dobijaju jastuke, a sedišta se mogu spustiti u ležeći položaj, ne ometajući putnike iza. Kada smo se spremili za spavanje, Sem mi je pokazao da mu je njegova sestra kupila jastuče na naduvavanje za spavanje, i da mu je kupila papuče za šetnju po vozu. Stupio je u razgovor sa ženom koja je takođe imala neki zdravstveni problem, pa su razmenili iskustva. To je čula treća osoba, takođe žena, koja je onda ponudila pomoć onoj prvoj ženi, upućujući je na jednog određenog lekara koji može da joj pomogne. Sem je bio uzbuđen što je on bio povod upoznavanja dve žene, i što je bio ključ potencijalnog rešavanja problema prve žene. To mu je nekako ukazivalo da su čudni putevi Gospodnji. Ja sam sve vreme nekako vrebao priliku da ga pitam da li bih mogao da ga posetim jednog dana. On mi je sam pružio tu priliku. Ja sam mu

Izazovi turističke transakcije...

rekao da moja žena i ja nameravamo da dodemo i vidimo Amiše, i on me je pozvao da budemo njegovi gosti. Na kraju mi je dao adresu, i uslužni telefon: Amiši ne koriste telefon, ali žive blizu Menonita koji ga koriste, i koji Amišima dozvoljavaju da se njime koriste.⁵ Srdačno smo se rastali u nadi da ćemo se videti. Obećao mi je i da će nas provozati kočijama. Tada još nisam znao da li ću ga zaista posetiti i kako. Moja porodica je tek trebalo da mi se pridruži u SAD, pa je plan tog putovanja tek trebalo napraviti.

U Čikagu sam na konferenciji proveo nekoliko dana. Upoznao sam nekoliko kolega, i utisci su mi bili pomešani. Iako sam platio participaciju za samo jedan dan, prihvatio sam savet jednog američkog Nemca da se, budući da to niko ne kontroliše, ne obazirem na formalnosti, i da prisustvujem sesijama i narednih dana (što je značilo i da koristim i besplatan ručak i kafu). Hotel u kome sam bio smešten bio je prilično ofucan, nije nudio doručak gostima, moj prozor je bio iznad nadzemne železnice, ali je imao *wireless* internet i bio je u samom centru grada. Konferencija se završila i ja se spremih za povratak u Pitsburg. Ukrcao sam se na voz i spremio za spavanje. Tada me je jedna gruba ruka dodirnula po ramenu, i ja se ozarih jer iznad sebe ugledah nasmevano Semovo lice. Čudnim sticajem okolnosti i on je svoje poslove završio kad i ja. Ovoga puta, međutim, nije mu dodeljeno sedište pored mene. Saznao sam da je njegova operacija prošla u redu, i da će od sada morati da vodi računa o tome da se ne napreže previše. I ovoga puta, kao i kada je dolazio, pratila su ga dva mlada momka iz njegove zajednice, koji nisu bili naročito pričljivi. Tada smo se ponovo dogovorili da ga posetim.

Moja supruga je bila oduševljena činjenicom da smo pozvani u goste kod Amiša. Čim je sa kćerkom stigla u Pitsburg počeli smo da planiramo put u Harisburg, odnosno u Majerstaun u kome je živeo Sem. Kada je moja porodica došla, prošlo je već mesec dana od kada sam upoznao Sema. Nisam znao da li me se još seća, da li je njegovo zdravlje dobro, i da li je telefon koji mi je dao još u funkciji. Nisam znao da li mi je dao pravi broj telefon, a nisam znao ni kako da objasnim ljudima koje zovem koga tražim. Bio sam nesiguran i u kvalitet svog, i u kvalitet njihovog engleskog jezika; često sam u SAD imao probleme da ljudima "iz naroda", na svom prilično gramatički pravilnom, ali nedovoljno životnom jeziku sa pogrešnim akcentom, objasnim šta tačno želim. S druge strane, često sam imao problem da razumem njihov brz izgovor. Telefon dodatno otežava komunikaciju. Puno ime mog poznanika je Semjuel Lap, a tako se zove, kako sam saznao iz filmova i literature, više od pedeset procenata muške populacije u amiškoj zajednici. Nisam znao u koje doba dana smem da nazovem: kada ležu, a kada ustaju? Nekoliko prvih poziva na za-

⁵ Menoniti su u religijskom smislu veoma srodni Amišima, s tim da, za razliku od Amiša, ne insistiraju na izolaciji i tradicionalizmu u svakodnevnom životu: koriste telefon i električnu energiju.

pisani broj telefona nije donelo rezultata: Sem tada nije bio tu. Ipak, saznali smo da vlasnici telefona znaju o kome je reč, i da Sem zaista dolazi povremeno kod njih u kuću. Sa vlasnikom telefonskog broja sam se dogovorio u koje vreme da ga pozovem, odnosno kada će Sem biti kod njih. Trebalo je da to bude siguran način da se čujemo. Međutim, kada je došao čas da ga pozovem, ja sam imao neodložna posla, i zakasnio sam: kada sam nazvao, on je već bio otišao. Ja sam zbog toga ostavio svoj broj telefona, nadajući se da je tako jednostavnije. On će mene pozvati na mobilni, a ja sam uvek dostupan. Međutim, nazvao je baš dok sam bio na ulici, i nisam čuo telefon. Na kraju smo se ipak čuli. On je bio oduševljen idejom da dođemo kod njega, i okvirno smo se dogovorili za datum naše posete. Kada se datum približio, mi smo zbog neodložnih obaveza i lošeg vremena morali da odustanemo od puta. Tako se naš put odlagao, sa velikim pitanjem da li ćemo ikada otići. Na kraju, konačno su se sve kockice složile, i mi smo u tehničkom smislu bili spremni za put.

Prilikom pravljenja planova za put nismo znali nekoliko stvari, odnosno morali smo da odlučimo nekoliko stvari: kada ćemo putovati, kako ćemo putovati, šta ćemo kupiti za poklon, gde ćemo boraviti, šta ćemo raditi, koliko ćemo ostati. Da bismo doneli odluku o svim tim pojedinostima, trebalo je da znamo mnogo toga što nismo mogli saznati. Nismo, na primer, znali da li će nas Sem na stanicu u Harisburgu, ukoliko putujemo vozom ili autobusom, dočekati kočijom i prevesti do svoje kuće. Nismo znali da li će nas pozvati da prespavamo kod njega ili neće. Ako nas pozove da prespavamo kod njega, nismo znali koliko možemo ostati: jedan ili dva dana. Nismo znali da li ima WC u kući: to je moglo uticati na našu odluku da li ćemo i koliko ostati u njegovom domu. Nismo hteli da propustimo priliku da prespavamo u domu jednog Amiša, ali nismo znali kakvi uslovi tamo vladaju i da li možemo podneti te uslove, odnosno da li ih možemo ispuniti. U razgovoru sa njim telefonom on ništa od ovoga nije nagovestio, a meni je bilo neugodno da ga pitam. Pominjao je tokom razgovora svoje sestre, ali ne i ženu i decu. Sem je imao oko pedeset godina, i čudno bi bilo da nije oženjen; smatrali smo da se jedna u toj meri tradicionalna zajednica uvek trudi da svaki njen pripadnik bude zbrinut, i da se o braku u takvoj zajednici odlučuje na kolektivnom, a ne individualnom nivou. Nismo znali da li Sem živi u nekoj vrsti zadruga, sa kime i na koji način. Kako bi trebalo da se ophodimo sa njegovim ukućanima? Hoće li od nas tražiti da radimo: ja da cepam drva, a moja žena da kuva, kao što je to bilo prikazano u nekim američkim filmovima? Morali smo biti spremni da prespavamo u hotelu, ukoliko ne prihvate da nas prime na konak. Zatim, nismo znali da li treba nešto i šta da mu kupimo kao poklon. Nismo znali tačno kako Amiši žive u stvarnosti, šta koriste od sredstava, da li će ih nešto i koliko uvrediti itd. Zbog svega toga odlučili smo da putujemo iznajmljenim kolima kako bismo bili mobilni, da imamo hotel kao rezervnu varijantu, i da kupimo više poklona za slučaj da živi sa većim brojem drugih ukućana. Izabrali smo neutral-

Izazovi turističke transakcije...

ne poklone: peškire, šolje za čaj i kuhinjsku rukavicu. To bi trebalo da se ne kosi sa njihovom verom i načinom života.

Već kod prve stepenice pokazalo se da organizacija puta neće ići tako glatko. Iznajmljivanje kola bilo je prilično komplikovano za one koje nisu rezidenti SAD, koji nemaju kreditnu karticu, i za one koji nemaju povratnu avionsku kartu. Ja nisam imao boravište u SAD, nisam bio na proputovanju, pa nisam imao povratnu kartu koju je tek trebalo da dobijem od davaoca stipendije, a zbog svog privremenog boravka nisam mogao da dobijem kreditnu karticu, već sam imao samo platnu, odnosno debitnu karticu: sa njom sam mogao da plaćam mnoge stvari preko interneta, ali kod mnogih rentakar agencija nisam mogao da iznajmim auto. Kad se iznajmljuju kola, onda su diskriminisane grupe stranci, oni koji nemaju kreditnu karticu, stanovnici države Teksas (zbog toga što država Teksas ima poseban status u federaciji), ljudi mlađi od 25 godina (zato što nemaju dovoljno razvijen osećaj odgovornosti) i oni koji ne putuju avionom. Stanovnici Teksasa ne mogu da se u ulozi vozača motornih vozila osiguraju preko većine osiguravajućih kompanija u Pensilvaniji, kao što to nisu mogle ni osobe mlađe od dvadeset pet godina.

Na kraju sam uspeo da nađem agenciju koja je nudila sve te pogodnosti, kod koje sam mogao da iznajmim auto uprkos svom neregulisanom statusu, ali se ona nalazila na aerodromu, koji je bio trideset kilometara od mog mesta stanovanja. Srećom, u Pitsburgu postoji efikasan i relativno jeftin sistem gradskog prevoza, pa sam za male pare (3,25 dolara) mogao da stignem do aerodroma. U agenciji na aerodromu me je čekalo novo iskušenje: trebalo je da pokažem i vozačku dozvolu iz moje zemlje, i međunarodnu vozačku dozvolu. Ja sam negde zaturio svoju originalnu dozvolu, i nisam znao gde je. Ipak, dozvolili su mi da kola iznajmim samo sa međunarodnom dozvolom. Ali, tu je ležao sledeći problem. Imali smo malo dete, koje je moralo da se vozi u dečjem sedištu. Nismo smeli rizikovati da krenemo na put bez tog sedišta, jer nam američki saobraćajci, ukoliko nas zaustave, verovatno ne bi oprostili taj prekršaj kao što to čine srpski. Sedište nismo imali, a rentakar agencija ga je iznajmljivala po ceni od oko 50 dolara za četiri dana. Nismo imali ni GPS uređaj, a to nam je bilo neophodno kako bismo se snašli po američkim prostranstvima. Iznajmljivanje tog uređaja je takođe iznosilo oko 15 dolara po danu. I na kraju, nismo mogli da iznajmimo kola sa manuelnim menjačem, nego samo automatik. Nisam imao iskustva sa takvim vozilima, ali sam se nadao da neće biti problema. Sedište za dete i GPS uređaj sam pozajmio od kolege, zamjenika direktora Instituta na kome sam boravio, i tako uštedeo više od sto dolara. Kolege su mi održale kratki kurs o vožnji automatik vozila, a stanodavac mi je ukratko objasnio osnovna pravila saobraćaja u SAD. Nekih pravila se još sećam: na raskrnicu nema puta sa prvenstvom prolaza, svi učesnici su prilikom dolaska na raskrnicu obavezni da se zaustave, svi imaju znak Stop, a prvi kreće onaj koji je prvi došao na raskrnicu. Ne primenjuje se pravilo desne

strane kao u Srbiji. Na autoputevima se vozila pretiču i sa leve i sa desne strane, a na semaforima, ukoliko skrećete desno, to možete uvek da uradite: nikada nema uslovnog svetla za skretanje udesno. Samo ako postoji znak koji izričito zabranjuje skretanje dok je upaljeno crveno svetlo, morate čekati na zeleno svetlo. Pešački prelazi izgledaju drugačije nego u Evropi: tu su samo dve paralelne linije koje, udaljene dva metra jedna od druge, stoje poprečno u odnosu na pravac puta. Kod automatik vozila je problematično to što ona u SAD nisu standardizovana: postoji nekoliko različitih tipova automatskih menjača. Kod svih postoji jedna brzina za gradske uslove, jedna za vožnju po autoputu, i jedna za rikverc. Međutim, neki tipovi imaju još nekoliko brzina za koje nikada nisam čuo, i nisam znao čemu služe; to nisu znali ni moji američki prijatelji. Preračunavanje potrošnje goriva takođe mi je zadavalo muke, pošto se u SAD potrošnja računa po galonu, a ne po litru, a pređeni put i brzina se računaju u miljama, odnosno u miljama na čas, a ne u kilometrima na čas. Dopuna goriva je veliko iskušenje, jer skoro svaka pumpa ima svoj sistem. Na većini pumpi postoji sistem samoposluživanja, sa nemogućnošću da dobijete pomoć radnika. Na jednoj pumpi se prvo ubaci debitna kartica, ukuca se pin kod, izabere se taster sa odgovarajućim tipom goriva, uzme se crevo i natoči gorivo. Na drugoj se uradi sve to, s tim da se između tih koraka u jednom trenutku mora još pomeriti jedna poluga, kako bi gorivo moglo da poteče. Na trećoj pumpi se ubacuje kartica, ali se ukucava poštanski broj mesta stanovanja, izabere se gorivo i toči. Na četvrtoj se prvo kartica mora ostaviti na kasi, pa se zatim mora natočiti gorivo, pa se mora vratiti na kasu da se ukuca cena.

Od Pitsburga do Harisburga ima oko 250 milja, a put bi trebalo da traje oko četiri sata. Sa malim detetom to je trajalo mnogo duže, a pogotovo zbog toga što smo, uprkos GPS-u, nekoliko puta promašili put ili zalutali, zbog čega smo izgubili mnogo vremena. Kako smo se približavali odredištu bivali smo sve više uzbuđeni, a krajolik je postajao sve lepši. Valoviti predeo prošaran šumarcima i obradivim zemljištem, kao i prelepim farmama. Put je postajao sve uži, i mi se konačno nađosmo na farmi koja je, prema mom GPS uređaju, trebalo da bude Semova. Nije bilo nikoga da nas dočeka, pa se zaputismo u štalu. Tamo se odvijala neka aktivnost. Neki čovek je kupovao stajsko đubrivo od Amiša. Rekao nam je da je kod Amiša đubrivo dobro, nije skupo, a oni su jako dobri ljudi pa je poslovanje sa njima prijatno. Tada ugledah mog poznanika Sema. Obradovao se kada nas je video. Bio je u štali, kod mula. Objasnio mi je da su one mešavina neke danske kobile i magarca. Nakon toga nas je odveo da vidimo štalu sa kravama, pa deo u kome je bio smešten konj. Kada smo obišli štale, krenusmo u kuću. Ušli smo u toplu, ukusno nameštenu drvenu kuću na sprat. Imala je imitaciju peći na drva, šporet koji je izgledao kao da je električni, frižider, mokri čvor, a primetili smo i lampe. Sem nam je objasnio da Amiši ne koriste telefon, automobile i električne uređaje. Šporet, kamin, frižider i osvetljenje su radili na gas. Razlika između elektrike i gasa, u

kontekstu amiške ideologije, jeste u tome što bi ih elektrika povezivala sa spoljašnjim svetom, dok gas to ne čini: svaka kuća ima svoju gasnu stanicu što znači da čuva svoju samostalnost i izolovanost. Ja sam Semu pokušao da objasnim da smo do njega došli uz pomoć GPS-a. Uložio sam mnogo napora kako bih nekome ko nema nikakvo tehničko znanje objasnio funkciju jednog složenog uređaja: to je, pričao sam, mala stvarčica koja pokazuje položaj. Sem me je radosno prekinuo, i rekao da zna za to, jer je to video kod taksiste koji ga je jednom vozio. Ovde se već videlo da Amiši znaju više nego što sam pretpostavio, i da žive čudnom mešavinom stilova života.

Saznali smo da Sem živi sam u kući svojih roditelja; nakon smrti oca majka mu se preudala i otišla, a sestre su se poudavale. Sestre, koje žive u blizini, spremaju mu hranu, i on je čuva u frižideru ili u zamrzivaču. Sve to je značilo da se kod njega nećemo najesti, a verovatno ni naspavati. Poveo nas je na sprat gde nam je pokazao svoj rodoslov, igračke iz detinjstva, posteljinu i stari nameštaj. Ono na šta je posebno bio ponosan bili su razni predmeti vezani za njegove mule. Bio je ponosni uzgajivač mula, koji je redovno pratio sajmove mula i išao na takmičenja i izložbe. Dao nam je kalendar sa mulama, i knjigu – katalog sa izložbi mula. Takođe nas je obavestio kada će i gde biti sledeća izložba, i pozvao nas da je posetimo. Rekli smo mu da verovatno nećemo moći da dođemo. Poklonima se mnogo obradovao. Dopale su mu se šolje, ali i peškir i rukavica za vruće posude. Toalet mu je bio sasvim pristojan; da nas je pozvao na konak, ne bismo bili lišeni komfora. Kada sam ga zamolio da se slikam sa njim u dnevnoj sobi, ljubazno se izvinio i objasnio da Amiši ne dozvoljavaju da ih fotografišu. Takođe nam je objasnio da svaka kuća ima dve velike sobe u prizemlju koje su odvojene pokretnim zidovima, i koje se po potrebi mogu pretvoriti u jednu ogromnu prostoriju. Ta soba povremeno funkcioniše kao hram ili kao mesto službe. Naime, Amiši nemaju klasične hramove, nego se svaki ogranak, grupa ljudi koja živi blizu jedni drugima, okuplja vikendom kod drugog čoveka u kući i vrši službu.

Kada smo pomislili da osim što nećemo dobiti ni obrok ni smeštaj, nećemo dobiti ni vožnju kočijom, Sem nas je pozvao da se provozamo. Imao je letnju i zimsku kočiju (zimsku je pokrivena). Kočija je imala sirenu, brzinometar, žmigavce, brisače, a konj je imao iza sebe kožnu torbu u koju je padala balega ukoliko bi konj imao potrebu tokom vožnje. Po Semovim rečima, nova kočija dostiže cenu od deset hiljada dolara, i postoje radionice koje su specijalizovane za njihovu izradu. Semov konj je bio jako star, skoro dvadeset godina, ali je još trčao jako brzo, mada je bio malo svojeglav i nepredvidiv. Nekako smo se svi nagurali, i krenuli u amišku školu. Sem nam je objasnio da u njihovoj školi kao učiteljice rade mlade neudate devojke iz amiške zajednice. Škola je izgledala kao stare škole po našim selima: imala je drvenu ogradu, sastojala se od jedne drvene kuće, poljskog WC-a, ljuljaški i klackalice. Sem se trudio da pronade ključ kako bi nam otvorio i pokazao unutrašnjost, ali nije uspeo da ga nađe.

Škola je bila uz njivu, i dok smo bili u školskom dvorištu, naišao je neki pripadnik njegove zajednice sa upregnutim mulama, orući njivu. Mi smo ga zamolili da se slikamo, i on je sišao sa pluga, a mi smo se popeli i fotografisali se.

Kada smo završili posetu školi, Sem nam je ponudio da nas odveze kod svoje sestre koja je stanovala nekoliko kilometara dalje. Ponovo smo se nagurali, i posle dvedesetak minuta neudobne vožnje, jedva se ukočenih udova iskobeljamo iz kočije. Tokom vožnje Sem nam je rekao da od poljoprivrede može lepo da živi, ali da je ove godine loše prošao zato što je požurio sa prodajom kukuruza. Nakon što je prodao kukuruz, cena kukuruzu je skočila, i on je bio na gubitku. Osim kukuruza, Amiši u Pensilvaniji gaje još neku vrstu trave za ishranu stoke, a od stoke glavni proizvodi su im krave, konji i mule. Imanje njegove sestre je, za razliku od Semovog, bilo pravo mnogočlano domaćinstvo (Amiši, kažu, prosečno imaju po sedmoro dece), sa mnogo životinja, znatno većom farmom. Ušli smo u kuću u kojoj je vladala radna i vrlo tradicionalna atmosfera. Tri mlade devojkice, ćerke, čistile su i glancale kuhinju, dok je majka u radnoj sobi pravila korpe od pruća za prodaju. Svi su bili nasmejani. Malo smo ćaskali i želeli da kupimo nešto od njihovih proizvoda: nažalost, nisu imali korpe kakve smo mi hteli. Zatim smo otišli u štalu gde je domaćin i glava porodice imao farmu morskih prasića i farmu teladi. Saznali smo i da sin ima radionicu u kojoj pravi nekakve metalne proizvode. Taj sin je imao i telefon. Igrali smo se sa morskim prasićima, koji se uglavnom prodaju kao kućni ljubimci. Sem nas je sve vreme predstavljao tako što je govorio da sam ja profesor na univerzitetu u Evropi, što nije toliko ostavilo utisak ni na koga osim na njega samog. Nakon toga smo se vratili u Semovu kuću. Na rastanku, Sem nam je još pokazao nekoliko stotina godina staru Bibliju na nemačkom, koja se u njegovoj porodici koristi već generacijama. Oprostili smo se srdačno od ovog veselog Amiša i krenuli ka Lankasteru kako bi našli prenoćište. Sem nam nije nudio prenoćište, a mi se nismo usudili da ga pitamo možemo li kod njega da prenoćimo.

Nadali smo se da ćemo naići na neki jeftin i zanimljiv pansion van grada u amiškom duhu. Videli smo nekoliko hotelčića, ali su bili u prilično lošem stanju sa relativno visokim cenama, tako da smo nastavili ka gradu. Posle nekoliko neuspeha, našli smo prihvatljiv motel na samom ulazu u grad, i tu smo ostali na konaku. Uveče smo se malo provozali kroz grad, koji nam se jako dopao, kupili smrznutu picu i ispekli je u mikrotalasnoj pećnici u sobi.

Ujutru smo otišli ponovo do grada. Obišli smo ga, ali pošto je bila nedelja ništa nije radilo. Odlučili smo da pokušamo da nađemo neko amiško etno selo; u turističkoj ponudi tog kraja bilo je više amiških muzeja na otvorenom, ali većina njih ne radi nedeljom. Krenuli smo nasumice, i naišli na jedan muzej koji je radio. Platili smo obilazak. Muzej se sastojao od jedne amiške kuće nameštene autentičnim ili originalnim nameštajem i pokućstvom, dve prodavnice sa amiškim proizvodima, jedne kovačnice, štale, škole i ogromnog dvorišta. Obišli

smo sve to u pratnji kustosa i čuli i videli nekoliko veoma zanimljivih stvari. Saznali smo da se muški šeširi koriste i kao odevni predmeti, ali i kao statusni simboli. Mlad momak koji nije oženjen nosi šešir sa žlebom, a oženjen muškarac bez žleba. Po tome se uvek može prepoznati i klasifikovati određeni čovek. Saznali smo da crna boja u njihovoj odeći preovlađuje zbog sećanja na progone i ubistva koje su pretrpeli u Evropi. Videli smo da mlađi pripadnici te zajednice nose manje tradicionalnu odeću, i da često nose brendiranu obuću. Saznali smo, a to nam je rekao i Sem, da sve više Amiša nastavlja školovanje i odlazi u grad, te da se amiška zajednica deli na tradicionalniju ili konzervativniju i savremeniju ili liberaniju struju; ova druga pokušava da unese izvesne izmene i da osavremeni život u zajednici. Škola je bila verni prikaz prave amiške škole i opremljena autentičnim predmetima, tako da smo mogli jasno da steknemo utisak o tome kako izgleda nastava u njima. Prodavnice su bile dobro snabdevene, ali sve što je bilo interesantno bilo je jako skupo, ili nije bilo autentično (prehrambeni proizvodi). Kupili smo jedan magnet za frižider, jedan sapun i nekoliko razglednica. Nažalost, nijedan restoran u blizini, koji služi tradicionalnu amišku hranu, nije radio, te nismo bili u mogućnosti da uživamo u njihovim specijalitetima. Nakon obilaska, seli smo u kola i vratili se u Pitsburg.

Sređujući utiske, bili smo prilično podeljeni. Moja žena je sve vreme govorila kako misli da su Amiši ipak foliranti, a da je Sem jedan luckasti Amiš kojeg smo imali sreće da upoznamo, jer nas nijedan drugi Amiš ne bi pozvao u kuću. Inače, saznali smo da postoje Amiši koji su u saradnji sa turističkom agencijom, tako da dozvoljavaju turistima da im dolaze u kuću, pa čak i da obeduju sa njima. Ali, za to se plaća prilična suma novca.

Ako bi trebalo da uradi kontekstualizacija našeg odnosa, onda se mora istaći da odnos između mene i Sema nije bio klasični turistički odnos, odnosno ne bi trebalo da bude tumačen u klasičnom turističkom diskursu. Nije bilo želje da se ostvari ekonomska dobit sa njegove strane, bio sam u situaciji da ga vidim u realnom životu, bez glume, a naš susret nije bio posredovan bilo kojom turističkom organizacijom. Naši dogovori su bili neposredni. Naš susret i rastanak bili su obeleženi darivanjem i uzdarjem, što je netipično za turistički proces, a razvio se i jasan afektivni odnos između aktera. Međutim, ovaj susret ipak nije lišen svega turističkog. Sem je bio svestan da pripada egzotičnoj zajednici koja mene i moju porodicu zanima, pa je želeo da nam pokaže što više njenih zanimljivih aspekata. S druge strane, bilo je ničega što bi nekoga od nas stavljalo u dominantni ili podređeni položaj, a odnos, iako je bio baziran na domaćin – gost logici, nije bio institucionalizovan. Autentičnost prizora kojem smo prisustvovali bila je više sadržana u načinu na koji smo do njega stigli i u načinu na koji smo ga eksploatisali, nego u sadržaju koji smo videli. Iako smo zavirili "iza pozornice", i videli aktere "bez maski", nismo saznali mnogo toga što već nije otkriveno i objavljeno, pa je naš glavni kapital bio zasnovan na tipu odnosa koji smo sa "subjektom" uspostavili.

Pokušaj kapitalizacije iskustava

U prethodnom delu rada opisane su dve faze procesa: faza odabira (prepoznavanja i izdvajanja) predmeta i oblasti koji mogu biti izvori, inkubatori ili generatori iskustva, i faza suočavanja sa predmetom ili faza sticanja iskustava. U prvoj fazi moja porodica i ja smo bili suočeni sa prevođenjem javnih predstava i znanja u lična značenja i lične vrednosti: moja porodica i ja pokušali smo da odredimo šta je od ponude vredno u turističkom smislu za nas. Otkrivali smo sopstvenu individualnu razradu kulturnog obrasca kroz turistički diskurs: pokušali smo da utvrdimo, u skladu sa finansijskim mogućnostima, koje od ponuđenih javnih predstava sa određenim značenjima imaju smisao za nas kao pojedince. U drugoj fazi bili smo neposredno suočeni sa izabranim tipom iskustva na individualnom nivou, na ličnom planu. Ono što smo prepoznali kao vredno pokušali smo, što spontanije i neposrednije, do posmatramo i/ili doživimo. U toj fazi još ništa nismo znali o budućim društvenim implikacijama našeg iskustva: još smo utvrđivali značenje i vrednost tog iskustva samo u individuacijskom smislu, na nivou i u sferi individualne svesti i ličnog sazrevanja. U trećoj fazi došlo je do prerade iskustava, koja se odvijala putem razmišljanja o doživljenom i razgovora unutar porodice. U četvrtoj fazi, nakon neposrednog suočavanja sa predmetom interesovanja, odnosno nakon doživljavanja i preradivanja iskustava, došlo je do pokušaja da se lični doživljaj ponudi javnosti na uvid, odnosno da se proceni kako ono što je bilo nejasno prisutno ili neaktivno u javnom diskursu, i nakon toga prošlo ličnu preradu, sada može postati socijalno opažljivo, odnosno postati činjenica ili faktor u javnom diskursu. I da li to proizvodi neke posledice u pogledu statusa samih aktera, odnosno posednika iskustva? Zanimalo me je kako iskustvo, umesto mrtvog sadržaja, postaje aktivni potencijal koji ima funkciju u međuljudskim odnosima? Osim prelaženja iz javnog u lični svet i natrag, naša iskustva tokom procesa sticanja autentičnog iskustva, istovremeno, od pasivnog sadržaja koji, osim intelektualnog, nema realni ili praktični značaj u našem neposrednom okruženju, postaje, preko nas i kroz nas, emocionalno obojen i prepoznatljiv društveni faktor sa konkretnim značenjem, relativno definisanom vrednošću i praktičnom upotrebljivošću. Osnovno pitanje bilo je, dakle, da otkrijemo da li naše okruženje može u našem iskustvu prepoznati nešto više od ličnom simbolikom obojenog iskustva, tj. da li naše iskustvo, osim simboličkog i ličnog, može steći upotrebnu i javnu vrednost i značenje.

Napred pomenute faze procesa, međutim, moraju se shvatiti samo uslovno. Granice između faza nisu tako čvrste, i ne mogu dobiti jasne idejne, i vremensko-prostorne obrise. Neke faze se prepliću, i prisutne su u svesti i pre nego što se odigraju, dok se druge faze, opet, javljaju kao aktivne i onda kada su formalno završene. Turizam je tako u velikoj meri virtuelni proces u manje poznatom smislu. Na primer, ne sme se prenebregnuti činjenica da smo moja

porodica i ja sa kapitalizacijom iskustava započeli još pre nego što je klasično shvaćeno iskustvo i bilo stečeno. Naime, još pre mog odlaska u SAD mi smo sa svojim rođacima, prijateljima i poznanicima pričali o našem budućem putovanju, davali određene informacije, otkrivali neke delove svog plana, i na taj način već davali određeni značaj našim još nestečenim iskustvima. Već sam proces pripreme za put predstavljao je zanimljivost, i mogao se kapitalizovati. Mi smo na taj način želeli ne samo da steknemo uticaj nego i da proverimo kakve će reakcije biti prilikom našeg povratka, kakav će tretman imati naša iskustva nakon što su proživljena.

Kapitalizacija iskustava tako se može podeliti na ona pre, i ona nakon turističkog događaja. Nakon događaja, kapitalizacija iskustava koja smo moja porodica i ja stekli kretala se u nekoliko smerova i odvijala na nekoliko nivoa sa donekle drugačijim razvojnim putevima, ali sa sličnim rezultatima. Iskustva smo bili u mogućnosti da pretvorimo u uticaj već u SAD, u krugu naših američkih poznanika, zatim u krugu naših prijatelja ili kolega po povratku u Srbiju, pa među našim rođacima u Srbiji, pokušao sam da ta iskustva iskoristim i na svom radnom mestu, kao i pri susretima sa nepoznatim ljudima. Kapitalizacija se odvijala preko tri medija: preko naših narativa (koji su se oslanjali na naše uspomene), preko naše dokumentacije (fotografije i štampani materijal), i predmeta materijalne kulture (suveniri i upotrebnih predmeta). Iako su u nekim slučajevima imali estetsku ili simboličku vrednost, naša dokumentacija i suveniri uglavnom nisu mogli automatski i sami po sebi da dobiju značenje ili da se pretvore u uticaj. Mi smo, svojim opisima, objašnjavanjima, kontekstualizacijom i tumačenjima, od njih stvarali predmete sa značenjem, predmete moći. Istovremeno, ti predmeti su, poput dokaza, našim narativima davali kredibilitet.

Tzv. *post festum* iskustva sam počeo da kapitalizujem odmah nakon prvog susreta sa predstavnikom amiške zajednice, i to širenje uticaja kretalo se u dva pravca: prema mojoj porodici, i prema užem krugu poznanika. Prvo sam svoju suprugu putem skajpa obavestio o svemu, i od nje dobio pohvale, podršku i pažnju. Izazvao sam kod nje pozitivna osećanja, jer je ona u tome prepoznala potencijal za sopstveni individualni razvoj, ali i za iskustveni kapital. Zatim sam poslao elektronsku poštu nekolicini svojih prijatelja sa detaljnim opisom situacije, ulepšanu, prošaranu duhovitim komentarima te učinjenu interesantnijom nego što je bila. Njihove reakcije su bile izuzetno pozitivne, ali je suština poruke donekle bila neshvaćena. Pojedinci su komentarisali kako je to zaista veoma zanimljivo, i uporedili moja iskustva sa putom oko sveta za osamdeset dana, ili nečim sličnim.

Naša iskustva izazvala su interesovanje naših američkih poznanika, sa kojima smo pričali neposredno nakon povratka u bazu, u Pitsburg, jer je i za njih amiška zajednica nešto prilično egzotično i/ili nepoznato. Bilo nam je jako zanimljivo da posmatramo kako se naša iskustva vrednuju, odnosno kako se konceptualizuju i kontekstualizuju, od strane insajdera, pripadnika američkog

društva. Na osnovu toga mogli smo posredno da saznamo nešto više o našim iskustvima i američkoj kulturi u celini. Moji američki poznanici su se, u pogledu odnosa prema našim iskustvima, mogli podeliti u više grupa. Jedni nisu znali kako bi ih vrednovali, odnosno sami nisu imali izgrađen odnos prema tome. Oni nisu mnogo putovali po SAD, tj. nisu videli nešto od onoga što se smatra glavnom turističkom ponudom u ovoj zemlji. Samim tim, nisu posetili ni mnogo od onoga što bi bila neka vrsta "alternativne turističke ponude u SAD". Jedan moj kolega nije nikada bio u Las Vegasu i Velikom kanjonu, iako je imao dvoje male dece, nikada nije otišao sa njima u Diznilend, a moj stanodavac nikada nije bio ni u Njujorku. Malo mojih kolega poznanika posetilo je neku od utakmica američkog fudbala. U Evropi su, međutim, bili svi iz kruga naših američkih poznanika. Druga grupa poznanika posetila je gotovo sva mesta koja se smatraju zanimljivima u SAD, pa i gotovo sva takva mesta u svetu. Naša poseta Amišima naišla je zato na prilično interesovanje, ali ne i na potpuno razumevanje. Ona nije smatrana ni za turistički hir, ni za avanturu. Uticaj zasnovan na tom iskustvu iscrpeo se posle nekoliko kraćih razgovora, u kojima smo objasnili kako smo putovali, šta smo doživeli i kakva su naša mišljenja o zajednici koju smo posetili i upoznali. Neki od tih razgovora su bili kurtoazni, ali su neke američke kolege pokazale veći interes i zaista su želele da čuju šta imamo o tome da kažemo. Pojedine kolege su osetile da naša iskustva prete da ugroze njihov lokalni autoritet, pa su u razgovoru sa nama pokazivali da oni više od nas znaju o Amišima, minimizirajući indirektno naš iskustveni kapital i dajući mu relativan, lični i ograničeni značaj. Pojedini poznanici su smatrali da smo pogrešili u pogledu procene vrednosti tih iskustava, odnosno da su naša iskustva gotovo bezvredna u poređenju sa onima koje bismo stekli na nekim drugim destinacijama. Poznanici sa takvim shvatanjima uglavnom su pripadali tehničkoj inteligenciji i nisu imali sluha za kulturni turizam; za njih je turizam zasnovan pre svega na luksuzu, odmoru i uživanju, a ne na sticanju iskustva ili saznavanju. Ovim ne želim da kažem da neobrazovani ljudi i oni koji se bave tehničkim naukama nisu nikada skloni kulturnom aspektu turizma, često su čak više zainteresovani za to od onih kojima je to struka, ali indirektni pokazatelji pokazuju da su oni generalno tome manje naklonjeni od obrazovanih ljudi, odnosno od predstavnika društvenih nauka (vidi neke indirektno potvrde toga u Kuzmanović, 1997).

Našim prijateljima i kolegama u Srbiji bilo je interesantno da čuju fragmente naših iskustava. Budući da su moje kolege i prijatelji uglavnom visoko obrazovani ljudi koji su završili studije neke od društvenih ili humanističkih nauka, većina njih je čula za Amiše ali, osim informacija koje su dobili iz holivudskih tvorevina, nisu imali saznanja iz prve ili druge ruke. Nedostatak vremena i nedostatak stvarnog interesovanja za temu našeg putovanja bili su presudni faktori koji su naša iskustva učinili manje važnim i interesantnim. Nekoliko puta smo pozvali naše prijatelje u posetu, ali nikada nismo bili u mogućnosti da natenane

Izazovi turističke transakcije...

izložimo sve što smo smatrali za bitno u vezi sa našim putovanjem. Nismo želeli da opterećujemo ljude i nadugačko i naširoko pričamo o svemu, a kada smo u par navrata tako nešto pokušali, naišli smo na slabo interesovanje i na subjektivno-objektivne teškoće: ili su deca bila nemirna pa je prezentacija morala biti prekinuta, ili bi razgovor spontano potekao u drugom smeru i našu prezentaciju učinio besmislenom. Moja supruga me je više puta kritikovala zato što pokušavam da ljudima prikazem više od onoga što oni žele. Većina naših prijatelja, na naše iznenađenje, bila je u većoj meri zainteresovana za savremenu američku kulturu, odnosno njenu glavnu struju i svakodnevni život, nego za neke egzotične enklave ili zajednice. Same SAD, kao fenomen, već su u priličnoj meri bile egzotična destinacija, i ta egzotičnost je bukvalno progutala ono što smo mi smatrali da je egzotično. Tako se pokazalo da svako iskustvo, odnosno svaka destinacija, funkcioniše u svesti ljudi kao sistem koncentričnih krugova koji imaju različiti tip i intenzitet egzotičnosti, i da se puni efekat iskustva može postići samo ukoliko su ti krugovi jasno razdvojeni i dobro definisani. Više egzotičnih iskustava potiru jedno drugo.

Kada je reč o širenju našeg uticaja unutar kruga rođaka, proces je tekao drugačije, početne pozicije su bile različite, ali je rezultat bio sličan. Mnogi od njih, budući neobrazovani, nisu nikada čuli za Amiše, te nisu mogli na pravi način da vrednuju naše iskustvo. Oni su ga vrednovali u sklopu našeg celokupnog puta u SAD, što je samo po sebi, za njih, predstavljalo veliko postignuće i podatak kojim su mogli da se hvale kod komšija i šire rodbine. Naš kapital pretvarao se tako u njihov kapital, kojim su posredno pokazivali kako u njihovoj rodbini ima vrednih ljudi koji doživljavaju nešto što ne može da doživi svako. Rodbini na selu odneli smo i nekoliko artefakata sa lica mesta (kalendar sa fotografijama mula), za koji smo mislili da će razumeti i adekvatno ga vrednovati jer potiče iz istog, poljoprivrednog miljea ili diskursa, i oni su u početku pokazali veliku zahvalnost i interesovanje, ali su ga zatim odložili na orman i on nikada nije postao predmet kojem se posvećuje neka naročita pažnja i kojim se stiče kapital. Naša procena šta je vredno sa tog puta, odnosno šta bi konzumenti mogli razumeti i ceniti, pokazala se pogrešna.

Na svom radnom mestu pokušao sam da kapitalizujem iskustva tako što sam studentima objašnjavao određene kulturne fenomene preko primera kulture Amiša. Osim toga, napravio sam nekoliko pokušaja pravljenja antropoloških radionica na predavanjima, koje su za temu imale Amiše. Jednom prilikom, tokom igre koju sam tendenciozno i netačno nazvao "forenzička antropologija", pokazao sam im jednu fotografiju koja naizgled nije sadržavala mnogo informacija, ali koja je nosila skrivene i zanimljive poruke koje su oni bili u obavezi da otkriju, analiziraju i protumače. Pokazao sam im svoju fotografiju pored amiških kočija na amiškom imanju, gde se nije videla glava konja, kao ni glava čoveka koji konja drži. U pozadini su se videle poljoprivredne zgrade. Poenta je bila, pošto je ta igra bila na predmetu "Kultura i nasilje",

da objasne šta nije u redu sa ovom slikom, šta je to nasilno i nenasilno na slici i kakve veze ima sa kulturom, i da pokušaju da objasne zašto je to tako. Posle desetak minuta igre pogađanja grupa studenata je, uz moju obilatu pomoć, uspeła da shvati zašto je fotografija čudna i, kako su oni mislili, loše kadrirana. Suština je bila da je fotografija namerno tako ispala zato što Amiši ne dozvoljavaju da ih fotografišu. Studentima se igra u principu dopala, i pokazali su određeno, ali ne preveliko, interesovanje.

Nisam imao mnogo prilike, a ni želje, da od svog iskustva pravim kapital među nepoznatima, jer su me uvek nervirali ljudi koji se hvale onim što su doživeli. Ipak, bio sam prinuđen da u nekoliko situacija to uradim. Kada je nova generacija stipendista JFDP programa trebalo da krene za SAD, pozvali su nas, bivše stipendiste, da im prenesemo svoja iskustva. Tom prilikom pokušao sam da makar nagovestim šta sve posedujem od iskustvenog kapitala, ali je bilo i toliko drugih koji su bili sličnog "imovnog stanja", a tako malo vremena, da nisam uspeo u tome. Tada sam, međutim, upoređujući svoja iskustva sa tuđim, mogao da procenim u kojoj meri su moja iskustva vredna i neobična. Došao sam do zaključka da posedujem određeni korpus nekonvencionalnih iskustava, iskustava sa "karakterom" i "integritetom", tj. da sam video ne samo lice nego i naličje određenih društvenih procesa u SAD.

Moja supruga je na nekoliko naših izleta i putovanja unutar Srbije nosila kapu amiških žena, i izazvala određenu pažnju i pohvale. Privlačila je pažnju i dobila nekoliko komplimenata. Međutim, izostala je pravilna kontekstualizacija njenog odevnog predmeta, tako da je njena komunikacija sa sredinom otišla u neželjenom smeru: njena poruka je bila tumačena kao pokušaj da se bude drugačiji ili originalan. Najk patike koje smo kupili u outlet radnji za desetak dolara izazvale su veću pažnju i divljenje nego naša "amiška epizoda". To je, od strane naše publike, lakše moglo biti kontekstualizovano i procenjeno nego iskustvo susreta sa relativno nepoznatom zajednicom.

Moć koja se stiče turističkim putovanjem, pokazala je analiza, nije apsolutna, i nije trajna. Iskustva, na kojima se bazira ta moć, moraju biti konvencionalna i standardizovana, prilagođena publici i kulturnom obrascu, kako bi se mogla pretvoriti u resurs i imati dejstvo. Ukoliko iskustva prevazilaze određene standarde, ukoliko iskaču iz uobičajenog obrasca, ona postaju nezanimljiva, neshvaćena a time i neoperativna, i uz pomoć njih se ne može ostvariti veliki uticaj. Mnogo vremena i snage gubi se u takvim situacijama na objašnjavanje konteksta, na pokušaju da se objasni zašto je nama bilo važno da vidimo ili iskusimo nešto. Publika mora pronaći praktičnu vrednost tuđih iskustava u svrhu sopstvenog psihološkog ili kulturnog razvoja, inače im neće pokloniti naročitu pažnju. Osim toga, ukoliko je destinacija koja je posećena povezana sa složenim, višeslojnim predstavama egzotičnosti, onda se prezentacija toga mora vršiti osetljivo i sa merom, kako bi se ostvario pun efekat iskustva. Proučavanje sopstvenih pokušaja da prezentujem nešto vredno, donelo mi je bolnu

spoznaju da moja publika ne samo da nije u stanju da na isti način vrednuje moje iskustvo, niti da pokaže empatiju, nego nije često u stanju da posebno vrednuje autentično iskustvo.

Zaključak

U ovom radu analiziran je jedan turistički događaj ili proces, koji je posmatran kao komunikacijski događaj/proces, tokom kojeg nastaju i distribuiraju se poruke sa određenim značenjem, i koje se mogu tumačiti u diskursu moći. Diskurs moći, međutim, morao je, da bi analiza bila potpunija, biti poduprt diskursima migracije, akulturacije, komunikacije.

Boraveći u SAD, sa željom da unapredim svoje nastavničke veštine, pokušao sam da i na planu ličnih iskustava ostvarim izvesni napredak i steknem određeni iskustveni kapital koji se mogao pretvoriti u realan uticaj ili autoritet. SAD su zemlja koja nudi takvu mogućnost. U okviru njihove kulture tražio sam ono iskustvo koje bi predstavljalo nešto u najvećoj meri egzotično, nešto što je moguće kapitalizovati. Nailazeći na brojne prepreke u pogledu pokušaja da upoznam neke druge zajednice, pre svega Indijance (starosedeoce, urođeničke), i uviđajući da oni nisu grupa koja bi ispunila sve moje zahteve, okrenuo sam se Amišima. Iako su i oni donekle počeli menjati svoj tradicionalni kulturni obrazac, kao i Indijanci, oni još nisu postali deo mejnstrim kulture, i nisu u potpunosti postali deo sistema. Za razliku od Indijanaca, Amiši su deo američkog sistema više u strukturnom, nego u kulturnom smislu. Susret sa njima, međutim, nije bio cilj po sebi. Želeo sam da prilikom ovog susreta doživim autentično iskustvo, jer mene nisu interesovali pseudodogađaji, već naličje turističkog područja. Imao sam, dakle, dva zadatka: pronaći interesantan predmet, i na odgovarajući, autentičan način ga tretirati.

Budući da sam bio prilično dezorijentisan u pogledu nekih teorijskih pitanja u vezi sa mojim iskustvom, pokušao sam da ga sagledam u kontekstu turizma. U tu svrhu formirao sam model konvencionalne ili komercijalne turističke transakcije, koji se bazirao na imperijalističkom, ekonomskom, klasnom, i kulturnom diskursu. Uz pomoć njega hteo sam da proverim da li je moje iskustvo zaista turističko, odnosno kako bi ga trebalo konceptualizovati i kontekstualizovati. Osim toga, želeo sam da proverim da li mogu to iskustvo da iskoristim za sticanje moći u širem smislu. Da bih to mogao da uradim, turistički proces sam posmatrao kao komunikacijski proces, tokom kojeg akteri šalju određene poruke interesentima, i od njih dobijaju povratne informacije, reakcije ili odgovore.

Moj pokušaj da dodem do iskustva prvog reda bio je skopčan sa problemom planiranja putovanja, problemom ponašanja tokom sticanja iskustva, ali i sa problemom interpretacije i prezentacije svog iskustva. Stoga sam ceo turi-

stički proces podelio na fazu prepoznavanja predmeta koji mi obezbeđuje kapitalno iskustvo, fazu suočavanja sa predmetom ili fazu sticanja iskustva, fazu prerade iskustva na individualnom nivou, i fazu kapitalizacije stečenog iskustva u društvu. Ispostavilo se, međutim, da ova podela može da posluži samo kao polazište, ali ne i kao čvrsta struktura, jer su granice među fazama bile često višesmislene. Faza kapitalizacije iskustava, na primer, zahvaljujući mašti, proteže se kroz ceo proces turističkog procesa, jer se iskustva upotrebljavaju i pre nego što su objektivno stečena, kada su još u najavi. Kulturološke razlike su uslovljale moju nesigurnost i ponašanje, ali su predstavljale i osnovu na kojoj sam gradio sopstvenu sliku važnosti i budućeg ili potencijalnog uticaja. Ispostavilo se da su moje predrasude u vezi sa svakom fazom procesa bile i korisne i štetne, i da nisu dovele do željenog rezultata.

Ceo proces opisanog turističkog procesa može se razmatrati duž linija javno–privatno, pasivno–aktivno, simboličko–praktično, objektivno–subjektivno. Javna značenja su se ovde prevodila u lična značenja, i obrnuto, pasivni sadržaji pretvarali su se u aktivne potencijale koji proizvode rezultate u međuljudskim odnosima, a iskustva, osim simboličkog, morala su imati i praktičnu primenu da bi bila visoko i/ili pozitivno vrednovana.

Proces kapitalizacije iskustava pokazao se na ovom primeru složenim i nepredvidivim. Taj proces je imao više dimenzija i nivoa, ali se na svakom od njih pokazivalo da to iskustvo nije moguće iskoristiti u prevelikoj meri. Ono realno nije ni imalo tako veliki značaj. Ipak, imalo je određenu simboličku i upotrebnu vrednost i funkciju, koje su u solidnoj meri iskorišćene.

Od posebne važnosti u ovom smislu jeste pokušaj teorijskog utvrđivanja odnosa između predmeta interesovanja i iskustva. Moje iskustvo nije svodivo na predmet interesovanja, niti je predmet svodiv na iskustvo. Iskustvo je subjektivni doživljaj, vremenski, prostorno i idejno ograničen doživljaj predmeta. Zato se tokom sticanja tog iskustva meša predstava privremenog kontakta sa predmetom, i predstava permanentnog poznavanja predmeta interesovanja. Lično iskustvo tako se može pobrkati sa idejom autoriteta u vezi sa predmetom koji je to iskustvo obezbedio.

Susret dva čoveka o kojima je u ovom radu bilo reči mogao bi se opisati na različite načine. On ima najmanje dva aspekta koja su bitna za antropološku analizu. Kao prvo, njihov susret je zanimljiv kao oblik ili vrsta akulturacijskog odnosa. Kao drugo, njihov susret je bitan kao vid upotrebe životnih i kulturnih iskustava u svrhu građenja sopstvenog autoriteta i, time, za sticanje određenog društvenog uticaja.

Ono što je za antropologe bitno jeste da je to jedan oblik akulturacije – susret dve kulture – dok je njihov lični odnos bio samo okvir u kome se ta akulturacija dešavala. Međutim, mene kao antropologa nisu zanimali samo institucionalni okviri identiteta mog poznanika nego i individualna odstupanja od idealtipskog modela ponašanja, mogućnost da kao autsajder otkrijem stepen

Izazovi turističke transakcije...

prihvatanja osnovnog modela obrasca. Želeo sam da otkrijem stepen obaveznosti nekih običaja, i mogućnost da se prepoznaju individualne razrade tih nametnutih modela. Drugim rečima, zanimalo me je da zavirim iza kulisa amiške kulture, što nije dostupno svakom. U tome nisam bio naročito uspešan, zbog ograničenog vremena i sredstava. Za samog Sema, s druge strane, ali to mogu samo da pretpostavljam, odnos je imao takođe ako ne veći, a ono bar isti značaj na nivou kulturne razmene, kao i na nivou emotivnog transfera. On nije poznao mnogo Evropljana, a nijednog Srbina. Takođe, nije do tada sreo nijednog univerzitetskog profesora. Ja sam za njega bio samo primer tih kategorija, i donekle nevažan kao ličnost.

Informacije i iskustva koje ne može svako dobiti i doživeti pretvaraju se kod posednika u određeni kapital, resurs, potencijalnu moć koja se pretvara u realan uticaj tokom razmene iskustava sa drugim pripadnicima svoje zajednice. Dok sam ja svoje iskustvo mogao kapitalizovati, jer moja kultura prihvata turistička putovanja i egzotične utiske, Amiši žele da se izoluju, te je svaki novi kontakt prilično nevažan, čak štetan. On za njih ima samo onoliko smisla koliko donosi zaradu ili neku praktičnu korist, odnosno prihvatljiv je ukoliko ne proizvodi štetu i ne donosi promenu. Moj cilj jeste bio promena, a čini se da je takav cilj donekle, i na veoma specifičan način, imao i Sem. Njegova zajednica, međutim, promenu nije smatrala naročito korisnom. Semov iskustveni kapital imao je samo lično značenje, jer pripadnici njegove zajednice nisu nikada čuli za Srbiju, a Evropa im je važna samo kao termin koji je u vezi sa Nemačkom. Za mene, SAD su i same po sebi egzotične, a najviše jedan od njihovih segmenata – amiška zajednica. Većina mojih poznanika, kolega, prijatelja i rodbine je čula za Amiše, ali ih niko nije video uživo. To je značajno prilikom pretvaranja iskustva u kapital ili autoritet.

Opisani susret dva čoveka neopterećena svojom kulturom, prevazišao je kulturni obrazac i jednog i drugog. Jedan, zarobljen u tradicionalnom obrascu svoje zajednice, slušao je svoje srce i spontano prevazišao svoja kulturna ograničenja. Njegova neobičnost, nakonvencionalnost, specifična društvena pozicija ili status (neoženjen, luckast, bolestan, komunikativan), uticali su na to da se nalazi na neki način izvan društvene normalnosti, što mu daje dovoljno slobode da deluje kako želi, a ne onako kako nekakvi običaji nalažu. On, ipak, ne prelazi određenu granicu kršenja normi. Emotivna veza koju je u specifičnoj situaciji izgradio sa jednim strancem, koji ga povezuje sa zemljom njegovog porekla, dovela je do specifičnog odnosa koje je on shvatio isključivo srcem, bez nekih zadnjih namera. S druge strane, njegov privremeni prijatelj, profesor iz Evrope, iskoristio je njegovu otvorenost da stekne iskustveni kapital ili građu za svoje naučni rad iako nije imao nameru da Amiša iskoristi za neke sebične ciljeve koji bi štetili samom Amišu. On je, za razliku od Amiša, čini se, u većoj meri dao prednost instrumentalizaciji tog susreta u odnosu na afektivnu dimenziju njegovu. Imao je plan i želju da ih upozna još pre nego

što se susret odigrao, ali je pazio da ne povredi nijedno njihovo pravilo. Jedan se otvorio, a drugi je bio spreman da se prilagodi kako bi stekao uspomene i nešto naučio, ne bez želje i da nešto iskreno emotivno doživi. Prvi je prepoznao stranca kao pripadnika jedne kulture koja mu bolje objašnjava ko on zaista jeste, koji ga povezuje sa vrednostima koje njegova zajednica čuva zaboravljajući njihove korene, a drugi je prepoznao Amiša kao pripadnika jedne kulture koja se smatra jednom od najegzotičnijih u SAD, koja može da mu pomogne da svoj poziv konačno doživi kao proučavanje drugih i drugačijih. Međusobno nerazumevanje i različitost nisu se pokazali značajnim i nepremostivim: tu su bile daljina, teškoće organizacija putovanja, finansije, teškoća komunikacije (telefon i to što nijednom od njih engleski nije savršen), zatvorenost kulture Amiša. Sve to su bile prepreke koje je njihova želja za upoznavanjem i zajedničkim životnim iskustvima prevazišla. To je bio susret dva čoveka koja žive na dva kraja sveta, ali koji su našli određeni smisao u komunikaciji. Drugi Srbin ili Evropljanin ne bi možda smatrao da bi poznanstvo sa Amišom imalo nekog naročitog smisla, niti bi trošio novac na to. Drugi Amiš možda ne bi smatrao potrebnim da sazna nešto o Evropi, niti da sa toliko entuzijazma pokaže strancima svoju kulturu. On, pritom, nije hvalio svoju kulturu, nego je samo sa ljubavlju prikazao. Biće da su se, tokom ovog događaja, dva ljudska srca srdačno srela i toplo ljudski razumela, a da je egzotičnost tuđe kulture samo doprinela privlačnosti ideje opšteljudske, bratske ljubavi. Njihove lične sklonosti i afiniteti, koje je jedan sticao putem mas medija, a drugi tradicionalnim prenošenjem, uticale su na to da u moru ljudi budu upućeni baš jedan na drugog. Ni jedan ni drugi nisu mogli da ostvare bilo kakav praktični oblik akulturacije: ni jedan ni drugi nisu nešto promenili u svom kulturnom obrascu nakon susreta, niti su prihvatili nešto iz kulture onog drugog.

Literatura:

- Bandić, D. 1997. Carstvo zemaljsko i carstvo nebesko: ogledi o narodnoj religiji. Beograd. Biblioteka XX vek.
- Capra, F. 2002. *The Hidden Connections*. London. HarperCollins Publishers.
- Đurđev, B.S. 1995. Posleratno naseljavanje Vojvodine – metodi i rezultati demografske analize naseljavanja Vojvodine u periodu 1945-1981. Novi Sad. Matica Srpska.
- Elaković, S. 1983. Turizam u funkciji moći ili emancipacije. *Kultura* 60/61. Beograd. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. 130-138.
- Eriksen, T.H. 1993. *Ethnicity and Nationalism: Anthropological Perspectives*. London. Pluto Press.
- Hamm, T. D. 2003. *Amish Society* (fourth ed.). Columbia University Press.

Izazovi turističke transakcije...

- Hirst, S. 2006. I am the Grand Canyon: The Story of the Havasupai People. Grand Canyon. Grand Canyon Association.
- Hirš, Ž. F. 1983. Od hodočasnika do putnika litalice. *Kultura* 60/61. Beograd. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. 211-233.
- Kovačević, I. 2007. Antropologija tranzicije. Beograd. Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofsko fakulteta – Srpski genealoški centar.
- Kovačević, I. 2009. Urbane legende: ogledi iz američkog folklora. Beograd. Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofsko fakulteta – Srpski genealoški centar.
- Kuljić, T. 2006. *Kultura sećanja: teorijska objašnjenja upotrebe prošlosti*. Beograd. Čigoja štampa.
- Kuzmanović, B. 1997. Šetnjom u slobodu: vrednosne orijentacije i politički stavovi učesnika Protesta 96/97. U: Grupa autora (ur.). *Ajmo, ajde, svi u šetnju: građanski i studentski protest 96/97*. Beograd. Medija centar i ISIFF. 51-64.
- Meknel, D. 1983. Autentičnost turističkih prizora. *Kultura* 60/61. Beograd. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. 174-185.
- Nedeljković, S. 2011. Stručno usavršavanje u SAD kao antropološki problem: međunarodni program razmene naučnih radnika kao okvir za proučavanje distribucije i reprodukcije moći. *Etnoantropološki problemi*, Vol. 5. Nr. 1. (u štampi).
- Neš, D. 1983. Turizam kao forma imperijalizma. *Kultura* 60/61. Beograd. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. 84-99.
- Njunes, T. 1983. Turizam u antropološkoj perspektivi. *Kultura* 60/61. Beograd. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. 100-110.

Primljeno: 22.01.2012.

Prihvaćeno: 01.03.2012.

Saša Nedeljković

THE CHALLENGES OF TOURIST TRANSACTION: TURNING YOUR TRAVELLING EXPERIENCE TO PENNSYLVANIA, TO THE LAND OF AMISH, INTO A REAL SOCIAL INFLUENCE.

During the course of five months of 2011 I spent in the USA, I gained a certain experience capital that seemed suitable for the analysis and interpretation through a tourist discourse, and in the analytical key that consists of theory of power and theory of communication. In that sense, I thought it was especially important to stress my attempt to find an authentic tourist scene that later on I

tried to turn into a real social influence. One of the experiences that turned out to be especially important in that sense, is the meeting with an Amish community member and my brief stay with him. Analysing that meeting I tried to explore the possibility of reducing tourist transaction to a communication event within which, and with the help of which the power is reproduced and distributed.

Key words: SA, tourism, Amish, experience, power, communication