
HANS MAGNUS ENZENSBERGER

JEDNA TEORIJA TURIZMA*

(F) Sunčev plamen sukljao je uvis, sve bliži upaljenim jutarnjim oblacima — najzad se na nebu i u izvorima i u jezercima i u rosnim cvetnim čašicama u istom času rodi stotinu sunaca, i zemljom zapliva hiljadu boja i iz neba se prelomi jedna jedina svetla belina.

(F) Krenuli smo sa njujorške La Gvardije, s tročasovnim zakašnjenjem zbog snežne oluje. Kao i obično na ovoj liniji, naš avion bio je *superkonstelejš*. Odmah sam se pripremio za spavanje, bila je noć. Čekali smo na pisti još četrdeset minuta, ispred farova je vejal, nad pistom je besneo kovitlac, ... motori su brektali jedan za drugim, isprobavajući punu brzinu... Najzad smo poleteli.

(P) U njegovoj duši rodi se jedno nadzemaljsko sunce, u istom času kad i ono na nebu. U svakoj dolini, svakoj šumici, na svakoj uzvišici, poskida on uske prstenove sa tesne čaure zimskog života i mukâ i razvi sva svoja krila i prepusti se majskom lahoru da ga nosi u nebo, između leptirâ što su leteli niže i cvetova što su se dizali više od njega.

(F) Kad sam završio sa supom, pogledao sam kroz prozor, iako se napolju nije moglo videti ništa drugo do zeleno kontrolno svetlo na mokrom krilu aviona, s vremena na vreme uobičajena kiša varnicâ, užareno svetlo u haubi motora... Kasnije [smo leteli] negde nad Misisipijem, veoma visoko i sasvim mirno, naši propeleri blistali su na jutarnjem suncu, vrteli se kao i obično, vidiš njih i vidiš kroz njih, isto su tako blistala i krila aviona, ukočena u praznom prostoru, nepokretna, ležali smo nepomično u nebu bez oblaka, lež kao stotine drugih pre njega, motori su radili pravilno... Bilo je još rano jutro, poznajem tu liniju, zatvorih oči da nastavim da spavam.

* Ovaj esej štampan je prvi put u časopisu *Merkur*, sveska 126/1958. (prethodno je emitovan na Severnonemačkom Radiju). Prevod je raden prema knjizi Hansa Magnusa Enzenbergera *Einzelheiten I*, Frankfurt na Majni 1976.

(P) Ali, s kakvom je snagom uzbuđeni život počeo da vri i bruji u njemu kad se popeo iz dijamantske jame jedne doline pune senki i kapi, nekoliko stepenika ispod nebeskih vrata proleća. Jedan svemoćni zemljotres je mladim snagama i nagonima izbacio, kao iz mora, još mokru, jednu nepreglednu novorođenu ravnicu — vatra iz dubine zemlje plamtela je ispod korenja široke viseće bašte, vatra sa neba sipala je svoju plamenu boju po planinskim vrhovima i cveću.

(F) Naš boravak u pustinji Tamaulipas, u Meksiku, trajao je četiri dana i tri noći, u celini osamdeset pet časova, o kojima nema bogzna šta da se kaže — to sigurno nije bio grandiozan doživljaj (kakav, izgleda, očekuju svi kojima ga spomenem)... Naravno, u prvi mah sam pomislio da snimam, uzeo sam svoju kameru, ali od senzacija ni traga, tu i tamo uplašio bi me poneki gušter, neka vrsta pustinjskog pauka, to je sve.

(P) Samo je ljubimče beskonačne majke, čovek, stajao sam, vedrih, radosnih očiju, na tržnici živog sunčanog grada punog sjaja i buke, i opijeno gledao ukруг, po bezbrojnim sokacima. Njegova večna majka mirovala je, obavijena neizmernošću, i on je samo po toplini koja je dopirala do njegovog srca osećao da počiva na njenom.

(F) Mnogo puta sam se već pitao na šta ljudi, u stvari, misle kad govore o doživljaju. Ja sam tehničar i navikao sam da stvari vidim onakve kakve jesu. Sve o čemu govore jasno vidim; nisam slep. Vidim mesec nad pustinjom Tamaulipas — jasnije nego ikada pre, možda, ali to je ipak samo izračunljiva masa koja kruži oko naše planete, stvar gravitacije, zanimljiva, ali po čemu doživljaj?

(P) Kad je ponovo izašao u prirodu, sjaj se rastvorio u svetlosti, oduševljenje u vedrini. Svaki crveni krov crkve, svaka svetlucava bujica što je sipala varnice i zvezde pogađala je njegovu dušu radosnim svetlacima i jarkim bojama. Kad je u glasnim, zadihanim šumama čuo krike seniča i odjek biča — a zatim, kad je izašao iz šuma i ugledao bele zamkove i bele drumove koji su kao sazvežđa i mlečni putevi presećali duboko zelenilo tla, kad je video blistavo pramenje oblaka u dubokom plavetnilu — sunčev zrak i proleće prodrli su i u poslednji tmurni ugao njegove duše, u svaki zabačeni kut, i njegova se duša pretočila u hiljade raspevanih glasova što su leteli i brujali oko nje, i zapevala sa njima: život je lep, mladost je još lepša, a proleće je najlepše od svega.¹⁾

¹⁾ Jean Paul, *Blum-, Frucht- und Dornenstücke; oder Ehestand, Tod und Hochzeit des armenadvokaten F. St. Siebenkäs*. Treća sveska. Dvanaesto poglavlje. (Citirano prema izdanju *Sämtliche Werke* iz 1840).

(F) Čemu histerija? Planine su planine, makar pod određenim osvjetljenjem izgledale kao nešto drugo, ovo je Sijera Madre Oriental i mi se nalazimo . . . u pustinji Tamaulipas, u Meksiku, oko šezdeset milja od najbližeg drumca, što jeste neprijatno, ali po čemu je doživljaj? Avion je za mene avion; kad ga gledam, ne vidim nikakvu mrtvu pticu, nego superkonstelejšn sa kvarom u motoru, to i ništa drugo, a mesec ga pri tome može obasjavati kako mu drago. Zašto treba da doživljavam nešto čega uopšte nema? Isto tako, ne mogu tek tako da rešim da čujem nešto što liči na večnost; ne čujem apsolutno ništa osim šuštanja peska pri svakom koraku.?)

Između putovanja Frimijana Zibenkeza, advokata za siromašne, iz Kušnapela u Bajrojt, i putovanja UNESKO-vog inženjera Valtera Fabera iz Njujorka u Karakas leži stoleće i po. Vremenska i pojavna razlika između ova dva teksta označava razvoj jedne stvari za koju bezmalo da i ne znamo jesmo li mi nju uzeli pod svoje, ili je ona uzela nas. Reč je o turizmu.

Ta stvar, a s njome i reč kojom se obeležava, pojavila se u vreme kada je Žan Paul dostigao zenit svoje slave. Rečnici obaveštavaju da se reč „turisti“ pojavila 1800, a turizam 1811. godine. Ove nove tvorevine — nimalo slučajne, kao što će se pokazati dugujemo engleskom jeziku.

Maks Friš je roman *Homo Faber* napisao 1957. godine. Tokom stoleća i po svoga postojanja, turizam nije uspeo da na sebe privuče pažnju istoričara. Njegova istorija još uvek nije napisana. Shvatanje da se istorija ne odvija samo na dvorovima, bojnim poljima, u kabinetima i generalštabovima, izborilo je, doduše, pravo na život, ali se sematizam dvorske istoriografije uveliko preneo na istoriju kulture i duha, čiji je prvobitni cilj zapravo bio da ga razbije. Volter je stao pored Fridriha Velikog, ali i on, ništa drugačije od Fridriha, igra ulogu istorijskog dekora koji zaklanja stvarnost. Postoje istorije narodâ. Istorija ljudi još nije napisana; zato turizmu, koji je stvar ljudi, nedostaje istorijsko razumevanje sebe sama.

U naknadu za to, naša civilizacija beleži malo pojava koje su tako izdašno zasipane porugom, tako usrdno kritikovane. Ali, ta kritika je slepa. Njeno slepilo najveće je onda kad je obuku u najreprezentativniji kostim, kad joj daju artističku formulaciju i okite je perjem jedne metafizike slomljenih krila: „Zapadni turizam je jedan od velikih nihilističkih pokreta, jedna od velikih zapadnjačkih zaraza koje po svom zloćudnom dejstvu jedva da zaostaju za epidemijama centra i istoka, ali ih zato po svojoj tihoj podmuklosti prevazilaze. Rojevi ovih ogromnih bakterija koje

?) Max Frisch, *Homo Faber*, Frankfurt na Majni 1957.

zovemo putnicima prevlače najrazličitije supstance istovetnom svetlucavom tomas-kukovskom sluzi, tako da između Kaira i Honolulua, između Taormine i Kolomba više nema nikakve razlike... Moramo da shvatimo da Venecija koju posećuje ona živina što juri u *sight-seeing* spada u istu kategoriju u koju i hrpa starudija kakve su Interlaken i Montro, prema kojima Bohum i Notingem ne deluju samo solidno, nego upravo lepo... Razornu snagu turizma najjasnije sam shvatio u gornjem Engandinu, toj nekada izvanredno uspejoj mešavini Mediterana i polarnih predela, toj srećnoj ravnoteži sete i vedrine, herojskog poleta i ponosne čistote, ostvarenoj usred nežnih ariša. Sada tu vazduh zagađuje kloaka Sen Moric, oko vreda lanac fabrikâ komfora što se bez prekida proteže prema Maloji... Evropska bolest [ovde] izbija u lancu čireva. Jedna zemlja koja se otvorila turistički, zatvorila se metafizički — ona nudi kulise, ali ne više svoju demonsku snagu.”³⁾

Ovu izjavu Gerharda Nebela ne citiram zato što je naročito originalna, već naprotiv: zato što je za kritiku turizma kakva se kod nas praktikuje više nego karakteristična. Od značaja je, u prvom redu, što dolazi iz pera pasioniranog turista. Intelektualna osnovica te kritike je odsustvo refleksije koje se graniči sa blesavošću, moralna osnovica joj je uobraženost. Pozivanje na nihilizam, za koji niko ne zna tačno šta je, nimalo ne pomaže da se stvar rasvetli; nihilizam je običan pomodni atribut koji pristaje uz sve i ni uz šta. Odsustvo istoričnosti, činjeničnu analizu predmeta treba da nadoknadi rdava metafizika. Činjenično stanje se mitologizuje, umesto da se objašnjava.

Denuncijacija turizma, koja se brka sa kritikom turizma, ušla je, inače, u godine dostojne poštovanja. Još 1903. u Londonu se pojavila jedna mala knjiga iz pera izvesnog Šanda, jednog posebno pasioniranog turista, pod naslovom: *Putovanje u stara dobra vremena. Reminiscencije iz šezdesetih godina, upoređene sa današnjim iskustvima*. U knjizi piše: „Pre četrdeset godina postojali su prijatni hoteli, ali nije postojala neprijatna masa... Turisti su u to doba bili retkost, a jeftina putnička rulja, s kojom se danas srećemo, jednostavno nije postojala... Tokom poslednjih pedeset godina došlo je do zastrašujuće promene. Nekadašnji turista morao bi da protrlja oči kad bi danas došao u Bazel ili Ženevu. Železničke pruge seku zemlju uzduž i popreko; kroz Alpe su probijeni tuneli, gde god neki istureni vrh pruža lep pogled, postavljene su žičare; na sve strane iznikli su ogromni hoteli; jednostavne kolibe pretvorile su se u udobne gostionice. Evropska utrina preplavljena je *sight-seeing*-na-

³⁾ Gerhard Nebel, *Unter Kreuzrittern und Partisanen*, Stuttgart 1950.

rodom, a svetišta kojima je nekada gospodarila jedino stara noć haosa sada su obesvećena i unižena u sastajalištima za masu."⁴)

To što se ovde daje kao kritika razotkriva se, ništa drugačije nego u predašnjem slučaju, kao reakcija, i to u dvostrukom smislu reči. U društvenom pogledu, oba glasa reaguju na ugrožavanje ili ukidanje svog privilegovanog položaja. Oni implicitno zahtevaju da putovanja budu ekskluzivna, rezervisana samo za njih i njima slične. Ali, nigde se ne kaže po čemu se to oni razlikuju od „živine što juri u *sight-seeing*“, od „jeftine putničke rulje“. Komfor, koji za sebe bez daljega zahtevaju, oni upisuju toj rulji u greh. Proklinju tehnički razvoj saobraćajnih sredstava kojima turizam ima da zahvali što postoji; nasuprot tome, idealizuju prostu primitivnost pretehnoloških uslova, „staru noć haosa“, čijom „demonskom snagom“ po pravu zakona sme da se naslađuje samo privilegovani turista.

Ali, takva kritika ne sadrži samo reakciju u društvenom, već i u psihološkom smislu reči. Nije slučajno što ona, ne menjajući bitno svoje argumente, prati turizam od njegovih početaka, nije slučajno ni što se slike koje ona sama ističe kao suprotnost razotkrivaju kao reklama za strance: osuđujući one koji podležu njegovoj privlačnoj snazi, Šand hvali „lep pogled“, „isturene vrhove“, „evropsku utrinu“, ondašnju Švajcarsku i „svetišta“ čije obesvećenje uvek pripisuje drugima. Nebelovi lirizmi, s njihovom „srećnom ravnotežom sete i vedrine, herojskog poleta i ponosne čistote, ostvarenom usred nežnih ariša“, mogli bi da uđu u svaki prospekt za putovanje, i to tako da se šavovi uopšte ne primete. Kritika turizma koju Nebel iznosi u stvari je od njegove krvi i mesa. Njena tajna ideologija, cena koju ona određuje „demonskom“, „elementarnom“, „avanturi“, „netaknutom“, sve je to deo one cene koju turizam sebi kači kao reklamu. Deziluzija koju kritičar pokazuje u svojoj reakciji na turizam, odgovor je na iluziju koju deli s turizmom.

Demaskiranje njegovih kritičara može pružiti uputstva za razumevanje turističkog pokreta, ali ne može pružiti osnovu za to razumevanje. Ako je tačno da pojava s kojom imamo posla može da se veže za poslednjih 150 godina, taj stav ćemo moći da dokažemo proverom njegove suprotnosti. Putovanje spada u najstarije i najopštije pojave ljudskog života; moguće ga je pratiti unatrag sve do mitskih davnina. Ljudi su uvek putovali; s kojim se pravom ono što zovemo turizmom može istorijski izolovati i kao nešto posebno izdvojiti iz korpusa onoga što je uvek postojalo?

⁴ A. I. Shand, *Old-Time Travel. Personal reminiscences of the Continent Forty Years Ago compared with Experiences of the Present Day*. London 1903.

Ljude je na putovanje uvek nagonila nužda, biološka ili privredna prinuda. Pohodi nomada imali su geografske i klimatske uzroke. Ratne ekspedicije starih naroda nikada nije podsticala želja za putovanjem. Prvi ljudi koji su se po sopstvenoj odluci uputili u daleki svet bili su trgovci. U najranijem hebrejskom jeziku reči „trgovac” i „putnik” bile su sinonimi. S jednim jedinim izuzetkom (kojim ćemo se još pozabaviti), sva putovanja otkako je sveta i veka pa sve do 18. stoleća bila su stvar neznatnih manjina, i imala su specifičan i opipljiv cilj. Vojnici i glasnici, državnici i učenjaci, studenti i prosjaci, hodočasnici i zločinci — na njih se nailazilo na drumovima, a pre svih njih i u svako doba: trgovci, trgovci začini-ma i mirtom, zlatom i svilom, oružjem i biserima.

Putovanje kao avantura, kao cilj za sebe, bilo je nepoznato do duboko u 18. vek. Sam Odisej, mit-ski simbol svih potonjih putnika zove se u pesmi „jadotrpnik”:

„... što no
trojanski sveti razori grad, pa se naluta mnogo,
gradova mnogijeh ljudi on vide i pozna im čudi,
i mnoge na moru muke u svojem premuči srcu.

Ali kad prodoše leta i stiže godina ona
kada odrediše bozi na Itaku on da se vrati,
on se ni onde nije od svojih spasao muka
među dragima svojim — tad na nj se sažale bozi.”

I taj „jadotrpnik”,

„dugo što jadan od svojih daljeko podnosi muke.
... al' on je i umreti spreman
koliko žudi i dim od svoje da ugleda zemlje
kako se podiže uvis.”⁵⁾

Daljina znači progonstvo, putovanje je lutanje, leta što prolaze predstavljaju izgnanstvo — tako će biti sve do Robinzona Krusoa. Sentimentalna čežnja za daljinama romantičarska je kategorija. Sjaj koji danas obasjava likove iz herojskog perioda geografskih otkrića perspektivistička je varka. Englez Kendiš, jedan od prvih moreplo-vaca oko sveta, izveštava po povratku: „Svemo-ćnome se dopalo da mi dopusti da obiđem čitavu zemljinu kuglu... Na tom putovanju otkrio sam sva bogata mesta sveta, koja hrišćanstvo samo može upoznati, ili sam bar o njima stekao pouzdana obaveštenja. Plovio sam obalama Čilea, Perua, Nove Španije i zadobio veliki plen. Spalio sam i potopio devetnaest jedrenjaka, i malih i velikih. Sva sela i gradove u koje sam kročio pljačkao sam i spaljivao.”⁶⁾

⁵⁾ Homer, *Odiseja*, prvo pevanje. Novi Sad 1963. Pre-veo Miloš N. Đurić.

⁶⁾ Kendiševo pismo citira se prema knjizi Roberta Kerra, *Voyages and Travels*. Edinburg 1811.

Tek je postromantičarsko doba projektovale na konkvistadore i istraživače svoje vlastite predstave i želje. Cilj ovih ljudi nije se sastojao u tome da zadovolje čežnju; bio je opipljiviji. Oni su bili alatke politike. Tek naknadno im je turizam dao onu auru kojom se u svojim počecima sâm kitio.

Tokom 18. veka putovanja su sve više gubila strogu svrhu. Posete drugim dvorovima još su znatno pre toga doba sačinjavale deo obrazovnog procesa mladih plemića; među pripadnicima otmenijih staleža ustalili su se odlasci u banju, na lečenje: i jedan i drugi motiv počeli su u vreme nastanka turizma da gube ozbiljnost i težinu, ali pri tom ipak nisu postali puki izgovor. Njihov uticaj na razvoj turizma oseća se i dan-danas, iako se cilj obrazovanja potpuno promenio; za mladog plemića svet koji je trebalo da upozna, *le monde* — hoću da kažem, otmeno društvo — nije se sastojao od kanona kulturnih spomenika. Ugled koji uživaju turistički centri kakvi su Baden-Baden, Spa i Eks-Le-Ben i danas svedoči o trajnom uticaju nekadašnjih putovanja u banje.

U svakom slučaju, još 1792, jedan predstavnik nacionalne ekonomije, u ono doba još mlade discipline, mogao je sa punom ozbiljnošću da predloži porez na putovanje. Marperže, pristalica merkantilističke doktrine, u svojim „Napomenama o putovanjima u strane zemlje” obrazložio je svoj predlog time što putnici iznose iz zemlje vredan novac. Ova briga o novcu navodi nas da zaključimo da je obim putovanja tada počeo da raste.

S putovanjima iz čistog zadovoljstva u to vreme se još nije stiglo mnogo daleko. Najviše korišćeni priručnik za putovanje po tadašnjoj Evropi, Rajharov *Guide des Voyageurs*, ne upućuje ni na prirodne lepote, ni na znamenitosti, nego sasvim trezveno navodi najkraće rute, stanje poštanskog saobraćaja i cene, mogućnosti za prenočište i službene propise: ukratko, on gleda na putovanje kao na nužno zlo. Nije ni čudo! Posle jednog dana na poštanskim putevima putnik je bio kao isprebijan, ako je uopšte i stigao na svoj cilj. Rajhar mu izričito preporučuje da obavezno nosi napunjene pištolje. Njegov priručnik pojavio se deset godina posle Šilerovih *Razbojnika*. Drugi savetodavci preporučuju putniku da pre polaska na put i radi njegovog srećnog ishoda naruči misu u crkvi. Prepadi na drumovima nisu u ono vreme bili nimalo neuobičajeni.

Četrdeset godina kasnije, uslovi putovanja su se izmenili. Rodio se turizam. Englez Džon Mjurej obišao je kontinent da sakupi građu za svoju bibliju. Ona se pojavila 1863. i proćula se širom

sveta: prva *Red Book* registrovala je znamenitosti Holandije, Belgije i Rajanske oblasti i preporučivala turisti najpitoresknije i najromantičnije rute. Mjurej, jedan od propovednika turizma, ujedno je i pronalazač sistema zvezdica, koji je ciljevima putovanja, za koje je od tada važno da se moraju obići, stavljao, u neku ruku, tablicu sa cenom. Tri godine kasnije pojavio se vodič *Rajnska oblast* od Karla Bedekera. Novi pokret imao je svoje svete spise i krenuo je u pobedonosni pohod.

Taj pohod nije bio slučajan. Omogućila ga je specifična istorijska situacija. Za ono što je nama potrebno, dovoljno je da pokažemo njene komponente. Pitanje koju od njih treba smatrati „krajnjim uzrokom“ možemo — ako je na to uopšte moguće odgovoriti — ostaviti bez odgovora. Istorijsku situaciju iz koje je proizašao turizam opisujemo kao sindrom političkih, kulturnih, tehničkih i duhovnih karakteristika, čija se međusobna srodnost temelji na revolucionarnosti njihovog bića.

Pobeda građanske revolucije usadila je pojedincu slobodarsku svest koja se morala nasukati na hridi društva koje je iz te revolucije proizašlo. Svako revolucionarno otvaranje društvenog poretka završava se njegovim ponovnim zatvaranjem, ali za sobom ostavlja sećanje koje više nije kadro da se pomiri sa učvršćivanjem restauracije; to sećanje predstavlja trajan ožiljak u svesti, koji se više nikada ne može zaceliti bez traga. Političku revoluciju pratila je revolucija u načinu proizvodnje. Nova vladajuća klasa, građanstvo, organizovala je industrijski radnički svet i svetско tržište koje je on uslovio. Novo stanje nije, doduše, neposredno uticalo na socijalnu, ali jeste na prostornu homogenost. Tehnološki napredak naročito pronalazak željeznice i parnog broda, omogućio je kapitalizmu da izgradi saobraćajnu mrežu kakva je bila potrebna za homogenizaciju prostora.

Ovako gledano, istorijski izuzetak o kojem smo govorili postaje razumljiv. Taj izuzetak je Rim iz doba poznog carstva. U poslednjim stolicima rimske imperije, odista je postojalo nešto nalik na turizam pre turizma. Fridlender u svojoj *Istoriji rimskih običaja* izveštava da broj tadašnjih putovanja nije u Evropi premašen sve do 19. veka. Od toskanske obale do salernskog zaliva, zapadna italijanska obala bila je sabiralište turista. Goste su primale mermerne vile i luksuzni hoteli. Grčka, Rodos, Mala Azija, Egipat — to su bila mesta za odmor. Postojale su utvrđene brodske veze, putnički birovi, menjačnice i festivali; već u to vreme javilo se interesovanje za muzeje, karakteristično za naš moderni turizam.

U izvesnom pogledu, ovaj rani začetak može se porediti sa modernim turizmom. U rimskom društvu ostvarena je do izvesnih granica jedna egalitistička tendencija. Rimsko društvo unekoliko je imalo odlike građanskog. Njegove kapitalističke crte su poznate. I politički i privredni odnosi zahtevali su prostornu homogenizaciju imperije, koja je tehnički ostvarena izgradnjom veličanstvene mreže puteva čiji se tragovi i dan danas vide po čitavoj Evropi, sve do Lila. Međutim, rimskom turizmu nedostaju revolucionarne crte. On je ostao turizam manjine. Ni politički, ni tehnološki podsticaji nisu bili dovoljni da se on proširi na sve. Ali, pre svega, njegovi duhovni koreni bili su daleko manje razvijeni nego koreni modernog turizma.

Ti koreni leže u engleskom, francuskom i nemačkom romantizmu. Autori kao Grej i Vordsvort, Kolridž i Bajron, Ruso i Šatobrijan, Zojme, i Ajhendorf, Tik i Vakenroder, Šamiso i Pikrel, sačuvali su sliku one slobode kojoj su realnost novonastalog radničkog sveta i politička restauracija pretile ugušenjem. Njihova uobrazilja istovremeno je i izdala i sačuvala revoluciju. Ona je preobrazila slobodu i pomerila je u daljine imaginacije, dok je prostorno nije svela na sliku prirode daleko od svake civilizacije, a vremenski na sliku daleke istorije, na spomenik i folklor. Ti netaknuti predeli i netaknuta istorija do danas su za turizam ostali ideje vodilje. Turizam nije ništa drugo do pokušaj da se živo ostvari čežnja romantizma, projektovana u daljinu. Što se građansko društvo više zatvara, građanin se više trudi da mu umakne, i to kao turista.

Bekstvo od realnosti stvorene vlastitim rukama olakšavaju ista ona sredstva komunikacije uz čiju je pomoć ta realnost ostvarena. Iza grozničavog oduševljenja s kojim su tridesetih i četrdesetih godina prošlog veka bile građene engleske železnice stoji nešto više od pukog špekulantskog kapitalističkog žara. Železnička manija već otkriva izrazitu želju da se pobegne iz stambenih i radnih prostora koje je donela industrijska revolucija. Ali, saobraćajna mreža ubrzo je sama pokvarila ono što je, kako se činilo, omogućila. S učvršćivanjem ove mreže koju je, činilo se, otvorilo za turiste, društvo samo ubrzo se zatvorilo. Kao što u bajci jež uvek, pun poruge, čeka zadihanog zeca na cilju njihove trke, tako negacija turizma uvek uspeva da preduhitri sam turizam. Ova dijalektika je motor njegovog razvoja; jer on posle svakog poraza iznova udvostručuje svoj napor, i ne pomišljajući da po cenu slobode rezignirano odustane od utakmice.

U kojoj meri razvoj turizma ide ruku pod ruku sa industrijskom civilizacijom, pokazuje prednost koju su engleski turisti tokom čitavog 19. veka imali pred drugim nacijama. Još pre početka no-

vog veka Englezi su bili putnici *par excellence*.⁷⁾ Kitsova i Šeljeva putovanja po Italiji svedoče o njihovoj maniji za putovanjem, isto kao i pionirski poduhvati jednog Bajrona koga moramo uzeti za arhetip modernog turista. I dan-danas se u kontinentalnim krajevima Grčke može, kao naziv za turistu, čuti izraz *lordoi*. Švajcarska može u potpunosti da zahvali Englezima što je tako rano izbila na glas kao turistička zemlja.

Ključna uloga u razvoju turizma pripada planinarima. Za datum rođenja alpinizma može se uzeti 1787. godina. Te godine Sosir se prvi put popeo na Mon Blan. Ali, zlatno doba alpinizma počelo je tek sedamdeset godina kasnije. Na čelnom mestu nalazili su se Englezi. Otprilike tačno pre sto godina Edvard Kenedi osnovao je *Alpine Club*, prvo udruženje planinara — opet engleska inicijativa!

Ključna uloga alpinističkog prodora počiva na tome što on posebno čisto otelovljuje romantičarsku ideologiju turizma. Njegov je cilj ono „elementarno“, „netaknuto“, „avanturističko“. Koje god ime nosio taj cilj, dijalektika procesa se ne menja: u trenutku, naime, kad se do njega stigne, cilj je uništen. Nije slučajno što se turistički poduhvati povezuju sa metodima vrhunskog sporta. Pošto ono što je netaknuto možemo sebi jasno dočarati tek dodirom, jedino je važno biti prvi. Putovanje tako postaje svetska trka za prvo mesto u penjanju, za osvajanje rekorda. Junak Vernovog romana, Fileas Fog, smatra pitanjem časti da obiđe svet za 80 dana. I sateliti koje mi ispaljujemo još uvek se, obarajući njegov rekord, takmiče s njime.

U turiste su se pretvorili i putnici istraživači. Romantična aura, koja je ranijim istraživačima padala u deo tek naknadno, sadašnjima pripada već za života. Kao što alpinistu fasciniraju vrhovi na koje se još niko nije popeo, tako istraživača fasciniraju bele mrlje na zemljopisnoj karti. Ovo stoleće shvata uništenje kao svoj zadatak. Ljudi koji se tog zadatka poduhvataju, od Livingstona do Hilarija, slavljani su kao junaci. Venecijanci koji su živeli u trinaestom veku, naprotiv, imali su za svoga sugrađanina Marka Pola samo podsmeħ i porugu. Nisu mogli da shvate šta ga je navelo da za svoj cilj uzme nešto nepristupačno, pa su ga smatrali probisvetom. Danas, međutim, Rusi opremaju ekspediciju za nepristupačni pol Antarktiki, tačku čija se jedina i sasvim apstraktna odlika sastoji u tome što je do njega teško stići. Netaknutost se pretvorila u ideološku mistifikaciju. I najnapornija ekspedicija u najudaljenije krajeve sveta danas je pre svega turi-

⁷⁾ Tvrdi se da je između 1760. i 1770. godine ništa manje nego 40 000 Engleza preduzimalo putovanje na kontinent u cilju zabave ili umetničkog usavršavanja, i to u trajanju od po nekoliko meseci, čak i nekoliko godina. Ovaj i ostale detalje saopštava Wilhelm Treue u svojoj knjizi *Kulturgeschichte des Alltags* (München 1952).

stičke prirode; još pre nego što je prvi čovek prodro u kosmos, pojavili su se turistički raspoloženi interesenti za astronautiku.

Pioniri su, najčešće nerado, brzo morali da shvate da njihova privilegovana uloga nije dugog veka. U toj ulozi bio je zastupljen interes društva i društvo je, idući za pionirima, išlo za vlastitom korišću. Onaj koji je slavio pionire, već im je bio za petama. Punoletno građanstvo davalo im je oreol koji je i samo želelo, nadajući se da će ga zadobiti tako što će, u formi turizma, ponavljati njihova dela. Onu slobodu koju su pioniri osvojili u stenovitom kršu Bernskog Oberlanda, u ledu polarne kape, ubrzo će kao svoje novo ljudsko pravo početi da zahtevaju svi odreda.

U svakom slučaju, ovi turistički epigoni nisu bili voljni da plate visoku cenu te slobode. Novo čovekovo pravo da se u nepoznatim daljinama oslobodi vlastite civilizacije primilo je bezazlene crte putovanja na godišnji odmor. No, avantura, elementarnost, netaknutost, za turistu u njegovoj nemoći i dalje predstavljaju simbole vrednosti. Cilj istovremeno treba da bude i pristupačan i nepristupačan, i daleko od civilizacije, i komforan. Pustinja se doživljava kroz prozor Pulmanovog autobusa, laplandska tundra iz spavaćih kola. Severni pol se relaksirano snima kroz prozor jednog *superkonstelejšna*. U pustinji Tamaulipas, pod hladnim pogledom Homo Fabera iščekava doživljaj za kojim se bez daha juri.

Naravno, kao i uvek, novo ljudsko pravo nije pripalo svima, nego samo klasi koja ga je izmislila i izborila: nezavisnom građanstvu koje je živelo od prinosa svojih glavnica. Ali, kad je jednom postulirano, takvo pravo se više nije moglo izolovati. Ono pre učestvuje u prožimanju i homogenizovanju društva. Između egalitarističke tendencije, koja je građanstvo najpre dovela do pobede, a zatim do propasti, i svestranih mogućnosti razmene, koje su donela nova saobraćajna sredstva, postojao je i postoji uzajamni uticaj. Pretpostavke turizma istovremeno su i njegove posledice, njegove posledice su pretpostavke za njegovo dalje širenje, kao što se stanja i magnetno polje uzajamno pojačavaju u kružnom kretanju. Posle visokih krugova građanstva, proces je zahvatio i ostale slojeve, najpre službenike, zanatlije, sitno građanstvo. Između stanja proizvodnih snaga i razvoja turizma mogu se utvrditi pecizne podudarnosti: čelnu poziciju i ovde zauzima Engleska. Tomas Kuk, baštovan i stolar, organizovao je u julu 1841. za članove svoga udruženja umerenjaka prvo putovanje između Louboroa i Lestera. Četiri godine kasnije osnovao je putnički biro koji se tokom tri stoleća razvio u svetsku organizaciju. Nasuprot tome, u Nemačkoj je prvi biro koji je služio turizmu nastao tek 1863, dakle sa više nego dvadesetogo-

dišnjim zakašnjenjem. Karakteristično je, osim toga, da je Luis Stengen iz Berlina pružao usluge isključivo takozvanim boljim krugovima. Njegov prvi aranžman bilo je putovanje u Saksonsku Švajcarsku; ali, već godinu dana po osnivanju, Stangenov biro ponudio je putovanje u Egipat i Svetu Zemlju. Nasuprot tome, Kukov rad je od početka bio skrojen prema potrebama široke publike sitnog građanstva. Takva publika, koja je putovanje „bez svrhe” shvatala kao potrebu i kao mogućnost, javila se u Nemačkoj tek krajem prošlog veka.

Grozničavo širenje turizma nije zahvatilo na prvom mestu seljake, jedini socijalni sloj koji do danas odoleva njegovoj ideologiji i praksi, a potom radnike koji su, na kraju krajeva, uspeli da zadovolje svoje želje. Tek posle prvog svetskog rata radnici su se izborili za mogućnost da, bar u trajanju od par nedelja, bar prividno, pobegnu od sve većeg pritiska industrijskog sveta. Dok su preduzetnici i nastavnici, službenici i lekari, zanatlije i poslovni ljudi videli u turizmu šansu da okrenu leđa mraku Birmingema i Glazgova, Vupertala i Bohuma, stvarne žrtve primarne akumulacije nisu imale načina da uteknu iz gradova, svojih beznadežnih kazamata, iz bede kasarni za iznajmljivanje. Do današnjeg dana u mnogim zemljama, recimo u Engleskoj i Sjedinjenim Državama, ne postoje zakoni o godišnjim odmorima. Tek posle prvog svetskog rata, plaćeni godišnji odmor postao je sastavni deo tarifnog ugovora između poslodavca i sindikata.⁶⁾ Još 1940. godine samo je jedna četvrtina američkih radnika imala plaćeni godišnji odmor. Godine 1957. taj broj iznosio je 90%. Zakonski regulisani godišnji odmori postoje u Nemačkoj, Francuskoj i skandinavskim zemljama.

Borba za pravo na godišnji odmor bila je mukotrpna; protekla se na nekoliko decenija. Svaka delimična pobeda pojačavala je navalu na godišnjemodorska odredišta. Na mestima gde je pritisak iz industrijskih gradova u smeru slobode godišnjeg odmora rastao, rastao je u istoj meri i kontrapritisak. U gusto naseljenoj Engleskoj, mesta kao Brajton ili ozloglašeni Blekpul postala su sinonimi ljudske poplave. Još pre drugog svetskog rata turisti željni oporavka ležali su na plažama zbijeni gušće nego u slamovima, a vozači što voze na godišnje odmore bili su prepunjeni kao podzemna železnica u špicu dana.

Međutim, pobeda turizma odavno se pokazala kao Pirova pobeda. odavno je samo društvo od koža se bežalo počelo da neguje tu čežnju za slobodom. Oslobođanje od sveta industrije i samo

⁶⁾ Prvi takav ugovor zaključen je u Nemačkoj između 32 preduzetnika i sindikata metalskih radnika. 1909. godine. Pravila o godišnjim odmorima ušla su 1911. godine u 27 od 851 tarifnog ugovora. Godišnji odmor iznosio je šest dana.

se etabliralo kao industrija, putovanje iz sveta robe i sâmo je postalo roba. Kad kritičar kakav je Gerhard Nebel ističe lepotu Bohuma i Notingema nasuprot „hrpama starudija kakve su Interlaken i Montro“, on samo pokušava da jedan fenomen radničkog sveta anatemiše pomoću drugog, koji je ovome komplementaran. Suprotnost je fiktivna. S istim pravom mogli bismo postideti jednu čeličanu poredeći je sa ugljenokopom.

Razvoj i napredovanje turizma, koji istovremeno označavaju razvoj i napredovanje njegove vladavine, mogu se prikazati na primeru triju njegovih tekovina, od kojih je svaka neophodna za razvoj industrije velikog stila; to su: normiranje, montaža i serijska proizvodnja.

Standardizacija ciljeva putovanja počinje već s pronalazanjem vodiča. Mjurejeva *Red Book* iz 1836. godine već usmerava reku turista napred datim kanalima. Ovom usmeravanju putnik se u prvi mah potčinjava dobrovoljno. Knjiga ga, doduše, uslovljava psihološki, ali još ne fizički. Osnovni normirani element putovanja je *sight*, znamenitost koju treba videti; prema svojoj vrednosti, ona se klasifikuje jednom, dvema ili trima zvezdicama.

Pojam znamenitosti, za turistu od posebnog značaja, zasluđuje pažljivu analizu. On pre svega pokazuje da turista nije oslobođen griže savesti. Griža savesti demantuje nesvrhovitost putovanja, tu jedinu garanciju žudene slobode. Jer znamenitosti nisu samo vredne da se vide, one imperativno zahtevaju da budu videne. Znamenito je da se vidi ono što se mora videti. Ispunjavajući ovu dužnost, turista okajava krivicu koju potajno vidi u svome bekstvu od društva. Svojom poslušnošću on priznaje da nije u stanju da podnese slobodu, u potragu za kojom je, na izgled, krenuo.

Na taj način se slike daljine koju je romantizam video u prirodi i istoriji zatvaraju u kutijicu znamenitosti. Na jednom mestu svode se na zoološki vrt i botaničku baštu, na drugom na muzej. Nazive koji reprezentuju centralne institucije i ideje 19. veka možemo zameniti nekim drugim. Ako turista, uz pomoć svog priručnika, uzme antički Rim kao zoološki vrt istorije, u kojem životinjama iz te istorije može bez opasnosti i nekažnjeno pogledati u oči, onda pejzaž odlikovan dvema zvezdicama za njega postaje predmet muzejskog razgledanja. Putnička agencija danas mu organizuje lov na bivoie u Africi, pohod na tigrove u Indiji i lov na losose na Laplandu. Na foto-safariju u Etoškoj ravnici profesor zoologije objašnjava prirodne *sights*; pred učesnicima dvadesetčetvorodnevno putovanja po Africi, uz komentar vodećih etnologa, plešu Vatuzi i urođenici s usnom probušenom drvenim klinom; slušaoci

ih slušaju isto onako pobožno kao što u galeriji Ufici žurno dolepršale učenice koledža slušaju njihovog kolegu istoričara umetnosti. U naše doba, potražnja za znamenitostima mnogo je veća nego ponuda. Ako se prošli vek još držao fundusa koji su nudili muzeji i zoološki vrtovi, naš vek po potrebi produkuje naše sintetičke znamenitosti. Od festivala do imitacije laponskog šatora — za turistu se priređuje sve što može da ga privuče.

Znamenitost, najzad, nalazi svoju pravu meru u apstrakciji u kojoj, oslobođena svih tuđih kontingencija, postaje turistički apsolut. Na severu savezne američke države Kansas, nedaleko od federalnog autoputa 281, nalazi se jedan mali, negovani lug, podignut oko jednog kamena. Na kamenu piše: ovo je geografski centar Sjedinjenih Država. Na putu, koji je izrađen da bi se do ovog kamena moglo doći i koji vodi samo do njega i dalje ne, guraju se automobili s turistima za koje razgledanje tog kamena predstavlja turističku normu.

Međutim, normirani elementi za sebe nisu dovoljni za industrijalizaciju putovanja. Oni se moraju montirati. Pronalazak reprezentativan za ovaj korak jeste knjižica s voznim kartama i bonovima. I na tu ideju došao je — i to još 1868. godine — neverovatni Tomas Kuk. Perlice znamenitosti firma je za turistu nanizala u kolajnu putovanja i garantovala mu otkup papirâ koji su mu omogućavali da ide tom rutom. Sve je unapred uračunato, putovanje je montirano u gotov proizvod i isporučivano u paketu. Avantura je postala preparat čije je korišćenje isključivalo svaki rizik.

Ali, nova industrija još nije bila zadovoljna normiranim i montiranim proizvodom. Sve dok je proizvođen deo po deo, bio je preskup. Kao i svako potrošno dobro, i putovanje se moralo proizvoditi u velikim serijama, inače turistička industrija nije mogla obezbediti sebi mesto na tržištu. Obezbeđivanje mesta, značilo je, međutim, ekspanziju. Svoju pobeđu, poraz svog ljudskog smisla, turizam je krunisao pronalaskom grupnih putovanja. Ko je drugi to mogao uspeti nego vrli Tomas Kuk? On nije ni slutio šta je uradio. S misionarskom revnošću, s kojom se ranije borio protiv đavola alkoholizma, on se sad posvetio turizmu. Između dobra i dobrog posla njegov etos poštenjačine nije video nikakvu protivrečnost. Godine 1845. on je organizovao prvo grupno putovanje u cilju turističke rasonode. Putovanje je ličilo na trijumfalni pohod. Kuk ga je brižljivo pripremio. Sva predviđena mesta unapred je obišao. Svaki gost imao je obezbeđenu hotelsku sobu. Štampani program upućivao je članove grupe na prava zadovoljstva. Na cilju su ih dočekali dobošari i pucanje iz prangija. Pronalazak grupnih putovanja kompletirao je proizvodni metod turističkog saobraćaja. Više

nije bilo zaustavljanja, masovna proizvodnja je počela. Već sedamdesetih godina prva grupa krenula je na put oko sveta.

Turizam, rešen da svoje pristalice oslobodi društva, poveo je i samo to društvo na put. Sa lica svojih suseda učesnici su od tada mogli pročitati ono što im je namera bila da zaborave. U onome što je putovalo ogledalo se ono što je ostavljeno kod kuće. Od tada je turizam ogledalo istog onog društva kojem hoće da se otme.

Ovo ogledalo neporecivo odslikava razvoj od klasičnog do poznog kapitalizma, i od ovoga do totalitarnog ustrojstva društva. Ono netaknuto kapitalistički se „otvara“, totalitarno „razvija“. Militarističke analogije su neminovne. Turizam je parodija totalne mobilizacije. Njegovi glavni stanovi liče na štabove u kojima se proračunava kretanje trupa. Ako je vodič za strance iz starih dobrih vremena još bio uslužni duh, današnji *guide* već uzima izraz šefa čija komanda nije manje stroga zato što ga onaj kome komanduje za to plaća. Vođa putovanja u potpunosti prima osobine vođe transporta, čijeg se autoriteta kolona podjednako pribojava koliko ga i priželjkuje. Slavodobitno putovanje u cilju sticanja „snage putem radosti“ neprimetno se pretvara u ponizno transportovanje, a iza ferijalnih logora stoje nevidljive osmatračnice onih drugih logora koji u potpunosti padaju na dušu našoj epohi.

Revolucionarni impuls koji je turizam uzdigao do svetskog fenomena bio je suviše slep da bi sagledao njegovu dijalektiku i suviše moćan a da bi se pomirio sa izjalovljavanjem koje je njegova kob. Turizam vatreno pokušava da stalno novim poletom probije *circulus vitiosus* koji je zakon njegovog života i da na taj način izide iz neslobode. I pri tom svaki put doživljava neuspeh.

Pokret nemačke omladine možda je najkarakterističniji među ovim pokušajima. U znak protesta ne samo protiv sveta odraslih, koji je za njih simbolizovao društvo u celini, nego i protiv turističkih sredstava koja su nudila prividni beg, pripadnici pokreta odlučno su se odrekli komfora i krenuli na putovanje s ruksakom, loncem i šatorom. Tehničke olakšice za putovanje programski su odbačene. Veštački su stvarani teški uslovi za „pravu“ avanturu. Baš zato što je tako verno preuzet, kao da se od onda ništa nije dogodilo, romantičarski projekt slobode još jednom se razotkrio kao lažan. Bežanje od upakovanog turizma je to samo još pojačalo. Sloboda omladinskog pokreta bez daljeg se, kao obična opna, mogla preneti na fašističke ciljeve. Tobožnja nezavisnost hitler-jugendskih pohoda već je nosila znak onih drugih, koje su njihovi učesnici kasnije preduzimali na Staljingrad i Sibir.

Po protestu nepretenciozan, po neuspehu beznačajan ostao je, međutim, jedan drugi pokušaj usmeren protiv perverzije turizma. Njegova ideološka zakukuljenost slična je, naravno, zakukuljenosti omladinskog pokreta; kampovanje kao „pokret” odraslo je u znaku ljubavi prema prirodi, u znaku napuštanja civilizacije, u znaku oslobođenosti. Ali, ljudi su se bez fanatizma, pre sa onom okorelom rezignacijom koja se utvrdila kao reakcija na reklamne slogane, prepuštali parolama o čijem su širenju u ovom slučaju brinuli već proizvođači neophodne opreme. Naravno, policijski poredak šatora, obavezna mesta za kampovanje, logorski red, vođa logora, tekuća voda i utikač za aparat za brijanje brzo su doveli kampovanje do apsurdâ. Danas je ono, kažu, *démodé*. Živi „se” u selima bungalovâ. Problematično jezgro stvari nimalo se nije promenilo.

Radikalan napor da se probiju granice koje leže u samom turizmu oglašava se u razmišljanjima mudrih podstrekača i turistâ koji hoće da učine kraj svetom ceremonijalu *sight-seeing*-a, (razgledanju znamenitosti). Na njegovo mesto nameraavaju da stave takozvani *life-seeing*, (gledanju života). Videti kako žive ljudi koje posećujemo, eto to je novi predmet turističkog interesovanja. Ovaj primamljivi predmet ima i svoju komercijalnu stranu: da se hotelska oskudica, izazvana najezdom putnika, pretvori u vrlinu. Umesto u hotelima, živi se kod privatnika i učestvuje se u njihovom životu. Vrlina gostoprimstva treba ponovo da dođe do izražaja. Ni ovaj pokušaj ne izneverava dijalektiku turizma i krije u sebi svoj neuspeh. Vrlina koju turizam u ovom slučaju priziva uništava se čim na nju počne da se polaže pravo. Turizam je onaj jarac koji ju je oterao, on nije pogodan da je uzgaja. Dokle god je putovanje bilo lutanje i progonstvo, gostoprimstvo je bilo pružano kao što se pruža azil; kad je ono postalo dobrovoljno zadovoljstvo, vrata su se otvorila. Podignute su katedrale turizma: hoteli.

Istorija turizma je istorija hotela. Primitivna oskudica srednjovekovnih prihvatilišta, nepretenciozna utilitarnost poštanskih gostionica nisu bili dovoljni novom pokretu. Arhitektonski spomenici koje je on sebi podigao bacili su u senku sve što je ranije služilo smeštanju stranaca. Prvi moderan hotel bio je *Badischer Hof*, izgrađen u Baden-Badenu u prvim godinama 19. veka. Komplikovana hijerarhija voditelja poslova, vratara, *maîtres d'hôtel*, kelnera, pikolâ, paževa, sobarica i hotelskih momaka opsluživala je prvi put aparat koji se sastojao od dvorana, svećanih sala, trpezarijâ, čitaonica, spavaćih soba i kupatila, štala, terasa i zimskih bašti. Model hotela *Badischer Hof* iz 1805. do danas je postao norma. Hoteli pored železničkih stanica, građeni po uzoru na njega, istisnuli su stare gostionice na stranici poštanskih kočija. Što je više turizam na-

predovao u znaku razvijenog kapitalizma, hotelska industrija zdušnije je usvajala njegove privredne forme. Godine 1850. u Parizu je otvoren *Grand Hotel*, prvi poduhvat branše, koji je sebi dao pravnu formu akcionarskog društva. Dalja koncentracija kapitala dovela je već 1880. do osnivanja prvog hotelskog trusta — lanca *Ric*. Na prekretnici veka nastali su u Sjedinjenim Državama prvi mamutski hoteli sa pet stotina i više soba.

Pri tom se stara hotelska ljuštura po uzoru na Baden-Baden ni po čemu nije promenila; ta ljuštura mnogo govori o psihologiji turizma. Hotel je zamak višeg građanstva. U njemu nova klasa demonstrativno uzurpira životne forme aristokratije. Njegov milje je razuzdani luksuz. Dok je pravi aristokrata, isto koliko i seljak, nesklon putovanju putovanja samoga radi, dotle građanin skorojević na putu izlaže ono što mu je kod kuće uskraćeno. Sloboda koja je cilj njegovog turističkog bekstva ne podrazumeva samo istorijsku ili vremensku udaljenost, nego i način života koji on smatra društveno višim. On ne traži samo istoriju u muzeju i prirodu u botaničkoj bašti, već — u slici *high-life-a* — (visokog društva) odvajanje od društva kome pripada.

Pored znamenitosti, cilj putovanja postaje i socijalni prestiž. U kalkulaciji cene robe kakva je putovanje, koje se maskira kao sredstvo za beg iz sveta robe, njen zaštitni znak igraće ubuduće merodavnu ulogu. Kao što marka jednog parfema podiže njegovu cenu, čak je upola i konstituiše, tako ime cilja konstituiše cenu putovanja. Aura što je romantizam darivao čoveku koji je obišao svet skvrčila se u zaštitni znak koji je jemstvo fetišnog karaktera ture. Taj karakter živo se pojavljuje u fetišu suvenira. Kao metalna pločica na štapu, kao nalepnica na koferu, kao plaketa na automobilu, kao certifikat o vatrenom krštenju na ekvatoru, ili ledenom na polovima, suvenir turisti služi da se odbrani od sumnje u sopstveni doživljaj, one sumnje kakva spopada Valtera Fabera, i ta odbrana daje mu u ruke corpus delicti za povratak.

Povratak kući je poslednja tačka programa turističkog putovanja; ona i samog turistu pretvara u znamenitost. Ne samo što mora da dotakne ono što mu njegova ideologija postavlja kao ne-taknutu daljinu, turista tome mora da da i publicitet. Oni što su ostali kod kuće zahtevaju od njega da im priča o svojim avanturama. Njegovo hvalisanje sadrži jednu prastaru karakteristiku svih putovanja, naime istovremeno je i čuva i uništava. Ta karakteristika potiče iz doba u kojem je saopštenje jednog svetskog putnika bilo jedini siguran izvor za sticanje znanja o udaljenim krajevima. Nasuprot tome, turista koji se danas vraća kući obaveštava samo o onome što

svi već znaju. Njegov izveštaj ne učvršćuje samo njegov prestiž, nego i prestiž organizatora kome se on poverio. Turizam je industrija čija je proizvodnja identična njenoj reklami: njeni potrošači su istovremeno i njeni nameštenici. Šarene fotografije koje turista sam snima samo se u pojedinostima razlikuju od razglednica koje kupuje ili dobija poštom. One su to putovanje na koje on kreće. Svet koji on na njima vidi, u srži je reprodukcija. Turisti pada u deo samo kopija. Ta kopija je potvrda za plakat koji ga je namamio da krene u svet.

Pravi posao koji turista obavlja sastoji se, dakle, u tome što on treba da potvrdi da je refleks jedne stvari sama ta stvar. Ali, to što se od njega zahteva nije nimalo lak posao. Da bi ublažio dosadu koja taj posao prati, lajpciški izdavač Tauhnic je još 1841. izmislio, kao palijativ, lektiru za putovanje. Sa svojim engleskim tekstovima, zbirka je služila turistima s one strane kanala, koji su u to doba još određivali sliku pokreta; ona je Tauhnicu donela zahvalnost svih engleskih putnika, priličan imetak i titulu barona. Međutim, tuga i potajno razočarenje i voajersko oćajanje nisu turizmu išćupali ni dlaku s glave. Beznađe turisti nije nepoznato. On slepo pruža ruku za najjaćim sredstvom kojim bi mogao rasterati dosadu, premda mu je uzaludnost njegovog bekstva bila poznata još pre no što je krenuo u bekstvo. On je prozreo varljivo biće slobode koja mu se prodaje sa štendera, ali ne želi da prizna obmanu čija je ųrtva. Ne dopušta da se njegovo razočarenje glasno izrazi. Ono ne bi pogodilo industrijalca koji o turisti brine, nego turistu samog. Poznanici bi mu priznanje poraza upisali kao socijalni neuspeh. Prevareni turista ne želi da, pored svega ostalog, doųivi još i podsmeh. U opasnosti je da krug prijatelja ispolji prema njemu onaj prezir kojim ga reakcionarna kritika kulture već kaųnjava.

U osnovi je vrlo lako zabavljati se na raćun masovnog turizma naših dana onako kao što to ćini Gerhard Nebel. Ali, snaga koja danas, svuda u svetu, baca mase na plaųe njihove male godišnjeodmorske sreće vrlo je velika. To je snaga jedne slepe, neartikulisane pobune koja svaki put iznova propada u plimi vlastite dijalektike. Za politićki poredak u kojem ųvivimo zaista je porazno što tu snagu ozbiljno uzimaju samo preduzimaći, vlasnici omnibusa, i trgovci krevetima. Plima turizma nije ništa drugo do pokret beųanja iz jedne stvarnosti kojom nas okruųuje naše društveno uređenje. Ali, svako bekstvo, koliko god budalasto, koliko god nemoćno bilo, kritikuje ono od ćega beųi.

ųelja koja se krije u toj tvrdoglavoj, ogorćenoj, bezizglednoj kritici ne moųe se nićim potisnuti. Ona se, naravno, sama nudi druųtvenom izrablj-

vanju. Pošto samu sebe ne prozire, društvu je lako da je svaki put nanovo pervertira. Izrugivanjem na njen račun ona se ne može ni objasniti, ni slomiti. Žudnja kojom se turizam hrani jeste čežnja za srećom slobode. Svoju nesalomljivu snagu ona osvedočuje već u krkljancu Kaprija i Ibice. Slike te sreće, koje je postavio romantizam, imaju pravo postojanja bez obzira na sve falsifikate, dokle god mi nismo u stanju da im suprotstavimo neke sopstvene. One još uvek trijumfuju nad plakatima u koje ih je pretvorio kapital gledajući ih svojim očima Meduze. One ne svedoče nama u prilog, nego protiv nas. U njima sija istina, kao neko sećanje koje neće izbledeti samo zato što smo se mi s njime pomirili.

Jedan aforizam iz zaostavštine Ota Vajningera kaže da put u slobodu nikada ne vodi sa železničke stanice. Ta rečenica važiće dokle god bude-mo pristajali na ono što piše u novinama koje nam šalju u mesto gde provodimo odmor. Turizam pokazuje da smo se navikli da slobodu prihvatamo kao masovnu obmanu kojoj se prepustamo iako smo je potajno prozreli. Dokle god se lupkamo po džepu u kojem nam stoji vozna karta, mi priznajemo da sloboda nije naš cilj, da smo već zaboravili šta je to sloboda.

(Prevela s nemačkog DRINKA GOJKOVIĆ)

