



Naprieč hranicami, mimo autentického a falošného: transnacionálna antropológia, turizmus a identita

Across Boundaries, Beyond Authenticity and Falsity: Transnational Anthropology, Tourism and Identity

Marek Mikuš

ABSTRACT The paper shows how two rarely linked fields of inquiry, transnational anthropology and tourism studies, can mutually enrich themselves. The overview of literature supports the view that, regarding the subject of transnationalism, social sciences have so far disproportionately focused on phenomena such as migration, diasporas and hybrid identities. Tourism, conceptualised as a globalised and globalising process par excellence, contrasts with these in that it is constituted by national-boundary crossing not out of need, but in pursuit of pleasure and a desirable lifestyle. The author briefly outlines the two domains and then sets out to establish the relevance of their fusion in research on identity constructions and their relationship with place. He specifically elaborates the issues of ‚authenticity‘ of emergent native ‚tourist ethnicities‘ and of the cultural capital that low-budget independent travellers (backpackers) allegedly generate by transnational mobility.

KEY WORDS backpackers, identity, place, tourism studies, tourist ethnicity, transnational anthropology

Úvod

Príbuzné témy *transnacionalizmu* a globalizácie sa v súčasnej sociálnej a kultúrnej antropológii a sociálnych vedách všeobecne stali rýchlo rastúcim poľom záujmu. Zatiaľ čo pre prvú polovicu 90. rokov vyhľadávanie výrazov „transnational“ a „transnationalism“ v abstraktoch a kľúčových slovách spoločensko-vedných štúdií evidovaných databázou SocINDEX prinieslo 380 výsledkov, pre druhú polovicu 90. rokov to bolo už 844 textov a pre roky 2000–2005 dokonca 3 083 prác (EBSCOhost 2008). Podobné výsledky sú dokumentované pre kľúčové slovo „globalization“ v prípade sociologických štúdií (Gille a Ó Riain 2002: 272). Takýto strmý kvantitatívny nárast je nepochybne dôkazom meniacej sa povahy antropologických objektov – kultúry a spoločnosti – a snahy disciplíny postihnúť tieto procesy vo svojej teórii a metóde.

V tejto stati sa túto novú, rodiaču sa antropologickú paradigmu pokúšam formou analýzy literatúry systematicky prepojiť s výskumom *turizmu* a demonštrovať potenciálne obohatenie plynúce z takého spojenia pre obe domény; súčasne ide o úvodný, prehľadový príspevok k téme, na ktorú slovenská a česká sociálna veda zatiaľ nereflektovala. Je dôležité podotknúť, že turizmus síce už bol rozpoznávaný ako dôležitá oblasť bádania pre transnacionálnu antropológiu, ale jej špecifická analytická optika bola naň aplikovaná len sporadicky; v opačnej perspektíve sa zase dá konštatovať, že niektoré teoretizácie transnacionalizmu sa ani nepokúšali o inklúziu relevantných empirických zistení turistických štúdií a obmedzili sa na predmety ako migrácia či diaspóry. Jedným z najsľubnejších presahov medzi týmito dvomi doménami sa zdá byť téma *identity* a jej vzťah s (geografickým a sociálnym) priestorom, ktorá navyše bola vo vzťahu k turizmu rovnako ako transnacionalizmu sociálnymi vedcami pomerne intenzívne skúmaná a rozpracovaná. V nadväznosti na povahu interakcií medzi *priestorom a spoločnosťou* v globalizujúcom sa svete (viz nižšie) je pritom možné rozlíšiť roly turizmu na *faktor vzniku transnacionálnych identít* na jednej strane a *transnacionálne médium vzniku lokalizovaných identít* na strane druhej. Tieto fenomény konkrétne ilustrujem na dvoch prominentných predmetoch záujmu: na turizmom podnietenej (re)konštrukcii „domorodých“ identít a etnických vzťahov a na naratívnej sebareprezentácii nezávislých či nízkonákladových turistov, ktorých anglické označenie *backpackers* v tomto texte prekladám slovenským neologizmom *batôžkári*.

Transnacionálna antropológia: toky, miesta a translokalita

Povojnová sociálna veda sa domnievala, okrem iného v súlade so spôsobom regulácie svetovej ekonomiky, že národný štát predstavuje akúsi „nádobu“ pre sociálne, ekonomické a politické procesy prebiehajúce na jeho území, a že všetky javy, ktoré tento rámec presahujú, by sa mali posudzovať ako oblasť „medzinárodných vzťahov“. Podobne klasický výskumný predmet antropológie predstavovali lokalizované „kultúry“ či „komunity“ – bola to práve predstava diskontinuity a hlbokých predelov medzi priestormi zodpovedajúcimi jednotlivým kultúram, všetkým pevne a objektívne zasadeným a ukotveným „na svojich miestach“, ktorá umožnila predpokladať typ rozdielnosti a autonómie kultúr symbolizovaný napr. etnografickými mapami, podporujúcimi substantizáciu a reifikáciu etnicity (Bazin 2002: 23). Základný mechanizmus vedeckého („objektívneho“) a politického diskurzívneho vymedzovania regionálnej identity sa teda zásadne nelíšil (Bourdieu 1992). Tomuto konceptuálnemu východisku zodpovedal dôraz na lokalizovaný charakter kľúčovej antropologickej metódy – etnografie. Legitimita antropológovho vedenia o určitej skupine ľudí sa odvodzovala od toho, že po dostatočne dlhú dobu žil „medzi“ nimi, pozoroval ich a podľa možnosti sa zúčastňoval ich každodenného života („participatívne pozorovanie“), čo mu umožnilo vyprodukovať o nich strategickú textuálnu zmes objektivizovaného popisu a osobnej narácie, ktorá prezrádzala príznačnú spriaznenosť s cestovateľskou literatúrou (Pratt 1986).

Ako ukazuje antropologická kritika inšpirovaná postmodernou a feministickou teóriou, táto konvenčná perspektíva bola vo svojej podstate epistemologicky problematická a neuspokojivá vždy (Gupta a Ferguson 1992), ale v ére globalizácie sa javí ešte menej udržateľná ako kedykoľvek predtým. Ľudia, kapitál, tovary, práca, ale najmä diskurzy, znaky a kultúrne

prvky sa vďaka rozvoju a rozširujúcej sa dostupnosti dopravy a informačných a komunikačných technológií stávajú stále *mobilnejšími* a mnohonásobne, komplikovane *trans-lokálne prepojenými*, čím prispievajú k rušeniu alebo zmene postavenia hraníc umožňujúcich konštrukciu prísne oddelených a fundamentálne odlišných sociálnych priestorov. Proces deterritorializácie posilňuje vedomie, že „skupiny už nie sú pevne teritorializované, priestorovo ohraničené, historicky nevedomé či kultúrne homogénne“ (Appadurai 1991: 191), a preto ani skúmateľné tradičnou etnografiou. Pozornosť antropológov ako Appadurai, ale aj kultúrnych teoretikov ako Hall (1991), si získali rozmanité *hybridné a diasporické identity* migrantov a obyvateľov prihraničných oblastí a takisto „nové etnicity“, ktoré pre seba transnacionálna mládež synkretizuje z vedome zvolených prvkov rôznych kultúrnych dedičstiev. Veľkou časťou bývalej ekonomickej a politickej moci národných štátov dnes disponujú nadnárodné spoločnosti (v tomto kontexte označované aj ako *transnational corporations*, TNCs) a predstavujú tak nové (niekedy len zdánlivo), deterritorializované a voči verejnosti slabo zodpovedné ohniská rozhodovacích procesov.¹

Na tieto vývinové tendencie reaguje *antropológia transnacionalizmu*, budovaná predovšetkým od začiatku 90. rokov okolo konceptu rozmanitých typov *prekračovania hraníc*, ktorý môžeme v súlade s užitočnou Vertovcovou analýzou (1999) rozdeliť na nasledujúce zložky: transnacionalizmus ako sociálna morfológia, typ vedomia, spôsob kultúrnej reprodukcie, operácie kapitálu, priestor politickej angažovanosti a rekonštrukcia miesta či lokality. Špecifický prínos tej podoby transnacionálnej antropológie,² ktorá je v tejto štúdii stavaná do popredia, a takisto jej odlišnosť od niektorých teórií globalizácie, spočíva najmä v dôkladnom skúmaní identitárnej (re)produkcie a v snahe o adekvátne historické postihnutie meniacej sa role národa a národných štátov či, v širšom pohľade, *miesta* ako takého v zdánlivo oštelesnených podmienkach „tekutej modernity“ (Bauman 2002). Inými slovami – pozornosť venuje nielen *tokom* (Hannerz 1997: 4–6) či *sietiam*, ktoré prúdia medzi jednotlivými pozíciami a spájajú ich, ale aj sociálnym rekonštrukciám *miest* a komunit spolu s ich dialektickými vzťahmi ku globálnemu a medzi sebou navzájom. Reflektuje teda rovnako „priestor tokov“ ako „priestor miest“, na ktorý je aplikovaný a v istom zmysle ho hegemonizuje (Castells 1996), a snaží sa túto jednoduchú dichotómiu prekročiť rozpochybovaním miesta, jeho rekonceptualizáciou ako fluidného samého o sebe a prostredníctvom sociálnej imaginácie v rozdielnych geografických meradlách dynamicky prepojeného so svojim vonkajškom.

¹ Tieto procesy viedli Urryho (2000: 11) až k spochybneniu ontologického statusu základného sociologického pojmu „spoločnosti“, podľa neho odvodeného a z veľkej časti synonymného s historicky špecifickou sociálnou formou národného štátu, ktorá vznikla na priemyselne-kapitalistickom Západe v 18.–19. storočí.

² Pre účely tejto práce, ktorá prehovára skôr z pozície „transnacionálnej antropológie“ než „antropológie transnacionalizmu“, je užitočné navrhnúť významové odlišenie týchto dvoch označení. Kým antropológia transnacionalizmu sa zdá akcentovať antropológický výskum transnacionalizmu ako reálneho či analyticky vyčleniteľného *objektu*, transnacionálna antropológia používa *optiku* spresnenú konceptuálnym *modelom* transnacionalizmu pri komplexnom pohľade na celý rad sociálnych javov a procesov v súčasnom globalizujúcom sa svete. Toto epistemické, „adjektívne“ poňatie subdisciplíny umožňuje vyvarovať sa stotožnenia transnacionalizmu s akousi substanciou a vo vzťahu k výskumu turizmu je logickou voľbou.

Upozorňuje tiež na to, že významná časť zdrojov a moci zostáva viazaná na konkrétnych miestach a že prístup jednotlivcov k mobilite môže byť výrazne odlišný v závislosti na ich príslušnostiach ako občianstvo, trieda, „rasa“, etnicita, rod či socioekonomický status (cf. Bauman 1999). Súčasne v súlade s interpretatívnou, na porozumenie zameranou povahou disciplíny ako takej hľadá odpovede na otázky o tom, ako vplýva konanie (*agency*) rôznych sociálnych aktérov, rovnako ako štruktúra ich vzájomných mocenských pozícií, na procesy vytvárania miest, a akým spôsobom tieto procesy spätne formujú konštrukciu identít. Tým sa vyhýba nebezpečenstvu technologického determinizmu (Vertovec 2001: 577), rovnako ako slabším „kulturalistických“ prístupov, ktoré abstrahujú globálne prúdenie znakov a symbolov od mocenských štruktúr, v ktorých sú zasadené.

Ako už bolo naznačené vyššie, transnacionálnu antropológiu je potrebné vnímať na jednej strane v súvislosti s celkovým príklonom k praxi, procesu a pohybu v súčasnej antropológii (Ortner 1984) a na druhej strane v kontexte rodiacej sa makroantropológie, označovanej tiež ako globálna či kozmopolitná antropológia. Napríklad James Clifford vo svojej vplyvnej práci (1997) zdôrazňuje nutnosť antropológie nahliadať kultúry nie ako homogénne, lokálne a statické entity, ale ako procesy stretávania sa a výmeny medzi ľuďmi, ktorí cestujú, a tiež tými, ktorí zostávajú doma. Namiesto „umiestňovania“ kultúr (*placing of cultures*) je nutné nechať kultúry diať sa (*take place*) na ich aktuálnych fyzických miestach: „antropologická ‚kultúra‘ už nie je tým, čím bývala. A keď rozoznáme, že výzva pre reprezentáciu spočíva v zobrazovaní (...) historických stretnutí lokálneho a globálneho (...) je potrebné sústrediť sa rovnako na hybridné a kozmopolitné skúsenosti ako na tie zakorenené a domorodé. Cieľom tejto mojej problematizácie nie je nahradiť kultúrnu postavu ‚domorodca‘ interkultúrnou postavou ‚cestovateľa‘. Úlohou je skôr zamerať sa na ich konkrétne sprostredkovania“ (ibid.: 24), pričom jedným z médií týchto neustále obnovovaných kontaktov je podľa Clifforda aj turizmus.

Vnímaná geografická blízkosť nevymedzovala len identity objektov klasickej antropológie – je tiež jedným z možných kognitívnych predpokladov procesov skupinovej identifikácie a sociálnej kategorizácie (Jenkins 1996). V súlade s Appaduraiom (1995) môžeme rozlíšiť medzi *locality* (miesto, umiestnenie) ako fenomenologickou kvalitou, hodnotou či ideológiou lokálnej skupiny, a *neighbourhood* (komunitou) ako sociálnou formou, definovanou priestorovou či virtuálnou realizáciou miesta a potenciálom pre sociálnu reprodukciu. Komunita figuruje ako nevyhnutný kontext produkcie lokálnych subjektov a zmysluplných ľudských praktík, ale súčasne sama kontext generuje a vyžaduje pre svoju konštrukciu a udržanie. Táto neprestajná hra kontextu a komunity podmieňuje pragmatickú a diskurzívnu konštrukciu nevyhnutne ne-lokálnych, globálnych typov vedomia označovaných ako „krajiny etnicity“ (*ethnoscapes*),³ s ktorými sú miestne identity a praktiky kontrastované ako rozdielne. V čase

³ Podľa Appaduraja (1991: 198–199) majú vďaka informačným technológiám dnes ľudia, dokonca aj tí žijúci v najtvrdších podmienkach, prístup k obrovskému množstvu semiotického materiálu, ktorý im umožňuje predstavovať si svoj život celkom inak a tým ho prípadne modifikovať. Táto „imaginácia možných životov“ je kultúrnou praktikou, ktorá leží v jadre konceptualizácie dialektiky globálneho a lokálneho, a skladá sa z piatich dimenzií globálneho kultúrneho toku: krajín etnicity (*ethnoscapes*), médií (*mediascapes*), financií (*financescapes*), technológií (*technoscapes*) a ideí

destabilizácie národných projektov je pritom produkcia miesta čoraz náročnejšia vzhľadom na vytrácajúcu sa súvislosť jednak medzi teritóriom a subjektívnymi a kolektívnymi identitami (*deteritorializácia*) a jednak medzi priestorovo vymedzenými a virtuálnymi (napr. elektronicky mediovanými) komunitami.

Výsledkom je na úrovni konštrukcie miest vznik *translokálit* ako určitých „plurálnych“, viacnásobne a často viacúrovňovo definovaných miest. Ich príkladom sú aj frekventované turistické lokality – fakt, že ležia na území národného štátu, je v nich ako kontextuálny faktor oslabený v prospech spojení a vzťahov, ktoré štát evidentne presahujú. V podobnom duchu Bruner (1996) označuje popredné turistické oblasti, napr. Bali, ako „turistické hraničné zóny“ (viz nižšie). Na úrovni sociálnej morfológie a zodpovedajúcich druhov (skupinového i individuálneho) vedomia a identít potom praktiky udržiavania spojenia a prekračovania hraníc medzi viacerými miestami konštitujú *transnacionálne sociálne polia*. Tieto sa rozprestierajú medzi jednotlivými „prostrediami významov“ (Hannerz 1996), ktoré nesú odlišnú semiotickú záťaž podmieňujúcu formáciu identity – „dejiny a stereotypy miestnej príslušnosti a vylúčenia, geografie kultúrnych rozdielov a triednej či etnickej segregácie, rasizované (*racialized*) socioekonomické hierarchie, stupeň a druh kolektívnej mobilizácie, prístup k zdrojom a ich povaha, a obmedzenia a spôsoby vnímania práv a povinností“ (Vertovec 2001: 578).

Pre úplnosť je treba podotknúť, že časť autorov pôsobiach v transnacionálnych štúdiách sa vedomo snaží obmedziť svoju oblasť záujmu len na to, čo pre nich predstavuje historicky nové sociálne vzťahy umiestnené kdesi medzi národnou a globálnou úrovňou – konkrétne dlhodobé a pravidelné aktivity migrantov, transnacionálnych podnikateľov a ďalších vysídleneckých skupín uskutočňované cez národné hranice (Portes *et al.* 1999). Zrejmy je dôraz na sociálne *správanie* v transnacionálnych ekonomických, politických a sociokultúrnych⁴ doménach na úkor symbolického a kognitívneho rozmeru. Z logiky tohto zamerania potom vyplýva vylúčenie príležitostných kontaktov, ktoré síce „tiež prispievajú k posilneniu transnacionálneho poľa, ale samy o sebe nie sú ani nové, ani dostatočne odlišné, aby ospravedlnili novú oblasť záujmu“ (ibid.: 219).

Ohliadnuc od toho, že sa tým zanedbáva historický náhľad dopadu novej deľby práce medzi jednotlivými úrovňami (globálnou, národnou, lokálnou) na premenu jednotlivých oblastí činnosti (Gille a Ó Riain 2002: 275), sa v tejto práci pokúšam demonštrovať, že zvýšenú pozornosť si rovnako zasluhujú aj mentálne a sociolingvistické fenomény. Transnacionálne *diskurzy o identite* (Benwell a Stokoe 2006) v kontexte turizmu svojim stále rastúcim významom pre každodenný život a seba-identifikáciu turistov, príslušníkov hostiteľských spoločností a ďalších účastníkov turistických transakcií dostatočne zdôvodňujú

a ideológii (*ideascapes*). (Zložka *-scapes* bola preložená do slovenčiny in Mattová 2007: 51 ako „obrazy o [médiách atď.]“. Tu postupujem odlišne a vzhľadom na zamýšľanú pôvodnú asociáciu s pohľadom na krajinu z určitého bodu – *landscape* – používam výraz „krajina“). *Ethnoscapes* Appadurai (1991: 192) popisuje ako „krajiny ľudí, ktorí vytvárajú premenlivý svet, v ktorom žijeme: turistov, imigrantov, utečencov, exulantov, zahraničných pracovníkov, a ďalších mobilných skupín a osôb“.

⁴ Z enumerácie relevantných aktivít v sociokultúrnej oblasti (Portes *et al.* 1999: 222) je pritom evidentné skôr axiologické chápanie kultúry ako jej použitie v zmysle analytického antropologického modelu.

ustanovenie nového výskumného poľa. Rovnako ako je transnacionalizmus uplatňovaný ako analytická optika v interdisciplinárnom výskume súčasnej medzinárodnej pracovnej migrácie (Vertovec 2001: 574), je jeho aplikácia možná aj v antropologickom pohľade na turizmus. Nakoniec, konzumná príťažlivosť veľkej časti turistických produktov (najmä tzv. „etnického“ či „kultúrneho“ turizmu) spočíva práve v transnacionálnej mobilite – v prekračovaní geografických a symbolických hraníc a kontakte s Inými, čiže situácii konfrontácie, ktorá je kľúčová pre výskum tradičného antropologického predmetu – vytvárania etnických hraníc (napr. Barth 1998, Bauman 1996: 41–56). Bez semiotiky hraníc by kultúrny turizmus prišiel o svoje čaro – veď migranti z tretieho sveta žijú vo veľkých počtoch aj v západných spoločnostiach (teda „medzi Nami“), z ktorých tento druh medzinárodných turistov zväčša pochádza, ale predmetom záujmu sa stávajú iba na miestach, ktoré spoluvytvárajú žiaduci dojem ich primordiálnej a statickej odlišnosti (Bruner 1996: 160). Prepojenie domén turizmu a transnacionalizmu nie je len možné, ale i potenciálne prospešné, pretože pochopenie zvláštností produkcie identít súvisiacich s turizmom (napr. „komodifikácia kultúry“ a prekračovanie hraníc v kontexte spotreby a životného štýlu) sľubuje významné prehĺbenie teórie transnacionálnych sociálnych foriem a typov vedomia, ktorá sa doposiaľ sústredila najmä na problematiku migrácie a diaspór.

Spoločensko-vedná reflexia turizmu

Logickosť prepojenia týchto dvoch oblastí silne podporuje aj skutočnosť, že typické znaky globalizácie, ako „[t]lak na skrátenie doby obratu medzi investovaním a vytváraním zisku, kompresia času, posun od výroby k službám, miešanie a vynachádzanie tradícií a zvýšená produkcia a spotreba simulakrií sa všetky stretávajú v najväčšom svetovom priemysle – turizme“ (Kearney 1995: 555). K tomu by ďalej bolo možné na ekonomickej úrovni pridať aj „neo-fordistickú“ organizáciu tohto odvetvia a významnú rolu, ktorú v ňom hrajú transnacionálne spoločnosti (Bianchi 2000: 115–117). Vzťah turizmu ku globalizácii je recipročný – je jedným z jej médií a súčasne epifenoménom, keďže jeho rast je stimulovaný rozvojom transportu a informačných technológií, deregularizáciou svetovej kapitalistickej ekonomiky, tlakom na zvyšovanie flexibility práce a ďalšími charakteristickými globalizačnými trendmi. Turizmus je vysoko relevantný tiež vzhľadom na skutočnosť, že predstavuje najväčšie odvetvie v sektore služieb a s vysokou pravdepodobnosťou vôbec najčastejšiu podobu dnešnej ľudskej mobility – Svetová turistická organizácia (UNWTO) hlási, že v roku 2006 bolo 51 % z 846 miliónov medzinárodných príchodov motivovaných voľnočasovými aktivitami, rekreáciou a prázdninami (UNWTO 2007).

Navyše v súlade s postmoderným rušením hraníc medzi vysokými a nízkymi kultúrami a jednotlivými druhmi kultúrnych a spoločenských činností dochádza i k „dediferenciácii“ turizmu. „Nielenže je rozdiel medzi turizmom a ďalšími aspektmi kultúry čoraz nejasnejší, ale turistické spôsoby inscenovania, vizualizácie a vnímania sa stávajú čoraz dôležitejšími pre iné oblasti spoločenského života“ (Wood 1998: 229). Vznik unifikovaných a komercializovaných tematických prostredí, simulakrií (Baudrillard 1995), ktoré nahrádzajú prostredia rozprávajúce lineárne „príbehy“ charakteristické pre modernitu (Gottdiener 2001), je evidentný nielen v priestorovo separovaných Disneylandoch a iných zábavných a náučných

parkoch, ale i v súčasných veľkomestách, ktoré ich obyvatelia vďaka tomuto trendu čoraz častejšie zakúšajú kvázi-turistickým spôsobom. Shellerová a Urry (2004: 5) v úvode k zborníku prípadových štúdií o turistických mobilitách a miestach konštatujú, „že čoraz menej ‚turizmu‘ sa odohráva vo veľmi odlišných druhoch časopriestoru; nastáva ‚koniec turizmu‘ *per se* v rámci všeobecnej ‚ekonomie znakov‘. Turistické lokality sa množia po celej planéte, zatiaľ čo miesta každodennej aktivity dostávajú novú ‚turistickú‘ formu, ako je tomu s tematizovanými nákupnými, voľnočasovými a pracovnými prostrediami.“

Takisto etnická či národná identita je čoraz častejšie prežívaná a konštruovaná v takýchto prostrediach. Mladé, kultúrne a etnicky vysoko heterogénne štáty sa tak môžu snažiť utvárať „správne“ národné vedomie budovaním príslušným spôsobom štruktúrovaných etnických tematických parkov, ako na príklade *Taman Mini* na Jáve ukazuje z antropologického pohľadu Hitchcock (1998). Pri výstavbe tohto múzejného a exhibičného komplexu, ktorý je určený primárne domácim návštevníkom, vyšiel Suhartov „New Order“ režim z oficiálnej doktríny indonézskej „jednoty v suverenite“ a cielene v ňom zdôraznil vybrané „regionálne kultúry“ na úkor rozdielných etnícit. Takéto priestory pritom nemusia nevyhnutne vnucovať uniformizovanú verziu identity, ako sa v nadväznosti na teórie Frankfurtskej školy často predpokladá; napr. mladí austrálski „pracujúci dovolenkári“ v Londýne svoju identitu pri návštevách stereotypne štylizovaných austrálskych barov, ktoré spadajú pod generické reťazce, aktívne reflektujú, prehodnocujú a vyjednávajú o nej (West 2006). Ďalej treba zmieniť, že turizmus nie je len motiváciou pre klasickú medzinárodnú pracovnú migráciu (King 1995, Williams, Hall *et al.* 2002), ale tvorí aj zložku hybridných foriem mobility spájajúcich turizmus so zamestnaním. Vychádzajúc z etnografických výskumoch na Malorke a Kanárskych ostrovoch, prirovnáva Bianchi (2000) situáciu transnacionálnej západnej mládeže, ktorá časť svojich dlhodobých pobytov v turisticky exponovaných častiach Stredomoria pracuje a časť odpočíva, prípadne úspešne integruje rekreáciu so svojimi pracovnými záväzkami, k novodobému trampingu a spája ju s reštrukturalizáciou kapitálu v post-industriálnych zdrojových krajinách ako dôležitým *push* faktorom. Ďalším dediferenciačným trendom je čoraz častejšie kombinovanie turistiky so športom, dobrovoľníctvom, záujmovými a vzdelávacími aktivitami, často smerujúcimi k osobnostnému rastu, ako je tomu napríklad v prípade ekoturistov (Duffy 2004).⁵

Hoci mojím cieľom nie je ani v najmenšom podať vyčerpávajúci prehľad existujúcej spoločensko-vednej, najmä antropologickej literatúry o turizme (pozri prehľad sociológie turizmu v tomto zborníku *in* Chorvát 2006), v nasledujúcich pasážach sa pokúsim stručne charakterizovať kľúčové trendy a témy výskumu, predovšetkým tie s presahmi k špecifickému predmetu tejto práce – súboru vzťahov medzi turizmom, priestorom a identitou.

⁵ Výsledkom týchto procesov je okrem iného aj to, že snaha „objektívne“ vymedziť turizmus ako empirický jav naráža na čoraz väčšie problémy. Len ťažko dnes môžeme vnímať definíciu, podľa ktorej turista je človek cestujúci mimo domova za účelom trávenia voľného času a zážitku prechodnej zmeny (Nash 1981: 462), ako dostatočne inkluzívnu pre všetky popísané formy turizmu. Navrhujem preto ako užitočnejšie pristupovať k takémuto ohraničeniu turistu nie ako k objektívnej deskripcii, ale ako k sociálne konštruovanému ľudovému modelu, ku ktorému sa jednotliví účastníci turizmu rozmanitými spôsobmi vzťahujú.

Napriek evidentnému významu turizmu pre tradičné antropologické oblasti záujmu ho disciplína začala vo väčšej miere reflektovať pomerne neskoro – autori sa viac-menej zhodujú na datovaní počiatkov antropológie turizmu do 60.–70. rokov (Bianchi 2003: 14–15, Shepherd 2002: 196, p. 2, Stronza 2001: 263–264). Príčiny tejto dlho pretrvávajúcej ignorancie by si zrejme zasluhovali dôkladnejšie preskúmanie, než poskytujú všeobecné odkazy na asociácie turizmu s frivolnosťou a plytkosťou (napr. Nash 1981: 461); rolu mohla zohrať napríklad snaha antropológov čo najviac sa dištancovať od turistov ako svojho neseriózneho a laického temného odrazu, s ktorým ich domorodci napriek tomu bez pocitov viny neraz zamieňali a zaradovali do spoločnej kategórie. Kľúčová však nepochybne bola jedna z dnes prekonávaných, hodnotovo zaťažených konceptuálnych dichotómií, ktorej sa bližšie venujem nižšie – protiklad „autentickej“ a „falošnej“ kultúry.

Výsledkom neskorého nástupu systematického antropologického bádania je, že ešte pred dvanástimi rokmi Nash (1996: 15) vo významnej syntetickej publikácii upozorňoval na teoretickú nedostatočnosť tohto poľa, nahrádzanú moralizovaním a prostou popisnosťou. Bližšie k súčasnosti Stronzová (2001: 263) konštatuje, že v teoretizujúcej literatúre o motívaciách turistov chýba uspokojujúca empirická báza, zatiaľ čo publikácie o dopadoch turizmu sa spoliehajú na dáta bez toho, aby ich analyzovali a konceptualizovali. Ešte slabšie rozoznávajú turizmus ako zásadnú tému autori v oblasti transnacionálnej antropológie – názorne o tom vypovedá napr. fakt, že v prehľadovej stati Stevena Vertovca (1999), vtedajšieho i súčasného riaditeľa výskumného programu britskej Rady pre ekonomický a sociálny výskum (Economic and Social Research Council) „Transnational Communities“, abscentuje akákoľvek zmienka o turizme, a to aj napriek tomu, že je tu v stručnosti predstavený spomínaný program a jednotlivé jeho tematické okruhy. Čiastočným vysvetlením môže byť práve explicitná orientácia na (analyticky otáznu) kategóriu „komunity“, ktorá je nekompatibilná so skúmaním niektorých druhov skupín a identít súvisiacich s turizmom. Tie sa totiž vzpierajú dvom klasickým spôsobom vymedzenia etnografického objektu, ktorými sú zdieľanie lokality u sedentárnych skupín a potom „kohézna sociálna interakcia v rámci jasne ohraničenej skupiny s obmedzenou výmenou jedincov“ v prípade nomádov (Sørensen 2003: 850). S týmto druhom teoretickej a metodologickej výzvy by sa ale transnacionálna antropológia mala dokázať vysporiadať.

Ďalšou dichotómiou príznačnou pre staršie spoločensko-vedné práce o turizme predstavovalo striktné rozdelenie jeho účastníkov na dve funkčne viazané jednotky, „turistov“ a „hostiteľov“ (napr. Smith *et al.* 1989, Mathieson a Wall 1982), pričom rola tých druhých bola typicky nahliadaná ako pasívna (cf. príznačnú dvojicu tvarov používaných van den Berghem *tourist vs. touree*). Príslušníkom hostiteľských spoločností bol turizmus nanútený, oni sami sa na jeho prilákaní aktívne nepodieľali a neboli schopní ovplyvniť a negociovat' jeho konkrétne charakteristiky. Podľa Aramberrího (2001: 756–757) koncepcia vzťahu hosť-hostiteľ založeného na nehmotnej reciprocite, ktorú zaviedli antropológovia a neskôr uplatňovali najmä marxisticky orientovaní kritici, je anachronická, pretože „neumožňuje objasniť domáci turizmus ani medzinárodné príchody do vyspelých destinácií, teda drvivú väčšinu turistických transakcií. V skutočnosti dokonca aj v malých komunitách utilitárna väzba zákazníci-prostredníci-poskytovatelia nahradila dohodu, ktorá v minulosti vymedzovala vzťah hosťa a hostiteľa.“ Ďalší závažný prúd kritiky odmieta, že by turizmus mohol

byť chápaný ako „vonkajší“ vo vzťahu k miestnym kultúram a spoločnostiam (viz nižšie). Poukázať sa tiež dá na empirické prípady vybočujúce z tejto jednoduchej klasifikácie, akými sú napríklad pracujúci turisti (Bianchi 2000, West 2006), z ktorých mnohí hľadajú prácu v turistickom sektore.

Antropológovia predpokladajúci polaritu hostí a hostiteľov sa vo vzťahu k vplyvom turizmu zameriavali prevažne na pochopenie toho, čo znamená pre miestne komunity; príčiny a motivácie zase vysvetľovali takmer výhradne z pohľadu turistov,⁶ pričom neskúmali, akými zmenami prechádzali – „zdá sa, že oba prístupy, dokonca aj keď sú skombinované, hovoria len polovicu príbehu“ (Stronza 2001: 262). Ak dáme bokom zdanlivo hodnotovo neutrálnu prácu obmedzenú na pragmatické riešenie problémov spojených s rozvojom turizmu, v starších kritických prácach vo všeobecnosti prevažoval pri vysvetľovaní vzťahov medzi zdrojovými a hosťovskými spoločnosťami skôr doraz na štrukturálnu determináciu než konanie aktérov. Boli to práve tieto neokolonialisticky a esencialisticky orientované práce, ktoré často zanedbávali samostatné konanie príslušníkov miestnych „komunit“ (neraz zobrazovaných ako statické a pevne ohraničené) a snažili sa ukázať, že turizmus prispieva k vytváraniu „závislosti“ medzi metropolitnými (t. j. zdrojovými) a periférnymi (t. j. cieľovými) oblasťami turizmu a následnej štrukturálnej zaostalosti periférií (Britton 1982, Nash 1989, Matthews 1978). Podľa týchto autorov rozvoj turizmu v mladých národných štátoch „tretieho sveta“ ako inherentne *top-down* proces nezodpovedal záujmom ich obyvateľov ako celku, ale jedine potrebám medzinárodnej a teda i domácej buržoázie („domorodé spolupracujúce elity“), ktorá turistickú infraštruktúru využíva a profituje z nej; to súčasne podkopáva krehkú národnú identitu hosťovských štátov (Crick 1989: 232–234). Táto literatúra nerefletovala skutočnosť, že pravidelný a opakovaný kontakt medzi obyvateľmi zdrojových a cieľových oblastí podporuje vznik takých druhov mobilít a sociálnych vzťahov, ktoré transcendujú priestorový dualizmus centra a periférie – napr. MacCannell (1992) hovorí o zvrátení pôvodne dominantných smerov pohybu a výmen vo veku „ex-primitívov“.

Oproti tejto štrukturalistickej tradícii kladie Bianchi (2003: 14) post-kolonialistické, foucaultovsky inšpirované práce, ktoré sa síce vyhýbajú esencializmu, ale trpia iným neduhom – zanedbávajú rozmanité socioekonomické kontexty rozvoja turizmu a príliš „uprednostňujú pochopenie [kultúrnej a identitárnej – pozn. MM] diverzity pred štrukturálnymi nerovnosťami v rozvojovom procese“. Je evidentné, že sú potrebné hlbšie analýzy takých

⁶ Jednou z najvplyvnejších teoretizácií príčin turizmu sa stala MacCannellova (1976) interpretácia, podľa ktorej turizmus predstavuje istú reflexiu hodnôt a štruktúry modernej spoločnosti. Procesy urbanizácie a špecializácie vedú k čoraz silnejším pocitom alienizácie, fragmentácie a povrchnej skúsenosti príslušníkov moderných spoločností, pre ktorých turistická spotreba predstavuje hľadanie stratenej pre-modernej autenticity. Podľa MacCannella turisti veria, že nadviazanie kontaktu s autentickým Druhým im zároveň umožní nadobudnúť pocit uceleného a zmysluplného *self*. Nash (1981: 467) zdôraznil nutnosť konceptualizácie turizmu ako „superštrukturálnej manifestácie nejakej viac základnej reality [o ktorej] je možné uvažovať ako o obdarenej schopnosťou spätne ovplyvňovať realitu, ktorá ju vytvorila“. Podobne aj výber „satelitov“ (čiže destinácií) a vzťahov s nimi je možné nahliadať ako pokusy o vytvorenie superštrukturálnych manifestácií zdrojovej („metropolitnej“) spoločnosti, ktoré v extrémnych polohách nadobúdajú polohu „turistického imperializmu“.

ekonomických aspektov, ako je vplyv námezdnej práce na predchádzajúce spôsoby subsistencie či vzťah medzi príležitosťami prinesenými turizmom a majetkovou stratifikáciou miestnych skupín, a to s vyššou vnímavosťou voči emickej perspektíve (Stronza 2001: 268–269).

Jedno zo spojív medzi výskumom transnacionalizmu a turizmu predstavuje teoretické prehodnocovanie vzťahov týchto konceptov k produkcii a spotrebe miest, ktoré v oboch prípadoch pracuje s dialektickým chápaním vzťahu globálneho a lokálneho aspektu a s predstavou identity miesta ako prekryvu „imaginárnych svetov“ zakúšaných a vytváraných ľudským konaním. Istým odrazom metafory „tokov“ vo vedeckom diskurze o globalizácii je potom teoretizácia turizmu ako súboru „mobilit“ ktoré určujú, kde a ako bude turizmus performovaný, kde vzniknú a zaniknú jeho lokality, pričom tieto prúdenia sú zároveň na lokalitách, na ktorých „dosadajú“ a ktoré premieňajú, samy vystavené účinkom „glokalizácie“ (Sheller a Urry 2004: 1–2). Turistami vyhľadávané oblasti pripomínajú kultúrne vysoko globalizované „svetové mestá“ (Sassen 2001) v tom zmysle, že takisto predstavujú určité nódy či uzly transnacionálnych sietí a tokov, v ktorých sa stretávajú a interagujú migranti, turisti, vysoko-kvalifikované kozmopolitné elity a rezidenti. V analýze rozvojovej turistickej politiky v Singapure Yeohová a Chang (2001) ukazujú, že turisti sú skutočne jednou z kategórií ľudí, ktorí mestám dodávajú ich globálny charakter a súčasne sú ním priťahovaní.

Okrem kultúrneho kontextu turizmus transformuje i materialitu „skutočných“ miest, aj keď tieto zásahy sú zvyčajne obmedzené „len“ na vybudovanie potrebnej ubytovacej a pridruženej infraštruktúry – samotný priestor, rovnako ako skúsenosť pohybu v ňom, sa totiž stáva nielen predmetom produkcie, ale hlavne spotreby (Bianchi 2003: 19). Preto sa „komoditou“, ktorú turisti v istom zmysle konzumujú pricestovaním do nej, stávajú najmä miesta vyznačujúce sa prírodnou krásou, kultúrnou odlišnosťou a príhodnou klímou, často vzdialené a ťažšie dostupné. Na druhej strane turizmus podnecuje aj vznik virtuálnych realít a hyperreálnych fantazmagórií s malým alebo žiadnym vzťahom k svojmu fyzickému prostrediu, akými sú napr. už spomínané tematické parky. Všetky tieto druhy „miest na hranie“ (*places to play*) ale musia byť opakovane konštruované určitými mobilitnými systémami, viacerými sieťovo prepojenými mobilitami kapitálu, osôb, predmetov, znakov a informácií, a takisto vhodnými performanciami na strane turistov aj miestnych obyvateľov. „Miesta na hranie sú teda často pre vlády, korporácie, miestnych, migrantov a mimovládne organizácie smrteľne vážne, pretože sú neprestajne v hre (*in play*) vo vzťahu k viacerým pretínajúcim sa a nepredvídateľným mobilitám...“ (Sheller a Urry 2004: 6–10). Táto konceptualizácia pomáha neprepadnúť lákavému dojmu, že turizmus je synonymom cestovania zámožných obyvateľov vyspelých štátov, umožneného odtelesnenými technológiami a infraštruktúrami; napr. Shellerová (2004) ilustruje s odkazom na existenciu mzdovo nenáročných centier na spracovanie dát v turisticky atraktívnom Karibiku, akými sú Jamaica Digiport International či Barbados Data Processing Centre, že hra jedných si vyžaduje telesnú prácu iných, späť s konkrétnymi miestami a regulovanú súborom lokálnych politických, ekonomických, sociálnych a kultúrnych praktík.

Turizmus a transnacionálne identity

Tak ako je identita prominentnou témou transnacionálnej antropológie, predstavuje súčasne významnú oblasť záujmu i v turistických štúdiách – a to do tej miery, že je možné konštatovať, že „téma identity je v diskurze o turizme všadeprítomná“ (Lanfant 1995: 30). Istý dlh voči turizmu ako takému zo strany transnacionálnej antropológie sa ale dá konštatovať aj vo vzťahu k jeho identitárnemu rozmeru. Binderová (2004: 4, dôraz pridaný autom) pritom upozorňuje hneď na tri aspekty, ktorými môže začlenenie témy turizmu obohatiť uvažovanie o transnacionalizme: „Na rozdiel od migrácie, turizmus nie je založený na potrebe prežitia, ale má charakter seba-obohatenia a pôžitku. (...) Ďalej obracia náš pohľad na skutočnosť, že transnacionálna identita v kontexte turizmu môže byť vytvorená len dokumentovaním prekračovania hraníc. (...) Po tretie, výskum turizmu sa zameriava na účasť jedinca v procese globalizácie bez *explicitných* politických, ekonomických, či sociálnych ambícií (...) ukazuje, ako sú turistické skúsenosti v podobe transnacionálnych praktík na základe toho, že umožňujú získať či udržať si pozíciu víťaza globalizácie, premieňané na individuálny prospech v globalizovanom svete.“ Zdá sa, že samotnou svojou povahou turizmus obracia našu pozornosť na inštrumentalistický aspekt transnacionálnych identitárných procesov.

Môžeme pritom rozlíšiť viacero významov a kontextov, v ktorých sú identita a príbuzné koncepty v turistických štúdiách uplatniteľné. Predovšetkým sa v súlade s neustálou recipročnou a vzájomne konštitutívnou interakciou medzi priestorom a spoločnosťou (konkrétnejšie medzi miestami/tokmi a komunitami/sieťami) v globalizovanom svete dajú identifikovať dva funkčné aspekty turizmu: vystupuje jednak ako *faktor vzniku transnacionálnych identít* a jednak ako *transnacionálne médium vzniku lokalizovaných identít*. Neznamená to nutne, že umožňuje vznik dvoch odlišných a jasne oddelených súborov identít; naopak, je opodstatnené predpokladať, že v mnohých inštanciách tieto dva aspekty predstavujú len rôzne fázy konštrukcie jedinej identity (cf. nižšie príklad de-teritorializácie identity počas cesty a jej re-teritorializácie po návrate domov u batôžkárov). Zatiaľ čo v prvom prípade je identita inherentne spojená s mobilitou jedincov a skupín, ktorí ju konštruujú a performujú (čiže primárne turistov samotných, ale tiež rôznych typov migrantov), v druhom prípade to môže byť i mobilita Iných, ktorá postačí na podnietenie (často intencionálnej a reflektovanej) práce s vlastnou identitou, inscenovanej v sociálnom, kultúrnom a politickom kontexte danej translokality.

Z Desforgesovej analýzy (2000: 930, pôvodný dôraz) ďalej vyplýva, že koncepty osobnosti vnášané do výskumu turizmu zdieľajú viacero podobností, najmä vedomie dôležitosti toho, ako si ľudia predstavujú sami seba a kým by sa chceli stať („*vnútorný*“ naratív osobnosti“), a možnosť interpretácie turistickej spotreby pomocou týchto predstáv („*vonkajšie*“ skúsenosti a praktiky, ktoré vytvárajú a sú vytvárané týmito historicky a geograficky situovanými významami seba-identity“). Súčasne ale Desforges, ktorého zaujíma vysvetlenie „geografií turistickej spotreby“ v prípade ciest na veľké vzdialenosti, načrtáva hneď dve diferencujúce osy: na prvej, týkajúcej sa škály sociálnych interakcií, na ktorých je osobnosť rozvíjaná, odlišuje medzi sociologizujúcim a kolektivistickým poňatím (gravituje skôr k pojmu identity) a psychologizujúcim a individualistickým poňatím (pojem *self*). Vo vzťahu k možnému využitiu osobnosti v analýze turizmu potom rozoznáva na jednej strane prístup zameraný na skúsenosť sveta vytváranú turizmom a na druhej strane orientáciu na turistické praktiky a reprezentácie ako symboly sociálnej odlišnosti.

Čo sa týka konštrukcie identity alternatívnych turistov, ako plodnejšia sa javí druhá z možností, ktorá evokuje tradíciu skúmania „kultúrneho kapitálu“ založenú Bourdieuovou (1984) teóriou dištinkcie a zjemneného vkusu a ústiacu napríklad do Ericksonovej (1996) reformulácie, podľa ktorej kapitál adaptovaný na dnešné podmienky je skôr „multikultúrny“ či kultúrne „všežravý“ a zahŕňa znalosť širokej škály menej striktno hierarchizovaných variét a štýlov; túto charakteristiku vykazujú aj niektoré typy alternatívneho turizmu. Význam prvého Desforgesovho rozdelenia značne znižuje rozpoznanie skutočnosti, že v zásade tú istú „interne-externú dialektiku identifikácie môžeme vidieť účinkovať v konštrukcii kolektívnych rovnako ako individuálnych sociálnych identít“ (Jenkins 1996: 87), pričom význam pripisovania a performovania odlišnosti v sociálnych interakciách pre utváranie osobnosti čoraz viac prijíma aj súdobá psychológia. Aj keď teda konštrukcia identity turistov, najmä batôžkárov, prebieha predovšetkým na individuálnej úrovni, je inherentne spojená so sociálnym kontextom, ktorý jej dodáva surový semiotický „materiál“ a v ktorom sama nadobúda význam; preto sa nezdá dôležité situovať načrtávaný výskumný smer na tejto osi.

Turistické etnicity

Téma identity je v turistických štúdiách pravdepodobne najrozvinutejšia v skúmaní „turistickej etnicity“ či turizmu ako „etnických vzťahov“. Pierre van den Berghe (1980) ako jeden z prvých upozornil na to, že turizmus predstavuje sám o sebe súbor etnických vzťahov a významný prostriedok masového, mocensky a ekonomicky asymetrického interetnického kontaktu, organizovaného podľa socioekonomickej stratifikácie a etnických hraníc medzi turistami, *tourées* (čiže objektmi turistického záujmu) a sprostredkovateľmi, ktorí facilitujú kontakt medzi prvými dvomi skupinami. Turizmus môže v rámci hostiteľskej populácie podnietiť etnickú deľbu práce založenú na predchádzajúcich etnických hierarchiách, na ktoré je aplikovaný (napr. vzťahy medzi indiánmi a mesticmi v Peru), pričom ich môže posilniť či modifikovať. Van den Berghe ďalej v tematickom čísle *Annals of Tourism Research* editovanom spolu s Keyesom (1984) poukázal na to, že turizmus môže viesť i k upevneniu etnických stereotypov. Jeho práce však boli napadnuté kvôli esencionalistickému poňatiu etnicity (napr. Hitchcock 1999: 19) a zjavná je tiež ich závislosť na prísnom funkčnom rozdelení aktérov „turistického stretnutia“, podľa ktorého turisti predstavujú vo vzťahu k miestnym jednoznačne cudzí, vonkajší prvok.

Pochopiteľnou slabinou mnohých analýz vychádzajúcich z týchto základných predpokladov bol jednostranný pohľad na fungovanie moci v interakciách ovplyvňujúcich identitu aktérov. Väčšina autorov tak zdôrazňovala len to, že „turistický pohľad“ komunikuje miestnym stereotypné či orientalistické predstavy o tom, akí by podľa očakávaní mali byť a správať sa, a vzhľadom na nerovné mocenské pozície turistov a *tourées* tým identitu druhej skupiny naozaj formuje. Autori pritom odkazovali na rôzne determinanty turistickej etnicity: masmédiá (Urry 1990), mladé štáty snažiace sa budovať jedinečnú národnú identitu pomocou axiologicky, estetizovane vymedzenej „kultúry“ (Wood 1997), anachronické či bezčasové predstavy o tom, akí by „domorodci“ mali byť, často väzujúce v koloniálnej minulosti (Cohen 1993), alebo jednoducho marketing cestovných agentúr. Pohľad cudzinca tu vystupuje ako určitý referenčný bod a garant kultúrnej identity, ktorá je na ňom závislá; moc určiť, čo je

a čo nie je autentické, je v centre, a periféria sa tomu nanajvýš prispôsobuje (Lanfant 1995: 36). Miestni obyvatelia tak spolupracujú na zvláštnom druhu exploitatívnych kapitalistických vzťahov: na svojom vlastnom „vykorisťovateľskom symbolickom útlaku“, ktorý spočíva v „bytí samým sebou pre iných“ (Bianchi 2003: 19), inými slovami v *komodifikácii kultúry* a tým i na nej viazanej *identity*.

Je možné identifikovať dve základné skupiny dôvodov, prečo je táto argumentácia nahliadaná ako neuspokojivá: empirickú neúplnosť a konceptuálnu problematickosť. Čo sa týka empirických medzier, autori mali tendenciu predpokladať, že na rozdiel od príslušobov reklám propagujúcich etnický či kultúrny turizmus je „v turistickom stretnutí *self* turistu zmenené len veľmi málo, zatiaľ čo *self* domorodca zažíva zásadnú zmenu“ (Bruner 1991: 248), a na základe toho sa sústredili len na identitárne procesy u miestnych. A práve v spôsobe, ako tieto procesy antropológovia väčšinou rámcovali, nachádzame jednu z pravdepodobných príčin ich dlho pretrvávajúceho nezájmu o turizmus: „Antropológovia ako intelektuáli pohľadali turizmom ako komerčným, neautentickým a nevkusným. Mali pocit, že turistická kultúra je jednoducho len oklieštená verzia úplnejšej a autentickejšej domorodej kultúry, ktorá sa nachádza niekde inde“ (Bruner 1996: 159). Morálny podtón tohto diskurzu je teda evidentný – turizmus prispieva k „bastardizácii“ až zániku domorodej kultúry ako žijúceho, unikátneho systému, zbavuje ju jej pôvodnej hodnoty a funkcie pre jej samotných príslušníkov a mení ju na významovo vyprázdnený tovar. Taká je v skratke argumentácia Greenwoodovej klasickej štúdie (1989) sviatku *alarde* v baskickom meste Fuenterrabia – jeho sprístupnenie turistom ho údajne pripravilo o všetok žijúci symbolický a kultúrny význam. V podobnom duchu glosoje vplyv turizmu na údajne pôvodné, čisté a neskazené domorodé kultúrne systémy veľké množstvo ďalších prác, prestúpených oným kultivovaným pohľadaním cestovaním a cestovateľmi, ktoré v úvode svojich *Smutných trópov* tak pregnantne a bezprostredne vyjadril Lévi-Strauss (1966: 10–11).

Iní autori upozornili, že následkom dominancie tohto poňatia bol vzťah kultúry a identity vnímaný lineárne a jednosmerne (rozkladom či premenou kultúry dochádza k rozkladu identity, ktorú plne determinuje) a prehliadala sa možnosť vedomého strategického konania a/alebo kreatívnej rekonštrukcie etnicity domorodcov v reakcii na príležitosť predstavovanú záujmom turistov. Inými slovami, kultúrna zmena môže byť nielen príčinou, ale i prostriedkom či produktom transformácie identity, a identitárne prejavy (vrátane tých odkazujúcich na primordialistické predstavy o etnicite a kultúre) si môžu miestni osvojiť celkom vedome, a to nielen s cieľom maximalizovať zisk, ale aj obnoviť a rozvinúť „svoju“ kultúru spôsobom, ktorý nahliadajú ako pozitívny. Napríklad Chambriovia z Papuy-Novej Guiney pri iniciáciách mladých mužov vyslovujú ako jednu z výziev: „Si dost' (mužom) na to, aby si vyrábal rezby a umiestňoval ich v mužskom dome, kde si ich môžu kúpiť turisti?“ Chambriovia neinterpretujú príchody turistov do svojich sídel či dokonca ich účasť na iniciačných rituáloch ako znak premeny vedenia zdedeného od predkov, ale naopak ako dôkaz jeho pretrvania a sily – to ono turistov priťahuje a podnecuje, aby si kúpili artefakty (Gewertz a Errington 1991). Podobné reakcie boli opakovane rozoznané i v súvislosti s balijskou kultúrou. Koloniálne holandské úrady otvorili Bali pre turistov už v prvej dekáde 20. storočia (Hitchcock 1998: 125) a rozvoj kultúrneho turizmu neskôr cielene podporovala aj provinčná balijská vláda. „Kultúrna renesancia“ tradičných balijských umeleckých foriem viedla v 70. rokoch amerického

antropológa McKeana (1973) k formulovaniu tézy „kultúrneho umocnenia“ (*cultural involution*). Podľa neho Balijsci svoju kultúru neopustili, ale pridali k tradičným roliam nové, spočívajúce v performanciách pre turistov, a medzi týmito dvomi oblasťami kultúry stanovili a udržovali jasné hranice; zároveň im zisky z turizmu umožnili ďalej rozvíjať tradičnú kultúru. MacCannell (1976) v tejto súvislosti hovoril o rozdelení kultúry v reakcii na turizmus na tzv. *frontstage* časť, kde domorodci predvádzajú turistom určitý obmedzený okruh aktivít, a *backstage*, ktorý je chránený pred komodifikáciou. Dnes sa však zdá, že tieto predstavy pramenili skôr z kategórií vlastných antropológom (napr. „profánne“ a „posvätné“), ktoré natívni obyvatelia nemuseli nevyhnutne zdieľať. Picard (1990, 1995) ukázal, že turizmus nie je možné považovať vo vzťahu k balijskej kultúre za externý – naopak, je jej integrálnou súčasťou a medzi jednotlivými predpokladanými sférami kultúry, ktoré sú antropológovia (a ďalší aktéri zainteresovaní na takomto rozlišovaní s cieľom zachovať kultúrnu „čistotu“, napr. provinčná vláda) v pokušení vymedzovať, dochádza k čulej výmene a migrácii prvkov. Nejasnosť deliacej línie medzi kultúrou ako hodnotou samou o sebe a tovarom určeným pre turistický trh, ktorá zodpovedá nejasnosti hranice medzi lokálnym a globálnym na Bali ako turistickej translokality, nás vedie k záveru, že „doktrína ‚kultúrneho turizmu‘ (*pariwisata budaya*) mení balijskú kultúru na to, čo by bolo možné nazvať ‚turistickou kultúrou‘ (*budaya pariwisata*) – teda na kultúru, ktorú podľa Balijscov samotných charakterizuje zamieňanie hodnôt kultúry a hodnôt turizmu – a to je presne to, čomu sa táto doktrína pôvodne snažila za každú cenu vyhnúť“ (Picard 1990: 74).

Takéto príklady ukazujú, že domorodci sa môžu k turizmu vzťahovať spôsobmi, ktoré sa podstatne líšia od očakávaní antropológov, a že v niektorých prípadoch nie je vhodné hovoriť o *dopadoch* turizmu na kultúru a identitu, ale o ich vzájomnom vnútornom *formovaní sa*. To však samo o sebe nestačí na dekonštrukciu neudržateľného konceptuálneho predpokladu tak teórie kultúrneho zániku, ako aj kultúrneho umocnenia – *protikladu autentickej a falošnej kultúry* a identity. Táto dichotómia podľa Shepherd (2002) spočíva nedostatočne doceneným spôsobom na Marxovej teórii hodnoty, konkrétne jeho rozlíšeniu úžitkovej a výmennej hodnoty komodity. Zatiaľ čo úžitková hodnota je definovaná ako v podstate pravá, autentická, racionálna a prirodzená, výmenná hodnota je falošná, umelá, iracionálna a tým, že prekrýva spoločenskú hodnotu práce, prispieva k odcudzeniu pracovníkov od produktov ich práce. Analogicky antropológovia hodnotia ako neželateľné následky prisúdenia výmennej hodnoty prvkom kultúry, ale tu si je treba uvedomiť, že sociálne „následky sa stávajú problémami, len keď sú tak definované, a to vedie k otázke, kto ich takto definuje“ (ibid.: 188). Je možné vymedziť súbor znakov, ktoré pre proponentov týchto postojov odlišujú autentickú, pravú a „posvätnú“ kultúru od tej neautentickej a „profánnej“: je reprodukováaná na špecifickom mieste, špecifickým typom ľudí a pre špecifický účel, ktorý nie je ekonomicky motivovaný (ibid.: 190–192). Vidíme zjavnú podobnosť s ľudovým modelom „etnickej kultúry“ alebo tiež s „redukcionistickou sociológiou kultúry“ odvodenou od herderiánskeho poňatia kultúry ako vyjadrenia jedinečnosti každej ľudskej skupiny, ktorá neproblematicky „vlastní“ túto jedinu, homogénnu (smerom do vnútra „rovnakú“) kultúru, a zároveň ako reifikovaného objektu, ktorý je možné ľahko a jednoznačne ohraničiť (smerom navonok je „odlišný“) (Benhabib 2002). Je koniec koncov nanajvýš paradoxné, že sú antropológovia ochotní s plnou vážnosťou uplatňovať ako analytický koncept to, čo je predmetom túžby samotných etnických

turistov. Vhodnou alternatívou k deleniu objektov a praktík na komodity a ne-komodity, v ktorom význam oboch strán dichotómie závisí na svojom protiklade, je akceptovanie skutočnosti, že sú všetky objekty a skúsenosti *potenciálnymi komoditami*: „Je potrebné hovoriť o súperiacich autenticitách, všetko produktoch konkrétnych spoločenských síl zapojených do procesu kultúrneho (znovu-)vynachádzania a spotreby v kontexte jestvujúcich spoločenských vzťahov“ (Shepherd 2002: 196).

Komodifikácia kultúry si ako sociálny fakt teda zaslúži náležitú pozornosť, ale je nutné opustiť moralizmus a nekriticky prijímané implicitné predpoklady diskurzu o nej. Turizmus môže ovplyvniť, ktoré etnické *markers* budú preferované ako komodity a súčasne symboly hrdého stotožnenia sa so svojou identitou, a to práve vďaka tomu, že podporuje vznik vedomia ich výmennej hodnoty; táto reflexívna a transparentná povaha konštrukcie turistickej etnicity býva zdôrazňovaná ako jej charakteristický rys (Wood 1998: 225–226). Napríklad revitalizáciu mayskej identity v Belize na základe štúdia odborných a iných písomných prameňov o kultúre predkov, s ktorou už nie je zachovaný bezprostredný kontakt, popisuje Medinová (2003: 354, pôvodný dôraz) ako príklad „komodifikácie kultúry pre turizmus, ktorá môže zahŕňať použitie *nových prístupových ciest k veľmi starým* kultúrnym tradíciám.“ Bruner (1996: 258) v súvislosti s balijskou „turistickou kultúrou“ namiesto rozdelenia kultúry na *frontstage* a *backstage* navrhuje predstavu „turistickej hraničnej zóny“ (*tourist borderzone*) ako prázdneho javiska, na ktoré s rôznymi cieľmi v čase performancií prichádzajú (viac-menej tí istí) miestni obyvatelia a (neustále sa meniaci) turisti. Kultúrne formy v tomto transnacionálnom priestore vznikajú v neustálej interakcii a výmene turistov, Balijscov, migrantov zamestnaných v kultúrno-turistickom komplexe a zaangažovaných subjektov (napr. centrálnej a provinčnej vlády, súkromných firiem), pričom niektoré z týchto foriem sa po čase stávajú organickou súčasťou každodennej kultúrnej praxe miestnych (cf. tiež koncept „vznikajúcej autenticity“ in Cohen 1988: 380). Hraničná zóna teda nie je fluidným, dokonale synkretickým a „bezšvovým“ priestorom, ale miestom produkcie odlišností a politických zápasov o ich konkrétne podoby.

Ideu turistickej translokality je ďalej možné rozviesť konštatovaním, že súbor *inside/outside* percepcií a praktík a na ne nadväzujúca manipulácia identity nevyžadujú ako spúšťač prítomnosť cudzincov-turistov. Odhaduje sa, že štyria z piatich turistov sú občania štátu, v ktorom cestujú (Heath a Wall 1992: 3), a vďaka tranzitivite turistickeho statusu sa teda napríklad Indonézan, inak vystavený „turistickému pohľadu“ medzinárodných cestovateľov, môže vo svojom vlastnom štáte na istý čas stať tým, kto sa takto pozerá na Iných, ktorí sú zároveň na iných úrovniach a škálach klasifikácie jeho „blízkymi“. Etnické vzťahy a identita miestnych býva tiež významne ovplyvňovaná prítomnosťou migrantov pracujúcich v turistickej sektore, literatúrou často prehliadaných. Spôsoby zamestnávania a postoje k prevažne rumunským a ruským pracovným migrantkám v Severocyperskej tureckej republike tak odrážajú sociálne zápasy obklopujúce konštrukciu ženského rodu v meniacej sa miestnej spoločnosti (Scott 1995). Transnacionálna sociálna forma podnietená turizmom v takýchto prípadoch vynáša na povrch lokálne identitárne napätia a potenciálne uľahčuje ich vyriešenie, všeobecne povedané, „pokiaľ sa tvrdí, že turizmus podporuje vynachádzanie, obnovovanie a rušenie odlišnosti, ide o zdôrazňovanie prechodných priestorov v kultúrnych praktikách“ (Bianchi 2003: 17). Príchod migrantov z rôznych častí Kene do turistami vyhľadávaného

prímorského regiónu Malindi a súbor s turizmom súvisiacich ekonomických aktivít a vzťahov vyvolal etnické napätie a konflikt, ktorý na jednej strane posilnil vnútornú kohéziu predtým vysoko štiepných etnických skupín a na druhej strane viedol k vzniku interetnických identít jednotlivcov s podobnými záujmami, ako ukazuje napr. solidárne správanie medzi prostitútkami *malaya* (Jamison 1999).

Batôžkárske identity

Kým vo vzťahu k turistickým etnicitám a ďalším uvedeným prípadom zohráva turizmus rolu určitého transnacionálneho kontextu či podnetu pre formáciu lokalizovanej identity, turistom samotným primárne umožňuje vznik ich deteritorializovanej a prechodnej identity, ktorej význam môžu až následne vyjednávať a situovať v lokálnom sociálnom a diskurzívnom rámci (najčastejšie po návrate „domov“). Na úrovni externej sociálnej klasifikácie zo strany *tourées*, s ktorou sa turisti nemusia stotožňovať a ktorej si ani nemusia byť vedomí, pozorujeme predovšetkým ich zaradovanie do jednotnej supra-etnickej či transnacionálnej kategórie na základe *vnímanej* podobnosti ich aktuálnej situácie, správania, ale tiež ekonomického statusu či fyziognómie. Napríklad v seychelskej kreolčine založenej na francúzštine je výraz *tourist* hravo pozmenený na ironické *tout riche* („každý bohatý“), zatiaľ čo v indonézskej Jogjakarte budú ako *turis* s veľkou pravdepodobnosťou identifikovaní všetci belošsky vyzerajúci cudzinci bez ohľadu na skutočný dôvod ich pobytu (Hitchcock 1999: 25). Seba-identifikácia turistov, čiže ich prijatie a internalizácia špecifickej identity, je potom nesená v prvom rade stretnutím s Iným, pričom predstava turistov o tom, kým tento Iný je, je oveľa rozmanitejšia, než majú mnohí sociálni vedci tendenciu predpokladať. „Tradiční“ masoví turisti tak môžu byť celkom spokojní so zachovaním a potvrdením starých známych stereotypov o exotických, primordiálnych a nezmenených domorodcoch. Skupina turistov na Bali, ktorých sa Bruner (1996: 175) v dvojitej úlohe antropológa a ich sprievodcu-experta pýtal na dojmy z tanečných predstavení, celkom otvorene priznávala, že ich nezaujíma otázka „autenticity“, ale skôr estetických štandardov vystúpení. Pre turistov, ktorí svoju turistickú identitu reflektujú a vedome sa s ňou pohrávajú namiesto toho, aby sa od nej snažili dištancovať, sa vžilo označenie *post-turista* (napr. Urry 1990: 91).

Naopak „alternatívni“ turisti prezentujú ako cieľ svojich ciest dosiahnutie „autentických“ zážitkov a skúseností, hlbokého, „skutočného“ pochopenia a (dočasného) začlenenia sa medzi Iných, čoho očakávaným následkom býva i vlastná premena smerom „k lepšiemu“. Za akýchsi predchodcov dnešných batôžkárov bývajú pokladaní „nomádi“ či *drifters* vychádzajúci z hippie hnutia 60. a 70. rokov. Títo zvyčajne vzdelaní mladí príslušníci strednej triedy sa vyhýbali infraštruktúre masového turizmu, pohybovali sa rozptýlene medzi miestnymi populáciami a dlhodobým cestovaním sa snažili uniknúť normatívnym životným dráham. Ani ich praktikám sa však nevyhla pomerne rýchla inštitucionalizácia, ktorá spolu s rastúcim počtom *drifters* viedla k častejším interakciám medzi nimi navzájom než s príslušníkmi host'ovských spoločností (Cohen 1972, 1973), napríklad v komunitách založených v indickej Goe. Preto neprekvapuje, že rôzne druhy alternatívnych turistov, ktorí sa aspoň rétoricky hlásia k podobným hodnotám, sú častým terčom normatívne ladených akademických kritik. Napr. pre Munta (1994) sú ekoturisti skôr „egoturistami“, ktorí fetišizujú a estetizujú rozvojové krajiny

a snažia sa ich návštevami, chápanými ako prejavy vhodného životného štýlu, získať kultúrny kapitál, potrebný na konštrukciu identít príslušníkov „nových“ stredných tried.

Nielenže sa ich skutočná prax často líši od deklarovaných ideálov, ale batôžkári sú natoľko heterogénni čo do pôvodu, rodu, socioekonomického statusu, dĺžky a spôsobu cesty, destinácie, rozpočtu a všemožných ďalších charakteristík, že sa zdá otázne, či ich má vôbec zmysel vymedzovať ako skupinu, a ak áno, tak akým spôsobom (viz tiež odchylnosť od klasických antropologických vymedzení skupiny vyššie). Sørensen (2003) preto považuje za zmyslupnnejšie skúmať batôžkárov skôr vo význame sociálne konštruovanej kategórie než deskriptívneho pojmu a potvrdzuje, že aj tí z nich, ktorí túto nálepku odmietajú, sa k nej nejakým spôsobom vzťahujú: „Explicitné či implicitné rozoznanie týchto pojmov je dôležité spôsobom, ktorý siaha za implicitné dištancovanie sa od stereotypu turistu. Títo jedinci sa totiž v rôznej miere a intenzite vzťahujú k zdieľanému referenčnému rámcu (...) a ich čiastková a zlomkovitá interakcia vytvára význam, ktorý ovplyvňuje normy, hodnoty, správanie a ďalšie prvky ich sociálnej existencie“ (ibid.: 848–849).

Ďalším bodom, ktorý umožňuje uchopiť tento druh turistov ako identitárnu skupinu, sú ich intenzívne *sociálne interakcie* počas cesty, rýchlo nadväzované a prerušované vzťahy a komunikácia, v ktorej cestovanie vystupuje ako primárna a automaticky predpokladaná téma, ale ktorá môže pomerne ľahko prejsť aj do sfér inak vnímaných ako značne intímne; veľmi intenzívne a súčasne extenzívne komunikačné siete batôžkárov si všíma už i staršia literatúra (napr. Riley 1988). Interakcia a komunikácia v rámci skupiny dokonca figurujú medzi často uvádzanými motívmi nezávislého cestovania a vzhľadom na to, že sú tieto javy v prípade batôžkárov nápadnejšie než u turistov všeobecne, predstavujú vhodný predmet pre modelové štúdie, ktorých výsledky môžu potom byť vzťahnuté i k turistom ako takým (Murphy 2001). Toto správanie pritom kontrastuje so seba-percepciou batôžkárov ako určitých kultúrnych mediátorov, ktorí počas ciest zbierajú zážitky a vnemy v kontakte s ďalšími cestovateľmi a domorodými Inými a následne ich sprostredkujú svojej rodine, priateľom, kolegom atď. Intenzita interakcií a komunikácie medzi neustále sa obmieňajúcimi, často do istej miery anonymnými aktérmi nahrádza rolu transgeneračnej reprodukcie a trvalých sociálnych inštitúcií pri odovzdávaní noriem, hodnôt a spôsobov správania, vďaka čomu sú tieto prvky málo rigidné, neustále *ad hoc* vyjednávané, manipulované a prispôbované (Sørensen 2003: 855). Všeobecná fluidita a mobilita batôžkárskej identity korešponduje s kľúčovou úlohou internetu pri jej udržiavaní po návrate „domov“; navyše jeho používanie počas cesty na kontaktovanie iných cestovateľov, ktorí sa takisto nachádzajú niekde v teréne, a na komunikáciu s rodinou, priateľmi či spolupracovníkmi „doma“, umožňuje byť do istej miery vo viacerých časopriestoroch súčasne a stierať hranice medzi nimi.

Autori sa pochopiteľne vo vzťahu k batôžkárom zaoberali otázkami získavania oceňovaných *kultúrnych zdrojov*, ktoré spájali so strategickým správaním príslušníkov vzdelanej strednej triedy. Binderová (2004: 5) hovorí o neustále obnovovanej a redefinovanej transnacionálnej identite, ktorá odkazuje na svet rovnako ako na jednotlivca a ktorú nazýva *globedentity*: „V nadväznosti na diskurzy globalizácie v hospodárstve, vzdelávaní a sociálnych a kultúrnych vedách sú to predovšetkým prvky telesnej mobility a face-to-face interakcií, ktoré vystupujú do popredia ako predpoklady pre identitu spĺňajúcu požiadavky globalizujúcich sa spoločností. Nielenže globálni hráči očakávajú, že ich zamestnanci budú flexibilní a mobilní

a že budú ovládať rôzne jazyky, ale už od raného vzdelávania sa žiaci učia, aké dôležité je spoznať ‚Iného‘ prostredníctvom cestovania s otvorenou myslou.“ Nezávislé cestovanie bez ohľadu na udávané motivácie môže teda rôznym príjemcom signalizovať samostatnosť, čulý záujem o problémy sveta či jednoducho „lepší vkus“, než majú stigmatizovaní masoví turisti. Konštitutívnymi prvkami takejto privilegovanej a privilegujúcej identity sú fyzická mobilita, ktorá umožňuje získať vyšší spoločenský status; priestor aj s jeho prekračovanými hranicami ako sémantický zdroj skúseností; neustála hra deteritorializácie a reteritorializácie; interakcie medzi cestovateľmi navzájom a najmä autentifikácia pomocou kontaktov s domorodcami, ktorí sú diskurzívne rámcovaní ako výrazne odlišní, hoci sú typicky vybavení aspoň čiastočnými kompetenciami pre transakcie s príslušníkmi západných spoločností. Desforges (1997), ktorý na základe hĺbkových rozhovorov s batôžkármi hovorí o „zbieraní miest“ prezentovaných ako séria odlišností od domova, však obracia pozornosť tiež na to, že vyťaženie výhodného kultúrneho kapitálu z „autentických“ zážitkov z tretieho sveta (napr. zaradením zmienky o ceste do CV odovzdanom pri pracovnom pohovore) rozhodne nie je čímsi samozrejším, keďže rôzne špecifické kontexty lokalizácie môžu predstavovať náročné výzvy. Ako ukazuje príklad cestovateľky, ktorá zistila, že musí svoje cesty rámcovať vhodným spôsobom, aby nebola potenciálnymi zamestnávateľmi vnímaná ako nespoľahlivá fluktuantka, „imaginatívne geografie cestovateľov, alebo tiež to, kde by mali ísť ‚zbierať miesta‘, sú otvorené pochybnostiam“ (ibid.: 187).

Silnou tendenciou je v súčasnosti skúmanie týchto javov ako diskurzívnej a špecificky *naratívnej konštrukcie* identity a generovania naratívneho kapitálu. Špecifikami formácie identity prostredníctvom rozprávania príbehov je podľa niektorých naratívnych teoretikov jej temporalita, ktorá umožňuje spájaním jednotlivých životných skúseností do časovo súvislých útvarov komunikovať dojem kohéznej identity. Iní autori tvrdia, že individuálne príbehy bývajú nejakým spôsobom prepojené s „veľkými“ kultúrnymi príbehmi (*master narratives, cultural plotlines* a pod.) a vzťahujú tak konštruovanú identitu k širším sociálnym a kultúrnym očakávaniam (Benwell a Stokoe 2006: 138–139). To sa prejavuje v prípade „naratívov osobnej premeny“ mladých izraelských batôžkárov – keďže nezávislé cestovanie je tradičnou doménou západnej mládeže z vyšších vrstiev, takéto príbehy predstavujú pre skúmaných Izraelčanov potvrdenie príslušnosti ku kolektívnej identite, na ktorú sa orientujú (Noy 2004: 82). Tematizácia osobnej premeny prebieha v dvoch hlavných žánroch naratívov, „romantickom“ a „nábožnom“, tie ale zdieľajú základné charakteristiky: sprostredkujú stretnutie s autenticitou, ktorá je zažitá na exotických, primordiálnych miestach a využitá ako komodita, a rozprávajú o vybočení z hraníc „existenčne známeho“ s cieľom nájsť „vznešeného, autentického Druhého“ a vďaka nemu zakúsiť osobnostnú zmenu (ibid.: 92). Vzťah medzi identitou a diskurzom ako sociálne významnou jazykovou praxou teda zjavne tvorí ďalší sľubný most medzi spoločensko-vedným výskumom transnacionalizmu a turizmu.

Záver

Konštrukcia identity a jej vzťahy s geografickými a sociálnymi priestormi predstavujú jednu z možných spojnic antropológie transnacionalizmu a turistických štúdií, ktorú som sa tu ako interdisciplinárne pole bádania pokúsil situovať vo vzťahu k jeho zdrojovým

doménam, otázkam, ktorými by sa malo zaoberať, a konceptom, ktoré pritom môže využiť. Zároveň sa jedná o jedno z najslubnejších z eventuálnych spojení, keďže tieto témy boli už v obidvoch východných poliach pomerne dôkladne rozpracované. Množstvo ďalších relevantných predmetov záujmu bolo pochopiteľne vynechaných, napríklad účasť transnacionálnych korporácií na turistickom priemysle, úloha turizmu ako prostriedku transnacionálne riadeného a plánovaného rozvoja chudobných štátov či klasifikácia určitých budov, sídel a miest všeobecne ako súčasť globálne spravovaného „svetového dedičstva“ (viz proces *heritagization* in Arellano 2004: 68). Priestor nedovolil adekvátne postihnúť dokonca ani niektoré čiastkové otázky týkajúce sa identity, konkrétne napríklad, aké sú vzťahy medzi politikou rozvoja turizmu v rámci EÚ a formáciou vedomia európanstva. Avšak aj tie problémy, ktoré sa tu otvoríť podarilo, odkazujú na kľúčové zistenie, že ak chce antropológia a sociálna veda ako taká udržať krok so stále rastúcim významom transnacionálnych skúseností a praktík pre spôsoby sociálnej klasifikácie a seba-identifikácie, potrebuje sa definitívne odpútať od sympatií k bonmotom, podľa ktorých je napríklad turistický sprievodca nástrojom slepoty (Barthes 1972: 76) – pretože turistický diskurz v skutočnosti funguje ako nástroj videnia, ktorý nám sprostredkúva krajiny, kultúry, identity seba aj Iných (vrátane tých transnacionálnych), a úlohou antropológie je pochopiť presnú povahu týchto mediácií.

Literatura

- APPADURAI, Arjun. Global ethnoscaples: notes and queries for a transnational anthropology. In FOX, R.G. *Recapturing Anthropology: Working in the Present*. 1. vyd. Santa Fe: School of American Research Press, 1991, s. 191–210. ISBN 0-93345-278-0.
- APPADURAI, Arjun. The production of locality. In FARDON, R. *Counterworks: Managing the Diversity of Knowledge*. 1. vyd. London: Routledge, 1995, s. 204–225. ISBN 0-41510-793-8.
- ARAMBERRI, Julio. The host should get lost. Paradigms in the tourism theory. *Annals of Tourism Research*, 2001, č. 28, s. 738–761. ISSN 0160-7383.
- ARELLANO, Alexandra. Bodies, spirits and Incas: performing Machu Picchu. In SHELLER, M., URRY, J. *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. 1. vyd. London / New York: Routledge, 2004, s. 67–77. ISBN 0-415-33879-0.
- BARTH, Fredrik. Introduction. In BARTH, F. *Ethnic Groups and Boundaries*. Long Grove: Waveland Press, 1998. s. 9–38. ISBN 0-88133-979-2.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1995. 164 s. ISBN 0-47206-521-1.
- BAUMAN, Zygmunt. *Myslet sociologicky*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1996. 233 s. ISBN 80-85850-14-1.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalizace: důsledky pro člověka*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1999. 157 s. ISBN 80-204-0817-7.
- BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernost*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2002. 343 s. ISBN 80-204-0966-1.
- BAZIN, Jean. Každému svého Bambaru. *Cargo. Časopis pro sociální/kulturní antropologii*, 2002, č. 1/2, s. 6–33. ISSN 1212-4923.

- BENHABIB, Sheyla. *The Claims of Culture: Equality and Diversity in the Global Era*. 1. vyd. Princeton: Princeton University Press, 2002. 216 s. ISBN 0-69104-863-0.
- BENWELL, Bethan; STOKOE, Elizabeth. *Discourse and Identity*. 1. vyd. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. 328 s. ISBN 0-74861-750-7.
- BIANCHI, Raoul V. Migrant tourist-workers: exploring the 'contact zones' of post-industrial tourism. *Current Issues in Tourism*, 2000, č. 3, s. 107–137. ISSN 1368-3500.
- BIANCHI, Raoul V. Place and power in tourism development: tracing the complex articulations of community and locality. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2003, č. 1, s. 13–32. ISSN 1695-7121.
- BINDER, Jana. *Travellerscapes. Tourism Research and Transnational Anthropology*. University Frankfurt am Main: Research Group Transnationalism Working Paper Number 6. 2004. 13 s.
- BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. 1. vyd. Cambridge: Harvard University Press, 640 s. ISBN 0-67421-280-0.
- BOURDIEU, Pierre. Identity and representation: elements for a critical reflection on the idea of region. In THOMPSON, J. B. *Language and Symbolic Power*. 1. vyd. (paperback). Cambridge / Malden: Polity Press, 1992, s. 220–228. ISBN 0-7456-1034-X.
- BRITTON, Stephen G. The political economy of tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research*, 1982, č. 9, s. 331–358. ISSN 0160-7383.
- BRUNER, Edward M. Transformations of the self in tourism. *Annals of Tourism Research*, 1991, č. 18, s. 238–250. ISSN 0160-7383.
- BRUNER, Edward M. Tourism in the Balinese borderzone. In LAVIE, S., SWEDENBURG, T. *Displacement, Diaspora, and Geographies of Identity*. 1. vyd. Durham: Duke University Press, 1996, s. 157–179. ISBN 0-82231-720-6.
- CASTELLS, Manuel. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. I*. 1. vyd. Cambridge / Oxford: Blackwell Publishing, 1996. 481 s. ISBN 1-55786-617-1.
- CLIFFORD, James. *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. 1. vyd. Cambridge: Harvard University Press, 1997. 416 s. ISBN 0-67477-961-4.
- COHEN, Erik. Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 1972, č. 39, s. 164–182.
- COHEN, Erik. Nomads from affluence. Notes on the phenomenon of drifter tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 1973, č. 14, s. 89–103. ISSN 0020-7152.
- COHEN, Erik. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 1988, č. 15, s. 371–386. ISSN 0160-7383.
- COHEN, Erik. The study of touristic images of native people: mitigating the stereotype of a stereotype. In BUTLER, R. W., PEARCE, D. G. *Tourism Research: Critiques and Challenges*. 1. vyd. London: Routledge, 1993, s. 36–69. ISBN 0-41508-319-2.
- CRICK, Malcolm. Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings and servility. *Annual Review of Anthropology*, 1989, č. 18, s. 307–344. ISSN 0084-6570.

- DESFORGES, Luke. 'Checking out the planet'. Global representations/local identities and youth travel. In SKELTON, T., VALENTINE, G. *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*. 1. vyd. London: Routledge, 1997, s. 175–192. ISBN 0-41514-921-5.
- DESFORGES, Luke. Traveling the world. Identity and travel biography. *Annals of Tourism Research*, 2000, č. 27, s. 926–945. ISSN 0160-7383.
- DUFFY, Rosaleen. Ecotourists on the beach. In SHELLER, M., URRY, J. *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. 1. vyd. London / New York: Routledge, 2004, s. 32–43. ISBN 0-415-33879-0.
- EBSCOhost. *SocINDEX* [online]. 2008 [cit. 2008-05-25]. Dostupný na www: <http://web.ebscohost.com>.
- ERICKSON, Bonnie H. Culture, class and connections. *American Journal of Sociology*, 1996, č. 102, s. 217–251. ISSN 0002-9602.
- GEWERTZ, Deborah; ERRINGTON, Frederik. *Twisted Histories, Altered Contexts: Representing the Chambri in a World System*. 1. vyd. New York: Cambridge University Press, 1991. 278 s. ISBN 0-52139-587-9.
- GILLE, Zsuzsa; Ó RIAIN, Seán. Global ethnography. *Annual Reviews of Sociology*, 2002, č. 28, s. 271–295. ISSN 0360-0572.
- GOTTDIENER, Mark. *The Theming of America*. 2. vyd. Boulder: Westview Press, 2001. 216 s. ISBN 0-81339-765-0.
- GREENWOOD, Davydd J. Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In SMITH, V. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. 2. vyd. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, s. 171–186. ISBN 0-81221-280-0.
- GUPTA, Akhil; FERGUSON, James. Beyond 'culture': space, identity and the politics of difference. *Cultural Anthropology*, 1992, č. 7, s. 6–23. ISSN 0886-7356.
- HALL, Stuart. Old and new identities, old and new ethnicities. In KING, A. D. *Culture, Globalization and the World-System*. 1. vyd. Houndmills: Macmillan, 1991, s. 41–68. ISBN 0-333-53560-X.
- HANNERZ, Ulf. *Transnational Connections: Culture, People, Places*. 1. vyd. London: Routledge, 1996. 212 s. ISBN 0-41514-309-8.
- HANNERZ, Ulf. *Flows, Boundaries and Hybrids: Keywords in Transnational Anthropology*. Oxford: University of Oxford, Working Paper Series in „Transnational Communities“ Programme, 1997. 25 s. [WPTC-2K-02].
- HEATH, Ernie; WALL, Geoffrey. *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*. 1. vyd. New York: John Wiley, Sons, 1992. 240 s. ISBN 0-47154-067-6.
- HITCHCOCK, Michael. Tourism, Tam An Mini, and national identity. *Indonesia and the Malay World*, 1998, č. 26, s. 124–135. ISSN 1363-9811.
- HITCHCOCK, Michael. Tourism and ethnicity: situational perspectives. *International Journal of Tourism Research*, 1999, č. 1, s. 17–32. ISSN 1099-2340.
- CHORVÁT, Ivan. Turista a turizmus ako metafory pohybu a pohybu človeka v modernej spoločnosti. K niektorým vybraným koncepciami sociológie turizmu. *Sociální studia*, 2006, č. 1, s. 111–128. ISSN 1214-813X.

- JAMISON, David. Tourism and ethnicity. The brotherhood of coconuts. *Annals of Tourism Research*, 1999, č. 26, s. 944–967. ISSN 0360-0572.
- JENKINS, Richard. *Social Identity*. 1. vyd. London / New York: Routledge, 1996. 224 s. ISBN 0-41512-053-5.
- KEARNEY, Michael. The local and the global: the anthropology of globalization and transnationalism. *Annual Review of Anthropology*, 1995, č. 24, s. 547–565. ISSN 0084-6570.
- KING, Russell. Tourism, labour and international migration. In MONTANARI, A., WILLIAMS, A. M. *European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring*. 1. vyd. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 1995, s. 177–190. ISBN 0-47195-286-9.
- LANFANT, Marie-Françoise. International tourism, internationalization, and the challenge to identity. In LANFANT, M. F., ALLCOCK, J. B., BRUNER, E. M. *International Tourism: Identity and Change*. 1. vyd. London: Thousand Oaks, 1995, s. 24–43. ISBN 0-80397-513-9.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Smutné tropy*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1966. 300 s.
- MacCANNELL, Dean. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. 1. vyd. New York: Macmillan, 1976. 224 s. ISBN 0-33321-183-9.
- MacCANNELL, Dean. *Empty Meeting Grounds: The Tourist Papers*. 1. vyd. London / New York: Routledge, 1992. 360 s. ISBN 0-41505-693-4.
- MATHIESON, Alister; WALL, Geoffrey. *Tourism. Economic, Physical and Social Impacts*. 1. vyd. London: Prentice Hall, 1982. 208 s. ISBN 0-58230-061-4.
- MATTHEWS, Harry G. *International Tourism: A Political and Social Analysis*. 1. vyd. Cambridge: Schenkman, 1978. 100 s. ISBN 0-87073-944-1.
- MATTOVÁ, Irina. Globalizácia – prístupy a koncepcie vybraných autorov. *Sociálne a politické analýzy*, 2007, č. 1, s. 46–72. ISSN 1337-5555.
- McKEAN, Phillip. *Cultural Involution: Tourists, Balinese, and the Process of Modernization in an Anthropological Perspective*. Brown University: PhD dissertation, 1973.
- MEDINA, Laurie Kroshus. Commoditizing culture. Tourism and Maya identity. *Annals of Tourism Research*, 2003, č. 30, s. 353–368. ISSN 0360-0572.
- MUNT, Ian. Eco-tourism or ego-tourism? *Race and Class*, 1994, č. 36, s. 49–60. ISSN 0306-3968.
- MURPHY, Laurie. Exploring social interactions of backpackers. *Annals of Tourism Research*, 2001, č. 28, s. 50–67. ISSN 0360-0572.
- NASH, Dennison. Tourism as an anthropological subject. *Current Anthropology*, 1981, č. 22, s. 461–468. ISSN 0011-3204.
- NASH, Dennison. Tourism as a form of imperialism. In SMITH, V. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. 2. vyd. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, s. 37–54. ISBN 0-81221-280-0.
- NASH, Dennison. *Anthropology of Tourism*. 1. vyd. Tarrytown: Pergamon, 2001. 240 s. ISBN 0-08042-398-1.
- NOY, Chaim. This trip really changed me. Backpackers' narratives of self-change. *Annals of Tourism Research*, 2004, č. 31, s. 78–102. ISSN 0360-0572.
- ORTNER, Sherry B. Theory in anthropology since the sixties. *Comparative Studies in Society and History*, 1984, č. 26, s. 126–166. ISSN 0010-4175.

- PICARD, Michel: ‚Cultural tourism‘ in Bali: cultural performances as tourist attraction. *Indonesia*, 1990, č. 49, s. 37–74.
- PICARD, Michel: Cultural heritage and tourist capital in Bali. In LANFANT, M. F., ALLCOCK, J. B., BRUNER, E. M. *International Tourism: Identity and Change*. 1. vyd. London: Thousand Oaks, 1995, s. 44–66. ISBN 0-80397-513-9.
- PORTES, Alejandro; GUARNIZO, Luis E.; LANDOLT, Patricia. The study of transnationalism: pitfalls and promise of an emergent research field. *Ethnic and Racial Studies*, 1999, č. 22, s. 217–237. ISSN 0141-9870.
- PRATT, Mary Louise. Fieldwork in common places. In CLIFFORD, J., MARCUS, G. E. *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*. 1. vyd. Berkeley / London: University of California Press, 1986, s. 27–50. ISBN 0-520-05729-5.
- RILEY, Patricia J. Road culture of international long-term budget travelers. *Annals of Tourism Research*, 1988, č. 15, s. 313–328. ISSN 0360-0572.
- SASSEN, Saskia. *The Global City: New York, London, Tokyo*. 2. vyd. Princeton: Princeton University Press, 2001. 398 s. ISBN 0-69107-063-6.
- SCOTT, Julie. Sexual and national boundaries in tourism. *Annals of Tourism Research*, 1995, č. 22, s. 385–403. ISSN 0360-0572.
- SHELLER, Mimi. Demobilizing and remobilizing Caribbean paradise. In SHELLER, M., URRY, J. *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. 1. vyd. London / New York: Routledge, 2004, s. 13–21. ISBN 0-415-33879-0.
- SHELLER, Mimi; URRY, John. Introduction. In SHELLER, M., URRY, J. *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. 1. vyd. London / New York: Routledge, 2004, s. 1–10. ISBN 0-415-33879-0.
- SHEPHERD, Robert. Commodification, culture and tourism. *Tourist Studies*, 2002, č. 2, s. 183–201. ISSN 1468-7976.
- SMITH, Valene. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. 2. vyd. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. 352 s. ISBN 0-81221-280-0.
- SØRENSEN, Anders. Backpacker ethnography. *Annals of Tourism Research*, 2003, č. 30, č. 847–867. ISSN 0360-0572.
- STRONZA, Amanda. Anthropology of tourism: forging new grounds for ecotourism and other alternatives. *Annual Review of Anthropology*, 2001, č. 30, s. 261–283. ISSN 0084-6570.
- UNWTO (World Tourism Organization). *Tourism Highlights 2007 Edition* [online]. 2007 [cit. 2008-06-02]. Dostupný na www: <http://www.unwto.org>.
- URRY, John. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. 1. vyd. London / Thousand Oaks: Sage, 1990. 200 s. ISBN 0-80398-183-X.
- URRY, John. *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*. 1. vyd. London: Routledge, 2000. 248 s. ISBN 0-41519-089-4.
- VAN DEN BERGHE, Pierre L. Tourism as ethnic relations: a case study of Cuzco, Peru. *Ethnic and Racial Studies*, 1980, č. 3, s. 375–392. ISSN 0141-9870.
- VAN DEN BERGHE, Pierre L.; KEYES, Charles F. ‚Tourism and Ethnicity‘: *Annals of Tourism Research* (Special Issue), 1984, č. 11:3. ISSN 0360-0572.
- VERTOVEC, Stephen. Conceiving and researching transnationalism. *Ethnic and Racial Studies*, 1999, č. 22, s. 447–462. ISSN 0141-9870.

- VERTOVEC, Stephen. Transnationalism and identity. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2001, č. 27, s. 573–582. ISSN 1369-183X.
- WEST, Brad. Consuming national themed environments abroad: Australian working holiday-makers and symbolic national identity in ‚Aussie‘ theme pubs. *Tourist Studies*, 2006, č. 6, s. 139–155. ISSN 1468-7976.
- WILLIAMS, Allan M.; HALL, C. Michael. *Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption*. 1. vyd. New York: Springer, 2002. 300 s. ISBN 1-40200-454-0.
- WOOD, Robert E. Tourism and the state: ethnic options and constructions of otherness. In PICARD, M., WOOD, R. E. *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. 1. vyd. Honolulu: University of Hawaii Press, 1997, s. 1–34. ISBN 0-82481-911-X.
- WOOD, Robert E. Touristic ethnicity: a brief itinerary. *Ethnic and Racial Studies*, 1998, č. 21, s. 218–241. ISSN 0141-9870.
- YEOH, Brenda s. A.; CHANG, T. C. Globalising Singapore: debating transnational flows in the city. *Urban Studies*, 2001, č. 38, s. 1025–1044. ISSN 0042-0980.

Autor

Marek Mikuš vyštudoval etnológiu na Filozofickej fakulte Univerzity Karlovy v Prahe a momentálne na London School of Economics absolvuje ročný program „antropológia a rozvoj“ v príprave na doktorandské štúdium. Jeho výskumnými záujmami sú najmä antropológia rozvoja, kolektívne a etnické identity, diskurz a sociálne vylúčenie.

Kontakt: m.mikus@lse.ac.uk