

posvećena i dvojakomu razumijevanju globalizacije: kao stvarne pojave te kao ideološkog koncepta.

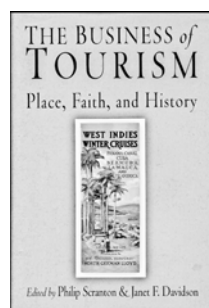
"Međuodnosi", drugo veliko poglavlje, "oštrije postavlja određena pitanja o akterima i institucijama tih [globalnih] procesa" (str. 11), tako da ćemo u njemu pronaći manja poglavlja o, među ostalima, oslabljenim te novonastalim velesilama, višeslojnim središtima i razinama, gradovima, tvrtkama i tržištima, mrežama, globalnim ekonomskim strukturama, industriji zabave, multikulturalizmu, postmodernoj kulturnoj industriji, europskim regionalizmima i šire o pitanju regija na europskoj i globalnoj razini te nejednakosti.

Knjigu zaključuju "Posljedice", poglavlje u kojemu autori ukratko progovaraju o vizijama mogućeg razvoja globalizacijskih procesa, imajući pritom u vidu stavove i zagovornika i protivnika globalizacije.

Iznimna analitička značajka ove studije čini je pogodnom za svakoga tko se želi sustavno upoznati s temom globalizacije, posebice imajući na umu njezinu europsku perspektivu, iako uvijek valja imati na umu, kao što i sami autori naglašavaju, da svaki čitatelj mora biti svjestan da u čitanje o globalizaciji i njezino razumijevanje ulazi kao sudionik procesa koji pokušava shvatiti te da njegovo shvaćanje u prvome redu ovisi o položaju koji u tom procesu zauzima. Autori govore i o tome da je, iako već dosta znamo o globalizacijskim procesima, naše znanje o moćima koje ih pokreću, kao i o njihovim dinamikama, ipak još uvijek ograničeno (233).

Sanja KALAPOŠ GAŠPARAC

The Business of Tourism, Place, Faith, and History,
ed. Philip Scranton & Janet F. Davidson, University
of Pennsylvania Press, Philadelphia 2007., 288 str.



Za razumijevanje knjige *The Business of Tourism: Place, Faith, and History* valja imati na umu da je riječ o zborniku radova predstavljenih na konferenciji "Consuming Experiences", održanoj 2004. godine, a čija je tema bila presudna za naglašavanje upravo potrošačkog aspekta turizma, što Philip Scranton, jedan od urednika knjige, jasno i nedvosmisleno navodi već u prvoj rečenici svog uvodnog teksta: "Turizam je danas veliki biznis" (vii). Čini se da je upravo ta rečenica najbolji i najpouzdaniji pokazatelj onoga što čitatelj može naći u prilično raznovrsnim tekstovima okupljenima u tri tematske cjeline. Nadalje, objašnjava da zbornik postavlja pitanja o tome kako je turizam bio stvoren, planiran, prodan i isporučen, u kojim političkim, tehnološkim i tržišnim kontekstima. Više se bavi praksama no projekcijama slika i ideologija te proučava mehanizme i implikacije turizma kao poslovnog pothvata (vii).

U prvome se tematskom bloku ("Commodifying Place") nalaze tekstovi koji raspravljaju o mjestu kao objektu turističke prodaje; konkretno, riječ je o, redom, Egiptu, odn. Istoku kao izložku, zatim o saharskome turizmu sjeverne Afrike te, na posljetku, o ulozi gastronomije u simboličkom stvaranju Dijona kao odredišta. U prvim je dvama primjerima donekle riječ o prilagodbi egzotičnoga krajolika europskomu ukusu, iako se razmatra i širi gospodarski, društveni i politički kontekst konstrukcije mjesta kao turističkoga odredišta. Treći se iz

relativno udaljenih kolonijalnih prilika vratio u Europu s početka dvadesetoga stoljeća te objašnjava do koje je mjere regionalno ekonomsko planiranje bilo odgovorno za ujedinjavanje do tada prilično raspršene lokalne gastronomske scene i tumači posljedičnu vezu između planskog razvoja i nasljeđa.

Drugi tematski blok ("Engaging Religion") kao poveznicu ima religiju i religijske prakse u odnosu na turizam kao gospodarsku djelatnost, a započinje tekstom o *shakerima*, pripadnicima vjerske skupine čija su vjerovanja mješavina vjerovanja sjevernoameričkih Indijanaca te katoličkih i protestantskih vjerovanja i vjerskih praksi. Opisan je njihov put od vjerske sekte do muzealaca, čuvara tradicije; taj je put tipičan za mnoga indijanska plemena čije je nasljeđe pogodno za prodaju na turističkome tržištu, što pak posljedično zasjenjuje većinu drugih aspekata njihova identiteta. Slijedi tekst o tematskom parku *Silver Dollar City* u saveznoj američkoj državi Missouri, u čijem je nastanku vjera igrala veliku ulogu; naime, taj je park stvoren kako bi ujedinio obiteljske i snažne vjerske vrijednosti toga kraja s industrijom zabave. Konačno, blok zatvara tekst o Belfastu, odnosno o turističkome marketingu razdoblja lokalne povijesti nazvanome "Troubles" (*nevolje*), koji se zasniva na vođenju turista u razgledavanje glavnih mjesta sukoba.

Treći blok govori u tri teksta o marketingu komunizma. Prvi se bavi sovjetskim turizmom u doba kasnijeg staljinizma; tadašnja je sovjetska vlada bila svjesna opasnosti koje su vrebale na potencijalnim putovanjima svojih građana u inozemstvo pa ih je stoga upućivala na putovanja po vlastitoj državi, pri čemu su se ujedno mogli upoznati s dosezima komunističke vladavine. U idućem se tekstu govori o bivšoj Jugoslaviji kao turističkoj destinaciji stanovnika s obiju strana Željezne zavjese, pri čemu je ona kao odredište bila zanimljiva objema skupinama – jednima je pružala uvid u *egzotičan svijet socijalizma*, dok je za druge sa svojim relativno bogato opremljenim trgovinama u kojima su se nudili vrsni domaći i ponešto uvoznih, zapadnih, proizvoda predstavljala *shopping eldorado*. Govorimo li o komunističkim turističkim odredištima, Kuba je neizostavna, te studijom prilika ondašnje hotelijerske industrije i paradoksalnog prihvaćanja stranih investitora u državno vođenoj ekonomiji završava posljednji tematski blok.

Iako zbornik kao cjelina pruža zanimljive uvide u mnogobrojne turističke *terene* i odredišta, njegova je najveća slabost nedostatak tematske poveznice koja bi bila čvršća od vrlo općenite generalizacije *turizam kao biznis*. To je ujedno i jedina veća primjedba ovoj inače vrlo solidno uređenoj i podtematski raznorodnoj publikaciji.

Sanja KALAPOŠ GAŠPARAC



Božidar Jezernik, Divlja Evropa, Balkan u očima putnika sa Zapada, Biblioteka XX vek, Knjižara Krug, Beograd 2007., str. 408. (Biblioteka XX vek, 164)

Knjiga *Divlja Evropa* djelo je slovenskog kulturnog antropologa i etnologa Božidara Jezernika, koji se već dugi niz godina bavi proučavanjem Balkana i Istočne Europe. Prvo izdanje ove knjige izašlo je na engleskom jeziku 2004., a dosad je knjiga prevedena na turski i poljski jezik. Glavni su izvori Jezernikove studije zapadnoeuropski, ali i poneki turski i ruski putopisi