

**POSTMODERNI PUTNIK:  
PRILOG RAZUMIJEVANJU SUVREMENE KULTURE  
PUTOVANJA**

**KLEMENTINA BATINA**

Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti

Odsjek za etnologiju

10000 Zagreb, Andrije Hebranga 1

**UDK 39.01:82-992**

Pregledni znanstveni rad

Review article

Primljeno / Received: 2. 2. 2012.

Prihvaćeno / Accepted: 6. 6. 201.

*U radu se na primjeru nekoliko odabranih tekstova iz područja književnosti, kulturne geografije, antropologije i sociologije putovanja i turizma (Borhes, de Botton, Soja, Clifford, Burns, Urry, Augé) problematiziraju iskustva postmodernih putnika<sup>1</sup> kroz različite kulturološke pristupe istraživanja turizma te fenomena putovanja i mobilnosti. Razmatraju se osnovni motivi koji se nalaze u pozadini specifične ljudske potrebe za kretanjem te preduvjeti koji su doprinijeli razvoju turizma kao jedne od najmasovnijih pojava (post) modernog društva. Također se daje uvid u nove načine doživljavanja i interpretacije prostornosti te se navode ključne promjene u suvremenoj komunikaciji.*

**Ključne riječi:** *kultura putovanja, putnik, putničko iskustvo, postmodernizam*

## **1. UVOD**

Kultura putovanja (eng. *travel culture*; njem. *Reise-kultur*) obuhvaća različita disciplinarna područja u širokom rasponu od kulturne povijesti, geografije, historiografije i turizma preko sociologije, etnologije i antropologije do područja književnosti. Zbog neprestane razmjene i interakcija niza različitih disciplina, fenomene putovanja i kulture potrebno je unutar sintagme *kultura putovanja* promatrati u okviru postdisciplinarnog pristupa koji, kao “korektivni mehanizam pretpostavljenim disciplinarnim ograničenjima”, nadilazi okvire pojedinih disciplina te omogućava bolje sagledavanje raznovrsnih pojava i simboličkih praksi koje se odnose na pitanja putovanja i mobilnosti te uz njih vezane socioekonomske aspekte i

---

<sup>1</sup> Sintagma “postmoderni putnik” koristi se u radu kao ontološka kategorija, ali se pri tome pod pojmom “putnik” podrazumijevaju podjednako i osobe muškoga i osobe ženskoga roda/spola.

tekstualne forme (Duda 2005:97). Postdisciplinarna perspektiva povezivanja znanja (*connected-up knowledge*) utkana je u “ne-disciplinarne” kulturalne studije i kao takva doprinosi boljem razumijevanju raznorodnih tema vezanih uz područje kulture putovanja, ali i kompleksnijeg sagledavanja višeznačnog i složenog pojma kulture koji u suvremenom društvu funkcionira kao kišobranski termin (Willis 2000:XX).<sup>2</sup> Njegova se višeznačnost, odnosno multidiskurzivnost aktivira u skladu s konkretnim upotrebama unutar različitih tradicija, povijesnih konteksta, kao i u odnosima znanja i moći.

Raymond Williams, jedan od utemeljitelja kulturalnih studija, u svojem pokušaju određenja koncepta kulture koristi tri kategorije kojima kulturu definira kao opis univerzalnih, vječnih vrijednosti (*idealna definicija kulture*), kao skup materijalnih svjedočanstava i vrijednosti zabilježenih na različitim medijima (*dokumentarna definicija kulture*) te naposljetku kao “opis posebnog načina života u kojem se određena značenja i vrijednosti ne izražavaju samo u umjetnosti i mišljenju, nego i u institucijama i u svakodnevnom ponašanju” (*socijalna definicija kulture*) (Williams 2006:35–36). Williamsovo kategoriziranje kulture polazi od pretpostavke kako svaka od navedenih definicija ima podjednaku vrijednost i ulogu u analizi kulture kao cjeline te bi stoga svaka analiza trebala uključiti “proučavanje odnosa između sastavnica čitavog načina života” (Williams 2006:39). Posljednja, *socijalna definicija kulture*, koja ima pretenziju da materijalna svjedočanstva kulture smatra tek popratnim proizvodima odnosno pasivnim odrazom društvenih odnosa i dominantnih oblika društvene komunikacije, najbliža je “antropološkom” određenju kulture usmjerenom prema proučavanju sveukupnog života kroz specifične

---

<sup>2</sup> Kada Paul Willis piše o kulturalnim studijima kao o ne-disciplinarnom području (*non-disciplinary discipline*) govori o prvom velikom akademskom eksperimentu (*the first great academic experiment*) koji se bavi proučavanjem fenomena kulture. Multidiskurzivnost ishodišnog pojma proučavanja razlog je kompleksnosti i “zamačljivanja” granica između kulturalnih studija s jedne strane i ostalih akademskih znanstvenih disciplina s druge strane. Richard Johnson kao glavna obilježja kulturalnih studija navodi “otvorenost”, “refleksivnost”, “teorijsku svestranost”, “samosvijest”, “kritičnost” te zaziranje od kodifikacije metoda ili znanja (vidi: Johnson 1996:1). Zaziranje ili opiranje tradicionalnoj epistemologiji (disciplina, predmet istraživanja, metode istraživanja) također je svojstveno diskurzu kulturalnih studija te govori u prilog ne-disciplinarnom pristupu.

aktivnosti, ponašanja i interese ljudi, odnosno svakodnevnih značenjskih (simboličkih) vrijednosti i praksi.<sup>3</sup>

Unutar diskurza kulturalnih studija sintagma *kultura putovanja* odnosi se na sve one kulturne procese koji zajedno uspostavljaju cirkulaciju unutar *kružnog toka kulture* i koji polaze od proizvodnje, preko tekstova i njihovih formi koji se mogu iščitati ili konzumirati unutar određene društvene sredine (življene kulture) i specifičnih društvenih odnosa. Johnsonov model *cirkulacije kulture* obuhvaća sve s putovanjima višestruko povezane prakse reprezentacije, socijalne identitete, proizvodnju, potrošnju te mehanizme distribucije odnosno upotrebe.<sup>4</sup> Ostali kulturološki pristupi istraživanju fenomena putovanja (vidi: Buzard 1997; Clifford 1997; Kaplan 1996) usmjereni su na sve one procese koji su vezani uz putovanje, a “tiču se problema mobilnosti te različitih praksi razmjene i translacije, posebno naglašavajući ulogu i značaj iskustva međusobnih višestrukih dodira između pripadnika različitih kultura” (Clifford 1997:6).

## 2. “PUTUJUĆE ČOVJEČANSTVO”

Koristeći se sintagmom Josta Krippendorfa (Krippendorf 1986), pokušat ću u kratkim crtama naznačiti osnovne motive koji se nalaze u pozadini specifične ljudske potrebe za kretanjem te preduvjete koji su pridonijeli razvoju turizma kao jedne od najmasovnijih pojava suvremenog društva iako je ovu pojavu, zbog mnoštva različitih pristupa i promišljanja, teško jednoznačno odrediti.

---

<sup>3</sup> Williams je pokušao razjasniti povijesni razvoj pojma “kultura”. U navođenju triju kategorija uporabe posebno se osvrće na značenje koje upućuje na “antropološku” definiciju kulture “koja pretpostavlja stanovit način života ljudi, razdoblja, grupe ili čovječanstva općenito”, a koju je 1870. godine u engleski jezik uveo antropolog Edward Burnett Tylor (*Primitive Culture*) slijedeći prethodna razmišljanja G. F. Klemmsa (*Allgemeine Kulturgeschichte der Menschheit*) (vidi: Williams 2003:12). Također upućuje na značenje kulture kao “sveukupnog života”, o kojoj je pod utjecajem antropološke i sociološke perspektive XX. stoljeća pisao T. S. Eliot (*Notes towards the Definition of Culture*) (vidi: Williams 1963:229).

<sup>4</sup> Johnsonov cirkularni model omogućuje analizu kulturalnih tekstova, proizvoda i življene kulture u rasponu od konkretnih, privatnih formi do apstraktnih formi javnoga komuniciranja, pretpostavljajući specifične društvene odnose i kružni tijek kapitala unutar suvremenog društva (Usp. Johnson 2006:10–13).

Ekonomске znanosti definiraju turizam kao skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i privremenog boravka posjetitelja nekog turističkog mjesta, uz uvjet da se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište niti se obavlja ikakva gospodarska djelatnost.<sup>5</sup> Bez obzira na različite pristupe području turizma, pojam turista, njegovih potreba i motivacija nalazi se uvijek u središtu razmatranja pa su u tu svrhu razrađene brojne tipologije i klasifikacije. S aspekta turističke ekonomije putnike dijelimo na posjetitelje koji su uključeni u turističku statistiku i na one ostale “migrirajuće” koji nisu dio turističke statistike, odnosno koje ne pokreću specifični turistički motivi.<sup>6</sup> Daljnju klasifikaciju možemo provesti definirajući turiste kao one privremene posjetitelje neke zemlje koji ostvaruju minimalno jedno noćenje, za razliku od izletnika (ekskurzionista), koji ne noće u posjećenoj zemlji. Iz ove distinkcije proizlazi činjenica da je pojam turista nerazdvojno vezan s putovanjem iako se svako putovanje ne može smatrati turističkim putovanjem. Putovanje se stoga u mnogim stručno-popularnim, ali i u znanstvenim prikazima smatra procesom koji je superiorniji i sveobuhvatniji u odnosu na fenomen turizma. No, kako je i u turizmu kao organiziranoj djelatnosti i u putovanju kao prostornoj praksi riječ o “iskoraku, o oslobađanju od svakodnevnih ograničenja i o razvoju novih iskustava i stavova”, jednostavna podjela na *masovne turiste* i *putnike* nije održiva s obzirom na njihove višestruke i složene uloge tijekom putovanja (Crang 2008:69). Tipologija se stoga često proširuje likovima *putnika istraživača* i *putnika litalice* čije se putničko iskustvo, za razliku od turističkog iskustva masovnog ili individualnog turista, odlikuje bliskijim i neposrednijim kontaktom s domicilnim stanovništvom i njegovom kulturom. Iskustvo traženja, istraživanja i bescilnog tumaranja putnika koji se “zaokuplja nepoznatim” i “susreće s različitošću” donosi nova, iako ne nužno i ugodna, iskustva (Crang 2008:65). Potreba za svojevrsnim

---

<sup>5</sup> Pojednostavljena definicija turizma prema Hunziker-Krapfovoj definiciji (Hunziker i Krapf 1942), koju je dopunilo Međunarodno udruženje znanstvenih turističkih stručnjaka (AIEST – *Association internationale d’experts scientifiques du tourisme*) i koja je prihvaćena 1954. godine.

<sup>6</sup> U takve putnike ubrajaju se stalni i privremeni emigranti, diplomati i konzularni predstavnici, izbjeglice, članovi oružanih snaga, nomadi, radnici u tranzitu i u pograničnim zonama itd.

estetiziranjem promatranoga zajednička je odlika i turističkoga i putničkog iskustva, pa i onda kada govori o svojevrsnom vizualnom posjedovanju, odnosno iskonskoj želji turistâ/putnikâ da sve koje sretnu i sve što vide na svojim putovanjima pretvore u predmete estetskog užitka. John Urry ovdje upotrebljava termin “turistički pogled” (*the Tourist Gaze*). Pri tome uočava dvije različite vrste promatranja ljudi i krajolika kao dijela doživljenog iskustva: *kolektivni turistički pogled* odnosi se na doživljavanje mjesta kroz međusobnu interakciju putnika odnosno turista, a *romantični turistički pogled* na neposredan pojedinačni kontakt s posjećenim lokalitetom.<sup>7</sup>

Distinkciju između putovanja kao prostorne prakse i turizma kao uslužne djelatnosti, kao i dihotomiju između *putnika* i *turista*, moguće je promatrati u okviru društvenih uvjeta koji su tijekom različitih povijesnih razdoblja uzrokovali ubrzane promjene u sferi transporta i komunikacije te utjecali na formiranje osnovnih motivacija, želja i očekivanja vezanih uz pojam mobilnosti. Razvojni put turizma kreće od prvih pojava analognih turizmu – kada zbog odmora, razonode, rekreacije ili vjerskih razloga putuje ograničen broj ljudi, najčešće privilegirane klase, koji su osnovne preduvjete za putovanje<sup>8</sup> stekli na temelju vlastitoga rada ili na temelju “prisvojenog viška rada drugih ljudi”, a kao najvažniji primjeri takvih protourističkih pojava mogu se navesti: olimpijske igre antičke Grčke, rimske terme, kazališta i druge javne manifestacije, vjerska hodočašća, srednjovjekovni viteški turniri i lovni pohodi, vjerska hodočašća i istraživačka putovanja (Marković 1987:22). Pretečom turističkih putovanja smatra se i *Grand Tour* (‘veliko putovanje’), svojevrsno “edukativno putovanje” koje su u periodu od 1660. pa sve do pojave masovnih putovanja željeznicom 1840. godine provodili mladi pripadnici povlaštenih klasa, posebno engleski plemići, u svrhu odgoja i naobrazbe te prirodnoznanstvenih istraživanja (opširnije: Buzard 2002).

---

<sup>7</sup> U turističkom diskurzu termin “turistički pogled” određuje i mijenja identitet promatrača s obzirom na promatrani objekt i različite značenjske sustave koji se aktiviraju u procesu reprezentacije, a vezani su uz putovanje (vidi: Urry 1990:83).

<sup>8</sup> Osnovni preduvjet da turist realizira svoje turističko putovanje jest pretpostavka da raspolaže određenom količinom slobodnih sredstava te da ima dovoljno slobodnog vremena. Slobodno vrijeme kao ono vrijeme koje je oslobođeno od rada i obogaćeno raznim vrijednim i zanimljivim sadržajima s aspekta suvremenog društva poistovjećuje se odnosno proširuje fenomenom dokolice i dokoličarenja.

Razdoblje početka organiziranih turističkih putovanja nastupilo je početkom devetnaestog stoljeća zahvaljujući novim tehničkim mogućnostima na području industrije i prometa. Devetnaestostoljetna romantičarska putovanja moguće je, prema Dudi, svesti na dva temeljna modela. Prvi je klasični model putovanja kojim dominira “kultivirana duhovna potreba” da se tijekom duljih vremenskih boravaka u gradovima zadovolji potreba za kulturnopovijesnim putničkim iskustvom kroz razgled spomeničke baštine i starina. Drugi model proizlazi iz potrebe za obogaćivanjem “vlastite osobnosti iskustvom drukčijeg prostora i ljudi”, a *itinerarijski* je više vezan uz manje poznate i neotkrivene ruralne i egzotične prostore (Duda 1998:26, 27). Osnovne preduvjete za ove modele putovanja osigurao je industrijski kapitalizam kroz izum željeznice i parobroda kao novih, sigurnijih i masovnijih načina pokretljivosti putnika te formiranje građanskog sloja društva koje odlikuje višak slobodnog vremena.

Tek kada su stvoreni osnovni ekonomski i tehnički preduvjeti za razvoj organiziranog putovanja<sup>9</sup> i kada putovanje nije više ekskluzivno i dostupno samo jednoj društvenoj klasi, moguće je govoriti o početku demokratizacije putovanja. Iako su još u osamnaestom stoljeću zabilježeni primjeri masovnih odlazaka i boravaka industrijske radničke klase sjeverne Engleske u morska lječilišta (usp. Urry 1990:16–39), masovno uključivanje radnih ljudi kao potrošača i korisnika turističkih usluga posljedica je suvremenih promjena u sferi putovanja i turizma u periodu nakon Prvoga svjetskog rata. Turizam postaje potreba i “društvena terapija” (Krippendorf 1986:11) onog trena kad su se pojavili osnovni pokretački čimbenici turizma i kada su se zadovoljili ostali preduvjeti za razvoj organiziranoga masovnog putovanja. Pokretački faktori (*push factors*) ili tzv. faktori potražnje proizašli su iz potrebe samog čovjeka za promjenom radne

---

<sup>9</sup> Englez Thomas Cook smatra se prvim turističkim posrednikom, koji je 1845. godine osnovao vlastitu agenciju i kao tajnik antialkoholičarskog društva u Leicesteru organizirao godišnju skupštinu društva u 36 kilometara udaljenom mjestu Loughborough. U cijenu aranžmana od jednog šilinga po osobi uključio je prijevoz vlakom, svečani čaj za sudionike i prigodnu glazbu. Svojom posredničko-poduzetničkom akcijom (a kasnije i organizacijom) stvorio je preduvjete za razvoj suvremenoga organiziranog posredovanja unutar turističke djelatnosti (v. Marković 1987, pogl. “Razdoblje početaka organiziranog turizma”).

sredine i životne okoline u kojoj stalno boravi bez obzira potiču li ga na to subjektivni/intrinzični (ljubav, religija, znatiželja, prestiž, moda, snobizam itd.) ili objektivni/ekstrinzični faktori (urbanizacija, onečišćenje okoliša, civilizacijske i kulturne vrijednosti itd.). Privlačni faktori (*pull factors*) ili tzv. faktori ponude svi su oni faktori koji privlače ljude u velikom broju u pojedina mjesta, područja ili zemlje i čine ih atraktivnim zbog prirodnih ljepota i raznolikosti, kulturno-povijesnih spomenika, baštinskih ustanova i manifestacija te zabavnih, sportskih i gospodarskih priredaba. Faktori ponude čine privlačnim i dostupnim pojedina mjesta ili područja kroz organizirani turistički transport i komunikacije te kroz ponudu smještajnih kapaciteta koji omogućuju prihvat i rekreaciju turista u mjestu njihova turističkog boravka (usp. Marković 1987).

Zahvaljujući tehnološkom napretku i industrijalizaciji, putovanje je krajem devetnaestog stoljeća ušlo u novu razvojnu fazu i, za razliku od dotadašnjih oblika putovanja i pojava analognih današnjem poimanju turizma koje okvirno možemo definirati kao predmodernu fazu, poprimilo obilježja modernog društva i kulture. Modernističku kulturu putovanja najbolje možemo odrediti ako je promatramo u relaciji ili je suprotstavimo suvremenim obilježjima postmodernističke kulture, kao što to čini Urry kroz sisteme diferencijacije i de-diferencijacije.<sup>10</sup> Modernistički proces uključuje *strukturnu diferencijaciju*, odnosno “odvojeni razvoj brojnih institucionalnih i normativnih sfera odnosno ekonomije, obitelji, države, znanosti, morala i područja estetike”, za razliku od postmodernizma koji uključuje slom te distinktivnosti i pretpostavlja imploziju u smislu uzajamne interakcije unutar sfera društvene (kulturne) aktivnosti (Urry 1990:84). Jedna od posljedica ove de-diferencijacije jest činjenica da su se tijekom druge polovine dvadesetog stoljeća pojavili neki fenomeni i diskurzi koji pokušavaju dati odgovore na kompleksna životna pitanja današnjice, a nisu do tada bili u okviru interesa humanističkih disciplina. Skup ovih fenomena, kulturnih praksi i proizvoda definiranih kao suvremena popularna kultura (dnevne novine, glazba, tjedni magazini, televizijske emisije, stilovi života itd.) određeni su u načelnoj opoziciji

---

<sup>10</sup> Pojam de-diferencijacije Urry preuzima od drugog autora upućujući na daljnja čitanja (v. Lash 1990:8–11).



prema visokoj/elitnoj kulturi.<sup>11</sup> Područje kulture putovanja unutar postmodernoga potrošačkog društva postalo je dio svakodnevnog iskustva, nedjeljivo od ostalih vrsta socijalnih i kulturnih praksi.

### 3. POSTMODERNA KRONOTOPIJA

Sintagmu postmoderna kronotopija<sup>12</sup> koristit ću dalje u tekstu potpuno intencijalno kako bih prikazala neka interdisciplinarna promišljanja o kategorijama vremena i prostora unutar razdoblja postmoderne.<sup>13</sup> Iako razdoblje postmoderne ponovno u prvi plan stavlja fizički prostor, zbog svoje potrebe za reprezentacijom, samoreferiranjem, višestrukim kodiranjem i beskonačnim mogućnostima tumačenja kategorije mjesta i

---

<sup>11</sup> Osim te načelne opozicije, Easthope (referirajući se na Williamsa) navodi još dva moguća određenja pojma "popularno": popularno u smislu onoga što se "sviđa velikom broju ljudi" te popularno kao pojam koji se koristi za opisivanje kulture koju su "ljudi proizveli sami za sebe". Protudefinicija drugog određenja pojma popularno odnosila bi se na "označavanje masovnih medija koji su ljudima nametnuti komercijalnim interesima". (vidi: Easthope 2006:1, 2).

<sup>12</sup> Termin *kronotop* preuzimam u onome značenju u kojem ga je oblikovao ruski teoretičar Mihail Bahtin ("prostorno-vremenska povezanost" u izgradnji proznoga književnog djela) te ga uveo 1937./38. godine u raspravi "Oblici vremena i kronotopa" (Biti 2000:281). Izvedenica *kronotopija* predstavlja kombinaciju grčkih riječi *khronos* i *u/topos* i referira se na međusobnu povezanost brzine i utopije kao svojevrsne odlike postmodernoga ili hipermodernoga društva, u kojem se prostor promatra kao prostor brzine (usp. Armitage & Roberts 2002:43–57).

<sup>13</sup> Iako rasprave o "fenomenu" postmoderne i postmodernizma traju više od trideset godina, prema mišljenju M. Solar (vidi: Solar 2005:7) još uvijek nije postignuta čak niti okvirna suglasnosti o tome raspravlja li se o kulturno-povijesnom razdoblju, umjetničkim pravcima i kulturnim pokretima, teorijskim gledištima ili određenim praksama u likovnim i izvedbenim umjetnostima, književnosti i osobito arhitekturi. Događaj kada je eksplozijom srušen moderno izgrađeni kompleks zgrada Pruitt-Igo u Saint Louisu (15. lipnja 1972. u 15 sati i 32 minute) smatra se krajem moderne i početkom postmoderne arhitekture (v. Jencks 1985). Uz pojam postmoderne, bez obzira na koje se od prethodnih određenja referirao, vežu se "logički negativni" pojmovi kao npr. nihilizam, dekadencija, osporavanje, skepticizam, protuslovlje. Teoretičari postmoderne usuglasili su se da je u postmodernoj prozi naglašena radikalna autonomija jezika, koju Solar na temelju analize pojedinih književnih ostvarenja dodatno pojašnjava kroz paradoks, odsutnost referencije, autoironiju, višestruko kodiranje, beskonačnost tumačenja, intertekstualnost i interkulturalnost (usp. Solar 2005:7–23).



prostora svodi na “sustave ispražnjenih apstraktnih označitelja” (Flusty 2008:227). Novi načini doživljavanja i interpretacije prostora unutar geografskog istraživanja i prakse afirmirali su se upravo preko progresivnih postmodernističkih teorija i spoznaja o tome kako “diskurz proizvodi prostor” (Flusty 2008:225).

Nemogućnost jasnog definiranja osnovnih pojmova *mjesta*, *teritorija* i *prostora* jedan je od ključnih problema unutar kulturne geografije. Oko 1970. godine na području humanističke i marksističke geografije pojavila su se nova poimanja prostornosti, a 1976. godine objavljena je prva “teorijski i filozofski utemeljena knjiga o mjestu” (Šakaja 2011:111).<sup>14</sup> Dok se humanistička struja geografskog istraživanja više usmjerila na proučavanje *mjesta* kao omeđene distinktivne lokacije koja je “određena proživljenim iskustvima ljudi” (Hubbard 2008:71), marksistička orijentacija naglašavala je ideju prostorne uključenosti i važnost *prostora* koji proizvodi i konzumira društvo. Jedan od najznačajnijih urbanih teoretičara u tom području – Henri Lefebvre – odbacuje dotadašnje poimanje prostora kao apsolutnoga i predlaže trijalektiku prostornosti, svojevrsnu “trosmjernu dijalektiku opaženoga, pojmljenoga i življenoga prostora” (Lefebvre, prema Hubbard 2008:72).

Postmodernistički politički geograf i urbanist Edward Soja osuvremenio je Lefebvreovo poimanje prostora vlastitim konceptom trijalektike koja uključuje pojam “trećeg prostora”. Za razliku od “prvog prostora” (*Firstspace*), koji uključuje perspektivu realnoga, materijalnog svijeta, te “drugog prostora” (*Secondspace*), koji je reprezentacija same prostornosti preko prevladavajućih predstavničkih diskurza, “treći prostor” (*Thirdspace*) je svojevrsna reinterpretacija prostorâ koji su višestruko diferencirani, višeznačni, različito doživljeni, koji su sjecišta različitih ideja i događaja (usp. Soja 1996). Sojina kategorija “trećeg prostora” kao

---

<sup>14</sup> Autorica u radu razmatra starije fenomenološke koncepcije mjesta pojedinih autora iz 1970-ih godina koji su pojam mjesta utemeljili kroz termine *bezmjesnosti* (vidi: Relph 1976) te *osjećaja mjesta* (v. Tuan 1977), tumačeći ih na aktualan način, nastojeći obuhvatiti složenost mnoštva različitih čimbenika i aspekata kao što to kasnije čine postmoderne teorijske rasprave (mjesto kao *treći prostor*). Upućujem također na ostale odabrane radove u knjizi *Mjesto/nemjesto* u kojima se unutar područja etnologije i kulturne antropologije propituju pojmovi prostora i mjesta (v. Čapo i Gulin Zrnić, ur. 2011).

prostora koji istovremeno može biti i realan i imaginaran nastala je kao inspiracija prema književnom predlošku – noveli *Aleph* argentinskog pisca Jorgea Luisa Borgesa.<sup>15</sup> *Aleph* je u noveli “mistično otkrivenje” pjesnika Carlosa Argentina Danerija što ga je zajedno s Borgesom otkrio u zakutku podruma svoje kuće:

“Promjer Alepha mogao je iznositi dva-tri centimetra, ali je u toj kuglici bio sadržan svemir, u naravnoj veličini. Svaka je stvar (uzmimo, zrcalo) bila beskonačan broj stvari, zato što sam je bjelodano vidio iz svih točaka univerzuma. Vidio sam napučeno more, vidio sam svitanje i predvečerje, vidio sam mnoštva ljudi u našoj Americi, vidio sam srebrnastu paučinu u središtu crne piramide... vidio sam tvoje lice, spopala me vrtoglavica i briznuo sam u plač, jer su moje oči vidjele onaj skroviti i hipotetički objekt čijim nazivom ljudi barataju, premda ga ni jedan čovjek nije vidio: nedokučivi svemir.” (Borges 1999:172)

*Aleph* je moguće shvatiti kao mističnu simbiozu, “nedokučivi svemir”, neizrecivu cjelinu svega što postoji simultano u jednoj točki kao “mjesto gdje se nalaze, odvojeno, sva mjesta na zemaljskoj kugli, viđena sa svih strana” (Borges 1999:167) ili kao samo jednu od “točaka u prostoru koja sadrži sve točke” (Borges 1999:166). Osnovna dvojba koja se nakon čitanja i tumačenja novele nameće jest: je li *Aleph* mistično viđenje ili stvarnost? Prema tumačenju Milivoja Solara, *Aleph* postoji izvan opreke stvarnoga i izmišljenoga jer je “opredmećeni paradoks”, odnosno “*Aleph* je samo ime onoga što se ne može imenovati” (Solar 2005:32, 33). *Aleph* je, dakle, uvjetno nazvan predmet u kojemu su sažeti beskonačno vrijeme i beskonačni prostor, a predmet koji bi u tom smislu sažimanja unutar jednog okvira načelno odgovarao *Alephu* jest ekran, bilo televizijski bilo kompjutorski.

Ekran je suvremena slika stvarnosti i temeljni pojam postmoderne umjetničke tehnike. Unutar nevelikog okvira nižu se slike koje, kao i slike u Borgesovu *Alephu*, nisu povezane vlastitom unutarnjom logikom, već ovise o “izvanjskim” očekivanjima, tj. o recepciji primatelja tih informacija. S

---

<sup>15</sup> Novela *Aleph* objavljena je 1942. u istoimenoj zbirci novela, a iako je objavljena čak nekoliko desetljeća prije prvih rasprava o postmodernizmu, vrhunsko je ostvarenje postmodernističke proze (usp. Solar 2005:24–38).

obzirom na specifične odlike toga suvremenog medija da samo akumulira i gomila informacije te da donosi prevlast slike nad pojmom, ne dobivaju se željeni spoznajni odgovori, već samo fragmentarna slika stvarnosti. Jednako tako i Borgesovo viđenje Alepha ne donosi u konačnici nikakvu spoznaju, već “beskrajno udivljenje i beskrajnu žalost” (Borges 1999:172), a na kraju zaborav i sumnju u postojanje Alepha. Osim što donosi kritiku i ključne dvojbe suvremene književnosti, *Aleph* na taj način donosi i kritiku suvremene kulture. Možda je u tom smislu najzanimljiviji onaj dio teksta u kojem se Daneri upušta s Borgesom u “velike misli o malom čovjeku”:

“Vidim ga u radnom kabinetu – reče pomalo s neobjašnjivom žustrinom – kao u kuli na gradskim bedemima, okružena telefonima, telegrafima, fonografima, radio-telefonskim uređajima, kinematografima, projekcionim lampama, glosarima, orarima, brevijarima, biltenima... Zaključio je da za tako opremljena pojedinca putovanje postaje izlišno: naše XX. stoljeće preoblikovalo je pripovijest o Muhamedu i brdu; sad brda hrle suvremenom Muhamedu.” (Borges 1999:158)

Daneri tako gotovo vizionarski uviđa da se suvremeni čovjek nalazi u svojevrsnoj dobrovoljnoj izolaciji te da pati od osamljenosti iako je okružen svim “čudima” moderne tehnike i elektroničkim medijima koji omogućuju nove načine komunikacije. Moć elektroničkih medija (internet, televizija, radio, mobiteli...), dostupnost tiska i količina proizvodnje knjiga rastu geometrijskom progresijom i uzrokuju ključne promjene u cjelokupnoj komunikaciji “među pripadnicima neke kulture”, zatim “komunikaciji te kulture s prošlošću” (tradicijom) te komunikaciji “među istovremeno postojećim kulturama” (Solar 2005:69).

Upravo te ključne promjene suvremenog stanja u komunikaciji – nepreglednost informacija, prevlast sinkronije nad dijakronijom i prevlast slike nad pojmom – oblikuju “suvremenog Muhameda” kojemu je sve na jednom mjestu istovremeno dostupno i prisutno “na način slike” i koji je izgubio potrebu bilo za potvrđivanjem, bilo za osporavanjem (Solar 2005:72).

Kategorije prostora i vremena u razdoblju postmodernizma postaju fluidne i višeznačne. Dijalektika suvremenog doba preoblikovala ih je i dala im nove attribute. Hiper-vrijeme i kibernetički prostor<sup>16</sup> stvaraju “novu

stvarnost” u kojoj su masovna produkcija, komodifikacija, reinterpretacija i dekonstrukcija neke od vodećih odlika društva. Procesi vremensko-prostornog sažimanja kao svojevrsna nihilistička implozija prostora i vremena s jedne ih strane integriraju, a s druge strane potiču njihovu diferencijaciju.

#### 4. POSTMODERNI PROSTORI I MJESTA SUSRETA

Pod utjecajem postmodernih i poststrukturalnih teorija koje su usredotočene na odnose moći, politiku reprezentacije te značenjske sustave koji omogućavaju višestruka čitanja i tumačenja, oblikovala su se i različita definiranja prostorno/mjesnih kategorija. Sama činjenica da se *mjesto* i *prostor* ne mogu pojmiti izvan domene kulture, nego kroz međusobne utjecaje i “mreže” koje obuhvaćaju ljude i s njima povezane kulturne prakse, jezike i reprezentacije, dovoljan je argument protiv stvaranja pojednostavljene definicije ovih pojmova (Hubbard 2008).

Govoreći o *prostoru tokova* kao o društveno “dominantnom prostornom izrazu moći i funkcije”, Castells u svojoj raspravi o *mrežnom društvu* i informacijskom dobu aludira na globalni prostor suvremenoga potrošačkog društva koji je odgovoran za dokidanje lokalnih identiteta, kao i samoga mjesta (Castells 2000:405). Iako se u *svijetu mjesta*, koji se sastoji od omeđenih mjesta punih značenja (dom, grad, regija), još uvijek živi, istisnuli su ga prostori kojima su svojstveni brzina i heterogenost te “vladajuća tendencija ide prema horizontu umreženog, bespovijesnog prostora tokova” (Castells 2000:453). Postmoderni *prostor tokova* je, dakle, posljedica ubrzanog protoka vremena, ljudi i robe unutar supermodernog društva u kojemu svijet mjestâ zamjenjuje svijet *ne-mjestâ*. Francuski antropolog Marc Augé afirmirao je termin *nemjesto* promatrajući unutar

---

<sup>16</sup> Pojam kibernetičkog prostora (*Cyberspace*) skovao je William Gibson 1983. godine u svojem znanstveno-fantastičnom romanu “*Neuromancer*”. Gibson je jedan od predvodnika podžanra znanstvene fantastike pod nazivom *cyberpunk* koji, između ostalog, ima osebujan stav prema utjecaju tehnologije na društvo u cjelini. Kibernetički prostor moguće je definirati kao prostor informacija s oblikovanim podacima o načinu pristupanja informacijama i premještanja informacija od strane jednog ili više korisnika pomoću određene simulacije Armitage & Roberts, ur. 2002 prema Nikodem 2005).

antropologije bliskoga kao moguće antropologije supermoderniteta sva ona “prenapučena mjesta gdje se nesvjesno križaju tisuće pojedinačnih životnih putova (...) i prizorišta slučajnih susreta gdje ćemo na tren naslutiti stalnu mogućnost pustolovine i osjetiti da treba samo čekati što će se dogoditi”, aludirajući na “instalacije” koje omogućuju prometovanje (zračne luke, autoceste, petlje i kolodvore) i sama “prometala”, zatim trgovačke centre i supermarkete, hotelske komplekse i tranzitne logore za produženi boravak izbjeglica, kao na sva ona mjesta koja služe okupljanju, privremenom boravku i ubrzanom prometovanju osoba i dobara, na kojima se, za razliku od antropoloških mjesta, ne upisuje povijesnost niti se gradi identifikacija (Augé 2001:8). Za Augéa je općeniti pojam “prostora” u smislu kretanja i “prohođenja mjestâ” apstraktniji od pojma “mjesto”, koji se odnosi na “zbivanje (mjesto događaja), mit (mjesto pod suncem) ili povijest (znamenito mjesto)” (Augé 2001:77).

*Nemjesta* su unutar područja kulture putovanja, kao i šire popularne kulture, postala važna “strateška mjesta” izučavanja identiteta i bilježenja promjena unutar suvremenog društva. Alain de Botton je, u svojstvu “kućnog pisca” aerodromske kompanije, u svojem sedmodnevnom dnevničkom izvještaju s najveće londonske zračne luke Heathrow diskretno motrio osoblje i putnike te je kroz njihove dolaske, odlaske i putničke rituale zabilježio “neograničen priljev fragmentarnih priča koje priskrbljuju oči i uši” (de Botton 2010: 27). Osjećaj samoće, izdvojenosti i “zaboravljanja sebe u moru drugosti” (ibid.), koji se kao prevladavajući motiv javlja tijekom promatračkog iskustva, sukladan je Augéovom doživljaju samoće, “privremenog identiteta” i “samotnjačke ugovornosti” koju stvara *prostor nemjesta* (Augé 2001:94):

“Čekaonicama je vladao samotnan ugođaj, no taj je osjećaj bio tako općenit da je bio pozitivan, uklanjao je tjeskobu koju svi ljudi ponekad osjećaju kada im se čini da su jedino oni sami, i tako paradoksalno omogućavao drugačija poznanstva od onih kakva nastaju u srdačnu okruženju pretrpana gradskog kafića. Aerodrom se noću čini utočištem nomadskih duhova, ljudi kojima nije dovoljna pripadnost jednoj zemlji, koji zaziru od tradicije i skeptični su prema ustaljenom društvu, i koji se stoga najugodnije osjećaju u prijelaznim zonama suvremenog svijeta, krajobrazima ispresijecanim rezervoarima kerozina, poslovnim centrima i aerodromskim hotelima.” (de Botton 2010:82)

Na *nemjestima* se ne gradi identifikacija, a jedini odnosi koji se realiziraju jesu ugovorni, koji od protagonista stvaraju korisnike/klijente. Identitet se dokazuje kartom, ulaznicom, putovnicom ili kreditnom karticom, a posredovanje se na *nemjestima* ostvaruje pomoću tekstova kroz informacije (“dobrodošli u Dubrovnik”), zabrane (“zabranjeno pušenje”), naredbe (“pri ulazu pokažite kartu”), preko zvučne signalizacije, svojevrsnoga “glasa bez tijela” ili putem slike odnosno ekranâ, koji posreduju osjećaj “beskrajnih i bliskih mogućnosti” (de Botton 2010:29).

Jednaka pravila i okviri ponašanja prisutni su u hotelima i ostalim smještajnim kompleksima koji reguliraju boravke i susrete kao privremene, prolazne i arbitrarne. Pri tome su moteli izrazitiji primjer i slika postmodernog putovanja koje je više shvaćeno kao prolaz i tumananje te boravka kao trenutnog prebivanja u odmorištu uz cestu, za razliku od hotelâ koji se još uvijek shvaćaju kao mjesta “transformirajućih susreta”, mjesta interakcije s drugim kulturnim subjektima.<sup>17</sup>

Institucije baštine, lokaliteti i prostori baštine prepoznati su unutar globalnog društva ne samo kao kulturni nego i kao ekonomski resursi koji, uz očuvanje kolektivne memorije društva, omogućuju ekonomski prosperitet kao primarne turističke atrakcije i odredišta. Parafrazirajući Mary Louise Pratt, Clifford vidi muzeje kao lokalne/globalne *zone kontakta*. Dok je za Mary Louise Pratt *zona kontakta* određeni “prostor kolonijalnih susreta, prostor u kojem zemljopisno i povijesno odvojeni narodi dolaze u međusobni kontakt i uspostavljaju trajne odnose koji obično uključuju prisilu, radikalnu nejednakost i neukrotiv sukob” (Pratt, prema Grgurinović 2007/2008:149), za Clifforda su muzeji transkulturna mjesta/institucije koji kroz svoju osnovnu djelatnost i muzeološke funkcije zaštite, istraživanja, komunikacije i prezentacije svojih zbirki osiguravaju mjesto susreta, omogućavaju međusobnu razmjenu kulturnih vrijednosti, potiču

---

<sup>17</sup> Možda bi se ovdje za usporedbu mogla navesti razlika između McDonald’sovih restorana i tradicionalnih restorana koji u svojoj gastronomskoj ponudi uz standardni meni imaju i veliku ponudu jela tradicionalne kuhinje. Prvi restorani su jeftini, standardizirani i unificirani, dok drugi nauštrb cijene njeguju izvornost, ambijentalnost i autohtonost. Kada Clifford govori o razlici između hotela i motela, citira Meaghan Moris (1988. “At Henry Parkes Motel”. *Cultural Studies* 2/1:1–47): “moteli, za razliku od hotela, razaraju režime smisla mjesta, lokalnosti i povijesti. Oni ovjekovjećuju samo pokret, brzinu i stalno kruženje” (Clifford 2006:326).

kulturnu različitost i osiguravaju trajni kontinuitet identiteta.<sup>18</sup> No, muzeji jednako tako, navodi dalje Clifford, mogu postati i *zone konflikta*. Svaka je izložba svojevrsni “kulturološki tekst” čija se značenja mogu iščitavati u kontekstu različitih povijesnih i životnih osobnih i kolektivnih (nacionalnih) iskustava. Razvojem semiologije i teorija komunikacije muzej se shvaća kao medij, a muzejski predmet kao znak koji osim fizičke sadrži i intelektualnu dimenziju pa je, sukladno tome, unutar komunikacijskog procesa nositelj određenog značenja te prijenosnik vrijednosti i poruka baštine.<sup>19</sup>

Upravo zbog činjenice o važnosti muzejâ kao medijatorâ kolektivnog iskustva i njihove stvaralačke proaktivne uloge u službi društva i njegova razvoja<sup>20</sup>, muzeji su postali ciljana odredišta i primarne atrakcije u itinereru “postmodernog” putnika. S obzirom na to da postmoderno shvaćanje pojma kulture u diskurzu kulturalnih studija donosi jedno novo viđenje kulture koja je “obična” i shvaćena kao “zajedničko dobro”, a ne više elitni proizvod, uloga muzeja u suvremenom društvu znatno je promijenjena (Williams 2006:39). Novo nastojanje muzeja ne odnosi se samo na afirmaciju kulture, nego na poboljšanje kvalitete uopće te bolji, ugodniji i zabavniji život. Suvremeno koncipirani muzeji zbog svojeg naglaska na taktilnom doživljaju, atrakciji, interaktivnom i multimedijском pristupu izlaganju, u očima turista i turističke industrije predstavljaju mjesta gdje se istražuje, igra, eksperimentira, konstruira, objeduje, pije čaj, čavrlja, kupuje i, ukratko, ugodno i korisno troši slobodno vrijeme.

Institucije baštine (muzeji, arhivi, biblioteke itd.) i njihove zabavljačke inačice u okviru industrije baštine – npr. tematski parkovi, baštinski multimedijски i ostali slični centri diznjevskog tipa – postali su unutar suvremenog društva važan faktor razvoja turističke industrije, a samim tim i gospodarskog razvitka nekog mjesta, regije ili države. Suodnos baštinske i turističke industrije važna je pretpostavka budućeg razvoja jer “baština je jedan od načina da lokacija postane odredište”.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Usp. Clifford 1997 (pogl. “Museums as Contact Zones”).

<sup>19</sup> Prepoznavanjem muzejskog predmeta kao INDOK-objekta 1976. godine započinje nova, teoretsko-sintetička faza u razvoju muzeologije (usp. Maroević 1993).

<sup>20</sup> Za daljnje čitanje v. radove Tomislava Šole (1991, 2011).

<sup>21</sup> Prevedeno poglavlje iz knjige *Destination culture* (Kirshenblatt-Gimblett 1998:131–177). Prijevod: Ivo i Domagoj Maroević (studentska skripta iz 2002. godine, str. 11).



## 5. POSTMODERNO PUTNIČKO ISKUSTVO

Fenomen putovanja je zbog brojnih promjena u suvremenom društvu poprimio nova obilježja.<sup>22</sup> Slom distinktivnosti unutar sfera društvene (kulturne) aktivnosti, međusobno pretakanje, istodobnost raznovremenoga i implozičnost posljedice su postmoderne de-diferencijacije, koja je i područje kulture putovanja izjednačila sa svakodnevnim iskustvom nedjeljivim od ostalih vrsta socijalnih i kulturnih praksi, odnosno "ljudi su većinu vremena *turisti* sviđalo se to njima ili ne" (Urry 1990: 82). Obilježja supermoderniteta Augé je pokušao odrediti kroz tri figure prekomjernosti: prekomjernost vremena, tj. događajno preobilje, zatim prostorno preobilje te individualizaciju referencija kroz naglašavanje figure pojedinca kao središta svijeta. S druge strane, karakteristični novi prostori (*nemjesta*) stvaraju zajednički, privremeni identitet prosječnog čovjeka koji je "sam, ali sličan drugima" (Augé 2001:92). Paradoksalnost je upravo u činjenici da se mnogi stranci, putnici, prolaznici na takvim mjestima osjećaju kao da su "doma" ili u nekom utočištu jer su takva mjesta unificirana i prepoznatljiva kroz *brandove* poznatih multinacionalnih kompanija.

Najavljeno problematiziranje postmodernoga putničkog iskustva u ovom će se poglavlju predočiti kroz osobne iskaze i zapise<sup>23</sup> nekoliko odabranih sudionika kulture putovanja, koji se ne deklariraju kao turisti, već prvenstveno kao putnici. Internetski portali i osobne internetske stranice u tom su smislu pravi "mali žanrovi" kulture putovanja, u kojima

---

<sup>22</sup> Gospodarske, političke, socijalne, komunikacijske, ekološke, prostorne i ostale promjene nastale početkom 80-ih godina prošlog stoljeća utjecale su na razvoj novih turističkih trendova. Na konferenciji Svjetske turističke organizacije (Manila, 1980. god.) promoviran je trend "novog" naspram "masovnog" turizma. Turizam je "humaniji i više okrenut pojedincu" – transformira se iz "tvrđog" (*hard*) u "meki" (*soft*) oblik turizma (Kušen 2002:10).

<sup>23</sup> Ti zapisi pripadaju tekstualnim/vizualnim praksama ekonomije putovanja, putničkog iskustva i reprezentacije, za razliku od putopisnih tekstova vezanih uz područjekulture putovanja koji su žanrovski određeni unutar sustava književnosti. Ovu diferencijaciju na putopisnu književnost i ostale male žanrove kulture putovanja moguće je uvjetno, uz pretpostavku konstantne međusobne cirkulacije i razmjene, definirati kao razliku između "visoke" i "popularne" kulture. Iako u području komparativnog proučavanja književnosti putopisni tekst nije stekao potpunu afirmaciju, u području kulture putovanja sistematiziran je kao "visoki" žanr.

se uz putnička iskustva otkrivaju i osnovni motivi koji se nalaze u pozadini specifične ljudske potrebe za kretanjem:

(...) “nisam od onih koji pokušavaju shvatiti je li vlastito putovanje zapravo bijeg ili je to pokušaj da se otputuje u samoga sebe. Ja jednostavno – putujem. Natovarim naprtnjaču na leđa i udarim se kretati... tjeraj ravno, samo naprijed, bez zastajkivanja. Sve što mi treba je cesta pod nogama i torba koju teglim na ramenima. Tamo se nalazi baš sve.” (H. Š., 39 god.)<sup>24</sup>

“Ja sam ona, koja uvijek želi biti negdje drugdje. Ništa nije predaleko. Kada ne putujem, sanjam o putovanjima, planiram.” (S. V., 38 god.)<sup>25</sup>

Richard Bauman je ključne dihotomije putničkog iskustva unutar modernoga i postmodernoga vremena razdijelio na figuru hodočasnika (metafora za modernost), te *strollera (flaneura)*, *vagabunda* (skitnice), *turista* i *igrača* (metafore za postmodernu stratifikaciju). Iako niti jedan od nabrojanih tipova nije postmoderna invencija, oni sadrže nove kvalitete koje su posljedica postmodernoga kaotičnog i ubrzanog načina života (Bauman 1996:18–36). Smatram da je Baumanov tip turista moguće izjednačiti ili dovesti u vezu s konceptom *post-turista* (usp. Urry 1990:100–103, Feifer 1985:269–271). Post-turist pretežno putuje u grupi, prema unaprijed zacrtanom itineraru. Iako je svjestan da je turizam spektakl, želi biti dio tog spektakla te se prepušta igri, istražuje i participira u gotovo dječjoj maniri. Svijet doživljava kao pozornicu na kojoj je sve dozvoljeno. Post-turist je informiran, tehnološki kompetentan i medijski usredotočen. Virtualni prostor elektroničkih medija (*cyberspace*) omogućuje mu multimedijalno putničko iskustvo. Post-turist može putovati, a zapravo ne stizati daleko. Iz udobne fotelje u vlastitoj sobi može uživati u *turističkom pogledu* na gotovo sva odredišta i atrakcije kroz TV ili kompjuterski ekran. Jednim klikom

---

<sup>24</sup> H. Š. je, kako sam sebe naziva, “pisac–putnik–novinar i publicist”, a u dvanaest godina proputovao je sto zemalja na svih sedam kontinenata svijeta (<http://www.shale.com.hr/page.php?ln=hr&w=2&c=16>, pregledano 25. 6. 2012.).

<sup>25</sup> S. V. voli putovati otkada zna za sebe. Putuje sama, u odabranom društvu ili u svojstvu pratiteljice grupe turista, a putovanja su dio njezina osobnog i profesionalnog iskustva (<http://okomogastola.blogspot.com/p/putovanja.html>, pregledano: 20. 6. 2012.).

*miša* može napraviti *on-line* rezervaciju za *first minute* ili *last minute* polazak, može *dati u košaricu* odabrani *city break*, *stay&play*, *stopover* ili avanturističke aranžmane na *backpackerski* način ili jednostavno pregledati *top-destinacije* i ostale korisne putničke *linkove*. Tijekom boravka u turističkom odredištu održava neposrednu vezu i komunikaciju sa mjestom svojega stalnog boravka.

Za razliku od post-turista, postmoderni putnik posjeduje svijest o svojem putovanju, želi participirati, ali ne nužno u skupnim ritualima, traži iskustvo, želi biti u središtu događanja, ali ne želi ništa nametnuto. Postmoderni putnik pomalo sadrži odlike *strollera*, *vagabunda* i *igrača*. Zaigran je kao i post-turist<sup>26</sup>, ne planira, voli promjene i mogućnost izbora:

“Ne nosim karte ni GPS, ne planiram previše kud ću se kretati. Svaki dan nešto novo saznam pa se tako pravci i želje mijenjaju” (...) “ipak je to samo igra i avantura”. (R. K., 41 god.)<sup>27</sup>

Postmoderni putnici ne dozvoljavaju da ih se uspoređuje s turistima jer “turist ne osjeća mirise krajeva, on dolazi na odmor” (R. K.). Turisti su za njih “lažnjaci”, “tegljači naprtnjača” koji upravo obožavaju masovna događanja, vole razmjenjivati elektroničke adrese s drugim “lažnjacima”, vole (se) fotografirati, a s putovanja se vraćaju s mnoštvom suvenira (Šalković 2012:11)<sup>28</sup>. Postmoderni putnik je “čovjek koji putuje sam, živi da bi putovao i putuje da bi živio” (...) “ne brine se hoće li ili neće pogriješiti i skrenuti sa zadanog puta. On zapravo nema zadanog puta” (Šalković 2012:7). Postmoderni putnik je urbani nomad kojeg najviše privlače “male

---

<sup>26</sup> Urry koristi termin *playfulness* kao osnovno obilježje post-turista (Urry 1990:100).

<sup>27</sup> R. K. (41. god.) nedavno se vratio s četveromjesečne moto-ekspedicije *Around the World Tour* tijekom koje je sa svojim suputnikom napravio krug oko Zemlje. Cilj projekta “Zemljokrug” bio je predstavljanje Hrvatske u svijetu (v. <http://www.motoexpedition-croatia.com/zanimljivosti/34-zanimljivosti/236-put-oko-svijeta-qzemljokrugq>), a osobni motivi “sloboda, bijeg od svakodnevice (...) otkrivanje sebe i drugih” (R. K., intervju 26. 6. 2012.). Osobna putnička iskustva objavljena su u knjizi–putopisu–etnografiji pod nazivom *Knjiga ceste* (Koletić 2012).

<sup>28</sup> Iako Šalković u svojim “putopisanjima” nikada ne koristi izraz postmoderni putnik već samo putnik, preuzimala sam njegove zapise (i njegovo putničko iskustvo) kao svojevrsnu paradigmu takve vrste putnika.

zajednice koje se uporno odbijaju stopiti s masom (...) samim time i ruralna područja jer takvi ljudi tamo i žive (...) tamo je i gostoprimstvo bolje nego u velikim gradovima (...) brže i dublje stupam u kontakt s ljudima” (R. K.).

Unaprijed planirana i osmišljena putovanja, barem prema nedavnom svjedočenju mojega sugovornika, mogu izazvati otpor zbog nemogućnosti da se na putovanju upozna “pravi” život odabrane destinacije, odnosno da se doživi nešto “izvan zacrtanog plana”:

“U početku dok nije bilo medija, pogotovo interneta, bilo je zanimljivije putovati jer imao si suženu predodžbu, znači nisi mogao doći do svih informacija i vizualnih podataka o svemu što se tamo nalazi. Međutim, zadnjih par godina je toliko sve na internetu dostupno da apsolutno sve ono što vidiš na slici nađeš, točno nađeš kako izgleda hostel i soba u kojoj ćeš spavati, kako izgleda ulica, točno znaš gdje ćeš se micati i to je samo potvrđivanje onoga što ti mediji nude (...) Sve što sam u zadnje vrijeme vidio se više-manje poklapa s predodžbom. I to, ustvari, počinje biti loše. Čovjek se ne bi trebao toliko baviti destinacijom nego se prepustiti...” (L. Š., 36 god.)<sup>29</sup>

Na daljnji upit jesu li možda putovanja u zemlje Trećeg svijeta realizirala njegova očekivanja u potrazi za autentičnošću, odgovara:

“Zapravo ne, jer ja cijelo vrijeme težim za nekakvom iskonskom čistoćom, ljepotom, duhovnošću, a u ovom današnjem post-post modernističkom globalizacijskom svijetu toga nema. Ti ustvari samo dobivaš varijante onoga što imaš kod kuće. Recimo, ti vidiš budista u nekakvom egzotičnom samostanu na 4000 metara, ali on će ko i naš župnik imati mobilni u ruci i on će biti ustvari više svjetovan nego duhovan i on će biti podložan konzumerizmu. On je samo vizualno drugačiji, a sve ostalo je isto kao i kod nas. Ono što je drukčije vani kad putuješ su neočekivane situacije u kojih upadneš ako se prepustiš (...) i zbog tog interneta, zbog svega, možeš sebi isplanirati sve od jutra do večeri, ali čim kažeš idem sad negdje izvan *mape*, idem izvan

---

<sup>29</sup> L. Š. često putuje na bliže (Europa) i udaljene destinacije (istočna Azija). Na putovanjima gotovo nikad ne koristi usluge turističkih posrednika. Putuje sam ili u manjem društvu (intervju 4. 11. 2010.).

svog plana, onda to postaje zanimljivije i te stvari prepričavaš kad se vratiš kući.” (ibid.)

Postmoderni putnik odbija da ga se tretira kao dio mase što vodi prema strukturiranju turističke aktivnosti na ciljanu ponudu (“plaža i sunce”, “zabavni parkovi”, “avantura”, “noćni život”, “sport”, “krstarenje”, “povijest, kultura i umjetnost”) ili određene (*lifestyle*) stilove života (“obitelj”, “gay&lesbian”, “seniori”, “studentska putovanja”, “luksuzna putovanja”, “romantična putovanja”).<sup>30</sup> Postmoderni putnik–nomad odabire (i mijenja) vlastitu destinaciju čime dokazuje distinktivnost, a polje interesa postmoderne kartografije takvih putnika su obično udaljena, manje poznata, manje pristupačna, autohtona mjesta i područja. Prezire ustaljene oblike turističkog ponašanja, ne participira u grupnim “ritualima” i zazire od kolektivne identifikacije. Za razliku od post-turista koji želi “uloviti” što više materijalnih, vizualnih i simboličkih zapisa sa svojih putovanja i boravaka u turističkom mjestu ili destinaciji, postmoderni putnik ima potrebu opisivanja svojega putničkog iskustva. Takvo opisivanje svojevrsna je kulturna proizvodnja tekstova i formi koje putem masovnih medija i drugih oblika komunikacije dolaze do čitatelja i omogućavaju cirkulaciju unutar *kružnog toka kulture*.

## **6. UMJESTO ZAKLJUČKA, ILI PREMA PUTUJUĆIM KULTURAMA**

Na kraju nam preostaje da se zapitamo zašto je turizam ili postturizam kao izraz i produkt postmodernističke konzumerističke kulture, dokolice i informacijske tehnologije toliko važan? Zašto ljudi postmodernog doba putuju više nego ikad prije iako su im sva odredišta dostupna i na dohvat ruke preko “slike” i “riječi”, odnosno vizualnih medija? Zašto su odjeli u knjižarama s putopisima, turističkim vodičima i brošurama posebno atraktivni i privlačni? Krenimo od kraja. S jedne je strane uzrok obrat prema kulturi (istim slijedom i prema kulturi putovanja) kao središnjem fenomenu znanstvenih disciplina (kulturne antropologije, kulturne povijesti, kulturne

---

<sup>30</sup> <http://www.puturist.com/ideje-za-putovanja/default.aspx>, 2. 11. 2010.

geografije itd.) koje u svoje središte postavljaju putopis kao izraz narativno strukturiranoga autentičnog osobnog pojedinačnog iskustva, kao mogući izvor izučavanja matičnog prostora i povijesti mentaliteta te kao izraz suočavanja s kulturom i identitetom “drugih”. Istodobno se u suvremenome potrošačkom dokoličarskom društvu formira potreba za demokratizacijom “masovnoga” putničkog iskustva kroz “male” žanrove, blogove, reklamne spotove itd. Osnovna svrha putovanja, kako onog u prošlosti, tako i sada, svojevrsna je subverzija za pokretanjem korjenitih promjena u našim životima ili uvjerenje da sreću i zadovoljstvo – “plesurable experiences” (Urry 1990:1) – možemo postići samo negdje drugdje, izvan naših uobičajenih životnih tokova jer “na putovanju dobivaš nekakve dragulje svog život koje ti nitko ne može uzeti” (L. Š.). I naposljetku treći, ali ne i manje važan razlog prosperiteta turističke djelatnosti jest konzumeristička kultura u kojoj se sve, uz uvjet da je “dobro upakirano”, može prodati kao turistički proizvod, baš kao što i različite reprezentacije unutar popularne kulture mogu pobuditi interes za posjet hit-destinaciji.<sup>31</sup>

S obzirom na to da kultura putovanja kao specifično interdisciplinarno područje obuhvaća širok djelokrug kulturnih praksi vezanih uz fenomene putovanja i mobilnosti – od istraživanja prostornosti, kulturnih tradicija i identiteta, preko putničkih simboličkih praksi i socio-ekonomskih aspekata putovanja te s njima povezanih tekstualnih formi, smatram da bi sintagmu *putujuće čovječanstvo*, na pragu 21. stoljeća, mogla dostojno zamijeniti sintagma *putujuće kulture*, i to u smislu Cliffordove nove etnografije “kulture-kao-relacije-putovanja”.

---

<sup>31</sup> S time u vezi mogu se navesti dva novija primjera: organiziranje ture i razgledavanja berlinskih javnih WC-a kao uvid u “zahodsku kulturu” i povijest berlinske higijene te nezapamćen interes Hrvata za turističke aranžmane i putovanja u Istanbul nakon početka emitiranja turske “sapunice” *Šeherezada*.

## LITERATURA

- ARMITAGE, J. & J. ROBERTS, ur. 2002. *Living with cyberspace technology and society in the 21<sup>st</sup> century*. New York – London: Continuum, 43–57.
- AUGÉ, Marc. 2001. *Nemjesta: uvod u moguću antropologiju supermoderniteta*. Karlovac: Naklada DAGGK.
- BAUMAN, Zygmund. 1996. “From pilgrim to tourist – or a short history of identity”. U *Questions of Cultural Identity*, ur. S. Hall i P. du Gay. London: Sage, 18–36.
- BITI, Vladimir. 2000. “Kronotop”. U *Pojmovnik suvremene književne i kulturne teorije*. Zagreb: Matica hrvatska, 281.
- BOTTON DE, Alain. 2010. *Dnevnik s Heathrowa. Tjedan dana na aerodromu*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- BORGES, Jorge Luis. 1999. *Aleph*. Zagreb: Zagrebačka naklada.
- BURNS, M. Peter. 1999. *An Introduction to Tourism & Anthropology*. London – New York: Routledge.
- BUZARD, James. 2002. “The Grand Tour and After (1660–1840)”. U *Cambridge Companion to Travel Writing*, ur. P. Hulme – T. Youngs. Cambridge: Cambridge University Press, 37–52.
- CASTELLS, Manuell. 2000. *Informacijsko doba. Ekonomija, društvo i kultura (Uspon umreženog društva, sv. I.)*. Zagreb: Golden marketing.
- CLIFFORD, James. 2006. “Putujuće kulture”. U *Politika teorije (Zbornik rasprava iz kulturalnih studija)*, ur. D. Duda. Zagreb: Disput, 311–333.
- CLIFFORD, James. 1997. *Routes: Travel and Translations in the Late Twentieth Century*. Cambridge – London: Harvard University Press.
- CRANG, Mike. 2008. “Putovanje/turizam”. U *Kulturna geografija (Kritički rječnik ključnih pojmova)*, ur. D. Atkinson, P. Jackson, D. Sibley, N. Washbourne. Zagreb: Disput, 63–70.
- ČAPO, Jasna i Valentina GULIN ZRNIĆ, ur. 2011. *Mjesto, nemjesto. Interdisciplinarna promišljanja prostora i kulture*. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku.
- DUDA, Dean. 2007. “Prema modernističkoj kulturi putovanja”. U *Poetika pitanja (Zbornik radova u povodu 70. rođendana Milivoja Solarara)*, ur. D. Duda, G. Slabinac, A. Zlatar. Zagreb: FF press, 267–286.
- DUDA, Dean. 2005. “Ostavljeno veslo na galiji nacije: književni modernizam i kultura putovanja”. *Reč: časopis za književnost i kulturu, i društvena pitanja* 73.19:97–117.
- DUDA, Dean. 2002. *Kulturalni studiji: Ishodišta i problemi*. Zagreb: AGM.
- DUDA, Dean. 1998. *Priča i putovanje: hrvatski romantičarski putopis kao pripovjedni žanr*. Zagreb: Matica hrvatska.



- EASTHOPE, Anthony. 2006. "Visoka kultura / popularna kultura: *Srce tame i Tarzan među majmunima*". U *Politika teorije (zbornik rasprava iz kulturalnih studija)*, ur. D. Duda. Zagreb: Disput, 297–309.
- FEIFER, Maxine. 1985. *Going Places*. London: Macmillan.
- FLUSTY, Steven. 2008. "Postmodernizam". U *Kulturna geografija (Kritički rječnik ključnih pojmova)*, ur. D. Atkinson, P. Jackson, D. Sibley, N. Washbourne. Zagreb: Disput, 223–228.
- GRGURINOVIĆ, Ivona. 2007/2008. "Način konstruiranja Drugoga u putopisu 'Crno janje, sivi soko' Rebece West". *Etnološka istraživanja* 12/13:147–158.
- HUBBARD, Phil. 2008. *Prostor/mjesto*. U *Kulturna geografija (Kritički rječnik ključnih pojmova)*, ur. D. Atkinson, P. Jackson, D. Sibley, N. Washbourne. Zagreb: Disput, 71–79.
- HUNZIKER, W. i K. KRAPF. 1942. *Die Grundriss der Allgemaine Fremdenverkehrslehre*. Zürich: Polygraphischer Verlag
- JENCKS, Charles. 1985. *Jezik postmoderne arhitekture*. Beograd.
- JOHNSON, Richard. 2006. "Što su uopće kulturalni studiji?". U *Politika teorije (zbornik rasprava iz kulturalnih studija)*, ur. D. Duda. Zagreb: Disput d. o. o., str. 63–106. (prevela Andrea Modly).
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. 1998. "Destination museum". U *Destination culture (Tourism, Museums and Heritage)*. Berkley – London: University of California Press, 131–177.
- KOLETIĆ, Robert. 2012. *Knjiga ceste*. Samobor: AKD Zagreb.
- KRIPPENDORF, Jost. 1986. *Putujuće čovječanstvo. Za novo poimanje slobodnog vremena i putovanja*. Zagreb: Zavod za istraživanje turizma – SNL.
- KUŠEN, Eduard. 2002. *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Znanstvena edicija Instituta za turizam, 9–13.
- LASH, Scott. 1990. *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- MARKOVIĆ, Zora. 1987. *Osnove turizma*. Zagreb: Školska knjiga.
- MAROEVIĆ, Ivo. 1993. "Povijest muzeologije". U *Uvod u muzeologiju*. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 57–62.
- NIKODEM, Krunoslav. 2005. "John Armitage, Joanne ROBERTS (ed.) 2002. Living with cyberspace technology and society in the 21<sup>st</sup> century". [Prikaz]. *Socijalna ekologija* 14/3:253–259.
- PRATT, Mary Louise. 1992. *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. London – New York: Routledge.
- RELPH, Edward. 1976. *Place and Placelessness*. London: Pion.
- SOJA, Edward. 1996. *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Oxford: Basil Blackwell.

- SOLAR, Milivoj. 2005. *Retorika postmoderne. Ogledi i predavanja*. Zagreb: Matica hrvatska.
- ŠALKOVIĆ, Hrvoje. 2012. *Pala karta*. Zagreb: Ljevak.
- ŠOLA, Tomislav. 1991. "Muzeji i razvoj". *Osječki zbornik* 21:301–308.
- ŠOLA, Tomislav. 2011. *Prema totalnom muzeju*. Biblioteka "Mnemosophia", knj. 1, tom 1. Beograd: Centar za muzeologiju i heritologiju Filozofskog fakulteta.
- TUAN, Yi-Fu. 1977. *Space and Place. The Perspective of Experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- URRY, John. 1990. *The Tourist Gaze*. London – Thousand Oaks – New Delhi: SAGE Publications.
- WILLIAMS, Raymond. 2006. "Analiza Kulture". U *Politika teorije (Zbornik rasprava iz kulturalnih studija)*, ur. D. Duda. Zagreb: Disput, 35–58. (prevedeno poglavlje iz Williams, Raymond. 1965. *The Long Revolution*. Harmondsworth: Penguin, 57–88).
- WILLIAMS, Raymond. 2003. "Kultura". *K. Časopis za književnost, književnu i kulturnu teoriju* sv. I/1 :7–15. (prevedena natuknica iz 1976. *Keywords a Vocabulary of Culture and Society*. Oxford – New York: Oxford University Press [izmijenjeno izdanje 1983]).
- WILLIAMS, Raymond. 1963. *Culture and Society 1780–1950*. Harmondsworth: Penguin.
- WILLIS, Paul. 2000. "Foreword". U *Cultural Studies. Theory and Practice*, ur. C. Barker. London: Sage, XIX–XXII.

## IZVORI

- <http://www.couchsurfing.org> (29. 10. 2010.).
- <http://www.motoexpedition-croatia.com/zanimljivosti/34-zanimljivosti/236-put-okosvijeta-qzemljokrugq>.
- <http://okomogastola.blogspot.com/p/putovanja.html> (20. 6. 2012.).
- <http://www.putuj.com> (5. 11. 2010.).
- <http://www.puturist.com/ideje-za-putovanja/default.aspx> (2. 11. 2010.).
- <http://www.puturist.com/ideje-za-putovanja/kategorije/31/vijest/1905.aspx> (2. 11. 2010.).
- <http://www.shale.com.hr/page.php?ln=hr&w=2&c=16> (25. 6. 2012.).
- "Uvid u 'zahodsku kulturu'. Ima li zainteresiranih za turu po javnim WC-ima?". Dostupno na: <http://www.net.hr/putovanja/page/2010/09/06/0388006.html> (25. 10. 2010.).
- "Zbog Šeherezade bukirani letovi za Istanbul". Dostupno na: <http://www.net.hr/putovanja/page/2010/09/29/0289006.html> (25. 10. 2010.).

Klementina Batina

## POSTMODERN TRAVELER: A CONTRIBUTION TO UNDERSTANDING CONTEMPORARY TRAVEL CULTURE

On the example of a few selected writings from the fields of literature, cultural geography, anthropology and sociology, travel and tourism (Borges, de Botton, Soja, Clifford, Burns, Urry, Augé) this article deals with the experience of “postmodern passengers” through the different cultural approaches to research tourism and the phenomenon of travel and mobility. Furthermore, the consideration is given to the basic motives that lie behind a specific human need for movement as well as the conditions that contributed to the development of tourism as one of the widest spread phenomenon of (post)modern society. The article also gives insight into new ways of perceiving and interpreting space and presents the key changes in modern communications.

**Key words:** travel culture, traveler, travel experience, postmodernism