

Πολιτισμός και τουρισμός Ο τουρισμός ως δίκτυο παραγωγής βιωμάτων

ΣΩΤΗΡΗΣ Ν. ΧΤΟΥΡΗΣ

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ έχει από την πρώτη στιγμή της εμφάνισής του μια άμεση σχέση με τον πολιτισμό και τις διάφορες πολιτισμικές δραστηριότητες. Ο πρόδρομος του τουρισμού η “Grand Tour” που ανήκε στις παραδόσεις της ευρωπαϊκής αριστοκρατίας είχε ως στόχο τη συμβολική και ουσιαστική συμμετοχή της ανώτερης τάξης στις πολιτισμικές παραδόσεις της Ευρώπης. Η επίσκεψη των ιταλικών και των ελληνικών αρχαιολογικών χώρων αποτελούσε προϋπόθεση για την ολοκλήρωση της “Μεγάλης Περιήγησης” εφόσον έδινε στους συμμετέχοντες το βάπτισμα στον πολιτισμό της αρχαιότητας. Η περιήγηση αυτή ολοκληρωνόταν με την επίσκεψη της Πράγας, του Μονάχου, της Βιέννης και άλλων ευρωπαϊκών πόλεων, συμπληρώνοντας έτσι την εικόνα της αρχαιότητας με τον πολιτισμό των νέων αστικών κέντρων. Χαρακτηριστικό γι’ αυτό τον τρόπο της περιήγησης ήταν το βιβλίο του Friedrich von Stolber που δημοσιεύτηκε το 1749 και περιέγραφε ένα ταξίδι στη Γερμανία, την Ελβετία και την Ιταλία, το οποίο κινητοποίησε ένα μεγάλο μέρος της αριστοκρατίας και της αστικής τάξης να ασχοληθεί με την περιήγηση. Ο Goethe επηρεασμένος από αυτό το βιβλίο επιχείρησε το ταξίδι του στο Νότο. Οι περιγραφές του περιέχουν σε μια αρμονική αναλογία τη γέννηση του κινδύνου, της περιπέτειας και του αισθητικού ενθουσιασμού για τις εικόνες και τα βιώματα του Νότου. Το μίγμα αυτό έμελλε στη σημερινή μεταμοντέρνα κατάσταση να αποτελέσει και πάλι μια βασική συνταγή επιτυχίας για την περιήγηση και τον τουρισμό. Η περιήγηση στα πολιτισμικά “κέντρα” ως σύμβολο της κοινωνικής θέσης και ως τρόπος παραγωγής και συγκέντρωσης συμβολικού κεφαλαίου αποτέλεσε για όλον τον 18ο και 19ο αιώνα ένα σημαντικό σημείο αναφοράς για τους αριστοκράτες και τους αστούς. Η πρακτική αυτή αποκτά σιγά σιγά και έντονη οικονομική διάσταση. Η δημιουργία του πρώτου τουριστικού γραφείου από τον Thomas Cook το 1841 στη Βρετανία που απευθυνόταν στην αριστοκρατία και στην ισχυρή πλέον αστική τάξη, σηματοδοτεί την απαρχή της τουριστικής βιομηχανίας. Όπως και στη βιομηχανική παραγωγή, έτσι και στον τουρισμό η Γερμανία ακολουθεί καθυστερημένη την Μεγάλη Βρετανία. Το πρώτο γερμανικό τουριστικό γρα-

φείο “Stangen” πρόσφερε για πρώτη φορά το 1905 μια σειρά από οργανωμένες επισκέψεις στους αρχαίους πολιτισμούς και μια παγκόσμια περιήγηση για τους Γερμανούς αριστοκράτες και αστούς.

Αυτός ο αριστοκρατικός και αστικός τρόπος της περιήγησης είχε άμεση σχέση με τον τρόπο που ταξίδευε και στην αρχαιότητα ένα μέρος της κοινωνικής ελίτ. Η συγκέντρωση γνώσης και συμβολικού κεφαλαίου μέσω της επιτόπιας μελέτης της “σοφίας” άλλων κοινωνιών δημιουργούσε τις προϋποθέσεις για τη διατύπωση θέσεων για τον τρόπο λειτουργίας της ίδιας, κοινωνίας. Έτσι, τα ταξίδια του Ηρόδοτου στη Μεσόγειο, τη Μεσοποταμία και τη Μαύρη Θάλασσα συνδυάζονταν με ένα ερευνητικό, εθνογραφικό και πολιτικό ενδιαφέρον. Ο Αριστοτέλης και ο Πλάτων θα αναζητήσουν την αλήθεια και τις εικόνες του τότε γνωστού κόσμου έτσι ώστε να κατανοήσουν καλύτερα τα πλαίσια της κοινωνίας που ζούσαν. Ο περιηγητής (ταξιδιώτης) σε όλες αυτές τις περιπτώσεις έχει ως στόχο τη μόρφωσή του με νέα στοιχεία που δεν μπορεί του δώσει κανένας άλλος, παρά η ίδια η εικόνα και η βίωση του ξένου κόσμου. Το στοιχείο της κατανόησης και της άμεσης βίωσης της πολιτισμικής εμπειρίας αποτελούν δύο από τους βασικότερους παράγοντες νομιμοποίησης και διάδοσης αυτού του τύπου της περιήγησης. Η δυνατότητα αυτής της βίωσης παρέμενε φυσικά αποκλειστικό δικαίωμα των μελών της κοινωνίας που μπορούσαν να δρουν πέρα από τους άμεσους υλικούς περιορισμούς. Τα βιώματα αυτού του τύπου συνοδεύονταν από τη χρήση πολυτελών αγαθών που προέρχονταν από άλλες γεωγραφικές περιοχές, και τα οποία σηματοδοτούσαν συμβολικά την ανεξαρτησία της αριστοκρατίας και των αστών από την άμεση υλική ανάγκη. Ο Veblen στην θεωρία του για τους “εκλεκτούς ανθρώπους” μας δίνει για πρώτη φορά το 1899 μια κοινωνιολογική θεωρία για τη χρήση της πολυτέλειας στην κοινωνική διάκριση (Veblen 1899). Ο Veblen αναγνώρισε – με κάποια δόση σαρκασμού – ότι δίπλα στην ενδυμασία, τα κοσμήματα, τη διακόσμηση της κατοικίας, ένα άλλο σημαντικό εργαλείο για την παραγωγή διακρίσεων από τη μεριά των “εκλεκτών της κοινωνίας” ήταν η εκπαίδευση που δεν έχει άμεση χρηστική αξία, καθώς και τα

ταξίδια. Οι περιηγήσεις, οι οποίες αποτελούν τον πρόδρομο του σημερινού τουρισμού συνδύαζαν τους δύο αυτούς παράγοντες και έπαιζαν γι’ αυτόν τον λόγο ιδιαίτερη σημασία στην παραγωγή και αναπαραγωγή του κοινωνικού status. Σε αυτή τη σειρά παραγόντων διάκρισης πρέπει να προσθέσει κανείς και τις διαστάσεις του κινδύνου και του πολιτισμικού νεωτερισμού, που συμπληρώνουν και εξισορροπούν την απλή υλική δυνατότητα για ταξίδια. Έτσι, λοιπόν, η περιήγηση σε μακρινές και “επικίνδυνες”, αλλά πολιτισμικά ενδιαφέρουσες, περιοχές αποτελούσε ένα σύστημα διάκρισης που λειτουργούσε εσωτερικά στον κόσμο της αριστοκρατίας και της αστικής τάξης.



Φύση και περιήγηση

Η ανάπτυξη της σύγχρονης περιήγησης ξεπηδάει και από μια άλλη πνευματική - πολιτιστική παράδοση, η οποία επηρεάζει μέχρι σήμερα τις νεότερες εξελίξεις του τουρισμού. Η αναφορά στη φύση, όπως αυτή παρουσιάστηκε από τον Rousseau (1761) και τους Γερμανούς ρομαντικούς αργότερα, έδωσε στη σχέση των πνευματικών ανθρώπων με την φύση μια “γνωσιολογική-απελευθερωτική διάσταση”. Η απελευθέρωση από τον κομπορμιστικό έβρισκε στη φύση μια διεξόδο για τη δημιουργία μιας νέας ολοκληρωμένης ανθρώπινης συνείδησης. Μια συνείδηση που δεν ήταν δυνατό να δημιουργηθεί μόνο μέσα από τις παραδόσεις του πολιτισμού. Η αναγνώριση της φύσης και νέων τοπίων, συνδεόταν άμεσα με την αναγνώριση νέων κόσμων που βρίσκονταν σε μία αρχέγονη αρμονική και ιδανική κατάσταση. “Ο Rousseau πρότεινε την επιστροφή στη φυσική κατάσταση, την επιστροφή στη φύση, από έναν κόσμο πλαστότητας και συμβατικότητας. Σε ολόκληρη τη σταδιοδρομία του ουδέποτε αρκέστηκε να ζητήσει απλώς την επιστροφή από το μοντέρνο κράτος στην κλασική πόλη. Την ίδια σχεδόν στιγμή ζητούσε την επιστροφή από την ίδια την κλασική πόλη στον «άνθρωπο της φύσης», στον προπολιτικό άγριο” (Leo Strauss (1950) 1988, Σ.303). Η επιστροφή αυτή είναι η προϋπόθεση για την ουσιαστική ελευθερία και ευδαιμονία και αταραξία του ανθρώπου σε έναν κόσμο που φυλακίζεται σε ψεύτικες συμβάσεις και καταναγκασμούς, “...ο πολιτισμένος άνθρωπος ολοκληρώνει στο επίπεδο της ανθρωπιάς την επιστροφή του στην πρωτόγονη κατάσταση της φύσης” (Leo

Strauss, ό.π., Σ. 346). Είναι φανερό ότι ο τρόπος σκέψης του Rousseau έδρασε καταλυτικά πάνω στον κομπορμιστικό της αριστοκρατίας, ειδικότερα σε σχέση με τη δυνατότητα και επιθυμία των μελών της για ένα τουλάχιστο μερικό απεγκλωβισμό από αυτόν τον καταναγκασμό, μια ευκαιρία που προσέφεραν τα ταξίδια και οι περιηγήσεις. Το μυθιστόρημα του Rousseau *Julie* που περιγράφει μια πορεία στις Άλπεις ήταν η απαρχή για το μεγάλο ρεύμα των περιηγητών που επισκέφθηκαν τις Άλπεις τον 18ο αιώνα, κυρίως από την Αγγλία και αργότερα από τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Σε όλη την ευρωπαϊκή αριστοκρατία και την αστική τάξη η ανάγκη των ταξιδιών γίνεται σιγά σιγά μια “βασική ανάγκη”. Παράλληλα δημιου-



γείται ένα δίκτυο περιοχών τις οποίες αυτές οι κοινωνικές τάξεις επισκέπτονται, ανάλογα με την οικονομική τους δυνατότητα, την καταγωγή τους, τις φιλικές και κοινωνικές τους σχέσεις κλπ. Δίπλα στην περιήγηση έρχονται στη μόδα και οι λουτροθεραπείες σε συνδυασμό με τα τυχερά παιχνίδια και τα καζίνο. Δημιουργούνται έτσι οι μεγάλες λουτροπόλεις της Κεντρικής και Νότιας Ευρώπης που αποτελούν τόπο συγκέντρωσης της αριστοκρατίας και των αστών.

Αν και αυτός ο τύπος του τουρισμού που προσανατολίζεται στη βίωση της φυσικής κατάστασης και την απόλαυση των τοπίων και των περιοχών φυσικού κάλλους, δεν παρουσιάζεται εκ πρώτης όψεως ως μια πολιτισμική πλευρά του τουρισμού, τελικά δεσμεύεται εξίσου από τις πολιτισμικές παραδόσεις και πρακτικές όσο και η πολιτισμική περιήγηση. Η έννοια της φύσης που χρησιμοποιούμε και ο τρόπος με τον οποίο αναφερόμαστε στην φύση είναι πολιτισμικά προσδιορισμένοι. Σύμφωνα με τον Abich “τη σχέση του ανθρώπου με τη φύση θα πρέπει να την κατανοήσουμε ως τμήμα της πολιτισμικής μας πραγματικότητας και γι’ αυτό θα πρέπει ακόμα να την εντάξουμε στις έρευνα των πολιτισμικών επιστημών” (Meyer-Abich 1988, Σ. 103). Η φύση και η ιδέα που έχουμε γι’ αυτήν αποτελεί τις περισσότερες φορές μια αφορμή, ένα έναυσμα ή ακόμα και μια συγκάλυψη για πολιτισμικές και κοινωνικές πρακτικές που δεν θα μπορούσαν να διατυπωθούν από μόνες τους, διότι με αυτόν το τρόπο θα έθεταν ένα σύνολο του κοινωνικού και οικονομικού οικοδομήματος σε ερώτημα. Η φαινομενική “ουδετερότητα” της φύσης επιτρέπει αυτήν τη συ-

γκαλυμμένη παρουσίαση νημάτων χωρίς να δημιουργούνται άμεσες εντάσεις ή ριζοσπαστικές συγκρούσεις μεταξύ των δρώντων. Υπάρχει έτσι μια σειρά από κατηγορίες σημείων (Morris (1938) 1988) της φυσικής κατάστασης με τη μορφή τοπίων, εικόνων και διαδικασιών που συνδέονται με συστήματα νημάτων και με την έναρξη ή παύση κοινωνικών πρακτικών. Ο τουρισμός και ιδιαίτερα αυτός που αναφέρεται στη φύση αποτελεί μια τέτοια σύνθετη μορφή πολιτισμικής ταύτισης, κοινωνικής πρακτικής και παραγωγής εναλλακτικών βιωμάτων στα πλαίσια ενός δεδομένου κοινωνικού συστήματος και συγκεκριμένων υποκειμενικών δεσμεύσεων. Είναι χαρακτηριστική η απορία ορισμένων ανθρώπων που επιστρέφουν από

αίσθηση της αρμονίας του λαμπρού παρελθόντος, με το απλό βουκολικό παρόν μέσα σε μια ειρηνική, φιλόξενη και αισθαντική φύση. Ο Raymond Matton περιγράφει τους περιηγητές, ζωγράφους της Αθήνας:

“Ανάμεσα σε άλλους στόχους η αναζήτηση χαμένων πολιτισμών ενθουσίασε τους καλλιεργημένους ανθρώπους τουλάχιστον από την εποχή της Αναγέννησης... Στις αρχές του XVII αιώνα εμφανίζεται η ομάδα της αναζήτησης ελληνικών αρχαιοτήτων... Ωστόσο η Ανατολή έγινε εξαιρετικά της μόδας τον XVIII αιώνα. Εκτός από την επιθυμία για περιπέτεια και αρχαιολογικές αναζητήσεις, βλέπουμε να προστίθεται μια εντελώς σύγχρονη επιθυμία επιτόπιας μελέτης των φαι-



τις διακοπές τους, γιατί δεν είναι σε θέση –ακόμα και όταν το επιτρέπουν οι υλικές και κοινωνικές περιστάσεις– να συνεχίσουν την πρακτική των διακοπών τους. Δηλαδή, τον τρόπο διαχείρισης του χρόνου, τη διατροφή, τις φιλικές σχέσεις, τον τρόπο επικοινωνίας. Τα σημεία της καθημερινότητας και τα νοήματα στα οποία αναφέρονται, οδηγούν ξανά στις δεδομένες επαναλαμβανόμενες πρακτικές.

Η περιήγηση στην Ελλάδα

Τα πολιτισμικά σύμβολα του αρχαιοελληνικού κόσμου μαζί με τη ρομαντική διάθεση για τη γνωριμία της φύσης της Νότιας Ευρώπης αποτέλεσαν τις περισσότερες φορές ένα διπλό κίνητρο για την επίσκεψη των πρώτων περιηγητών στην Ελλάδα. Η σύνθεση αυτών των δύο παραδόσεων φαίνεται πολύ ξεκάθαρα στα τοπία των ζωγράφων περιηγητών. Από την μια μεριά το ενδιαφέρον τους στρέφεται στους αρχαιολογικούς χώρους και από την άλλη στο τοπίο και τη φύση. Μέσα σε αυτή τη σύνθεση αναδεικνύεται και η απλή ζωή των κατοίκων και μια κοινωνική ζωή που ξεπηδάει σχεδόν αυτονόητα από τη φυσική κατάσταση και το χώρο που δίνουν οι ακουαρέλες των περιηγητών. Οι πίνακες του Stuart και Revett (1751) και του Le Roy που παρουσιάζουν τη γέφυρα του Ιλισού, και αργότερα τα τοπία του Stademan (1835), και του Theutmer (1819), οι ακουαρέλες του Dodwell (1805) αποτελούν ορισμένα απτά παραδείγματα αυτής της προσέγγισης. Βοσκοί, αγρότες που ξεκουράζονται κάτω από τα αρχαιοελληνικά ή ρωμαϊκά κτίσματα με τις τοπικές τους φορεσιές δίνουν την

νομένων της φύσης και των συνθηκών των κατοίκων... Με τον XIX εμφανίζεται ένα νέο είδος ταξιδιώτη που δεν είναι ακόμα ο τουρίστας αλλά ο συγγραφέας που αναζητά συγκινήσεις και ντοκουμέντα. Ο Chateaubriand που ανακαλύπτει την Αθήνα με θαυμασμό από τον λόφο της Δάφνης, αφού έχει διασχίσει τον Μορέα με το άλογο, έρχεται να αναζητήσει το couleur locale, ...» (Matton 1963, Σ. 51-54).

Τα αθηναϊκό τοπίο αποτελεί σίγουρα ένα από τα ιδεοτυπικά παραδείγματα της σύνθεσης ανάμεσα στην αρχαιότητα και το couleur locale. Η καθυστέρηση της ελληνικής κοινωνίας κάτω από την οθωμανική κατοχή, η απλή ζωή της αθηναϊκής κοινότητας σε σύνδεση με την πολιτισμική και πολιτική της ιστορία έδινε την ευκαιρία στον καλλιτέχνη να δώσει παράλληλα την εικόνα ενός λαμπρού πολιτισμικού ευρωπαϊκού παρελθόντος μαζί με ένα ρομαντικό φυσικό/κοινωνικό τοπίο, χωρίς η μια διάσταση της εικόνας να δεσμεύει την άλλη, ούτε ακόμα η μια κατάσταση να προκύπτει από την άλλη. Η περιήγηση στην Ελλάδα φτάνει με αυτό τον τρόπο σε μια αισθητική κορύφωση, η οποία θα αποτελεί δεσμευτικό σημείο αναφοράς για τους περισσότερους επισκέπτες της Ελλάδας από εκείνη την εποχή μέχρι σήμερα. Οι εικόνες αυτές νομίζω ότι, σε ένα μεγάλο βαθμό, είναι αντιπροσωπευτικές και για τον τρόπο κατανόησης του νεότερου ελληνικού πολιτισμού από τους Ευρωπαίους και ως ένα μεγάλο βαθμό και για τη δική μας πολιτισμική αυτοκατανόηση: στο σημείο που έχουμε φυσικά αποδεχτεί αυτές τις ερμηνείες και τις έχουμε μετασηματίσει σε πολιτισμικές ταυτίσεις.

Οι παραλλαγές των εικόνων αυτών εμφανίζονται πολλές φορές αργότερα. Για τον ελληνικό τουρισμό ιδιαίτερα σημαντικές είναι όμως, οι ερμηνείες της Ελλάδας από ορισμένα μεταπολεμικά κείμενα και κινηματογραφικά έργα, που στο σύνολό τους προέρχονται από το νέο παγκόσμιο “ηγεμονικό” πολιτισμό των ΗΠΑ. Ο Κολοσσός του Μαρουσίου του Henry Miller περιγράφει τον ελληνικό χαρακτήρα ως μια σύνθεση της παράδοσης του νεωτερισμού και ενός οπτιμιστικού υπαρκτισμού. Το κινηματογραφικό έργο του Ζιλ Ντασέν, “Ποτέ την Κυριακή”, είναι μια νεότερη λαϊκή ερμηνεία της αρχαίας εταίρας, που κινείται μέσα σε ένα δύσκολο κόσμο ανάμεσα στην φτώχεια αλλά και τη λαμπρότητα ενός διαχρονικού χα-



Εξάλλου, η ηγεμονική ομάδα της οικονομίας και του πολιτισμού, εξαρτημένη τελείως από τις εξωτερικές πολιτικές δεσμεύσεις, δεν αποτελούσε παρά μια γελοία συνθετική καρικατούρα αρχαιολατρικής και λαϊκισμού, με κορυφαίο ιδεοτύπο της τον αρχηγό των πραξικοπηματιών του '67, τον Γεώργιο Παπαδόπουλο. Η πάντα “αφελής” και γενικευτική αμερικανική γεωστρατηγική πολιτική δεν χρειαζόταν να καταλάβει τις “λεπτές διαφορές” του Παπαδόπουλου από το μέσο όρο των συντηρητικών ηγετών της ελληνικής πολιτικής και στρατιωτικής ελίτ. Η επιλογή του όμως, είναι επίσης χαρακτηριστική για τον τρόπο με τον οποίο έβλεπαν την Ελλάδα και τον πολιτισμό της οι σκληρές τεχνοκρατικές υπηρεσίες

ρακτήρα. Τέλος, ο υπαρκτικός Ζορμπάς του Καζαντζάκη, σε σκηνοθεσία του Κακογιάννη, δίνει ξανά τον Έλληνα ως ένα λαϊκό ήρωα που ξεφεύγει από τα στενά όρια της απλής παράδοσης και μέσα από την ίδια του τη φύση κινείται μέσα σε διαρκείς και αναλλοίωτες ανθρώπινες / πολιτισμικές αξίες και πρακτικές, χαράζοντας σχεδόν αναλλοίωτα την εικόνα την νεότερης Ελλάδας στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ. Σε αυτές τις εικόνες θα στηριχτούν οι μεταπολεμικοί επισκέπτες για να ερμηνεύσουν την ελληνική πραγματικότητα που θα αναζητήσουν και τελικά θα συναντήσουν μπροστά τους στις αναρίθμητες ταβέρνες “ο Ζορμπάς”. Είναι φανερό ότι και τα τρία αυτά σημαντικά παραδείγματα πολιτισμικής ερμηνείας, δεν παράγονται από τους ίδιους τους νεότερους Έλληνες. Είναι περισσότερο προϊόντα μιας προσπάθειας σύγχρονης περιήγησης των Αμερικάνων και της πλέον ισχυρής πολιτισμικής βιομηχανίας του κινηματογράφου στη σύγχρονη Ευρώπη. Τέτοιες προσπάθειες κινηματογραφικής, αφηγηματικής ερμηνείας της Ευρώπης υπήρξαν για πολλές ευρωπαϊκές χώρες, μόνο που στις περισσότερες δεν έπαιξαν τον ίδιο καταλυτικό και μονοσήμαντο ρόλο για τη διαμόρφωση της πολιτισμικής τους εικόνας –πολλές φορές και τις δικές τους πολιτισμικής συνείδησης– όπως συνέβη με την περίπτωση της Ελλάδας. Η ίδια η πολιτιστική ελίτ της Ελλάδας, εξαντλημένη από τη μακρόχρονη πολιτική διαμάχη, δεν είχε τη δυνατότητα να παρουσιάσει ένα δικό της πολιτισμικό λόγο που θα δημιουργούσε άλλες ταυτίσεις και κινητοποιήσεις, πέρα από τις φανατισμένες πολιτικές ομάδες και τους οπαδούς τους.

και οι υπεύθυνοι του σχεδιασμού της πολιτικής και της οικονομίας των ΗΠΑ. Αν ο γοητευτικός Ζορμπάς είναι η ακραία θετική εικόνα του Έλληνα για την πολιτισμική ελίτ των ΗΠΑ –και αργότερα της Ευρώπης–, ο Παπαδόπουλος και ο Μαρκεζίνης ήταν η ακραία λειτουργική-υποταγμένη εικόνα του Έλληνα για τους δυτικούς τεχνοκράτες και πολιτικούς. Η Ελλάδα μέχρι το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο δεν αναπτύσσει τον τουρισμό ως ξεχωριστή επιχειρηματική δραστηριότητα. Αυτό γίνεται ουσιαστικά μετά το 1950 όταν ένα μέρος των ευρωπαϊκών και κυρίως των αμερικανικών μεσοστρωμάτων βάζει την Ελλάδα στον “κατάλογο” των χωρών που θα έπρεπε να επισκεφθεί. Η Ελλάδα αν και ποτέ δεν απόκτησε την αίγλη της Γαλλίας και της Ιταλίας, ανήκει πλέον στο δίκτυο των ευρωπαϊκών χωρών που συνθέτουν μια “ευρωπαϊκή περιήγηση”. Τα πολιτισμικά και κοινωνικά βιώματα της Ευρώπης ξεπερνούν τον “επαρχιωτισμό” των αμερικανικών μεσοστρωμάτων και φέρνουν στη θέση του ένα νέο αμερικάνικο “κοσμοπολιτισμό”, αναδεικνύοντας ως αξία την “εμπάθεια” και τους ανοικτούς πολιτισμικούς ορίζοντες. Το ολοένα αυξανόμενο ρεύμα των Αμερικανών και Ευρωπαίων επισκεπτών –που δεν μπορεί ακόμα να χαρακτηριστεί μαζικός τουρισμός– ενδιαφέρεται αρχικά για τα αξιοθέατα του αρχαιοελληνικού πολιτισμού και κατά δεύτερο λόγο για την ελληνική φύση και τη φυσιολατρική περιήγηση. Αργότερα τα νεολαϊστικά πολιτικά και κοινωνικά κινήματα της Ευρώπης ξανακαλύπτουν την Ελλάδα μέσα από τα μοτίβα της κοινωνικής και προσωπικής απελευθέρωσης. Παρά το γεγο-

νός ότι η πολιτική κατάσταση στην περίοδο της χούντας δυσκολεύει αυτή την εξέλιξη, ένα μεγάλο μέρος των ευρωπαϊών νέων επισκέπτεται την Ελλάδα περισσότερο από κοινωνικό-πολιτισμικό και φυσιολατρικό ενδιαφέρον. Οι μεγάλες παρέες με τα σακίδια που ανακάλυψαν τις ελληνικές παραλίες και τα απομακρυσμένα χωριά της Ελλάδας βρίσκουν την ευκαιρία να ζήσουν στιγμές αντικοφορμισμού, ελευθερίας και κοινωνικού πειραματισμού. Κορυφαία συμβολική στιγμή αυτής της περιόδου είναι μετά το 1970 τα Μάταλα, η Αγία Γαλήνη και αργότερα η Παλαιόχωρα και η Μονή Πρέβελη στην Κρήτη, η Ίος και η Αγία Άννα στη Νάξο. Οι πιο κοσμοπολίτικες παραλλαγές της Μυκόνου συμπληρώνουν αυτή την εξέ-



λιξη συνδυάζοντας την ελευθερία και τον αντικοφορμισμό των νέων με την κοινωνική και πολιτισμική πρακτική ορισμένων ομάδων όπως π.χ. οι ομοφυλόφιλοι. Όλη η παραλιακή Ελλάδα, αλλά κυρίως ο νησιωτικός χώρος καλύπτεται μετά το 1970 από ένα δίκτυο τουριστικών κοινοτήτων που προσφέρουν τους καλοκαιρινούς μήνες πρόχειρα καταλύματα, με τη μορφή των ενοικιαζόμενων δωματίων και κάποιες ταβέρνες που προσφέρουν φαγητό και αποτελούν τόπο συγκέντρωσης και διασκέδασης. Ένα μεγάλο μέρος των επισκεπτών δεν χρησιμοποιούν ούτε αυτή την ελάχιστη υποδομή και κατασκηνώνουν ελεύθερα στις παραλίες. Το ταξίδι στην Ελλάδα συνδυάζεται με την επίσκεψη περισσότερων σημείων. Οι πληροφορίες που έχουν από τα δίκτυα γνωστών και φίλων συμπληρώνονται από τις ανακαλύψεις που κάνει ο καθένας μόνος του και με τις οποίες επανατροφοδοτεί το δίκτυο πληροφοροφόρησης και ενημέρωσης. Το πέρασμα από το ένα νησί στο άλλο, από την μια περιοχή στην άλλη δυσκολεύεται από το ελλιπές συγκοινωνιακό δίκτυο, τα παλιά πλοία και γενικότερα την υπανάπτυκτη μεταφορική υποδομή. Πολλές κοινότητες γίνονται τουριστικά κέντρα πριν αποκτήσουν ακόμα λιμάνι, ασφαλτοστρωμένο δρόμο και πολλές φορές τηλέφωνο και ηλεκτρικό. Η καθυστέρηση αυτή εκλαμβάνεται από πολλούς επισκέπτες περισσότερο ως θετικό παρά ως αρνητικό στοιχείο για την επίσκεψη της περιοχής. Η παραδοσιακή “πρωτόγονη” κατάσταση της περιοχής δίνει την ευκαιρία για μια μεγαλύτερη ταύτιση με τον εναλλακτικό και μη αποξενωμένο τρόπο ζωής.

Πολλοί από τους επισκέπτες, οι οποίοι ταυτίζονται περισσότερο με το χώρο, αποκτούν γνωστούς, δημιουργούν φιλίες αγοράζον σπίτια ή γη με στόχο να διευρύνουν το χρόνο των καλοκαιρινών διακοπών και να δώσουν στη σχέση τους με την περιοχή που ανακάλυψαν μια διάρκεια. Τα εισοδήματα που εισρέουν στις περιοχές αυτές μεταβάλλουν σύντομα και την εικόνα τους. Η οικιστική ανάπτυξη χωρίς πολεοδομικό και αρχιτεκτονικό σχεδιασμό μετασχηματίζει τις παραδοσιακές κοινότητες σε τουριστικούς οικισμούς που ζουν τους καλοκαιρινούς μήνες. Η τοπική κοινωνία ζει με ιδιαίτερη ένταση την περίοδο αυτή, ενώ η φέρουσα ικανότητα των κοινοτήτων εξαντλείται. Αντίθετα, εκτός της τουριστικής σεζόν οι πε-

ριοχές αυτές πέφτουν σε κοινωνική αδράνεια. Η ελάττωση του πληθυσμού αποσαθρώνει την κοινωνική δομή και ελαχιστοποιεί τις κοινωνικές λειτουργίες.

Η εξέλιξη αυτού του τύπου του ελληνικού τουρισμού συνοδεύεται και από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Τα μεγάλα ξενοδοχεία που κτίζονται τις δεκαετίες του '70 και του '80 στοχεύουν σε πελάτες που προέρχονται κυρίως από τα χαμηλά και μεσαία εισοδηματικά στρώματα της Ευρώπης και ακολουθούν τα πρότυπα της Ιταλίας και της Ισπανίας. Ο μαζικός τουρισμός που ξεκινάει με κύριο φορέα του την εργατική τάξη της Βόρειας και Νότιας Ευρώπης μετά την επίσημη καθιέρωση των εργασιακών διακοπών (π.χ. στην Γερμανία το 1963), προσφέρει πακέτα διακοπών και εκδρομών σε πολύ προσιτές τιμές. Το κύριο σημείο αναφοράς του μαζικού τουρισμού είναι η ψυχαγωγία και η φυσική “αναγέννηση” των επισκεπτών μέσω της επαφής με τη φύση, τον ήλιο κλπ. Ο πολιτισμός παίζει δευτερεύοντα ρόλο στο μαζικό τουρισμό, χωρίς όμως να χάνει τελείως τη σημασία του. Ακόμα και για τους επισκέπτες των μαζικών ταξιδιών, η αναφορά στον παραδοσιακό πολιτισμό μιας περιοχής έχει σημασία για την επιλογή της.

Ο τουρισμός ως δίκτυο παραγωγής βιωμάτων

Πάντως σε όλες τις μορφές τουρισμού, ακόμα και σε αυτές του μαζικού τουρισμού υπεισέρχεται, άμεσα ή έμμεσα, το κλασικό μοτίβο κινήτρων που σε μεγάλο βαθμό έχει σχέση με

την αποδέσμευση από τους εξαναγκασμούς και την αποξένωση που οριοθετούν τον καθημερινό βιοματικό κόσμο. Το ξεπέραςμα αυτής της αποξένωσης, μπορεί να δημιουργείται είτε μέσα από μια επαναπροσέγγιση της σχέσης με τον πολιτισμό (αρχαίο-παραδοσιακό), είτε ακόμα μέσα από την επαναβίωση της σχέσης μας με τη φύση και τις εικόνες της φύσης. Μόνο που στη σημερινή περίοδο η κατάσταση της αποξένωσης και της αλλοτρίωσης έχει γίνει ή ίδια αντικείμενο του καταναλωτικού πολιτισμού. Το ξεπέραςμα της αλλοτρίωσης δεν πραγματοποιείται μέσα από μια προσπάθεια διεύρυνσης της συνείδησης και αλλαγής των κοινωνικών σχέσεων που τις παράγουν, αλλά μέσω της κατανάλωσης και



ταστάσεων που δημιουργούν άμεσες εμπειρίες και εφήμερα βιώματα, τα οποία αντιστρατεύονται ή ανατρέπουν προσωρινά την καθημερινότητα. Η παραδοσιακή γνωριμία με τις ρίζες και τις παραδόσεις του πολιτισμού και την πρωτογενή και αρμονική εικόνα της φύσης που αποτελούσε ένα προνόμιο της αριστοκρατίας και της αστικής τάξης, μετατρέπεται στο μεταβιομηχανικό πολιτισμό σε ένα καταναλωτικό προϊόν των εφήμερων βιωμάτων. Ο σύγχρονος τουρισμός αποτελεί το βιομηχανικό κλάδο που είναι κατ'εξοχήν ειδικός στην παραγωγή αυτών των “βιωμάτων”/προϊόντων. Ταυτόχρονα εξειδικεύει αυτή την παραγωγή σε διάφορους νέους τομείς όπως είναι αυτοί της περιπέτειας και της σεξουαλικής δραστηριότητας (τουρισμός της Ανατολικής Ασίας) κλπ.

Οι αλλαγές αυτές δεν παρατηρούνται μόνο στον χώρο του τουρισμού, αλλά στο σύνολο της μεταβιομηχανικής κοινωνίας. Η επιθυμία για την παραγωγή και κατανάλωση εφήμερων βιωμάτων αποτελεί πλέον το βασικό προσανατολισμό της νεότερης γενιάς και ενός μεγάλου μέρους των μεσαίων ηλικιών. Η εξέλιξη αυτή έχει σχέση με την αύξηση της αγοραστικής δύναμης των μεσαίων στρωμάτων που έφερε σιγά σιγά σε πρώτη προτεραιότητα την κατανάλωση πολυτελών αγαθών και υπηρεσιών. Η συμβολική διάσταση της πολυτελούς κατανάλωσης (Chtouris 1990) και των ανάλογων υπηρεσιών που επεκτάθηκε μέσω της μίμησης και της διαδικασίας της κοινωνικής διάκρισης (distinction) σε όλα τα μεσαία οικονομικά στρώματα, συνδέθηκε ταυτόχρονα με την αναζήτη-

ση νέων πρωτότυπων βιωμάτων και περιπετειών. Αυτή η δεύτερη πρακτική δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ανοχή της αλλοτριωμένης και εξορθολογισμένης κατάστασης της εργασιακής και της κοινωνικής πραγματικότητας.

Παραδείγματα εφήμερων βιωμάτων που προσανατολίζουν τη συμπεριφορά και τις στρατηγικές κοινωνικής διάκρισης

- Αισθητική απόλαυση στην ενδυμασία, τη διακόσμηση κλπ.
- Νέες γεύσεις, νέοι χώροι φαγητού
- Μη κομοφομιστικές πολιτισμικές δραστηριότητες και ενδιαφέροντα (Jazz, άλλοι πολιτισμοί, κλπ.)

- Περιπέτεια στη φύση
- Περιπέτεια στον κοινωνικό χώρο
- Ακούσματα μουσικής, ανάγνωση βιβλίων, μετά από προσεκτική διάκριση προς τη μέση κατάσταση του κοινωνικού περιγύρου.
- Επιλογή χώρων επίσκεψης και αναψυχής μετά από προσεκτική διάκριση.
- Αυτο-σκηνοθετημένη παρουσίαση σε κοινωνικές και εργασιακές εκδηλώσεις.

Η εξέλιξη των μεσαίων στρωμάτων και ιδιαίτερα οι πολιτισμικές πρακτικές που ακολουθούν παρουσιάζουν ομοιότητες με την εξέλιξη των ανάλογων πρακτικών της αριστοκρατίας και της αστικής τάξης στην Ευρώπη τους προηγούμενους αιώνες (Norbet Elias 1969). Οι διαδικασίες κοινωνικής διαφοροποίησης (Bourdieu 1979) στη μεταβιομηχανική κοινωνία είναι όμως εξαιρετικά μαζικές και στηρίζονται κυρίως στη βιομηχανική καταναλωτική βάση της κοινωνίας. Οι πρακτικές αυτές έχουν άμεση σχέση με τη μαζική κατανάλωση “μετακινήσεων”, και “πακέτων αναψυχής”, “αισθητικής απόλαυσης” και “περιπέτειας”.

Η παραγωγή ενός παραδοσιακού φανταστικού χώρου
Το δεύτερο σημείο που παρουσιάζει ενδιαφέρον είναι οι τρόποι που αντιδρούν οι ίδιοι οι τόποι υποδοχής απέναντι σε αυτές τις πρακτικές. Απέναντι σε αυτό τον κόσμο των επιθυμιών

και της ζήτησης βιωμάτων που αναπτύσσουν οι επισκέπτες, οι τουριστικοί χώροι συνήθως παράγουν με την σειρά τους έναν κόσμο φανταστικό αυτοσκηνοθετημένο που στις περισσότερες περιπτώσεις παραλλάσσει και αλλοιώνει τα στοιχεία και δεδομένα της πραγματικότητας, έτσι ώστε να ικανοποιούν τις ανάγκες του επισκέπτη. Ανάμεσα στον κόσμο της αποξένωσης, των επιθυμητών βιωμάτων και το φανταστικό χώρο παράγεται συχνά το πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύσσεται πολιτισμικά η σύγχρονη τουριστική δραστηριότητα.

Ειδικότερα στην Ελλάδα, αυτή η πράξη αυτοσκηνοθεσίας που οριοθετεί το χώρο αναφοράς των επισκεπτών έχει άμεση



σχέση με τον τρόπο κατανόησης της παράδοσης και του τοπικού πολιτισμού μέσα στον ελληνικό χώρο. Οι διαδικασίες αυτοσκηνοθεσίας προϋποθέτουν έτσι τα πρότυπα κατανόησης και τον ορίζοντα ιστορικής και κοινωνικής συνείδησης μέσα στον οποίο παράγονται. Το σημείο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό γιατί δεν περιορίζεται απλά μέσα στην πρακτική αυτών που συμμετέχουν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο στην τουριστική δραστηριότητα, αλλά αφορά το σύνολο της πολιτισμικής πραγματικότητας και ειδικότερα αυτούς που με κάποιο τρόπο έχουν την ικανότητα και την αρμοδιότητα να παράγουν στοιχεία πολιτισμικής συνείδησης και ταυτότητας όπως είναι για παράδειγμα τα πανεπιστήμια, οι πολιτισμικοί φορείς, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, οι Εκδοτικοί Οίκοι κλπ. Ο προσδιορισμός του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού σε σχέση με την αρχαιοελληνική κληρονομιά, τη βυζαντινή ορθόδοξη παράδοση και τους διάφορους τοπικούς πολιτισμούς και τον ευρωπαϊκό μοντερνισμό είναι σε γενικές γραμμές το πλαίσιο μέσα στο οποίο παράγεται συνήθως “αντιθετικά” και πολλές φορές λογικά ανακόλουθα η σύγχρονη ελληνική πολιτισμική ταυτότητα. Ειδικότερα όμως, το σημείο που αφορά τον τοπικό πολιτισμό και την τοπική παράδοση έχει ιδιαίτερη σημασία για την πολιτισμική αυτοσκηνοθεσία και “ταυτότητα” των κοινοτήτων και των πόλεων που συγκεντρώνουν την τουριστική δραστηριότητα.

Η κατανόηση των τοπικών πολιτισμών στηρίζεται συνήθως σε μια απλοϊκή ταξινόμηση των χαρακτήρων του κοινωνικού και πολιτισμικού σχηματισμού σε διχοτομημένους χαρακτή-

ρες και ποιότητες. Η πιο γνωστή στη συγκεκριμένη περίπτωση αφορά την μετάβαση από το παραδοσιακό στο σύγχρονο, και συνοδεύεται από ανάλογες διχοτομήσεις όπως αυτές του αγροτικού/βιομηχανικού, τοπικού/ κεντρικού, αυτοκαταναλωτικού/ εμπορευματοποιημένου, κλπ. Οι διχοτομήσεις των χαρακτήρων αναφέρονται κυρίως στη διαχρονική μεταβολή του κοινωνικού μετασχηματισμού και των πολιτιστικών σχέσεων. Είναι φανερό ότι η τομή ανάμεσα στο παραδοσιακό και το σύγχρονο, δηλαδή στις δύο ιδεατές καταστάσεις της κοινωνικής μεταβολής σε τοπικό επίπεδο, δημιουργεί συχνά γενικεύσεις που δεν μπορούν να περιγράψουν τη συνθετότητα και την ανάμειξη των καταστάσεων του τοπικού πολιτισμού. Η

αυτό-σκηνοθεσία του τοπικού πολιτισμού περιορίζεται έτσι στο φανταστικό χώρο της γενικότερης παράδοσης, ενώ η αντιμετώπιση του μετασχηματισμού γίνεται συνήθως μέσω της αδιαφοροποίησης χρήσης ορισμένων εννοιών όπως είναι αυτές που αναφέρονται παρακάτω:

- μεταφορά πολιτισμικών στοιχείων και συμβόλων
- πολιτισμική αποδοχή
- ανταλλαγή πολιτισμικών προτύπων
- ανάμειξη πολιτισμικών στοιχείων
- επιβολή πολιτισμικών προτύπων και οικονομικών καθεστώτων
- πολιτισμική αλλοτρίωση και αλλοίωση

Οι περισσότερες από αυτές τις έννοιες κρύβουν σε μεγάλο βαθμό την αμηχανία του ερευνητή απέναντι σε ένα σύνθετο ερευνητικό αντικείμενο. Με ακόμα μεγαλύτερη αμηχανία αντιμετωπίζει αυτό το πρόβλημα ο χώρος των Μ.Μ.Ε. και της πολιτικής. Οι παραπάνω έννοιες μετασχηματίζονται στα πλαίσια μιας ρητορικής στις καταστάσεις:

- της πολιτιστικής ισοπέδωσης
- της πολιτιστικής καταστροφής
- της υποταγής και υποδούλωσης σε ξένα πολιτιστικά πρότυπα
- της άμυνας απέναντι σε ξένες επιδράσεις κλπ.

Ο σκηνοθετημένος χώρος των τοπικών πολιτισμών στις του-

ριστικές κοινότητες και πόλεις αντανάκλα συνήθως τα παραπάνω πολιτισμικά πρότυπα με κύριο αποτέλεσμα την παραγωγή ενός φανταστικού συστήματος αναφοράς, μέσα από το οποίο προκύπτουν σημαντικές αξιακές δεσμεύσεις και πρακτικές. Απτά παραδείγματα αυτής της εξέλιξης βλέπουμε στην αρχιτεκτονική, τη διακόσμηση, τη γαστρονομία, τη μουσική, τις τοπικές εκδηλώσεις, κλπ. Η τελική πολιτισμική σύνθεση που παράγεται είναι μια ανάμειξη ανάμεσα σε παραδοσιακά και σύγχρονα στοιχεία με κύριο στόχο την παραγωγή μιας εικόνας που θα ερμηνεύεται θετικά από τον επισκέπτη. Η σκηνοθεσία του τοπικού πολιτισμού πρέπει να εναρμονίζεται με την αυτοσκηνοθεσία του ίδιου του επισκέπτη, καθώς



επίσης και με την εικόνα που θα μεταφέρει ξανά στον τόπο προέλευσής του, στο βιομηχανικό του κόσμο. Ανάμεσα στον “ιδεατό επισκέπτη” και τον “ιδεατό τουριστικό χώρο” δημιουργείται μια σχέση αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης. Η σχέση αυτή δεν περιορίζεται μόνο στα οικονομικά δεδομένα όπως αυτό παρουσιάζεται συνήθως, αλλά αποτελεί μια σχέση διαρκούς αλληλοδιδασίας και αλληλοδόμησης (Χτούρης 1995). Η διαδικασία της αλληλοδιδασίας προϋποθέτει την ικανότητα σύνδεσης διάφορων κοινωνικών σχηματισμών που έχουν διάφορες μορφές αυτοπονητικής ικανότητας (πολιτισμικής, οικονομικής, θεσμικής κλπ.) (Luhman Σ. 297). Η έννοια της αλληλοδιδασίας μπορεί να μετασχηματιστεί και να παρουσιάσει καλύτερα τις σχέσεις μεταξύ ετερογενών πολιτισμικών σχηματισμών μέσω της έννοιας της αλληλοδόμησης (interstructuring). Μέσω της έννοιας της αλληλοδόμησης αναδεικνύονται περισσότερο οι περιπτώσεις σύμφωνα με τις οποίες μια πολιτισμική οντότητα μπορεί να δομείται εσωτερικά μέσω της επίδρασης που έχει επάνω σε μια άλλη οντότητα, αλλά και την αντίθετη περίπτωση, να αποδομείται εσωτερικά ενώ επηρεάζει τη δόμηση και ανάπτυξη μιας άλλης οντότητας. Η έννοια της αλληλοδόμησης εμπεριέχει ως μια περίπτωση δράσης το επικοινωνιακό πράττειν (kommunikatives Handeln), σύμφωνα με το οποίο οι μερικές πράξεις των δρώντων εναρμονίζονται μεταξύ τους μέσω μιας κοινής τους αποδοχής. “Μια τέτοια κοινή αποδοχή στηρίζεται (ή τεματίζεται) μέσω της διποκειμενικής αναγνώρισης απαιτήσεων που υποκείται σε κριτική” (Habermas 1984, Σ. 547).

Ο ιδεατός επισκέπτης μεταφέρει μέσα σε αυτά τα πλαίσια παραστάσεις και απαιτήσεις για τον τοπικό πολιτισμό, ενώ ταυτόχρονα εισπράττει εικόνες και πρακτικές από τον τοπικό πολιτισμό, τις οποίες επανεντάσσει με κάποιο τρόπο στην κοινωνική δομή από την οποία προέρχεται. Η σχέση αλληλοδόμησης κινείται αρχικά, στην περίπτωση των τουριστικών κοινοτήτων, στο επίπεδο της απλής προσαρμογής, ενώ μεσοχρόνια μετασχηματίζει το σύνολο της οικονομικής και κοινωνικής τους δομής. Οι κοινότητες αυτές ενώ φαίνονται από μια πρώτη άποψη ως χώροι πολιτισμικής ιδιαιτερότητας, αποδεικνύονται τμήματα ευρύτερων δικτύων αλληλοδόμησης, στα οποία τελικά επικρατεί μια ομοιομορφία και ομοιογένεια των κατα-

ναλωτικών προτύπων και πολιτισμικών αξιών. Με τον ίδιο τρόπο η ιδιαιτερότητα των βιωμάτων των ατόμων που συμμετέχουν σε αυτές τις πρακτικές ως τουριστικοί επισκέπτες, αποδεικνύεται μια επανάληψη τυποποιημένων καταστάσεων και υπηρεσιών. Τα τουριστικά δίκτυα μετατρέπονται με αυτό τον τρόπο σε βιομηχανικά συστήματα παραγωγής βιωμάτων όλων των πιθανών τύπων και κατηγοριών. Η αισθητική των δικτύων που παράγεται μέσα στο φανταστικό χώρο οδηγεί τελικά στην πραγματοποίηση μιας ψευδο-αισθητικής της παράδοσης, που ενώ φαίνεται ότι ανήκει στο μικρόκοσμο του τοπικού πολιτισμού, είναι τελικά το δημιούργημα ενός δικτύου της τουριστικής πολιτισμικής βιομηχανίας. Ωστόσο, η “παράδοση που έχει ουσιαστικά χαθεί δεν υποκαθίσταται τελικά μέσω της αισθητικής. Αυτό όμως προσπαθεί να κάνει η αστική κοινωνία. Αλλά και οι λόγοι που οδηγούν σε αυτή την υποκατάσταση είναι ουσιαστικοί. Όσο λιγότερο ανέχεται τις πραγματικές αρχές της παράδοσης, τόσο περισσότερο αναφέρεται [η πολιτισμική βιομηχανία] στην παράδοση σαν κάτι που μοιάζει να είναι εξωτερική αξία”, (Adorno 1968, Σ.31) και κατά συνέπεια δεν δεσμεύει κανέναν ουσιαστικά. Η αναφορά στην παράδοση και η παραγωγή ενός φανταστικού χώρου γύρω από αυτήν δεν αναφέρονται μόνο σε κάτι που έχει χαθεί, αλλά αναδεικνύουν κάτι που δεν υπήρξε ποτέ. Ο τοπικός πολιτισμός στις πιο πολλές τουριστικές περιοχές υπήρξε στο παρελθόν περισσότερο ως σύστημα που βρισκόνταν σε μια διαρκή δικτυωμένη αλληλεξάρτηση και αλληλοδόμηση (Χτούρης 1995) και όχι ως οντότητα που λειτουργεί

γούσε με απόλυτους τοπικούς όρους, εγκλωβισμένος σε ένα πεδίο περιορισμένων τοπικών νοημάτων. Το σύγχρονο δίκτυο της πολιτισμικής βιομηχανίας του τουρισμού αρνείται να δει τελικά ότι ο λαϊκός πολιτισμός δημιουργήθηκε και αναπαράγοταν στο παρελθόν μέσω μιας δικτυακής σχέσης, που κάλυπτε ευρύτερες γεωγραφικές περιοχές. Σε αντίθεση με τη σημερινή κατάσταση, η αναγνώριση της έννοιας της παράδοσης και κατά συνέπεια και της σύγχρονης παράδοσης ως δικτυακό πολιτισμικό σύστημα, μπορεί να οδηγήσει σε μια ουσιαστική ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας και του τοπικού πολιτισμού σε μια δυναμική πολιτισμική σύνθεση των παραδοσιακών και σύγχρονων στοιχείων. Μέσα σε αυτή τη σύνθε-

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.

Adorno Th.W., *Ohne Leitbild, Parva Aesthetica*, Frankfurt 1968.
 Abich-Meyer, Michael Klaus, *Wege zum Frieden mit der Natur...*, Meunchen/Wien, 1984.
 Chtouris Sotiris, *Die andere Gegenwart*, [Το άλλο παρόν], Kassel 1990.
 Elias Norbert, *Ueber den Prozess der Zivilisation*, Frankfurt 1980 (πρώτη γερμανική έκδοση 1969).
 Bourdieu Pierre, *Die feinen Unterschiede*, Frankfurt 1982 (πρώτη γαλλική έκδοση 1979).
 Bourdieu Pierre, *Microcosmes*, [ελλ. μετ. *Μικρόκοσμοι*], Αθήνα 1992.
 Parsons Talcott, *The Social System*, New York 1964.
 Habermas Jeurgen, *Vorstudien und Ergaenzungen zur Theorie des Kommunikativen Handeln*, Frankfurt/M 1984.
 Luhman Niklas, *Soziale Systeme*, Frankfurt 1984.



ση ο ίδιος ο τουρισμός μπορεί να έχει μια ιδιαίτερα σημαντική και δυναμική θέση ως παραγωγός πολιτισμικών δράσεων και ως μια δραστηριότητα που ευνοεί τις πολιτισμικές ανταλλαγές και τη διάχυση του πολιτισμικού νεωτερισμού. Η κύρια διαδικασία που μπορεί να οδηγήσει σε αυτήν τη σχέση είναι μια διαλεκτική ανάμεσα στην παραδοσιακή και μεταμοντέρνα κατάσταση. Δηλαδή η παραγωγική σχέση ανάμεσα στην κατάσταση όπου κυριαρχεί ουσιαστικά η παραδοσιακή κοινωνική οργάνωση –και όχι η φανταστική αισθητική της– και την κατάσταση όπου επικρατούν, σε παγκόσμιο επίπεδο παράγοντες σύνθεσης και ομογενοποίησης του παγκόσμιου πολιτισμού. Προϋπόθεση γι'αυτήν την εξέλιξη είναι φυσικά η ουσιαστική συνείδηση των σημερινών συνθηκών ύπαρξης και αναπαγωγής των τοπικών πολιτισμικών στοιχείων, καθώς και η αποδοχή εναλλακτικών πρακτικών και η παραγωγή ουσιαστικών κοινωνικών και πολιτισμικών βιωμάτων των κατοίκων που ζουν προσωρινά ή διαρκώς στις τουριστικές περιοχές (επισκέπτες και κάτοικοι). Ειδικότερα η πολιτισμική συμμετοχή, οι ανταλλαγές εμπειριών, νέες πολιτισμικές δραστηριότητες, η ενασχόληση με το περιβάλλον και η ενεργή συμμετοχή στην προστασία του, μπορεί να είναι ορισμένες από τις δραστηριότητες που θα αναδείξουν μια νέα πολιτισμική πρακτική του τουρισμού.

Morris C.W., *Foundation of the Theory of Signs*, 1938.
 Spode Hasso, *Zur Geschichte des Tourismous*, Studienkreis fuer Tourismus, Starnberg 1987.
 Strauss Leo, *Φυσικό Δίκαιο και Ιστορία*, Αθήνα 1988 (πρώτη έκδοση Chicago 1950).
 Χτούρης Σωτήρης, «Παραδοσιακά και σύγχρονα δίκτυα στο Αιγαίο. Θεωρητικές και μεθοδολογικές προϋποθέσεις για την Ανθρωπολογική και Κοινωνιολογική Μελέτη των Δικτύων του Μεσογειακού Πολιτισμού» στο: *Β' Συμπόσιο για τον Πολιτισμό, Σάμος* (υπό δημοσίευση 1995).
 Veblen T., *Theorie der feinen Leute. Eine Oekonomische Untersuchung der Institutionen*, Frankfurt 1986.

