

# VELIKA PLAŽA, MAJHNA VAS

## Nahrbtnikarstvo in turistični prostori na južnošrilanških obalnih destinacijah

Izvirni znanstveni članek | 1.01

**Izvleček:** Članek etnografsko obravnava nahrbtnikarske destinacije na južnošrilanški obali, kjer sta svetova »vasi« in »plaže« že od samih začetkov šrilanškega turizma medsebojno gosto prepletena. V ta vsakdanji interakcijski prostor vaše politike in pogajanja za ključne lokacije na plaži se v zadnjih letih vpletajo na eni strani marketinška ideologija globalnega turističnega razvoja in na drugi procesi intenzivnega spreminjanja šrilanške družbe. »Rajske plaže« južne Šrilanke so tako vse manj zanimive za nahrbtnikarstvo in vse bolj za turistično podjetništvo. Pri tem se ustvarja specifičen prostor, ki se na eni strani odpira majhnim pridobitvam in napredku domačinov, na drugi pa tvori vase zaprte in medsebojno ločene soseske, kjer se srečujejo, razhajajo in prepletajo različni interesi med domačini, tujimi investitorji in nahrbtnikarji.

**Ključne besede:** Šrilanka, družbeni prostor, turistični razvoj, nahrbtnikarski turizem, konflikti, podjetništvo

**Abstract:** This paper is an ethnographic study of backpacking destinations on the south coast of Sri Lanka where the worlds of "the village" and "the beach" have been closely intertwined since the very beginning of tourism in Sri Lanka. In recent years, this everyday interactive space of village politics and negotiations for key locations on the beach has been penetrated by the marketing ideology of global tourism development on the one hand and processes of intensive changes within the Sri Lankan society on the other. As a result, the "paradise beaches" of southern Sri Lanka have become less attractive for backpackers and increasingly interesting for tourism entrepreneurs. This process has created a unique space open to, on the one hand, minor acquisitions and local progress, and on the other to self-enclosed and separate neighborhoods where various interests of the local population, foreign investors, and backpackers meet, diverge, and intertwine.

**Key Words:** Sri Lanka, social space, tourism development, backpacker tourism, conflicts, entrepreneurship

### Uvod

Po podatkih vladne turistične statistike je Šrilanka leta 2012 prvič v svoji zgodovini preseгла milijon turističnih prihodov (internetni vir 4). Po stopnjujočem trendu rasti, ki je bila v primerjavi z letom prej 17,5-odstotna, bo Šrilanka leta 2013 dosegla milijon 250 tisoč prihodov (internetni vir 7). Dolgoročne ambicije šrilanške vlade pa so do leta 2020 doseči 2,6 milijona obiskovalcev (internetni vir 9).<sup>1</sup>

Med letoma 2003 in 2006, v času, ko sem tam opravljal etnografsko terensko delo, je Šrilanka beležila »komaj« nekaj čez 500 tisoč prihodov. Ta številka je po letu 2006 celo nekoliko upadla (internetni vir 10), in sicer ne samo zaradi cunamija, ki je na obalah Južne in Jugovzhodne Azije ter Indonezije pustošil konec leta 2004, ampak tudi zaradi prekinitve leta 2002 podpisane mirovne sporazuma med vladnimi silami Šrilanke in Tamilskimi tigri.<sup>2</sup>

Oboroženi spopadi, ki so se začeli sredi leta 2006, so sicer večinoma potekali na severnem, severozahodnem in vzhodnem delu otoka, torej zunaj glavnih turističnih središč, ki se raztezajo ob jugozahodni in južni obali, toda metali so senco na mednarodno promocijsko turistične Šrilanke.

Komaj mesec dni po uradnem koncu vojne sredi maja 2009 sta šrilanški in mednarodni tisk že govorila o Šrilanki kot »popolnoma novi destinaciji«, ki jo je bilo z »osvobojenimi« severno, severozahodno in vzhodno obalo odtlej mogoče tržiti kot celotni otok (internetni vir 6). Pri tem ni nujno, da se v vaseh južne obale učinki trženja povsod poznajo. Lešnik (2013) je pred kratkim poročal, da je v eni od vasi turistična gneča zgolj med božičnimi in novoletnimi prazniki, »preostalo sezono pa je turistov premalo«. Na te plaže namreč že tradicionalno prihajajo pretežno obiskovalci iz Evrope,<sup>3</sup> in sicer predvsem t. i. nahrbtnikarji. Ti pa se morajo danes soočati z novimi gosti, ki jih v »njihovem« raju generirata prav nacionalna in mednarodna turistična industrija.<sup>4</sup>

1 Pri tem šteje celotna populacija Šrilanke po zadnjem vladnem preliminarnem cenzenzu (marec 2012) ok. 20 mio. 280.000 prebivalcev. Nekaj več od polovice prebivalcev je naseljena na zahodnem (30 odstotkov), osrednjem (12 odstotkov) in južnem (12 odstotkov) delu otoka (internetni vir 1: 29–30, 36).

2 Cunami je najprej sprožil globalno tekmovalno pomoč (glej Stirrat 2006), država pa je s pomočjo gospodarskih svetovalcev pohitela s tujim investitorjem ugodnimi programi in zakoni, za katere pa je začela tudi čim bolj temeljito »prazniti obalo« (Klein 2009: 379–398). Ker so bile pri teh državnih in kapitalističnih posegih najbolj na udaru skupnosti in obalna zemlja na vzhodu države, ki je poleg severa in severozahodne obale teritorij, za katerega so se že desetletja borili privrženci 'Tamilskega Eelama' (angl. *Liberation Tigers of Tamil Eelam*), je bilo to

vladno početje gotovo tudi povod, na podlagi katerega so Tamilski tigri slednjič prekinili premirje.

3 V Šrilanki se povečuje predvsem število azijskih turistov. Še leta 1997 je bilo npr. v Atlasu Šrilanke (Somasekaram 1997) navedenih 60 do 65 odstotkov evropskih in 30 odstotkov azijskih turistov (137). Sedaj je Evropejcev samo še za dobro petino več od Azijcev (internetni vir 5), kar pa ni naključje, saj so bile nekatere promocijske kampanje, kot npr. *Small Island, Big Trip* iz leta 2006, usmerjene predvsem na indijski trg (glej internetni vir 3).

4 Šrilanka je to združila pod enotno blagovno znamko *Refreshingly Sri Lanka – Wonder of Asia*, ki od leta 2011 promovira 12 turističnih tem (plaže, šport in avantura, konference, ljudje in kultura, religije, poroke

Pomemben del turistične industrije pa je tudi lokalna ponudba. Nacionalna statistika ne zajema mobilnosti turistov po otoku in njihovih nočitev v manjših penzionih in sobah družinskih hiš, katerih lastniki turistične dejavnosti pogosto ne prijavijo.<sup>5</sup> Čeprav je malo turistično podjetništvo v vaseh pogosto neposreden refleks državnih, korporacijskih, predvsem pa individualnih investicij, je to za državo po navadi siva cona, ki jo težko nadzira in regulira. Večina vaškega turističnega podjetništva se ureja po »šrilanškem sistemu«, kar je druga beseda za korupcijo in močan nadzor lokalnih veljakov nad državno subvencioniranimi dobrinami in storitvami. Patronatsko klientelistični odnosi so organizirani okoli strankarsko-volilnih blokov, ki že dolgo nadomeščajo stare kastne hierarhije (Gamburd 2002: 160). 'Lokalna politika' (sinh. *dēsapālanaya*) je zlasti v večinsko sinhalskih vaseh Šrilanke že od začetka osemdesetih let »način gledanja na svet [...] način bivanja [...] 'politikantstvo' [angl. *politicking*], ki prežema in včasih dominira vsakdanji svet« (Spencer 1990: 84). V ta z aktivno strankarsko politiko prežet vsakdanji vaški svet se na eni strani posredno vpletajo državni in korporacijski razvojni projekti in na drugi številne tuje investicije, razporejene po lokalnih poteh »šrilanškega sistema«. Tako v teh vaseh stalno vznika individualno turistično podjetništvo, ki včasih sledi državnim pobudam, drugič željam katerega od investicij željnega tujca, tretjič se priključi že formirani poslovni skupini, itd. V pričujočem besedilu se posvečam tistim obalnim južnošrilanškim vasem, kjer sem imel priložnost biti za kratek čas<sup>6</sup> del soustvarjanja specifičnih prostorov nahrbtnnikarskega turizma. Ti so bili v tem času že povsem integrirani v »nahrtnnikarske poti«, od katerih se večina nahrtnnikarjev pri svojih potovanjih načeloma bistveno ne oddaljuje (Sørensen 2003: 859). Kljub temu ti prostori niso bili množično oblegani. Turizem se v Šrilanki razvija in statistično postaja »vse bolj množičen«, toda kot tak na drugi strani odganja nahrtnnikarje.

V članku opredeljujem sočasnost različnih turističnih prostorov v južnošrilanških obalnih soseskah, ki skupaj oblikujejo navidezno nerazrešljivo konflikten »habitat« družbenoekonomskih razmerij. Nacionalnoplanski, turističnoindustrijski, nahrtnnikarski, domačinski in investitorski prostori v teh vaseh sobivajo, se medsebojno prekrivajo, dopolnjujejo in izpodrivajo. Podjetniška monopolizacija obale in javnega prostora plaže med ljudmi generira konflikte. Domačini posredno sledijo trenutnim velikim turističnorazvojnim načrtom, a ti se z urejanjem razmerij med ljudmi ne ukvarjajo. Podjetniki se ukvarjajo s kompetitivnim tr-

in medeni tedni, dobrobit telesa in uma, dediščina, narava in divjina, turizem v skupnosti, kulinarika ter nakupovanje in zabava), osem produktov za vsak dan turistovega obiska (vsebinsko se v glavnem ujemajo z gornjimi, le da so navedeni bolj poetično) in »[peterokrako] zvezdo Šrilanškega turizma« (blagovna znamka, ki nagovarja petičnejše goste, vsebinsko pa je ponovno podobna gornjima dvema) (internetni vir 7).

5 T. i. neformalni sektor je v Šrilanki močno prisoten že od samih začetkov turističnega razvoja v sedemdesetih in osemdesetih letih (glej Crick 1994: 113–192). Kaže se npr. v obliki uličnega vodništva, organiziranja izletništva in nelegalnega oddajanja sob.

6 Skupaj sem med letoma 2003 in 2006 v treh kosih opravil devetmesečno etnografsko terensko delo na različnih lokacijah Šrilanke. Na enem mestu sem se zadržal največ po en mesec in krožil med nekaj izbranimi destinacijami, se nanje vračal in se različno intenzivno pozicioniral v vmesne prostore med domačini in »naključnimi skupnostmi« obiskovalcev (prim. Malkki 1997: 91–93).

gom, z gosti in nepremičninami ter prostor zapirajo za zidove letovišč, penzionov in restavracij, a tudi ti zidovi so prepustni in vedno ne zadržijo prehajanja med različnimi svetovi.

Nahrtnnikarsko podjetništvo se načeloma napaja iz drugega vira kot turistična industrija, saj jima botrujeta tudi različna imaginarija (popotniški vs. rajskopromocijski) in različni lokalni servisi (lokalne družbene klike vs. hotelski kompleksi). Zato sta med sabo navidezno konfliktna *par excellence*, čeprav ni v praksi nobenega razloga, da ne bi npr. neko turistično podjetje moglo razviti »hibridnega« okolja, kjer bi omenjena svetova bolj ali manj ločeno sobivala in se na določenih točkah srečevala. Ker pa sta na ravni obalnih sosesk vendarle načeloma konfliktna, je vprašanje, katero bi bilo smiselno podpreti in iz katerih razlogov, eno od pomembnih vprašanj pričujočega članka, ki so ga spodbudile zgoraj orisane aktualne vladne investicije v turistični razvoj.

Obalni turistični prostori vaščanom že od nekdaj prinašajo nekaj pomembnega zasluzka, obiskovalcem nudijo nekaj tiste izkušnje, ki jo primarno kot »raj na zemlji« promovirajo in reproducirajo osrednji razvojni projekti države in promocijski stroj globalne turistične industrije (glej Echter in Prasad 2003), nahrtnnikarjem za dostopno ceno nudijo poligon za njihove specifične dejavnosti, kot so »semiautonomska, osebna rast, neprestano učenje, avantura, anonimnost in samotestiranje« (Westerhausen 2002: 257), investitorjem pa možnost napredka ali preprosto prehoda v »življenjski stil podjetnika« (Richards in Wilson 2004b: 277), itd. V opisano lokalno infrastrukturo pa sedaj velikopotezno posegata še turistični razvoj in mednarodna turistična promocija. Rečeno metaforično: pri tem bo bistveno vzdrževanje ravnotežja med »veliko plažo« kot obljubo turistične promocije in »majhno vasjo« kot strategijo preživetja njegovih prebivalcev pri ustvarjanju in vzdrževanju obalnega prostora.

### Šrilanški turistični razvoj in vprašanje nahrtnnikarstva na južni obali

Globalni turistični razvoj je skladno s skozi zadnja desetletja nagnetenimi razvojnimi paradigmi na eni strani vse bolj sofisticiran, na drugi pa glede usmeritev vse bolj zmeden in eklektičen (glej Telfer 2009). Zato so se spremenili tudi načini njegove kritike, ki se bolj od posplošenih razprav tipa »zahod in preostalo« osredotočajo na posamezne vzorčne primere (glej npr. Cole 2012; Di Giovine 2010; Kozorog 2009; Saldanha 2007; Westerhausen 2002). Tudi pričujoči članek turistični razvoj obravnava kritično in na manjšem primeru analizira sočasnost različnih in medsebojno konfliktnih turističnih prostorov.

Šrilanška vlada je načrtovanje turističnega razvoja že od začetkov v šestdesetih letih dala v roke tujim »ekspertom«, pri tem pa bila sama glavni investitor v osnovno turistično infrastrukturo.<sup>7</sup>

7 Skupaj z ameriško Agencijo za mednarodni razvoj (USAID) in svetovalci za turizem iz podjetja Harris, Kerr, Foster & Co. s sedežem na Havajih je vlada leta 1966 začela sestavljati svoj prvi turističnorazvojni program – Cejlonski turistični načrt. Ta načrt je nastal na podlagi samo trimesečnega obiska svetovalcev, državnih turistični razvoj pa je vodil še globoko v osemdeseta leta, ko je na precejšnjem delu otoka že divjala državljanska vojna (Crick 1994: 27–29). Vmes se je leta 1977 zamenjala tudi vlada, ki je s formalnim odprtjem trga velikodušno znižala davke za potencialne tuje investitorje in z uporabo posojil Svetovne banke, USAID, Svetovnega monetarnega sklada in posameznih držav vzpostavila osnovno infrastrukturo, kot npr. nacionalno letalsko družbo (1979), izobraževalne programe za turistične delavce z mednarodnimi turisti (1982) in številne

Njen današnji načrt pa ni zgolj dopolnjevanje infrastrukture za vse številčnejše goste, ampak njihovo segmentiranje po vzoru razvitejših destinacij, kot so npr. Tajska, Bali, Maldivi in indijska Goa ter, zlasti za kitajske nakupovalce, Macao in Hongkong (internetni vir 9: 16–17 in 21–28). Pri tem so ambicije vlade usmerjene predvsem v butično ponudbo za petičnejše goste (internetni vir 8), ta »novi turizem« pa se razume kot še neizkoriščen potencial, katerega razvoj je za dobrih petindvajset let zavrla državljanska vojna (Klein 2009: 385).

Tako v ta eklektičen paket šrilanškega turističnega razvoja v razmerah »globalne kompleksnosti« (Urry 2003) spada tudi popotništvo, čeprav ne ravno eksplicitno s tem imenom.<sup>8</sup> Popotništvo pa je na splošno precej raznolika dejavnost. Od prvotno svobodno postopajočih popotnikov (Cohen 1973; Riley 1988) postajajo nahrbtnikarji vse bolj heterogena skupina, katere člani se razlikujejo tako medsebojno kot različne podvrste nahrbtnikarjev ustvarja tudi sama industrija (glej Paris 2012). »Pravi popotniki« se želijo razlikovati od zgolj prevladujočih nahrbtnikarjev, vsi skupaj pa so protituristični (Welk 2004). »Skrita nahrbtnikarska hierarhija« (prav tam: 80) se vzpostavlja glede na različne bolj ali manj trendovske 'nahrtnikarske poti' (angl. *trails*), ki jih na eni strani uporabljajo tudi t. i. »začasni nahrtnikarji« oz. počitnikarji, ki preklopijo v nahrtnikarstvo zgolj za kratek čas svojega siceršnjega oddiha (Sørensen 2003: 861–862), na drugi strani pa niso tuje tudi t. i. »življenjskim popotnikom«, ki večino svojega časa potujejo oz. potovanju podrejujejo vse druge dejavnosti v svojem življenju (glej Cohen 2011).

»Hipiji« so v Šrilanki že dolgo ožigosani kot prinašalci negativnih plati modernizacije (glej Ratnapala 1999a: 30–66 in 118–135) pa tudi kot premalo donosni gostje (prim. Scheyvens 2002). Averzijo do teh prvih postkolonialnih obiskovalcev iz moderne zahodnega sveta, ki so jim številni sodobni nahrtnikarji po videzu, popotniških praksah in splošnih vrednotah podobni,<sup>9</sup> so številni Šrilančani razvili že v sedemdesetih letih. Najbrž tudi na temelju kolonialne izkušnje in iz nje izhajajočih sinhalsko-nacionalističnih idej, ki so poosamosvojitvene sinhalske elite povezale z budistično moralo (Obeyesekere 1997). Hipiji so s praksami nudizma, svobodne spolnosti in uporabe drog na šrilanških plažah za to koncepcijo moralne budistične družbe predstavljali prave hudiče, predstava o njihovi pokvarjenosti pa se je razširila na vse popotnike in belce oz., kot pravijo domačini, »turiste«.

nasanitvene ter transportne kapacitete (Crick 1994: 34–41).

8 Predmet promocije Šrilanke je nekakšno »pionirsko« raziskovanje novega (glej internetni vir 2), ki ga v praksi na lokalni ravni spodbujajo tudi domači gostitelji. Šrilanška vlada in turistični gospodarstveniki pa želijo vse to, vključno s klasičnim ležanjem na plaži, zapakirati v nekakšno »VIP raven«, ki naj bo očiščena in ločena od preostalih sfer tako življenja kot tudi »preostalega« turizma.

9 Petri Hottola (1999) je npr. v svoji etnografski študiji ženskih nahrtnikaric v Indiji in Šrilanki identificiral dve vrsti hipijev: 'friki' (angl. *freaks*) in neo-hipiji, ki se družijo predvsem na plažah in v protikulturnih skupnostih, ter »iskalci korenin ali stari hipiji, ki oživljajo pretekle popotniške izkušnje in se vračajo na stare kraje« (po Alteljevic in Doorne 2001: 67). Današnja sorodnost med nahrtnikarji in hipiji pa je pogosto močno posplošena. Nekateri nahrtnikarji namreč prav eksplicitno zavračajo »neo-hipij« v »svoji« sredini (Richards in Wilson 2004a: 35), drugi pa – nasprotno – sicer privzemajo hipijevsko protikulturno držo, toda zgolj v odnosu do drugih turistov in ne nujno kot svetovni nazor na splošno (Welk 2001: 90–91).

Na strukturni ravni so ti predsodki v takratnih drugačnih razmerah gotovo zamejili spontan razvoj gostoljubja in domačega nizkoproročnega turizma. Šrilanški sociolog Nandasena Ratnapala je v svoji etnografski študiji o (večinoma negativnem) družbenem vplivu turizma v Šrilanki (1999a) opisal, kako je zgodnje popotništvo na nekaterih šrilanških južnih in zahodnih plažah funkcioniralo v začetku osemdesetih let, ko je opravljal empirični del svoje raziskave.<sup>10</sup> Ena od južnošrilanških ribiških vasi, na primer, ki se je s prvimi turisti srečala leta 1978, njena plaža pa je danes zelo popularna tako med tujimi kot v zadnjem času tudi domačimi turisti, je bila še v začetku osemdesetih let komaj 60-odstotno elektrificirana (prav tam: 62). Polovica hiš ni imela pitne vode, tri četrtine hiš je imelo le dva prostora, številne med njimi pa so bile zgrajene iz slame in blata. Kljub temu je v tem času že v skoraj vsaki hiši z domačini živel vsaj po en turist (prav tam: 68).

Zaradi družjenja s turisti so bili mladi fantje iz več kot polovice domov praktično ves čas odsotni (prav tam: 73), pri tem pa je marsikdo med njimi sčasoma od turista dobil avto, motorni čoln, predvajalnik kaset, drago uro, pomoč pri obnovi hiše ali pa kar novozgrajeno hišo (prav tam: 77). Pod vplivom turizma so se s pomočjo nekaterih menihov začeli komodificirati tudi lokalni templji, kamor so »mladi in posebno ženske ter dekleta prihajali samo, ko so tam bili turisti« (prav tam: 78). Ljudje so začeli odkrito pričakovati kakršno koli »pomoč« prav od vsakega turista. To se je na eni strani prelevilo v »instantno beračenje« (prav tam: 83) in na drugi v javno užitkarjenje domačinov s turisti (prav tam: 30–66).

Glavni razlog za opisano dogajanje v osemdesetih in devetdesetih letih je bila ogromna materialna neenakost med obalnimi vaščani in turisti (Crick 1994: 4; Ratnapala 1999a: 139), ki jo je začel turizem slednjič generirati tudi med samimi domačini. Ob tem se zdi, da je turizem premočan za te ekonomsko šibke lokacije, in je osnovna težava njegovo zamejevanje, ne pa razvijanje. Toda marsikatera sprememba v skupnostih se po krivici pripisuje turizmu, čeprav je lahko posledica političnih sprememb in nacionalizma (Spencer 1990: 170–207) ali npr. velikega materialnega napredka, ki so ga v številna gospodinjstva vnesle predvsem ženske z delom v tujini (Gamburd 2002: 123–150). Turizem vedno vstopi v že kompleksno situacijo in se postavi v pozicijo moči skupaj z drugimi ideologijami, programi in tokovi. Ratnapala (1999a) je glede na zgodnje obiskovalce Šrilanke v sedemdesetih letih turizem na splošno ožigosal kot prinašalca – če naj uporabim tukajšnjo metaforo – »velike plaže« v »majhno vas«. Nizkoproročni turisti se tudi danes za Šrilanko prihodnosti ne zdijo ravno najidealnejši gosti.

Toda nahrtnikarstvo se hitro spreminja tudi po ekonomski plati. Povsod po svetu raste kot specializirana in pomembna turistična industrija. Spremenila je pojem »svobodnih neodvisnih popotnikov« (Clarke 2004), njihove potovalne motivacije (Larsen idr. 2011), načine njihovih interakcij (Murphy 2001), pogoste kritike nahrtnikarjev kot finančno šibkih potrošnikov in moralnih pokvarjencev pa so se s kultivacijo nahrtnikarstva v zadnjih letih izkazale za neutemeljene (glej Scheyvens 2002). Osrednji državni programi načrtujejo predvsem povečevanje splošnega števila

10 V kratkem uvodu k drugi izdaji sicer Ratnapala pravi, da po slabih dvajsetih letih »ostajajo glavni aspekti v odnosu do družbenih dimenzij [turizma] skoraj isti« (1999a: ix).



prihodov in dobička od elitnih turistov. Z gradnjo nove avtoceste so povečali dostopnost južnošrilanskih vasi še večjemu številu ljudi (internetni vir 11). Občasno policija sicer podre katerega od na črno zgrajenih hotelov, ki zastirajo pogled na morje in divje privatizirajo preostanke javne plaže (internetni vir 12), toda to krčenja javnega prostora in nahrbtnikarske infrastrukture na račun večjih hotelov in letovišč na splošno ne zaustavi.

Govorimo torej o več medsebojno raznorodnih vrstah turizma, pri čemer sta vaški popotniški turizem in nahrbtnikarstvo v očeh države in njenih razvojnih »ekspertov« nekakšna relikta starih izrojenih časov. Nahrbtnikarji poleg države motijo predvsem ljudi, ki od njih ne morejo ali ne znajo izterjati dobička, hkrati pa se z njimi ves čas srečujejo v javnem prostoru. Toda podobno se godi tudi drugim turistom in turistkam, ki jih sinhalsko-nacionalistični moralisti ne morejo gledati, kako se npr. v parih držijo za roke in se sprehajajo mimo budističnih templjev (glej internetni vir 13).

Turizem je že od osemdesetih let »resnični družbeni dejavnik, s katerim mora vsak živeti« (Ratnapala 1999a: 139). »Vaščani so v turističnih letoviščih ali poleg njih ekonomsko »priklenjeni nanj« (prav tam), a danes so pomembni predvsem različni načini te »priklenjenosti«, saj je samo dejstvo znatne odvisnosti Šrilanke od turizma že dolgo časa očitno. Povečevanje števila obiskovalcev tega vprašanja ne razrešuje, saj s tem turistični prostori niso nič manj kompleksni. Njihovo ravnotežje se vzdržuje skozi interakcije različnih akterjev, antropologija turizma pa jim mora pri presoji turističnega razvoja v analizi nameniti pomembno mesto. Ker je turističnih prostorov, povezanih z nekim krajem, praviloma več, je pred nami vselej dilema, katerega (in ali sploh) preferirati. V naslednjih razdelkih si bomo te interakcije poglobljevali z različnih zornih kotov in s tem poskušali orisati prostore južnošrilanskih sosesk kot nahrbtnikarskih destinacij z vsemi njihovimi težavami, a tudi prednostmi pred enoznačnim osrednjim »turističnim razvojem«.

### Nahrtnikarji v Šrilanki med lovom za avtentično izkušnjo in sosednjo Indijo

Zlasti v Južni in Jugovzhodni Aziji se nahrtnikarstvo poleg z očitno industrijo meša tudi s temeljno naklonjenostjo do »avtentičnih krajev«. Danes se to sicer vse bolj razume kot bežanje pred agresivnim turističnim razvojem (Westerhausen 2002: ix; Edensor 1998: 162–180), toda tako iskanje avtentičnosti kot tudi njeno »uprizorjanje« (MacCannell 1973) je hkrati inherenten del zahodne popotniške imaginacije. Botruje mu predvsem tradicija modernega popotništva od šestdesetih in sedemdesetih let 20. stoletja, ko je Južna Azija postala najpopularnejša destinacija zahodnih beatnikov in hipijev, ti pa so bili ključni za vznik poznejše Lonely Planet generacije (glej npr. D'Andrea 2007; Maclean 2007; Mehta 1990). Popotništvo danes načeloma svoje motive še vedno črpa iz idealov svobode, ceste, avanture, brezčasnosti, skromnosti, samotne plaže, dobrih/razsvetljenih domorodcev ter idiličnih rajskih krajev (glej Kravanja 2012), se pa poligon za izživljanje teh idealov krči ne le na račun turistične, temveč tudi na račun nahrtnikarske industrije.

Šrilanka je tako za mnoge nahrtnikarje le ena od držav Južne Azije – nanjo gledajo kot na regijo/destinacijo, kjer gre »pač za Azijo«, ki je v resnici »Indija s sosedstvom«. V percipiranju te esencionalizirane »Azije« od Šrilanke ne pričakujejo več kot od katerekoli druge južnoazijske destinacije, njihovi motivi so namreč

povezani s prostori nahrtnikarstva in le redko preidejo tudi na celostni prostor vsakokratne soseske, v kateri se na »svojih« poteh naključno znajdejo. V tem smislu se večina nahrtnikarjev ne razlikuje bistveno od turistov, le manj jima pomenita luksuz in sprostitve, več so pripravljeni tvegati in manj se imajo za tipične turiste (Larsen idr. 2011); proti-turizem je med pomembnimi elementi konstrukcije njihove identitete (Welk 2004).

Zlasti nahrtnikarjem, ki v Šrilanko pripotujejo iz Indije, se vse zdi enako kot tam.<sup>11</sup> Očitni elementi, kot so trikolesni taksiji, videz ljudi, gosta poseljenost, riž, čaj, uporaba betela, itd. so zanje enaki, le da se jim zdi Šrilanka v primerjavi z Indijo »bolj modernizirana« ter zato tudi pomembno dražja. Modernizacijo razumejo kot »pozahodnjenje«, ki širom držav »tretjega sveta« nepovratno kontaminira, vulgarizira in komodificira nekdanje avtentične kraje, navade, »preprost način življenja« in tradicionalna znanja.

Ta drža pa se ne nanaša neposredno na nostalgijo po »čisti« avtentičnosti. Presojanje te (ne)avtentičnosti in pozahodnjenja se namreč dogaja skoraj izključno v okviru nahrtnikarstva, kjer so najpomembnejša merila odsotnost ali prisotnost »turistov« in vprašanje, kako »težka« je posamezna država za potovanje<sup>12</sup> oz. kako razvita je njena turistična infrastruktura. Višje cene transporta, nastanitve in hrane ter organiziranost izletništva in urejenost znamenitosti »avtentičnost« znižujejo. Tovrstne poenostavitve implicirajo načelni odmik od življenja domačinov, saj že s tem, da – čeprav arbitrarno – določajo, kaj je še avtentično in kaj ni več, »stanje stvari« v celoti kategorizirajo v lasten nahrtnikarski okvir, širše pa tudi v okvir – kot se je izrazil sociolog turizma Dean MacCannell (1992: 121–146, 165–171) – »bele kulture«.<sup>13</sup>

Poleg kriterija »popotniške težavnosti« destinacije pa ti nahrtnikarji avtentičnost presojajo še drugače. Šrilanko namreč v primerjavi z Indijo vidijo kot dolgočasno oz. »premalo razburljivo«. Pogrešajo nenavadne prizore, raznolikost, pisanost, glasnost in začinjenost, s katero so bombardirani njihovi čuti v Indiji (glej tudi Edensor 1998: 162–180). Celo odsotnost nemega strmenja domačinov v belce, ki ga tako pogosto izkušajo v odmaknjenih vaseh npr. Tamil Naduja, se jim zdi znak temeljne drugačnosti

11 Tukaj bo morala biti slika popotniškega etosa nekoliko posplošena, sicer pa temelji na srečanju, sobivanju in pogovarjanju s približno petnajstimi nahrtnikarji ali nahrtnikarskimi pari, katerih vsebine in analize sem si vsakodnevno zapisoval v svoje etnografske dnevnik. Ti nahrtnikarji so v Šrilanko prišli podaljšat svoje indijske vize. Ker morajo na podaljšanje čakati vsaj pet delovnih dni, so morali v Šrilanki ostati vsaj dva tedna. To bivanje so v glavnem izkoristili za počitek v šrilanskem mestu Kandy, v katerem poleg Colomba in Jaffne deluje Prijavni urad za indijsko vizo, zaradi svoje navezave z Indijo pa so se imeli za drugačne od drugih nahrtnikarskih gostov Šrilanke.

12 Eric McGuckin (2005: 75) je na podlagi svojega terenskega dela v indijski Dharamsali med letoma 1992 in 1994 to poanto izrazil takole: »[š]tevilni [popotniki] dejansko iščejo pomanjkanje v tretjem svetu«, kot so npr. »težavna vožnja z avtobusom, zasvinjan hotel ali napad amebne griže«.

13 MacCannell je imaginarij totalnosti »bele kulture« opisal kot strukturno neenakost med »belimi« in »črnimi«, ki se sicer reproducira kot odprt model (»lahko se vedno spremeni«), toda le znotraj anglo-evropskega okvira. V tem smislu so »ne-beli« vedno dobrodošli, toda izključno zato, da, če želijo, najdejo »skupni jezik z »belimi« in se poskušajo tako retorično kot tudi dejansko pozicionirati na »pravo stran«.

Šrilanke v primerjavi z Indijo.<sup>14</sup>

Čeprav pogosto zahajajo tudi v turistične in popularne kraje v Indiji ter potujejo tudi v katero od bolj turističnih držav v Južni Aziji, jim te destinacije načeloma ne nudijo iskanih popotniških izkušenj. Slednje morajo biti namreč vredne tudi zgodbe, ki jo lahko vključijo v svoje pripovedi bodisi drugim nahrbtnikarjem bodisi svojim prijateljem doma ali na spletnih omrežjih (Welk 2004: 80). V »turističnih« krajih je za takšno izkušnjo manj možnosti, čeprav seveda ni povsem izključena.

Tako je npr. eden od teh »izkušenih« popotnikov razburljivo stvari doživel prav v Šrilanki. Iz romarskega (in sicer po mnenju večine mojih sogovornikov »preveč turističnega«) Adamovega vrha je namreč reševal podhlajeno in skoraj nezavestno nahrbtnikarko, ki jo je nato po naključju ponovno srečal v Arugamskem zalivu in z njo doživel nepozabno romanco v osamljeni, čudovito opremljeni ter prostorni, toda »smešno poceni« kabani (počitniški hišici), ki sta jo najela na tamkajšnji plaži v prijetni senci palm.<sup>15</sup> Neki drugi indijski popotnik se je oprijemal drugačne strategije iskanja avtentičnosti. Ob že tako znani nenaklonjenosti popotnikov do turistov pa tudi do »prevladujočih nahrbtnikarjev« (Welk 2004) je omenjeni mladenič svojo identiteto gradil na striktni neuporabi Lonely Planeta ali kakšnega drugega nahrbtnikarskega vodnika, kot tudi na tem, da se je namensko izogibal popularnim nahrbtnikarskim potem in krajem, o katerih informacija še pogosteje kot prek vodnikov pride do nahrbtnikarjev od ust do ust (Clarke 2004: 503; vendar prim. Murphy 2001).<sup>16</sup> Tovrstni popotniški nihilizem se mu je zdel najboljši način, kako doživeti avtentično izkušnjo. Naslednji moj sogovornik, ki je imel že prek 50 let, je bil na svojih potovanjih najbolj naklonjen peš hoji, in sicer ne po raznih trekking poteh, temveč po železniških tirih. Še en tak popotnik pa se je peš podal na območje šrilanške Mahiyangane, našel tam skupino šrilanških staroselev Vedov in z njimi preživel »nepozabne trenutke« ter prenočil na prostem »za samo liter araka«.<sup>17</sup>

V praksi se torej »avtentičnost« Šrilanke nanaša kvečjemu na osebno izkušnjo nahrbtnikarjev, vendar je v primerjavi z Indijo kljub temu percipirana kot manj »popotništva vredna« država, ker je »že pozahodnjena« in je zato tam *a priori* manj možnosti za avtentične izkušnje. V tem smislu je bila Šrilanka zanje neka-

kšen nujen podaljšek ali privesek Indije, kjer so bodisi poskušali s tega obiska iztisniti kaj avtentičnega bodisi nostalgичno ždeli v kakšnem od »predragih« nahrbtnikarskih penzionov in izmenjevali svoje potovalne izkušnje in načrte, primerjali svoje nacionalnosti z drugimi, delili s kolegi svoje globlje osebne misli, se dolgočasili ob površinskem klepetanju, zbirali informacije o krajih in penzionih, se na splošno seznanjali s številnimi potmi drugih in jim predstavljali svoje.<sup>18</sup>

Nahrbtnikarstvo Šrilanke je tako treba presojeti tudi v luči njene pozicije na nahrbtnikarskih poteh Južne Azije in ne zgolj v odnosu do šrilanškega osrednjega turističnega razvoja, ki ima raje množičnost in elitnost. Zgoraj obravnavani nahrbtnikarji so Šrilanko že tako kategorizirali med za popotništvo že izgubljene južnoazijske države, kot so npr. Tajska, Kambodža, Nepal, Filipini pa tudi nekateri predeli Indije, kot npr. Goa in posamezni »preveč popularni« kraji, kot so Puškar, Benares, Mumbai, Riškeš, itd., čeprav so sami potovali tudi v te kraje.

Ustreči tem polivalentnim zahtevam »izkušnje lačnih« nahrtnikarjev (Richards in Wilson 2004a: 28) je z vidika gostiteljev lahko precejšnja težava. Organizacija izletništva do zakotnih krajev ali obiska posebnih dogodkov v vsakdanjem življenju domačinov je npr. za njihov okus prav lahko že preveč komodificirana ponudba. Tudi improvizirano gostoljubje, ki ga kot nelegalnega pogosto preganja država, pospremljeno pa je še z zavistjo sosedov in sovaščanov, inertno drsi v okviru formalne ponudbe, preprosto zaradi narave mednarodnega turizma. Nahrtnikarji, ki sicer načeloma poskušajo svoja potovanja čim bolj inventivno organizirati sami, pa se dejansko večino časa vendarle nahajajo na ustaljenih nahrtnikarskih poteh. Pozicija Šrilanke je med nahrtnikarskimi potmi v Južni Aziji na eni strani »tradicionalna«, na drugi pa zaradi skrhanega razmerja med splošnim turističnim razvojem in razvojem nahrtnikarske industrije negotova. Slednje v gornjih vrsticah najbolj očitno izhaja iz nezavidljivega položaja, ki ga Šrilanki pripisujejo nahrtnikarji v odnosu do sosednje Indije.

### Srečanja na nahrtnikarskih destinacijah južne Šrilanke

Šrilančani in Šrilančanke so bili po mnenju popotnikov preveč javeni turistov, kar se je najbolj kazalo v njihovem nebrzdanem pohlepu (prim. Kravanja 2004). Nasprotno od pričakovanega je prevladujoče čustvo, s katerim so se ukvarjali nahrtnikarji, strah, in ne očaranost ali evforija nad novim in eksotičnim okoljem.<sup>19</sup> V javnih prostorih Šrilanke so se namreč pogosto z domačini zapletali v nepričakovane konflikte.

Sprva droben nesporazum je pogosto prerasel v intenziven verbalni konflikt, ki so mu sledili bodisi *status quo* in grožnja ma-

14 To nepremično strmenje z odprtimi usti je bila podobno kot »neverjetna gneča« v indijskih mestih in na transportnih sredstvih zelo priljubljena omemba, ki so jo sogovorniki vedno pospremili tudi s tem, da so pokazali, kako je to strmenje videti.

15 To srečanje zanj ni bilo nikakršno naključje, ampak prej nekakšno znamenje ali sporočilo vesolja. Kljub temu da so tudi drugod po državah Južne Azije zaradi utečenosti konvencionalnih nahrtnikarskih poti ponovna srečanja nahrtnikarjev dokaj pogosta, je Šrilanka v tem toliko bolj simptomatična, ker je majhna.

16 V Šrilanki mu to očitno ni najbolje uspevalo, saj sem ga srečal v enem od tamkajšnjih kulturnih penzionov, ki ga omenja tako Lonely Planet, kot je bil za številne prva izbira v tem kraju. Zaradi svojih majhnih kapacitet je bil pogosto zaseden in tako so si morali med sezono številni nahrtnikarji nastanitve poiskati drugje.

17 Arak je iz palmovega vina destilirana žgana pijača, ki jo industrijsko pridelujejo v Šrilanki. Moj sogovornik ga je vzel s seboj zato, ker mu je tako za obisk Vedov predhodno svetoval drug nahrtnikar. Sicer pa je obisk Vedov tudi ena od pogostih agencijskih in hotelskih izletniških ponudb v mestu Kandy, tako da lahko upravičeno domnevamo, da tudi skupine Vedov, na katero je naletel, obisk ni pretirano presenetil.

18 To so najpogostejše teme, ki so jih nahrtnikarji odpirali in o njih diskutirali z drugimi nahrtnikarji tudi v raziskavi socialne interakcije nahrtnikarjev na nekaterih avstralskih destinacijah (Murphy 2001: 56). Ker se ta nabor od mojega primera ni bistveno razlikoval, sem ga tukaj v celoti povzel.

19 V tem razdelku se ne ukvarjam samo z z indijsko izkušnjo prekrvašenimi nahrtnikarji, ampak tudi s prišleki, ki so imeli v Šrilanki poleg popotniških tudi povsem počitniške cilje. Številni med njimi so tako prišli samo v Šrilanko in so se nameravali po dveh, največ treh tednih vrniti domov ali kvečjemu nadaljevati pot v Indijo ali kam drugam v regiji. Ena od nahrtnikark, ki je v Šrilanko prišla iz Indije z vmesnim dvotedenskim obiskom Andamanskih otokov, je glede zadnjega menila, da »[je] za četnike Šrilanka dober uvod v Indijo«.

ščevanja bodisi situacija, ki je bila blizu fizičnemu nasilju. Do tega je sicer redko prihajalo, toda kadar je bil v družjenje vključen tudi alkohol,<sup>20</sup> se ti kratkotrajni odnosi praviloma niso končali »normalno«. Pogosto so prerasli v nekajdnevno napetost, ki so jo spremljali hektično 'reševanje problema' (sinh. *prashnayak*) in ustvarjanje ter stopnjevanje nevzdržnega vzdušja na obeh straneh, tako v skupini domačinov kot trenutni skupini gostov penziona, s katerimi je prijateljeval udeleženec konflikta.

Zlasti vpleteni domačin je po navadi začel preganjati »sovražnika«, mu pošiljati razna grozeča sporočila tudi prek drugih nahrbtnikarjev, nastanjenih v istem penzionu, itd. Seveda je šlo pri omenjenih »problemih« pogosto tudi za denar, a ne vedno in redko samo zanj. V gosteje naseljenih prostorih, kot so bile na primer popularne plaže, je šlo predvsem za participacijo in veljavo posameznika v prostoru.

Ta boj se je odvijal tudi med samimi domačini, in njegova valuta je bila pravica do prisotnosti v prostoru. Najprej je bila to pravica do gole navzočnosti, na naprednejših ravneh pa do konkretnejše udeleženiosti v posameznih »poslih« ali v dolgoročnejšem »poslovanju«, kjer je bila meja med poslom in osebnoprijateljskopartnersko navezo pogosto povsem zabrisana. To torej ni bilo nasilje, ki bi ga preprosto lahko označili za sofisticiran in v utečen scenarij zastraševanja zapakiran rop, ampak način življenja v turističnem prostoru, ki je vključeval različne stopnje njegovega obvladovanja, znanja in izkušenosti, zmožnosti njegovega dolgoročnega zasedanja in povezovanja v trdna in zavezujoča prijateljstva.

Naključni nahrbtnikarji so se pri tem sicer pogosto počutili kot tarče v boju, ki ni njihov, toda v primerjavi s številnimi domačini so bili v vnaprejšnji prednosti: imeli so več denarja in vnaprej plačano vstopnico za svobodno gibanje po turističnem prostoru. Tisti, ki so se v Šrilanki zadržali dlje časa, so nemudoma postali resni igralci v tej igri, saj so se ob tem, da so imeli več denarja in s tem večjo investicijsko moč, povezovali le z določenimi skupinami in posamezniki, in ne z vsemi. Zato je bil v turističnih prostorih pomemben interakcijski vzorec diskreditacije drugega.

Pri lahkotnem druženju v raznih naključnih skupinah na plaži je pogosto prihajalo do poskusov »prevzema prijatelja«, in to tako, da je kdo od domačih mladcev o trenutnem sogovorniku poskušal skrivaj povedati kaj slabega in »kot prijatelj« pred njim svariti. Redni poskusi diskreditacije so se dogajali tudi pri med nahrbtnikarji tako priljubljenem dajanju koristnih nasvetov sonahrbtnikarjem. Učenja sinhalščine domačini niso podpirali, saj bi s tem tujec razumel njihovo opravljanje in tudi trenutne »probleme«, ki z njim niso bili povezani. Zame je bil npr. presenetljiv trenutek, ko sem enemu od domačih mladeničev poskušal pojasniti, zakaj tako dolgo časa vztrajam na enem mestu in ne potujem tako kot drugi belci. Zdelo se mi je, da bo »zbiranje podatkov za raziskavo« najbolje razumel, če mu rečem, da mislim o Šrilanki napisati knjigo, pa mi je avtomatično odvrnil: »Ne, jaz bom napisal knjigo.«

V vzorec diskreditacije pa je spadalo tudi zavajanje z informacijami, govorjenje neresnic, tudi tako očitnih, da je bilo to početje navidezno povsem nelogično.<sup>21</sup> Tako je npr. med čakanjem av-

tobusa za Colombo v eni od južnošrilanških vasi prišla mimo ženska, pri kateri sem stanoval zadnjih nekaj tednov. Čeprav je vedela, da odhajam v Colombo, me je, kot je to v vsakdanji navadi, povprašala, kam grem, kje in s kom sem bil, itd. Ko sem ji odgovoril, da grem v Colombo, mi je povsem resno navrgla, da gre z istim avtobusom v Colombo tudi njen sin, čeprav je bilo to povsem nemogoče, ker sem z njim govoril pred pol ure in bi mi to gotovo omenil. Celo tu je bila, menim, skrita ta avtomatična nagnjenost k diskreditaciji, v smislu »ti ne boš, ne moreš, ne znaš, jaz bom, moj sin bo ...«.

Enako pa so se na drugi strani po sposobnosti doseganja ugodnega položaja medsebojno razlikovali tudi nahrbtnikarji. Bolj izkušenim se je hitreje od svojih manj izkušenih kolegov uspelo vključiti v različne skupine. Manj izkušeni namreč niso znali dovolj hitro prepoznati prihajajočih težav in so se namesto v skupini znašli z nekom v »problemu«, ki mu je sledila vzpostavitev okopa, prek katerega je domačin laže širil veljavo in delež svoje vpletenosti v turistični prostor. Kot sem že omenil, tudi med samimi nahrbtnikarji obstaja skrita hierarhija (Welk 2004: 80), po kateri pa se ne razmeščajo samo znotraj svojih malih svetov in trenutnih skupinic, ampak tudi skozi dostop do deleža v trenutnem turističnem prostoru, ki ga sestavljajo predvsem rezidentni posamezniki in skupine, v katerih ti nahrbtnikarji navadno na kratko gostujejo.

V nadaljevanju bom orisal temeljno strukturo turističnih prostorov južne Šrilanke, ker je prav vprašanje družbenega prostora tisto, ki lahko nadalje razloži zgoraj orisane konflikte. Tim Edensor (1998) je npr. v svoji raziskavi turističnega prostora Taj Mahala in sosednjega mesta Agra razložil med »enklavičnimi« in »heterogenimi« turističnimi prostori (149–180). V prvih se razlike uklonijo nekemu dominantnemu redu, ki ga uvaja turistična industrija, v drugih pa je mogoče videti in doživeti različne vsebine vsakdanjega življenja domačinov. Heterogeni turistični prostori pa so za vse rezidente, ne glede na to, ali so domačini ali tujci, vaščani ali turistični delavci, pripadniki višjih ali nižjih socialnih razredov in moški ali ženske, čustveno in komunikacijsko zahtevni. Ljudem v heterogenih turističnih prostorih sicer pripadajo različne vloge, toda venomer se srečujejo tudi z različnimi priložnostmi, ki ponujajo širjenje, možnost napredka, morda celo skokovite menjave statusa v hierarhiji bodisi vasi bodisi plaže, ali pa – kar je še najverjetneje – obojega.

### Skupne in zasebne stvari na plažah in v njihovih zaledjih

Način življenja na fizični plaži ob morju je v Šrilanki poleg »globalne plaže«, kjer veljajo stroga nenapisana pravila, kaj (še) lahko in česa ne sme (več) človek tam početi (Löfgren 1999: 213–239), tudi življenje v povsem materialnih razmerah. Vsak turist, ki se pojavi v kateri od šrilanških obmorskih vasi, potrebuje nekaj osnovnih stvari: transport, nastanitev s hrano in pijačo ter predstavo o tem, kaj bo tam počel. Na drugi strani pa rezident potrebuje sredstva za investicije, turistov čas in ideje o aktivnostih, ki ga bodo zadržale pri njem ter v njegovih socialnih krogih. Lojalne povezave pa potrebuje tudi v svoji sredini, da si lahko na eni strani zagotovi normalno in varno funkcioniranje odnosov z državno birokracijo in si na drugi s predajanjem presežkov dela kolegom in partnerjem, kroženjem informacij in z nudenjem vsakovrstnih uslug pridobiva in utrjuje socialni kapital, ki ga v obliki bolj ali manj dolžniških razmerij potrebuje za preživetje v turističnem prostoru.

20 O moški uporabi alkohola in s tem povezanih žalitvah ter izbruhih nasilja v Šrilanki glej tudi Spencer (1990: 176–181).

21 O lažeh in očitanju laganja kot orodju za diskreditacijo drugega glej tudi Spencer (1990: 86, 176).



S takšnimi zahtevami in težavami se srečuje npr. lastnik ali upravnik že do neke mere razvitega manjšega penziona. Da neko pride do te točke, je potrebnega veliko predhodnega dela v samem socialnem okolju turističnega prostora, ki je v primerjavi z »zamejenim sistemom« nekega podjetja ali skupka podjetij z vsemi sateliti tako rekoč »odprt teren«. Tako lahko v smislu konfiguracije družbenega prostora plaže in pripadajoče vasi govorimo o dveh skrajnostih: prva je relativno zaprt prostor letovišč z lastno transportno, nastanitveno, prehrabeno in programsko (izletniško, športno, družabno, zdravstveno, ipd.) infrastrukturo, druga pa je odprt prostor plaže in drugih javnih površin, transportnih sredstev in komunikacijskih poti, ulic, postaj s kioski in čajnimi okrepčevalnicami, prodajalnami drobnega blaga, z delavnicami za vsakdanja popravila, itd.

Ti dve skrajnosti pa sta zgolj orientacija, do kam lahko seže turistični prostor kot enota, ki jo je mogoče percipirati tako s stališča »turističnega razvoja« (državna statistika) kot »ponudbe in povpraševanja« (tržna logika). Ta percepcija pa vsaj zapostavlja, če že ne povsem spregleda, dva pomembna aspekta šrilanških turističnih prostorov: vaško, skupnostno, sorodstveno in prijateljsko družbenost domačinov na eni strani, ter motive, estetske okuse, potovalne izkušnje, individualno kreativnost in mobilnost obiskovalcev na drugi. Ob teh dveh aspektih se pokaže pomembnost procesualne narave turističnega prostora. Pri »zaprtih letoviščih« je namreč pomembnejše, kako so (še) »odprta« in kako so se zapirala, pri »odprtem prostoru« pa je pomembnejše, kako je (že) zaseden in zamejen, na kakšen način si ga lahko kdo prilašča in kako se lahko v prihodnje odpira.

Številni domačini so se s turistično dejavnostjo začeli ukvarjati tako, da so priložnostnim gostom, ki so jih ulovili ob prihodu na destinacijo, oddali katerega od domačih prostorov, kar je postopno preraslo v manjši penzion. Drugačen začetek pa je bolj ali manj prelomna investicija. Možnosti za zbiranje kapitala sicer ljudje lahko iščejo v kombinaciji prihrankov od dela, prodaje zemlje ali nepremičnine, dela v tujini, posojil sorodnikov in prijateljev ali bančnih kreditov, pogosta pa je tudi vzpostavitev partnerstva z zunanjim investitorjem. Med mojim terenskim delom so bile npr. v nekem manjšem letovišču, katerega lastnik je bil Šrilančan, od petih kaban štiri v lasti različnih zahodnjakov, ki so po dogovoru letno prihajali na zastonski oddih, preostali čas leta pa jih je lastnik oddajal po svoje. Kot investitorji so ti gostje veljali za »družinske prijatelje«, ki so si tudi sicer lahko privoščili več od običajnih gostov.<sup>22</sup> Takšne primere bolj ali manj neformalnega lastništva in manjših investicij je v južni Šrilanki mogoče videti tako rekoč na vsakem koraku.

Šrilanka je tako marsikateremu zahodnjaku postala zanimiva tudi povsem poslovno. Zaradi dokaj ugodnih cen nepremičnin in relativne varnosti naložbe, ki ji botruje kontinuirano zanimanje za Šrilanko kot zimsko čezmorsko turistično destinacijo, pa tudi zaradi še do nedavnega ugodne davčne politike, ki se kljub »zaostritvi« s stoddotnim davkom na nakup nepremičnine po menjavi oblasti leta 2004 vzdržuje z legalno možnostjo 99-letne-

ga najema.<sup>23</sup> Čeprav je večina strateško najboljše postavljenih restavracij in penzionov na južnošrilanških plažah v dejanski lasti zahodnjakov, so domačini nujno potrebni že pri vpeljavi posla pa tudi pri skrbi za njegovo gladko delovanje.

Prvič se je treba dogovoriti za administrativne postopke in s tem povezane stroške, ki lahko precej variirajo glede na strankarsko-politične povezave. Vsaka podrobnost pač predstavlja poseben problem, katerega urejanje gre hitreje in ceneje z domačinom, ki ima izkušnje s »šrilanškim sistemom« in vpeljane svoje povezave. Drugič mora nepremičnina zdržati tudi na mikroravni vasi. Zgodbe o izgonih tujcev in razpustitvi njihovih naložb v južnošrilanških vaseh niso redke. Najpogosteje so sicer razlogi za izgon nemoralno obnašanje tujca, in med njimi je gotovo najbolj sporno in za Šrilanko pogosto tudi javno izraženo, pereče vprašanje zlorabe otrok,<sup>24</sup> toda vzrok je lahko tudi preprosto preveč uspešen posel na premajhnem trgu. Brez domače zaslonbe in močne skupine je že diskretno izrečeno priporočilo in stopnjevanje pritiska lahko povsem učinkovito.<sup>25</sup>

Na drugi strani pa domačini potrebujejo tujce tudi kadar se sami lotijo investicij, ker jim ti pri ustvarjanju »nahrbtnikarskega produkta« (Richards in Wilson 2004b: 277) pomagajo ponudbo prilagoditi njihovim trendom. Tako šrilanškemu lastniku npr. uredijo evropskim mladinskim hotelom podobne ambiente, vrtove, kjer so namesto utrjevanja obale z betonom v ospredju naravni materiali in kakovostne internetne okrepčevalnice. Organizirajo tudi ponudbo zahtevnejših športov, kot sta deskanje in potapljanje, in – najpomembnejše – poskrbijo za ponudbo zahodnih kulinarike in prigrizkov. Različni evropski »menadžmenti« penzionov in restavracij so tako oglaševani na številnih občestnih tablah.<sup>26</sup>

23 V tem primeru je uradni lastnik še vedno domačin oz. državljan, a davek na najem je samo sedemodstoten. Iz te situacije, ki jo najpogosteje uporabijo manjši investitorji, katerih interes ni nujno strogo posloven, ampak tudi počitniški in dolgoročno morda usmerjen tudi v postopno vzpostavitev drugega doma, nastajajo številna poslovna partnerstva. Manjšim investitorjem to ustreza tudi zato, ker s partnerjem dejansko dobijo upravnika nepremičnine tudi med svojo odsotnostjo, za domačine pa je tovrstno partnerstvo pogosto odskočna deska tako za materialni kot tudi statusni napredek v svojem družbenem okolju. Sorodstvene vezi so jim pri tem pogosto v breme, saj se z napredkom posameznika pogosto povečajo prošnje za posojila s strani sorodnikov ali sosedov (za take primere pri napredku z delom v tujini glej Gamburd 2002: 134–135).

24 Problem organizirane zlorabe in preprodaje otrok v Šrilanki s strani globalnih kriminalnih organizacij se je javno pojavil v večjih številkah v poznih osemdesetih letih, in sicer v povezavi z organizirano nelegalno trgovino od zunaj v južnem, zahodnem in severnem obalnem pasu Šrilanke (Lal Kumara 2006: 207–208). Otroško seksualno delo je neposredno povezano z mednarodno turistično industrijo, skrito za visokimi zidovi posameznih rezidenc in propagirano prek v evropske države diseminiranih video-posnetkov (Ratnapala 1999b: 38–43).

25 Oblasti znajo biti za marsikatero kriminalno dejavnost slepe. Ker so prepletene z drugimi družbenimi vezmi (sorodstvo, politika, patronske klientelistični odnosi in druga »prijateljstva«), se moč korupcije ne izraža preprosto samo v distribuciji plačil, ampak tudi v načinu, kako se vsakokratno plačilo sme ali ne sme ponuditi in sprejeti glede na hierarhično, toda tudi kompleksno strukturo prijateljstev.

26 Npr. »italijanski«, »nemški«, »grški«, »švicarski« itd. menedžment. Večina teh se je sprva znašla v Šrilanki kot običajni turisti ali prostovoljci katere od nevladnih organizacij, šele tam pa so prišli na idejo, da bi se vpletli v nahrbtnikarsko ponudbo. Kot taki pa so vsaj v obalni turistični Šrilanki resni »igralci« v tem poslu, saj poleg kapitala v turistični prostor vnašajo tudi bolj ali manj uniformen okus nahrbtnikarskega turizma.

22 Mlajši sin, ki mi je zaupal to razporeditev lastništva, mi je povedal presunljivo zgodbo, kako si je eden od lastnikov kaban, starejši možki, nekoč rezerviral enega od natakarjev, da ga je lahko klical z zvončkom, kadarkoli je kaj potreboval. Družini se je sicer ta perverzija zdela celo zabavna, dečku, ki je moral biti poslej na ekskluzivno razpolago, pa najbrž ne.



Pogled s terase ene od številnih »popotniških« restavracij v južni Šrilanki.  
Foto: Boštjan Kravanja, maj 2006



Vrvež domačih mestnih vikend kopalcev na vaški plaži južne Šrilanke.  
Foto: Boštjan Kravanja, april 2006

V nekaterih obalnih vaseh pa so se lastniki penzionov, sob in počitniških hišk odločili celo, da jih bodo oddajali 'samo tujcem', in to sporočilo izobesili na obcestne kažipote (angl. *rooms only for foreigners*).

Tovrstna monopolizacija nahrbtnikarskih destinacij in plaž pa ne poteka samo prek hibridnega nepremičninskega trga, temveč je tudi del splošnega boja za nahrbtnikarjev čas. Tako se skupine fantov in mladih moških, ki se ukvarjajo z različnimi neformalnimi posli in uslugami turistom na plažah (angl. *beach boys*) pogosto postavijo nasproti podjetnikom v vlogo »šefov plaže« in poskušajo pridobiti dostop do »njihovih« gostov. Nekateri lastniki obalnih penzionov z restavracijo pogosto pritiskajo na svoje goste, naj se od letovišča ne oddaljujejo, ker da je zunaj za belce nevarno, ali pa jim z očitajočimi vprašanji, kod hodijo, vnaprej vcepljajo občutek krivde; če bi npr. ob večerih hodili v sosednji penzion, bi to lahko sprožilo govornice, ki bi škodovala njihovemu ugledu.

Svoj delež poskušajo z različnimi strategijami pridobiti in ohranjati še številni drugi prebivalci plaže. Na nekatere ožje predele obale svoje kole npr. postavljajo ribiči. Nanje občasno pridejo ribarit skupine desetih ali petnajstih ribičev, in takrat se gostje obalnih penzionov tam ne smejo kopati, kar pa ni vseč lastnikom penziona. Potem ko se jih gostje ob prvem srečanju nafotografirajo,<sup>27</sup> za kar kakšen od ribičev včasih »nenadoma« zelo resno zahteva denar, so tudi njim v nadaljnjih urah in dnevih nekako »odveč«. Kako naj kdorkoli komurkoli v tej trojici – ribiči, lastnik in kopalci – prepove uporabo lagune in tega kosa plaže? To je nikoli končana zgodba pogajanj, predvsem seveda med lastnikom in ribiči, hkrati pa so v to pogajanje vpletene tudi nalovljene ribe, ki jih lastnik včasih od ribičev odkupi, drugič jih spet noče (ker so premajhne ali prevelike za porcije v njegovi restavraciji in jih lahko ceneje kupi na tržnici, ker se bodo prepogostega odkupa preveč navadili in ga nato ves čas gnjavili, ipd.).

Čigava je torej plaža? V formalnem smislu plaža seveda ni nikogaršnja oz. je državna last, vendar pa si jo v vsakdanjih praksah

vedno kdo lasti. Nekateri lastniki penzionov ali manjših letovišč s pomočjo lokalnih političnih veljakov in strankarskih linij – kljub državni prepovedi gradnje kakršnihkoli objektov dvajset metrov od obale – kos plaže preprosto obzidajo z visokimi zidovi.<sup>28</sup> Na plažah so tudi prodajalci drobnarij, ženske ponujajo razne tekstilne izdelke, maserji se turistu pogosto kar približajo in ga »strokovno« zgrabijo za vrat ali lakete, da pokažejo, kako čvrst in blagodejen je njihov prijem, posamezniki ponujajo sočne liste 'aloje' (lat. *aloe vera*) za blažitev sončnih opeklin, včasih pridejo naokoli cigani (angl. *gypsies*) s kobro, z opičjim mladičem ali s pitonom,<sup>29</sup> neprestano pa se, kot sem že opisal, turistom in turistkam približujejo tudi različni lokalni mladci. Vsi ti »eksotični« prodajalci in ponudniki navadno niso dobrodošli v ograjenih predelih plaže oz. na delih, kjer lastniki restavracij razpostavijo svoje ležalnike.

Na nekatere plaže južne Šrilanke se za nameček ob koncu tedna v številnih kombijih pripeljejo še družine iz bližnjih mest ali celo iz šrilanške metropole Colomba. V ta vrvež domačinskih družin, ki zasedejo precejšen del lagune, ne vstopi nihče od zunaj, niti prodajalci, maserji in cigani, niti drugi turisti, še taksisti trikolesnikov ne. V tej praktično popolni *ad hoc* razmejivki domači tuji začasno vzpostavijo svoj sistem, v katerem ne potrebujejo vaše turistične infrastrukture. Dejstvo, da »njihova« plaža postaja vse bolj popularna za domače mestne prebivalce, pa je v zadnjih letih močno olajšala tudi novozgrajena avtocesta, produkt novega vladnega turističnorazvojnega programa.

Družbeni prostor plaže torej ni ravno podoben tisti Löfgrenovi »globalni plaži«, kjer se zdi, da »vsakdo počne, kar se mu zaho-

28 Takoj po cunamiju konec leta 2004 je vlada to prepoved na južni obali razširila na sto metrov od obale, na vzhodni obali pa na dvesto. Motiv za to formalno prepoved je tičal v vladnem turističnorazvojnem načrtu, ki je bil natančno narejen že nekaj let pred cunamijem in je prazne obale predvideval za omogočanje velikih tujih investicij in gradnjo večjih turističnih kompleksov (Klein 2009: 381–382).

29 »Cigani« so sicer nomadska etnična skupina Šrilanke. S ponujanjem predstave krotanja kač ali pestovanja ter fotografiranja s pitonom ali z opico znajo od svežih prišlekov zaslužiti precej visoke vsote, recimo po 20 evrov in več za fotografijo.

27 'Ribiči na palici' (angl. *stilt fishermen*) so v raznih brošurah, vodnikih in reklamnih spotih turistične Šrilanke komodificirani kot unikatno šrilanški način ribarjenja.



če«, v resnici pa so dejanski vzorci obnašanja ljudi na plaži ujeti v »tesno družbenost« (Löfgren 1999: 227–228). Opisana plaža je še bolj tesna, ker na njej ni anonimnosti, značilni za »globalno plažo«. To je sicer videti tudi kot zgoraj omenjeni Edensorjev (1998) »heterogeni turistični prostor« (prav tam: 162–180), toda z dodatkom opisane bližine in prepletenosti je to prej prostor konfliktna plaže (prim. Kravanja 2012: 188–190) oz., če posplošim skupaj z Edensorjem, konfliktni turistični prostor.

## Sklep

Ideja turističnega razvoja v dekolonizirani Šrilanki šestdesetih let ni bila nekaj novega. Njena »generična« podlaga je bila, poleg političnoekonomskih razvojnih trendov takratnega časa (glej Telfer 2009: 153–155), stara ideja o »raju na zemlji«, na kateri so se med drugim napajali tudi predhodni kolonialni orientalistični in tropikalistični miti, kot se na njej še vedno napajajo tudi sodobni globalnoturistični miti (glej Kravanja 2012: 180–187). Še zlasti ti so danes sposobni skoraj arbitrarno in vsakokrat različno, glede na trenutne potrebe in stanje na globalnih turističnih trgih, v percepcijo potencialnih gostov vključevati mitski kompleks raja na zemlji, lahko pa tudi v percepcijo zgolj globalnega medijskega »občinstva«, ne da bi bila v ozadju kakšna posebna ciljna »promocijska kampanja«.<sup>30</sup>

Elitni turizem torej izkorišča fond kolonialne doktrine, ki pa se danes ne kaže samo kot postkolonialna »oblika imperializma« (Nash 1978) ali kot »užitkarska periferija« (Turner in Ash 1975; glej tudi Tucker in Akama 2009). Bolj jasno ga je mogoče prepoznati v velikih investicijah v turistično infrastrukturo in v promocijo šrilanškega turizma po cunamiju leta 2004 in koncu vojne leta 2009. Ta k prostoru pristopa z gradnjo ločenih »enklaivčnih turističnih prostorov« (Edensor 1998: 149–161), katerim morajo hote ali nehote bodisi slediti bodisi se jim umikati tudi »heterogeni turistični prostori« (prav tam: 162–180).

Slednji pa so v Šrilanki že »tradicionalno« v podobi z domačini živečimi hipiji na slabem glasu (Ratnapala 1999a: 30–66 in 118–135), čeprav so danes v bistvu vse bolj podobni turističnim enklavam, le da so po obsegu manjši in po vsebinah strežejo okusu nahrbtnikarjev in ne množici počitnikarjev ali kapricam petičnejših gostov. Zato pa so kot »preveč razviti« na nekoliko slab glas prišli tudi pri nekaterih nahrbtnikarjih, predvsem pri tistih, ki se imajo za nekoliko bolj izkušene in zahtevnejše popotnike, in ki že tako *a priori* načeloma vse stavijo na Indijo, čeprav jim tudi dominantne nahrbtnikarske poti Južne Azije nikakor niso tuje. V tem smislu so »ločnice med »nahrtnikarji«, »popotniki« in »turisti« daleč od tega, da bi bile jasne« (Richards in Wilson 2004a: 39), čeprav se notranje vendarle nekako razlikujejo (Welk 2004).

V te medsebojno prepletene turistične prostore pa so nadalje vpleteni še vaški prostori. Od njihovega deleža sta pravzaprav odvisni »enklaivčnost« in »heterogenost« turističnih prostorov,

toda v nahrbnikarske enklave, ki so načeloma v nekoliko bolj odprti interakciji z domačini od »navadnih«, vaški prostori vnašajo konfliktna oblike družbenosti. Te so na eni strani posledica že predhodnih procesov vpeljevanja strankarske politike in klientelističnih odnosov na vaške ravni (Spencer 1990: 170–207) ter rasti šrilanškega srednjega sloja, na drugi pa velike gostote in neizprosne kompetitivnosti turističnih prostorov, ki od ljudi, da se prebijejo do svojega deleža turističnega denarja in nasploh veljave v takih soseskah, zahtevajo posebne veščine. V tem močno prepletenem konglomeratu, ki si ga od zgoraj navzdol nihče ne upa ali ne zna resno lotiti, »urejati« ali »razvijati«, se tako za svoj delež vsaka skupina bori po svoje.

Južna Šrilanka je bila sicer za velike vladne načrte le omejeno uspešna, in to ne le zato, ker je populacija v teh vaseh večinoma sinhalska in jo nacionalistične oblasti potrebujejo za svoj obstoj, ampak tudi zato, ker je tamkajšnji turistični prostor že vzpostavljen, dinamičen in globoko prepleten z vaškim življenjem. Množica manjših naložb, v katerih so ključni udeleženci zahodni lastniki, tam monopolizacijo javnega prostora plaže in vasi ustvarja od znotraj in s tem prerazdeljuje razmerja moči tudi med domačim prebivalstvom.

V Šrilanki so se že večkrat zgodile oziroma se permanentno dogajajo velike razvojne sheme in projekti.<sup>31</sup> Zadnji taki poskusi so bili v letih 2002, 2004 in 2006 na področju turističnega razvoja, in tudi sedanji marketinški izdelki turistične Šrilanke imajo zelo konkretne učinke, ki jih izkazujejo v uvodu pričujočega besedila predstavljene številke. Bržkone se ti številni »statistični turisti« nahajajo v tisti prečiščeni, še vedno poceni in družbeno nezahtevni turistični Šrilanki, ki je sicer promovirana kot »Šrilanka – čudež Azije« (angl. *Sri Lanka – Wonder of Asia*). Ta Šrilanka pa se geografsko ne nahaja tako daleč od južne obale in njenih »velikih plaž« ter »majhnih vasi«. Le izza visokih zidov jo je težko opaziti, plaže in njenega nadležnega peska ter nediskretne odprtosti in »svobode« pa v sodobni predstavi o raju na zemlji nihče več ne mara. Raj je postal preveč varen in prav zato ga zapravljeni popotniki že dolgo pregovorno pošiljajo k hudiču (glej Kravanja 2012).

Te vasi so se znašle v vakuumu, nekje med nedosegljivo spiralo turističnega razvoja (ker klasično nahrtnikarstvo ne prenese elitističnih oblik turizma, v katere vlaga država, vse bolj s »turisti« oblegani pa so tudi novi nahrtnikarski centri) in grozečo spiralo revščine (ker se razvoj nahrtnikarstva v teh vaseh monopolizira in so zato ti prostori za mnoge domačine vse bolj zaprti). V tej situaciji pa bi bila – paradoksnost – brez prisotnosti tujih vlagateljev še obstoječa nahrtnikarska infrastruktura zgolj ostanek vmesnega obdobja osemdesetih in devetdesetih let, ko je država namesto v lastne obstoječe turistične resurse vlagala v vojno gospodarstvo in na svoje plaže spustila le vojsko velikih zahodnih dobičkarjev.

30 Ehtner in Prasad (2003) sta v tem smislu s podrobnim pregledovanjem turističnih brošur mednarodne turistične promocije identificirali »kolonialni diskurz«, ki ga sestavljajo trije »ne-miti«: mit nespremenljivega (prav tam: 669–672), nezadržanega (prav tam: 672–675) in neciviliziranega (prav tam: 675–678). Prvi se kaže v podobah brezčasnih krajev, ki so na voljo za odkritja in raziskovanje, drugi kot hedonistični raj z domačimi služabniki in tretji kot nedotaknjena divjina z »domorodci«, na voljo za ekspedicije in raziskovanje.

31 Klasični tovrstni projekti so bili npr. irigacijska shema Mahaweli s serijo regionalnih projektov v sedemdesetih in osemdesetih letih, vzpostavitev naložbeno promocijske prostocarinske cone ob šrilanškem mednarodnem letališču Katunayake med letoma 1977 in 1979 in shema t. i. »urbanega razvoja« in gradnje domov v osemdesetih letih, ki je zgradila stotine objektov predvsem v Colombu in drugih mestih, pa tudi drugod po otoku (Wijesinghe 1981: 49–74).

Marsikateri od nekdanjih popotnikov se je ob spoznanju, kako lahko je poslovati v Šrilanki, navdušeno lotil mešetarjenja s privatizirano šrilanško zemljo in z nepremičninami, država pa je za to ustvarjala kolikor je bilo mogoče ugodne pogoje za investitorje ter za silo krpala transportno, bivanjsko, vodovodno, električno in še kakšno infrastrukturo. To se do danes ni spremenilo, le da se je sedaj za to isto privatiziranje in krpanje infrastrukture na novo odprla »destinacija Šrilanka«, katere glavna bela lisa in območje priložnosti sta njen vzhodni in severni del, pa tudi tisto, kar je vmes že dovolj očitno propadlo med vami na jugu in kjerkoli drugje na otoku.

Članek je pokazal, da je določen nizkoproročanski turizem v Šrilanki sicer že tradicionalno obstajal, čeprav le kot privesek indijske »glavne poti«, a da nikoli ni bil v prav idealnem razmerju z domačini. Številni konflikti, ki so na začetku sloneli na sinhalsko-budistični moralistični kritiki obnašanja »hipijev«, so se z rastjo turistične in nahrbnikarske industrije intenzivirali v več smeri in ustvarili napeto in kompetitivno družbenost za vse udeležence teh prostorov, ne le za interakcije med gostitelji in gosti. Kljub temu pa nahrbnikarskega turizma ne smemo spregledati ali zanemariti. Še zlasti ne danes, ko so se po cunamiju in koncu vojne začeli investicije in veliki načrti, ki posegajo v obstoječo infrastrukturo in klientelo oz. v konkretne turistične in vaške prostore. S temi posegi se je vozal odnosov, relacij moči, itd. še dodatno zapletel, razpleta pa še ni na vidiku.

#### Viri in literatura

ALTELJEVIC, Irena in Stephen Doorne: Theoretical encounters: A review of backpacker literature. V: Greg Richards in Julie Wilson (ur.), *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Clevedon idr.: Channel View Publications, 2004, 60–76.

CLARKE, Nick: Free independent travellers? British working holiday makers in Australia. *Transactions of the Institute of British Geographers: New Series* 29/4, 2004, 499–509.

COHEN, Eric: Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter-tourism. *International Journal of Comparative Sociology* 14/1,2, 1973, 89–103.

COHEN, Scott A.: Lifestyle travelers: Backpacking as a way of life. *Annals of Tourism Research* 38/4, 2011, 1535–1555.

COLE, Stroma: Tourism and water: From stakeholders to rights holders and what tourism businesses need to do. V: Metin Kozak in Nazmi Kozak (ur.), *2nd Interdisciplinary Tourism Research Conference 24–29 April, Fethiye, Turkey: Proceedings Book*. Ankara: Anatolia, 2012, 208–221.

CRICK, Malcolm: *Resplendent sites, discordant voices: Sri Lankans and international tourism*. Chur idr.: Harwood Academic Publishers, 1994.

D'ANDREA, Anthony: *Global nomads: Techno and new age as transnational countercultures in Ibiza and Goa*. London idr.: Routledge, 2007.

DI GIOVINE, Michael: Revitalization and counter-revitalization: Tourism, heritage, and the lantern festival as catalyst for regeneration in Hôi An, Việt Nam. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* 1/3, 2010, 208–230.

ECHTNER, Charlotte M. in Pushkala Prasad: The context of Third World tourism marketing. *Annals of Tourism Research* 30/3, 2003, 660–682.

EDENSOR, Tim: *Tourists at the Taj: Performance and meaning at a symbolic site*. London in New York: Routledge, 1998.

GAMBURD, M. R.: *Transnationalism and Sri Lanka's migrant housemaids: The kitchen spoon's handle*. Colombo: Vijitha Yapa Publications, 2002.

HOTTOLA, Petri: *The intercultural body: Western woman, culture confusion and control of space in the South Asian travel scene*. Joensuu: Univeristy of Joensuu, 1999.

KLEIN, Naomi: *Doktrina šoka: Razmah uničevalnega kapitalizma*. Ljubljana idr.: Mladinska knjiga, 2009 (2007).

KOZOROG, Miha: *Antropologija turistične destinacije v nastajanju: Prostor, festivali in lokalna identiteta na Tolminskem*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete, 2009 (Zupaničeva knjižnica; 29).

KRAVANJA, Boštjan: Postpajoča denarnica in njen belec: O percepciji in reprezentaciji Šrilanke kot »zahodne« turistične destinacije. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 32/217–218, 2004, 254–269.

KRAVANJA, Boštjan: On conceptions of paradise and the tourist spaces of southern Sri Lanka. *Asian Ethnology* 71/2, 2012, 179–205 (Dostopno tudi na: <http://nirc.nanzan-u.ac.jp/nfile/4214>, 30. 1. 2013).

LAL KUMARA, Sarath W. A.: The abuse of children, causes and effects. V: Maureen Seneviratne (ur.), *CSEC: The crime against children: Commercial sexual exploitation of children*. B.n.k.: P.E.A.C.E. Campaign, 2006, 203–209.

LARSEN, Svein idr.: Backpackers and mainstreamers: Realities and myths. *Annals of Tourism Research* 38/2, 2011, 690–707.

LEŠNIK, Bogdan: »Tretji svet«. *Dnevnik* 19. januar 2013, 16.

LÖFGREN, Orvar: *On holiday: A history of vacationing*. Berkeley idr.: University of California Press, 1999.

MACCANNELL, Dean: Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology* 79/3, 1973, 589–603.

MACCANNELL, Dean: *Empty meeting grounds: The tourist papers*. London in New York: Routledge, 1992.

MACLEAN, Rory: *Magic bus: On the hippie trail from Istanbul to India*. London: Penguin Books, 2007.

MCGUCKIN, Eric: Travelling paradigms: Marxism, poststructuralism, and the uses of theory. *Anthropologica* 47/1, 2005, 67–79.

MALKKI, Liisa H.: News and culture: Transitory phenomena and the field-work tradition. V: Akhil Gupta in James Ferguson (ur.), *Anthropological locations: Boundaries and grounds of a field science*. Berkeley in Los Angeles: University of California Press, 1997, 86–101.

MEHTA, Gita: *Karma cola: Marketing the mystic East*. New York: Vintage International, 1990 (1979).

MURPHY, Laurie: Exploring social interactions of backpackers. *Annals of Tourism Research* 28/1, 2001, 50–67.

NASH, Dennison: Tourism as a form of imperialism. V: Valene L. Smith (ur.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Oxford: Basil Blackwell, 1978, 33–47.

OBEESEKERE, Gananath: The vicissitudes of Sinhala-Buddhist identity through time and change. V: Michael Roberts (ur.), *Sri Lanka: Collective identities revisited: Volume 1*. Colombo: Marga Institute, 1997, 355–384.

PARIS, Cody Morris: Flashpackers: An emerging sub-culture? *Annals of Tourism Research* 39/2, 2012, 1094–1115.

RATNAPALA, Nandasena: *Tourism in Sri Lanka: The social impact*. Ratmalana, Sri Lanka: Sarvodaya Vishva Lekha, 1999a (1984).

RATNAPALA, Nandasena: *Sex workers of Sri Lanka*. Ratmalana, Sri Lanka: Sarvodaya Vishva Lekha, 1999b.

RICHARDS, Greg in Julie Wilson: The global nomad: Motivations and behaviour of independent travellers worldwide. V: Greg Richards in Julie Wilson (ur.), *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Clevedon idr.: Channel View Publications, 2004a, 14–39.

RICHARDS, Greg in Julie WILSON: Widening perspectives in backpacker research. V: Greg Richards in Julie Wilson (ur.), *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Clevedon idr.: Channel View Publications, 2004b, 253–279.

RILEY, Pamela J.: Road culture of international long-term budget travelers. *Annals of Tourism Research* 15/2, 1988, 313–328.

SALDANHA, Arun: *Psychedelic white: Goa trance and the viscosity of race*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007.

SCHEVYENS, Regina: Backpacker tourism and Third World development. *Annals of Tourism Research* 29/1, 2002, 144–164.

- SOMASEKARAM, T. idr. (ur.): *Arjuna's atlas of Sri Lanka*. Dehiwala: Arjuna Consulting Co. Ltd., 1997.
- SØRENSEN, Anders: Backpacker ethnography. *Annals of Tourism Research* 30/4, 2003, 847–867.
- SPENCER, Jonathan: *A Sinhala village in a time of trouble*. Delhi idr.: Oxford University Press, 1990.
- STIRRAT, Jock: Competitive humanitarianism: Relief and the tsunami in Sri Lanka. *Anthropology Today* 22/5, 2006, 11–16.
- TELFER, David J.: Development studies and tourism. V: Tazim Jamal in Mike Robinson (ur.), *The SAGE handbook of tourism studies*. London idr.: SAGE Publications, 2009, 146–165.
- TUCKER, Hazel in John Akama: Tourism as postcolonialism. V: Tazim Jamal in Mike Robinson (ur.), *The SAGE handbook of tourism studies*. London idr.: SAGE Publications, 2009, 504–520.
- TURNER, Louis in John Ash: *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. London: Constable, 1975.
- URRY, John: *Global complexity*. Cambridge idr.: Polity Press, 2003.
- WELK, Peter: The beaten track: Anti-tourism as an element of backpacker identity construction. V: Greg Richards in Julie Wilson (ur.), *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Clevedon idr.: Channel View Publications, 2004, 77–91.
- WESTERHAUSEN, Klaus: *Beyond the beach: An ethnography of modern travellers in Asia*. Bangkok: White Lotus, 2002.
- WIJESINGHE, Mallory E.: *Sri Lanka's development trust*. Colombo: Aitken Spence & Co. Ltd., 1981.

#### Internetni viri

- Internetni vir 1: Sri Lanka census and population housing 2011: Enumeration stage February – March 2012, 20. april 2012; [http://www.statistics.gov.lk/PopHouSat/CPH2011/index.php?fileName=CPH%202011\\_R1&gp=Activities&tpl=3](http://www.statistics.gov.lk/PopHouSat/CPH2011/index.php?fileName=CPH%202011_R1&gp=Activities&tpl=3), 15. 3. 2013.
- Internetni vir 2: Explore tourist attractions: Trailblazing in Sri Lanka, b.n.l.; <http://srilanka.travel/lesserknown>, 10. 2. 2013.

- Internetni vir 3: KAR, Rohan: JWT's »smallislandbigtrip.com« wins bronze at Asian Travel and Tourism Creative Awards. Lanka Page, 10. oktober 2006; <http://lankapage.wordpress.com/2006/10/10/jwt%E2%80%99s-%E2%80%9Csmallislandbigtrip.com%E2%80%9D-wins-bronze-at-asian-travel-and-tourism-creative-awards/>, 27. 1. 2013.
- Internetni vir 4: Monthly Statistical Bulletin for December: Page 1, 2012; <http://www.slttda.gov.lk/sites/default/files/page%201%20of%20dec%202012.pdf>, 25. 1. 2013.
- Internetni vir 5: Monthly Statistical Bulletin for December: Page 2, 2012; <http://www.slttda.gov.lk/sites/default/files/page%202-2-Dec%2012.pdf>, 25. 1. 2013.
- Internetni vir 6: Post-war Sri Lanka tourism looks to boom. eTN: Global Travel Industry News, 18. junij 2009; <http://www.eturbonews.com/9884/post-war-sri-lanka-tourism-looks-boom>, 30. 1. 2013.
- Internetni vir 7: Sri Lanka Tourism: The Official Website, 2012; <http://www.srilanka.travel>, 25. 1. 2013.
- Internetni vir 8: Sri Lanka Tourism Promotion Bureau: Press Release: New strategic development plan for Sri Lanka tourism, 6. september 2011; [http://www.slttda.lk/developing\\_markets](http://www.slttda.lk/developing_markets), 30. 1. 2013.
- Internetni vir 9: Sri Lanka tourism sector summary overview 2011-2020, avgust 2011; <http://www.capitalalliance.lk/weekly/other/SLtourismsectoroverview2011-2020.pdf>, 30. 1. 2013.
- Internetni vir 10: Tourist arrivals to Sri Lanka 2000 to 2010, 2012; <http://www.slttda.gov.lk/node/370>, 27. 1. 2013.
- Internetni vir 11: GALAGODA, Sapumali: New highway with Quatari aid. Ceylon Today, 17. januar 2012; <http://www.ceylontoday.lk/16-1745-news-detail-new-highway-with-qatari-aid.html>, 21. 2. 2013.
- Internetni vir 12: Hotels in Unawatuna demolished. Ceylon Today, 14. december 2011; <http://www.ceylontoday.lk/31-910-news-detail-hotels-in-unawatuna-demolished.html>, 21. 2. 2013.
- Internetni vir 13: KAMBURAWELA, Munidasa: Bentota a dying beauty. Ceylon Today, 21. februar 2013; <http://www.ceylontoday.lk/59-24910-news-detail-bentota-a-dying-beauty.html>, 21. 2. 2013.

## Large Beach, Small Village: Backpacker Tourism and Tourist Spaces in the Coastal Destinations of Southern Sri Lanka

The beaches on the south coast of Sri Lanka traditionally represent a popular destination for low-budget travelers relatively independent of the tourism industry. However, the traveling style of the 1960s and the 1970s has been preserved only in the imagination of young backpacking enthusiasts. The generation of travelers from that time is now involved in entrepreneurial activities in their former travel destinations. In the neighborhoods of southern coastal regions of Sri Lanka, where the author conducted his ethnographic research between 2003 and 2006, such enterprises have been developing closely intertwined with the local daily village life since their very beginnings in the 1970s. In the social space between the coast and the village, different interrelated worlds meet of the villagers, local tourism entrepreneurs, real estate owners from the West, managers of tourism businesses, and guests.

In these social spaces, all participants constantly imagine new goals, adapt them to current state strategies of tourism development, negotiate new business connections, and compete with one another for guests. Simultaneously, they follow their various partial interests and agendas, and by monopolizing the coast strive to exclude those who are not directly involved in tourist activities. These neighborhoods therefore represent conflict spaces further intensified by passing backpackers, Sri Lanka's growing middle class, and the pressures of state and corporate development institutions on the coastal regions. Backpacker tourism has thus become a heterogeneous, intensive, and dynamic process of vibrant entrepreneurship on the one hand and, on the other, of increasing alienation of the local villagers from the state, from each other, and also from their guests.