

Tzigania: stvarni Romi - stvarni život

Čargonja, Petra

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:410790>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-16**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA KULTURALNE STUDIJE

PETRA ČARGONJA

TZIGANIA: STVARNI ROMI – STVARNI ŽIVOT

RIJEKA, 2020.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA KULTURALNE STUDIJE

PETRA ČARGONJA

TZIGANIA: STVARNI ROMI – STVARNI ŽIVOT

DIPLOMSKI RAD

Mentor: dr. sc. Hajrudin Hromadžić

Rijeka, rujan 2020.

SAŽETAK

Romske su zajednice i romska kultura u Europi oduvijek bile predmetom znatiželje. Romi, kao ljudi bez teritorija, ali s distinktivnom kulturom, viđeni su kao prijetnja, Drugi; marginalizirani su, ignorirani, odbačeni, zatvarani i ubijani. Znanje o njihovoj kulturi kojim raspolazemo obiluje stereotipima i nepoznicama. Projekt „Tzigania“ Chucka Todara navodno je usmjeren na razbijanje ovih stereotipa i demistifikaciju romske kulture i to kroz uključivanje Roma u mehanizme neoliberalnog kapitalizma, a u turističkom kontekstu: za stanovitu naknadu, turisti mogu živjeti sa „stvarnim Romima“ i doživjeti njihovu kulturu iz prve ruke.

Pitanja koja se postavljaju u ovome kontekstu fokusirana su na koncept drugosti, a unutar koncepta oslobođenja – može li Drugi ovdje govoriti ili se radi o pukoj monetizaciji drugosti kao takvoj? Može li spektakularizacija i komodifikacija romskog načina života biti jedan od načina za njihovu integraciju, ili pak znači njihovu petrifikaciju na marginama europskoga društva te nerazumijevanje spram njihovih zajednica i kulture. Predmet je ovoga rada projekt „Tzigania“ te njegov značaj unutar teorijskog konteksta Drugog.

Ključne riječi: komodifikacija identiteta, spektakularizacija svakodnevice, monetizacija kulture, suvremeni turist, etnički panoptikon

ABSTRACT

Roma communities and Roma culture in Europe have always been observed. The Roma, as people without a territory, but with a distinctive culture, have been seen as a threat, as the Other; they have been marginalized, ignored, discarded, imprisoned and killed. The knowledge that we dispose of regarding their culture is filled with stereotypes and the unknown. The „Tzigania Project“ by Chuck Todaro is supposedly directed towards the minimization of this phenomenon, and through including the Roma into the mechanisms of the neoliberal capitalist world, in the tourist context: for a certain fee, tourists can live with the „real Roma“ people and truly perceive their culture first hand.

The questions which arise in this context are gathered around the concept of Otherness, within the concept of liberation – can the Other here speak or is it just a mere monetization of Otherness as such? Can the spectacularization and the commodification of the Roma lifestyle be a way of integrating the Roma into the contemporary European society, or is it a way of their petrification in the margins of the European society, as well as not understanding their communities and culture. This paper revolves around the „Tzigania Project“ and its significance inside a theoretical context of the Other.

Keywords: commodification of identity, spectacularization of the everyday, monetization of culture, the contemporary tourist, ethnic panopticon

Sadržaj:

	Stranica
1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	3
1.2. Metodologija izrade rada	3
1.3. Struktura rada	4
2. TEORIJSKA POLAZIŠTA: PROMATRAČ I PROMATRANO	6
2.1. Kategorizacija kolektivnih identiteta u moderno doba	7
2.2. Romi kao primjer drugosti <i>par excellence</i>	8
2.3. „Plemeniti divljak“	10
2.4. Elementi orijentalizma	11
2.5. Flâneur kao preteča turista	12
2.6. Romantični turist	14
3. PROJEKT „TZIGANIA: STVARNI ROMI – STVARNI ŽIVOT“	15
3.1. Opis i karakteristike projekta	17
3.1.1. Nastanak projekta	18
3.1.2. Misija i vizija projekta	19
3.1.3. Ciljana skupina potrošača	19
3.1.4. Impresije s kojima se turist vraća kući	21
3.2. Turistički pogled i proizvodnja drugosti	21
3.2.1. Može li „Drugost“ govoriti ovdje?	22
3.2.2. Suvremeni turist i njegove karakteristike	23
3.3. Petrifikacija klasičnih prikaza Roma u kulturi ili njihovo „pripitomljavanje“?	24
3.4. Romi u suvremenom tehnokratskom društvu i koncept nostalgije	25
4. ETNIČKI TURIZAM I SIROMAŠTVO	27
4.1. Glokalizacijska obilježja „Tziganije“	28
4.2. Istočna Europa kao prostor gdje utjecaj Zapada počinje iščezavati	29
4.2.1. Sudar religija i simbolika	29
4.2.2. Socijalističko naslijeđe i tranzicija	30
4.2.3. Istočna Europa u očima popularne kulture	31
5. ETNIČKI PANOPTIKON I SPEKTAKULARIZACIJA SVAKODNEVICE	32
5.1. „Vrijeme Cigana“ i njegove karakteristike	33

5.2.	Autoreferencijalnost i intermedijalnost „Tziganije“	34
5.2.1.	Autoreferencijalni momentum	34
5.2.2.	Intermedijalnost projekta	35
	ZAKLJUČAK	37
	BIBLIOGRAFIJA	40
	POPIS PRILOGA	42

1. UVOD

Romska je kultura i način života oduvijek bio marginaliziran, odbačen, zabranjen, mistificiran, nad njime se vršilo nasilje, iskorištavalo ga se, okrivljavalo i spektakulariziralo kroz stereotipizacijske prakse toliko karakteristične za Zapad, ali nadasve – u romsku je kulturu oduvijek bio usmjeren pogled europskih zajednica, dok su njima prolazile romske diližanse. Nemogućnost usustavljenja života ovih ljudi velika je povijesna europska frustracija – naprosto se čini da Romi uvijek iznova (od srednjega vijeka kada se pretpostavlja da su došli u Europu iz sjeverne Indije) egzistiraju “izvan sustava” odnosno točnije, na samim njegovim marginama. Ovo je činjenica čiji se uzroci u svakodnevnom diskursu prečesto pripisuju inherentnosti romske kulture, a bez šireg razumijevanja povijesnih i društveno-ekonomskih okolnosti koje vrše utjecaj na mogućnost njihove integracije.

U Rumunjskoj, procjenjuje se, živi više od 600.000 Roma različitih vjerskih i kulturnih obilježja, a ono što im je zajedničko jest jezik (uz male dijalektološke razlike) te činjenica da se identificiraju kao Romi te da žive na način tradicionalno karakterističan romskim zajednicama (Gresham et al., 2001). Ovo uključuje život na margini europskih zajednica: na rubu gradova ili u zasebnim kvartovima koje su ili spontano naselili ili su im pak isti dodijeljeni od nacionalnih vlada u težnji za kulturalnom asimilacijom (osobito u periodu komunizma). Romske zajednice i danas prednjače u nepismenosti, neprilagođenosti sustavu te u podnašanju sustavne, povijesne i čini se intrinzične marginalizacije od strane svih domaćih kultura u koje su Romi prodrli i čije su prostore nastanili. Njihova osebujna kultura, prožeta falsifikacijama, kako od drugih, tako i od samih sebe, idealan je „materijal“ za spektakularizaciju, daljnju stereotipizaciju i mistifikaciju, ali i neke nove pokušaje integracije kao što je moguće uočiti pri *pogledu* na „Tziganiju“ – mjesto i projekt u Rumunjskoj koji se između ostalog oslanja na uključivanje zajednice u globalne tokove mrežne povezanosti i internetskog oglašavanja. Tradicionalno, Romi imaju svoj vlastiti sustav obrazovanja „u hodu“ koji ih podučava svijetu kakav jest te unutar kojeg oni shvaćaju ne samo Drugog – onog koji ih gleda, a proziva se Prvim, već unutar kojeg mogu smjestiti, definirati i graditi same sebe.

„Tzigania“ je turistički projekt u Rumunjskoj fokusiran na razvitak marginalizirane romske zajednice. Radi se o individualnom pothvatu novinara Chucka Todara, koji uz pristanak i kooperaciju same zajednice, otvara vrata njihovih domova svjetskim putnicima i turistima, nudeći im autentično iskustvo „pravih“ i živućih Roma, te mogućnost da neposredno upoznaju njihov

način života. Njegova motivacija navodno se sastoji u stvaranju mogućnosti održivog razvoja za osiromašenu zajednicu, istodobno rušeći stereotipe i predrasude koje Europljani (i ne samo oni) gaje prema Romima. Prema Chuckovim riječima: „Pronalazimo vrijednost u segregaciji – otkrivajući realnosti – istodobno mijenjajući mentalitete kako unutar zajednice tako i izvan“.¹

Ovaj će rad pobliže opisati projekt „Tzigania“ kroz vizuru turizma u globaliziranom svijetu današnjice. Radi se o specifičnoj niši etničkog turizma kojeg možemo kritički analizirati kao vid komodifikacije kulture², te kao oblik spektakularizacije bijede i teatralizacije svakodnevice. Sve ove pojave moguće su i operiraju unutar globalnog kapitalističkog sustava i njegove neumoljive ideologije „svijeta bez granica“ koji navodno nosi emancipatorski potencijal te nas sve pretvara u kozmopolite. Rad će se poslužiti dokumentarnim filmom *Looking at Others* Dennisa Stormera koji tematizira navedeni projekt, kako bi ga suprotstavio osnivačevoj viziji „Tziganije“ i pokazao složenosti i problematike pokušaja komodifikacije marginaliziranih egzistencija, ujedno kontekstualizirajući projekt unutar kulturalnog aspekta globalizacije kojeg pak valja promatrati isprepletenog s ekonomskom i političkom dimenzijom globalnog kapitalističkog sustava.

U polazištima rada izložit će se relevantne autore i prethodnike bavljenja temom turizma iz sociološke perspektive, s posebnim fokusom na suvremeni turizam u globaliziranom svijetu i njegov utjecaj na formiranje identiteta lokalnih zajednica. Uslijediti će kratki osvrt na povijest Roma, te na fenomen orijentalizma u kontekstu tzv. postkolonijalnih teorija. Usto, izložit će se neke važne povijesne odrednice europske egzotizacije Drugosti kako bi se rasvijetlila povezanost suvremene turističke čežnje za izgubljenom autentičnošću s poviješću kolonijalizma i tradicijom zapadnog mišljenja utemeljenog na binarizmima poput onog civilizirano/barbarski koji su u kulturnom imaginariju zapada proizvodili istodobno slike gađenja i mistične privlačnosti prema onome nepoznatom i dalekom.

U nastavku rada detektiraju se problematike projekta „Tzigania“ na više razina: prva se odnosi na proizvodnju „autentičnosti“ i samoregulaciju vlastitog identiteta i reprezentacije u odnosu na turistički pogled i njegova očekivanja; potom se bavimo siromaštvom kao integralnim dijelom egzotičnog doživljavanja romskog načina života i paradoksom po kojem bi stvarni ekonomski prosperitet ove zajednice ujedno značio i gubitak njezine turističke „aure“; te naposljetku

¹ <http://tzigania.com/>

² Komodifikacija je proces pretvaranja predmeta i umijeća u robu na tržištu, specifičan za kapitalizam. Njome se pridaje određena tržišna vrijednost ljudskim tijelima, kulturnim obilježjima, jeziku ili identitetu koji na taj način postaju potrošačka roba.

razmatramo susret romske zajednice i njihovih posjetitelja u kontekstu sveopće spektakularizacije svakodnevnog života koja se utemeljuje u dominaciji pogleda nad ostalim osjetilima i obilježena je pasivnošću zurenja naspram aktivnog sudjelovanja ili susreta s Drugim. U *Zaključku* se rezimiraju glavni problemi suvremenoga etničkog turizma kontekstualizirani unutar paradigme globalnog kapitalističkog sustava.

1.1.Predmet i cilj rada

Predmet je rada promotriti projekt „Tzigania“ iz više teorijskih perspektiva te mu dati odgovarajući kontekst. Unutar predmeta rada važno je stoga obrazložiti povijesne i kulturalne momente u kojima su nastali kulturalni stereotipi koji se odnose na europske Rome te načini na koje su ove prakse pridonijele stanovitom obliku samo-orijentalizacije kod romskih naroda i zajednica. Predmet rada nije ponuditi genealogiju romskog prisustva u Europi, ali elementi iste važni su kako bi se mogle razumjeti demografske i ine okolnosti kada su u pitanju europski Romi. Također, unutar rada postkolonijalna kulturalna teorija služi nam kao “kutija s alatkama” za koncipiranje društvenih mehanizama, dinamika, logika i mogućnosti unutar konteksta projekta “Tzigania”. Osnovna je pomoćna referenca pri razumijevanju ovoga projekta dokumentarni film Dennisa Stormera *Looking at Others* (Hrv. Gledajući Druge) iz 2017. godine. Dobitnik je nekoliko nagrada za najbolji dokumentarni film, možda upravo stoga što se čini da su svi sudionici u filmu zbroj različitih “drugosti” na okupu u pokušaju međusobnog razumijevanja, te uspješno izbjegava zamku dominantnog pogleda.

Cilj je rada prikazati ovaj projekt unutar odgovarajućeg teorijskog konteksta, te ponuditi kritiku trendovima neoliberalne komodifikacije identiteta kroz ekonomsku računicu perpetuiranja kulturalnih stereotipa.

1.2.Metodologija izrade rada

Metodologija se izrade rada temelji na teorijskom postupku obrade izvora. Prije svega, tema je odabrana na temelju snažne impresije koju je film *Looking at Others* ostavio na autoricu povodom Studentskog filmskog festivala (STIFF) u Rijeci 2018. godine kada je osvojio nagradu za najbolji dokumentarni film. Želeći istražiti „Tziganiju“ kao koncept i kao doživljaj,

metodološki je početak uključivao metodu selekcije izvora u odnosu na službenu web stranicu „Tzigania“ projekta te navedenog Stormerovog filma. Teorijska je obrada uključivala:

- metodu komparacije teorije s „Tziganim“,
- metodu valorizacije teorijskog sadržaja, te informacija (i utisaka) dobivenih iz filma i web stranice,
- metodu deskripcije problema pomoću stvaranja logičnoga narativnog redoslijeda,
- metodu analize svih izvora, te
- metodu sinteze i dedukcije uz pomoć kojih je napisan *Zaključak* rada.

Izvori su odabrani na temelju njihove relevantnosti za temu, a nakon gledanja filma te iščitavanja stranice – odabrani su koncepti koji su se činili nužni poput Saidovog orijentalizma i postkolonijalne teorije kao takve, te koncept spektakularizacije svakodnevice koji se oslanja na kritičku teoriju “društva spektakla” Guy Deborda. U pokušaju kontekstualiziranja turističkih praksi, uvodimo pojam flaneura kao svojevrsnu preteču suvremenog turista čija je dominantna aktivnost *promatranje*, a pojmovi globalizacija i etnički turizam artikuliraju projekt “Tzigania” unutar suvremenih globalizacijskih procesa.

Za potrebe ovoga rada koristi se termin “Romi” koji označava sve nomadske skupine (kao i bivše nomade) u Europi koje ne raspolažu pisanom poviješću, a raspolažu zajedničkim jezikom i običajima, te prognani tijekom većeg dijela povijesti, žive na rubu zajednica koje nastanjuju, u vlastitom obliku naizgled neuređene kulture koja izmiče mnogim definicijama.

1.3.Struktura rada

Struktura rada osmišljena je da prati klasičnu konceptualnu matricu te se proteže kroz pet referentnih poglavlja: od prikaza okolnosti i uvoda u problematiku na teorijskoj razini pa sve do praktičnog prikaza projekta „Tzigania“ te njegove analize i zaključka rada.

U uvodnom je dijelu rada objašnjena njegova intencija, metodologija te struktura kao vrsta pripreme na čitanje.

Drugo poglavlje donosi odabrani teorijski okvir kroz kojeg možemo promatrati ne samo romske zajednice već i suvremenog turista kao model potrošača primarno zainteresiranog za ‘konzumaciju’ nematerijalnih roba, tj. iskustava, prizora i doživljaja. Rad svakako riskira određenu nepravdu, budući da promatra Rome kao zajednicu, kolektiv, dok je suvremeni

turist prikazan kao jedinka, individua sa svojim specifičnim setom vrijednosti koji sugerira da suvremeni potrošač zapravo ne pripada nijednom specifičnom kolektivu, što ne može biti dalje od istine. Suvremeni je potrošač dio velikog konzumerističkog tijela kojeg konstituiraju suvremene kapitalističke prakse. Unutar ovog poglavlja javljaju se termini poput flâneura, Rousseauovog „plemenitog divljaka“, Saidovog orijentalizma itd. Unutar teorijskog okvira prikazana je i kratka povijest kategorizacije identiteta koja se osobito odnosi na period od 19. stoljeća naovamo, a u kontekstu romskih zajednica i njihovog prisustva u Europi (ali i svijetu).

Treće poglavlje predstavlja projekt „Tzigania“: njegov nastanak, misiju i viziju te njegove društvene implikacije, a u teorijskom okviru u kojem je rad izrađen. Unutar ovoga poglavlja razrađen je koncept drugosti u kontekstu ove priče (priče o Romima u Europi, ali osobito priče o „Tziganiji“) te se ispituje koncept pogleda koji u ovom kontekstu predstavlja prijepornu instancu za promišljanje.

Četvrto se poglavlje „vraća“ na teorijske postavke kontekstualizacije fenomena „Tziganije“, ali uz bitnu razliku posvećivanja pažnje Romima unutar konzumerističkog sustava koji je karakterističan za neoliberalni kapitalizam. Ovdje se raspravlja o etničkom turizmu³ kao rezultatu prilagodbe siromašnih i marginaliziranih romskih zajednica na (i opet) nove promjene u europskoj socijalnoj i ekonomskoj strukturi te donosi prikaz načina na koji se romske zajednice snalaze danas.

Peto poglavlje naslovljeno „Etnički panoptikon i spektakularizacija svakodnevice“ stanoviti je „uvod u zaključak“ rada. Ovdje ćemo se dotaći koncepta „vremena Cigana“ K. Trumpener i pokušati ga kontekstualizirati unutar suvremenog doba globalne povezanosti, neprestanog komuniciranja (internet) i prevlasti vizualne kulture i vizualnog osjetila naspram ostalih, koje pak dovodi do spektakularizacije svakodnevice kako bi ista bila konzumeristički prihvatljiva.

³“ Etnički turizam motiviran je turističkom potragom za egzotičnim kulturalnim iskustvima putem interakcije sa distinktivnim manjinskim zajednicama te željom tih zajednica da iskoriste aspekte svoje kulture za stvaranje ekonomske dobiti. Pruža priliku turistima da iskuse aspekte jedinstvenih kultura, krajolika i načina života. Etnički turizam naširoko je prisvojen i promoviran kao strategija ekonomskog razvoja i kulturnog očuvanja u mnogim zemljama diljem svijeta, posebice stoga što su mnoge takve manjinske zajednice relativno zakinute u usporedbi sa većinskom populacijom te specifičnost njihove kulture može biti viđena kao jedna od njihovih najvećih prednosti.” (autoričin prijevod, Yang L. (2014) Ethnic tourism. U: Jafari J., Xiao H. Encyclopedia of Tourism. Springer, Cham.)

U *Zaključku* se tema objedinila i sažela kako bi se predstavio još jedan od mogućih načina iščitavanja ovoga suvremenog fenomena koji može poslužiti kao teorijska i komparativna podloga u kontekstu najnovijih demografskih promjena koje upravo zahvaćaju Europu te unutar kojih se javlja neko „*novo Drugo*“, često nesmjешteno, neshvaćeno i nadasve (nažalost) i opet neprihvaćeno na kontinentu koji je iznjedrio demokraciju i ljudska prava.

2. TEORIJSKA POLAZIŠTA: PROMATRAČ I PROMATRANO

Teorijska se polazišta za potrebe obrade ove teme fokusiraju na suvremenu postkolonijalnu teoriju, na teoriju o identitetima i proizvodnji drugosti, te na neke elemente odnosno koncepte kulturalne teorije koji su karakteristični kontekstu konzumerizma kao svakodnevnog obrasca neoliberalnog kapitalizma. Ipak, samo su izvjesni elementi i koncepti odabrani kako bi se ispričala „priča o priči“ o „Tziganiji“. U prvom redu ovdje je važno objasniti na koji način dolazi do proizvodnje kolektivnih identiteta u moderno doba, počevši od Andersonovih „zamišljenih zajednica“, a u kontekstu njihove legitimacije. Zatim je potrebno objasniti zašto su Romi enciklopedijski primjer Drugog i to ne samo u Europi, već i u svijetu u kojem nemaju „domovinu“. Na priču o Romima u Europi nadovezuje se Rousseauov koncept „plemenitog divljaka“ stoga što se radi o identitetu koji izmiče konvencijama te se smješta negdje između prirode (u svoj njezinoj nezgrapnosti i nepotpunoj „pristojnosti“) i civilizacije koja uvijek teži ka organizaciji, „besprijeleornom“ i „savršenom“, a da se i ne govori o „vječnom“ s čime je osobito opsjednuta civilizacija Zapada. Kao kontrast, javlja se „orijentalna“ kultura koju donose Romi, a koja najavljuje koncept orijentalizma i, u ovom slučaju osobito, samoorijentalizma Roma – osobine bez koje se ove zajednice ne može razumjeti. Za razliku od Roma, suvremeni je turist pojava koja prije svega – promatra, bilo to blazirano ili ne, ali karakteristična mu je orijentiranost ka promatranju, definiranju, posjedovanju. Ovdje se teorijski okvir s Roma premješta na one koji ih gledaju. Flâneur nije romantičan, ali suvremeni turist koji posjećuje „Tziganiju“ itekako jest, osobito ako ne raspolaže znanjem o Romima i još više – ako ne raspoznaje specifičnu svrhu svojega posjeta. Romanticizam je (koji karakterizira turista) ovdje iskorišten kao oznaka klasično plemenita, ali i neobično sebična – osobina koja treba slabijega drugog kako bi pomogao upotpuniti onoga koji voli, gleda, pomaže. Bez ljudi kojima je uskraćeno mnogo komoditeta

(kako materijalnih, tako i onih nematerijalnih poput razumijevanja i političke jednakosti), današnji dobročinitelji ne bi ni postojali, pa je moguće (osobito danas) susresti mnoge entuzijaste koji zapravo traže ljudsku nevolju kako bi njima samima dala smisao. Iako je ovo plauzibilno s ljudske točne gledišta, s one teorijske, ovo opisuje neki osnovni „nedostatak“ u subjektu – njemu je potreban Drugi⁴ kako bi se odredio. Zbog specifičnosti teme, na ovom mjestu nije mogla biti „upregnuta“ feministička teorija, iako bi zasigurno zanimljivo bilo iščitati projekt „Tzigania“ i u feminističkom ključu.

2.1. Kategorizacija kolektivnih identiteta u moderno doba

Opisi “Cigana”⁵ na koje smo mogli naići u pričama i legendama kroz povijest, u 20. su stoljeću prebačeni na male ekrane te su započeli prvi masovni medijski prikazi Roma kao konceptualno nesmjštene kategorije, a u stoljeću koje se može nazvati stoljećem kategoriziranja. Kada govori o „zamišljenim zajednicama“, Anderson ističe važnost pisanog jezika u konstrukciji nacionalnih odnosno kolektivnih identiteta. Prema njemu, zajednički je jezik, povijest i pravo koje ona polaže na stanoviti teritorij – začetak priče o zatvorenom krugu identiteta unutar kojeg se realizacija državnosti javlja kao logična i pravedna povijesna posljedica (Anderson, 1990). To znači da „[k]ada se razumije kao specifično kolektivan fenomen, 'identitet' konotira fundamentalnu 'istost' između pripadnika [određene] grupe ili kategorije“ (Brubaker i Cooper, 2000: 7). Ipak, nacija nije homogena jedinica, bez obzira na to što se takvom predstavlja; unutar stanovite nacionalne zajednice postoje silni i brojni međuljudski problemi kao što je izrabljivanje, socijalna nejednakost, nejednakost u obrazovanju i ostali oblici unutarnjih razlika, međutim – ovdje je

⁴ U ovom radu pojam “Drug” koristi se na način koji ga koristi Stuart Hall govoreći o formiranju identiteta u svome radu “Kome treba identitet”, a koji se podjednako razvija iz diskurzivnog i psihoanalitičkog repertoara. Naravno, radi se o deesencijalizaciji pojma identitet i njegovoj konstruiranosti unutar igre ispresijecanja različitih modaliteta moći: “Povrh svega, i suprotno obliku u kojem ih najčešće prizivaju, identiteti se konstruiraju kroz razlike, a ne izvan njih. Ovo za sobom povlači radikalno uznemirujuću spoznaju da se “pozitivno” značenje bilo kojeg termina-pa time i njegov “identitet”-konstruira samo preko odnosa s Drugim, u odnosu prema onome što ono nije, prema onome što mu nedostaje, prema onome što se naziva *konstitutivna izvanjskost*. (Derrida, 1918; Laclau, 1990; Butle, 1993). Tijekom njihova razvoja identiteti funkcioniraju kao točke identifikacije i pripajanja samo zato *jer* imaju sposobnost da isključe, izostave, izbace “van” prezreno. Svaki identitet na svojim “marginama” ima suvišak, višak nečega. Jedinstvenost, unutarnja hegemonija, koju pojam identitet tretira kao temeljnu, nije prirodan, nego konstruirani oblik zatvaranja, koji svaki identitet naziva svojim neophodnim drugim, onim koji mu “nedostaje”, čak i ako je ušutkan i neiskazan.” (Hall u Duda, 2006:361) Ovaj rad tvrdi kako su upravo Romi ova konstitutivna izvanjskost ključna za formiranje europskog identiteta.

⁵ Naziv “Cigani” nosi derogativni predznak kroz čitavu povijest naše interakcije. Grčki naziv za Cigane, *Atzinganos*, osnova je za talijanski *Zingari*, francuski *tsiganes*, njemački *Zigeuner*, mađarski *ciganyok*, rumunjski *tsigani*, češki *cikan* i prema autorici Isabel Fonseca, za mnoga druga općeprihvaćena i neugodna imena: “Klevetanje nije započelo nedavno: grčki naziv *Atzinganoi* izveden je iz imena jedne heretičke sekte, *Athinganoi* (kojim su Cigani bili obilježeni zbog proricanja sudbine). Do kraja 14. stoljeća Cigani su bili ubrojani u razloge propasti Bizantskog carstva”(Fonseca, 1995:112)

artificijelno⁶ stvorena snažna horizontalna identifikacija koja spomenute nejednakosti na neki način premošćuje u svrhu očuvanja političkog suvereniteta neke grupe (Anderson, 1990: 18). „Kada se razumije kao proizvod socijalne ili političke akcije, 'identitet' je prizvan da podcrta 'procesualni, interaktivni' razvoj neke vrste kolektivnog samorazumijevanja, solidarnosti ili 'bivanja grupom', koje omogućuje kolektivnu akciju“ (Brubaker i Cooper, 2000: 7).

Konstrukcija „zamišljenih zajednica“ započinje krajem 18. i zasigurno se utemeljuje u 19. stojeću posredstvom kolonijalnih aspiracija Zapada koje su zahtijevale stanovitu diferencijaciju kolektivnih identiteta. U prošlosti se ratovalo zbog religioznih razloga, a političke su osnove ishod kolonijalnog razdoblja koje možemo nazvati modernim⁷ upravo zbog konstrukcije znanosti.

Centralni je postupak pri zamišljanju stanovitoga kolektiva odnosno politički „legitimne“ zajednice (osim jezika, religije i teritorija) – i *isključenje* onih elemenata koji imaju remeteći učinak na zamišljenu homogenost kolektivnog identiteta. Može se reći – odabir „neprijatelja“ u odnosu na kojeg će biti moguće dalje se distinktivno razvijati kao kolektiv. “Upravo zbog toga što su identiteti konstruirani unutar, a ne izvan diskurza, trebamo ih razumjeti kao proizvode specifičnih strategija iskazivanja u specifičnim historijskim i institucionalnim mjestima u kojima se koriste specifične diskurzivne formacije i prakse. Štoviše, oni nastaju unutar igre specifičnih modaliteta moći, i time su više proizvodi označavanja razlika i isključivanja, nego što su znak jednog identičnog, prirodno konstituiranog jedinstva, “identiteta” u njegovu tradicionalnom značenju.”(Hall u Duda, 2006:...) Romske zajednice kao nomadska kultura specifičnih obilježja kao da su se prijavile za ovu ulogu Drugog u kontekstu europskog kontinenta i to već od razdoblja srednjovjekovnog diktata katoličke crkve (ali i svih ostalih religijskih zajednica koje su svjedočile prolasku i zadržavanju „Cigana“ na njihovom teritoriju).

2.2.Romi kao primjer drugosti *par excellence*

⁶ U principu, stvaranje zajednica u zapadnom kulturnom krugu počiva na konstrukcijskim tendencijama zapadnjačke znanosti per definitionem; dakle, nastanak je kategorija smišljen i nikako spontan, a mjesto njihova nastanka jest znanstveni diskurz obavijen krinkom partikularnih znanosti kao što su historiografija, antologija, psihologija, genetika itd. Konceptualnu „mapu“ funkcioniranja zapadne znanosti donio je M. Foucault u svojem djelu „Znanje i moć“ gdje se opisuje koncept „scientiae sexualis“ kao narav znanosti na Zapadu kao takve.

⁷ U ovom kontekstu termin „moderno doba“ označava početak snažne (demokratske) političke i industrijske aktivnosti te se ne nadovezuje, već prethodi konceptu „modernizma“ koji u ovom kontekstu nije potrebna kategorija. „Moderno“, dakle, stoji kao sinonim za „znanstveno“, „politički“ i nadasve „kolonijalno“.

Romska je kultura jedna od najzanimljivijih i zasigurno jedan od povijesnih kolektivnih identiteta koji je tijekom vremena toliko stereotipiziran da danas postaje nemoguće razlučiti gdje počinje istina, a prestaje stereotip. To su ljudi indo-europske rase koji raspolažu svim potrebnim označiteljima koji su potrebni da se ustanovi „nacija“ odnosno nacionalnost, izuzev jednog ključnog koncepta, a to je teritorij. Romi nemaju svoju državu, oni su povijesno nomadi koji se zadržavaju u zemljama kroz koje prolaze na neodređen period vremena, sakupljajući putem utjecaje svih kultura u kojima su se zadržali te u tim kulturama ostavljajući „glas“ tj. znanje o samima sebi koje nikada nije bilo u potpunosti istraženo, nikada sustavno prikazao i utemeljeno, te za koje ne postoje druge reference od samih Roma. Unatoč specifičnom jeziku koji je zajednički svim romskim zajednicama, a koji se razlikuje dijalektološki, ovisno o zemlji u kojoj se nalaze (ali koji je razumljiv među svim Romima na svijetu), unatoč jasnom setu vrijednosti i kulturi koja je u obrednim i „vjerskim“ praksama izuzetna upravo stoga što se (poput jezika) zadržala u ovim narodima gotovo tisuću godina – čini se da je teritorij ključ legitimacije neke zajednice na Zapadu, a to je ono što nedostaje Romima; to postaje jedan od razloga njihova izgnanstva, marginalizacije, usmrćivanja, porobljavanja, neprekinute mržnje usmjerene prema ovim ljudima, ali i njihove jedinstvenosti, stanovite slobode od sustava i njihove otpornosti. Konačno, Rom je često nepismen čovjek u suvremenoj Europi i kao takav on ne može ni sudjelovati u globalnoj kulturi suvremenosti (bez obzira na njezinu naizgled benevolentnu narav kojoj je trebalo oko 700 godina da se razvije spram romskih zajednica).

Engleski je naziv za Rome „Gypsies“, dok je diljem Europe za označavanje romskih zajednica karakterističan naziv „Cigani“ odnosno „Tzigani“⁸. Oba su naziva u upotrebi pejorativna te se za njih vežu stereotipi, mitovi i sumnje koji su proizvod europske (i američke) kulture te koji uvelike „blokiraju“ suvremenu percepciju romskih naroda – ljudi koji i danas u Europi predstavljaju veliki socijalni problem te nastavljaju biti nazivani „štetočinama“ i tretirani poput životinja, pa i gore.

⁸ Termin „Cigani“ proširio se Europom tijekom srednjega vijeka, a korijene mu nalazimo u bizantinskom jeziku gdje je korišten kako bi se označili „ljudi koji se ne diraju“. Originalni je pojam, sudeći po etimologijskim rječnicima, bio „Atigan“ (negacija pojma označena je prefiksom „á-“ („ne“) te starogrčkom riječi „θγγάνω“ (thingánō, „dodirivati“). Ovaj se korijen riječi može primijetiti u svim europskim jezicima u kojima postoji zastupljenost romske kulture (dakle, zaista gotovo u svima). Riječ „Gypsy“ nastala je u Engleskoj tijekom srednjega vijeka, a pretpostavlja se da potječe od riječi „Egyptian“ odnosno „Egipćanin“. S obzirom na to da je srednjovjekovna Europa bila izuzetno katolički (kršćanski) kontinent, ljudi tamne kože, kao što su bili Romi predstavljali su se često kao egipatski hodočasnici, kako bi tijekom svojih putovanja lakše komunicirali s ljudima te mogli zadobiti njihovu pomoć. Efektivno, oni su skrivali svoj identitet kako bi ga očuvali, a tijekom vremena ova je praksa stereotipizirana kao „lažljivost“, „obmana“ i „lukavost“ koja je pripisana ovom vrlo otpornom narodu.(Fonseca, 1995.)

2.3.,,Plemeniti divljak“

Priča o ovim specifičnim, plemenitim divljacima, kako je istaknuto, nikada nije usustavljena u neki oblik znanja koji je prihvatljiv i razumljiv zapadnom društvu, a razlog je tomu uglavnom izostanak teksta – pisanih izvora stvorenih od Roma samih kako bi utemeljili društvenu reprezentaciju sebe, kako bi se „opravdali“ unutar iste i najvažnije – kako bi se demistificirali sumnjičavim stanovnicima izuzetno kršćanskog kontinenta. Ipak lingvistička su istraživanja tijekom posljednjeg stoljeća donijela neke spoznaje o porijeklu i kretanjima Roma: ustanovljeno je da se zaista radi o „narodu bez zemlje“ koji je očuvao svoj jezik i svoje običaje unatoč neprestanom progonu i općenito traumatičnim iskustvima na novim teritorijima. Ove teorije pretpostavljaju da su Romi započeli svoje putovanje iz Indije, tijekom ranog srednjeg vijeka. Zadržali su se u Perziji, Bizantu, te Istočnoj Europi odakle su se rasprostranili cijelim svijetom uglavnom posredstvom izгона. Danas su romske zajednice prisutne na svim naseljenim kontinentima, a njihov distinktivan jezik sačuvan je uz dijalektološke razlike koje su logična povijesna posljedica. Ono što ipak nije povijesno logično jest činjenica da su ovi ljudi zadržali svoj identitet tijekom više stotina godina – svoj jezik, običaje, sustav produkcije i distribucije znanja⁹ – identitet koji je penetrirao u kulturu Zapada ostavivši u njoj nezanemarive utjecaje koji su postupno postali nacionalni folklor nekih naroda-„domaćina“ kao što je primjerice španjolski ples flamenco u kojem je moguće raspoznati mnogo elemenata indijske kulture, melosa i plesa.

Romi se u ovom kontekstu prikazuju kao „plemeniti divljaci“, gotovo sasvim kompatibilni Rousseauovom opisu, nastalom kao poziv na „vraćanje prirodi“ te oponašanje iste. Plemeniti je divljak, baš poput Roma, slobodan, ali nije poput Roma i zatvoren, iako poput Roma oponaša prirodu te koristi njezine resurse kako bi preživio, ali bez teškoće. Preživjeti u prirodi za Rousseaua znači radovati se životu i slaviti ga jednostavnošću svojega karaktera i svoje djelatnosti, a osobito – jednostavnošću komunikacije, prakse koja u suvremeno doba stoji u

⁹ Način života i sustav distribucije znanja u romskih je zajednica specifičan. Znanje se prenosi putem priče i osobito pjesme, u izostanku pisanih izvora i (Zapadu) tradicionalnih oblika izučavanja. Njihovi su tradicionalni „zanati“ uglavnom vezani uz prostore kojima su prošli i čije su sustave temeljito upoznali: od indijskog melosa, načina zabavljanja i vještina proricanja i duhovnosti (koje su iznimno cijenjene u Indiji), do obrade metala koju su naučili u Maloj Aziji, pa sve do uzgoja konja koji su susreli u Istočnoj Europi.

gotovo oksimoronskom odnosu, a u kontekstu kolektivnih identiteta, bez obzira o kojem se dijelu svijeta govori.

„Prema [Rousseau], plemeniti je divljak esencijalni element prirodnog stanja [...]. Zbog te činjenice Rousseau je krenuo, kako sam kaže, [analizirati] društvenog čovjeka svojega vremena na takav način da svojom maštom skida s njega sve društveno i teži apstraktnim putem prikazati izvornog prirodnog čovjeka. Rousseau prirodnog čovjeka prikazuje plemenito, veselo i razdragano, kako bezbrižno tumara šumama i poljima. Taj plemeniti divljak traži hlad pod drvetom hrasta, gasi žeđ na prvom potoku i savija ležaj u podnožju istog stabla koje mu je priskrbilo obrok. Pojam divljak u Rousseauovo vrijeme nije nužno značio pogrdan termin. Prije svega, taj je termin podrazumijevao slobodno življenje ljudi u prirodi. Plemeniti divljak podrazumijeva plemenite nagonske osjećaje, ne osvrće se na druge i vodi brigu o svom životu“ (Perić, 2017: 154).

Ipak, kod Rousseaua postoji i moment koji se ne može dovesti u kontekst romske kulture, a to je pojam društvenog ugovora. Društveni je ugovor za Rousseaua element kojim se istovremeno ostaje „divljakom“, ali i postaje „građaninom“ – to je uvjet odrastanja kulture.

„U želji da kreira teoriju pravednog društva koja bi se znatno razlikovala od nepravednog koruptivnog društva, pritom imajući na umu društvo koje ga okružuje, Rousseau smatra da se čovjek mora vratiti svojem ishodnom prirodnom stanju. Kakvo god društvo bilo, čak i najpravednije, ono je na neki način alijenacija od prirode. Osnovno je načelo konstitucije legitimnog građanskog poretka slobodna volja pojedinca, odnosno društveni ugovor. Društveni ugovor konstituira građansko društvo i istodobno čini legitimnim politički autoritet. Društvenom ugovoru, smatra Rousseau, prethodi skup snaga sastavljen od mnogih pojedinaca“ (Perić, 2017: 161).

Koncept je društvenog ugovora očito prijeporno mjesto kada se raspravlja o Romima i to zbog njihove očite nemogućnosti da se uklope u društvo u kojem žive. Oni jesu zapravo „uklopljeni“ u „matičnu zajednicu“ stanovitoga mjesta, ali oni u njoj ne sudjeluju ravnopravno: ne sudjeluju u tržištu rada, ne druže se s lokalnom zajednicom već međusobno te uopće – izbjegavaju svaki oblik asimilacije koji im se dosad nudio kao milost ili dar. Štoviše, u naporu da se održe slobodnima, Romi zatiru svoju kulturu, namjerno je i sami stereotipizirajući, kao da su svjesni margine s koje nema „povratka“ u društvo. Ipak, njihova je nevoljkost da se kulturološki otvore prema “zapadu” opravdana zbog strašne povijesti koja nije napisana, ali je poznata upravo stoga što njezini elementi živo opstaju i danas – Romi su i danas marginalizirani, percipirani kroz mržnju, maltretirani, oni se i danas samo-mistificiraju, iako su mjestimično sasvim izgubljeni, živeći na smetlištima i u apsolutno neljudskim uvjetima u kojima predstavljaju „sramotu“ naroda koji im je „domaćin“.

2.4. Elementi orijentalizma

Reprezentacije su Roma uvijek takve da referiraju na mističnost, neizvjesnost, narod je to koji je često prikazivan binarno: ili kao siromasi žive vjere i ljudskog srca ili pak kao skitnice, lažljivci, kradljivci i ponekad ubojice, riječju – ološ društva u njegovoj aspiraciji da bude mondeno, znanstveno, praktično, realistično i racionalno, što je osobito karakteristika civilizacije od prosvjetiteljstva naovamo. Takva je polarnost breme kod suvremenog nepovjerljivog stanovnika uređenog dijela Europe: Romi sa sobom dovode životinje, okultne prakse i „kojekakve“ napjeve koji su nepodudarni sa suvremenim načinom života i shvaćanja. Sintagme „ciganska krv“, „ciganska pamet“ i „ciganski račun“ poznate su u svijetu literarnih simbolika i inih usporedbi. Biti Ciganinom nije identitet zato što identitet, osobito onaj kolektivni, podrazumijeva mjesto – mjesto je ključna kategorija u kontekstu mogućnosti uspostavljanja ponosa nad osvajanjem stanovitog područja i nad utemeljenjem (ondje) svoje kulture i svojih običaja, a posebice – svojega jezika te institucionalizacije istog. To je formula proizvodnje legitimnih kolektiviteta. I ovoj kategoriji Ciganin izmiče – on je ilegalan (Trumpener, 1992), on ne plaća porez niti je zaposlen, već životari prostorom narušavajući njegovu „europsku čestitost“, ako je o takvoj u katoličkom ključu moguće govoriti, a s obzirom na dugotrajnu vladavinu ove institucije na europskom kontinentu. Razumljiva je dakle, nesmjешtenost, gotovo transcendentnost ovoga identiteta koji, upravo zbog svoje nemogućnosti lociranja podrijetla, biva bačen u kategoriju „Cigani“, koja postaje ultimativni pogrđni naziv za bilo koje „ostale“ i artikulira se u ključu šovinističke i rasne isključivosti kao govor mržnje suvremenih nacionalističkih diskursa.

Kada Edward Said diferencira, definira i kontekstualizira koncept orijentalizma, on to čini unutar (post)kolonijalne matrice, opisujući koncept kao način na koji Zapad gleda na ljude s Bliskog Istoka iskrivljujući stvarnu realnost tih mjesta i ljudi, a upravo kako bi se definirao u odnosu na ono što nije¹⁰. Orijentalizam tako postaje okvir kroz koji Zapad razumije čudne i nepoznate pojave, no također i način na koji Romi počinju predstavljati sebe kroz proces samoorijentalizma u susretu sa euroljanima, reducirajući vlastitu kulturu na stereotip lako probavljiv našim rasističkim i redukcionističkim tendencijama. No, osobito poguban mehanizam unutar ovoga koncepta orijentalizma jest upravo konstrukcija neprijatelja putem proizvodnje prijetnje od strane nepoznate i neshvatljive (nam) kulture. Upravo je proizvodnja prijetnje ono što je od srednjovjekovnih početaka prisustva Roma na europskom tlu sustavno naštetilo njihovoj kolektivnoj dobrobiti te se protegnulo sve do danas.

¹⁰ Usp. Foucault, M. (1994.) Znanje i moć. Zagreb: Naprijed. Koncept „scientiae sexualis“ govori o tendenciji zapadnih znanosti da se definiraju kroz ono što stanovita stvar, koncept ili pojava nije.

2.5. Flâneur kao preteča turista

Koncept flâneura nastao je sredinom 19. stoljeća kako bi opisao urbanog šetača, nevezanog za društvo i njegove pojave, uronjenog u samoga sebe i vlastite, nejasne dojmove te potpuno odvojenog od sredine u kojoj se nalazi kao njezin kronični promatrač. Koncept pogleda ključan je za razumijevanje flâneura i flanerizma jer je upravo čin gledanja, odnosno promatranja aktivnost koja flâneura čini bićem kakvo jest – smješten duboko u socijalno tijelo, u njega uklopljen te uronjen u njegovu kulturu, flâneur se odmiče od svega što promatra procesom samozadovoljstva i poistovjećivanjem sa svojom, kao „letećom“ individualnošću.

Iako je iskustvo flaneura nezaobilazno vezano za urbani krajolik i navodnu blaziranost kao znak otuđenja modernog života u gradu i kapitalizmu, ovaj rad želi naznačiti nit koja se proteže od flaneura do suvremenog turista u vidu pogleda i dokolice. Iako se flanerstvo vezuje uz vidove svakodnevice, ono je vezano uz dokolicu, vrijeme u kojem nismo kotačić unutar mašinerije tržišta rada te sudjelujemo u životu grada bivajući istodobno odvojeni, promatrajući. S vremenom, razvoj kapitalizma uspostavlja prevlast upravo vizualnog u svojoj konzumerističkoj orijentaciji, te kako nam govori Urry u svojoj knjizi *The Tourist Gaze*, suvremene konzumerističke prakse turista odnose se upravo na gledanje, na konzumiranje nematerijalnih i gotovo 'eteričnih' dobara, ovoga puta u voajerističkom ključu, no i dalje postoji problem sudjelovanja, budući da je upravo gledanje svojevrsna membrana koja nam priječi da sudjelujemo u promatranom i manifestira se kao svojevrsno otuđenje, kao čežnja da apsorbiramo na konzumeristički način ono u čemu ne uspijevamo participirati. Ove su težnje konzumerističkog promatranja vezane neizbježno i za skopofilsku tehnologiju. Susan Sontag dovodi u vezu flaneura i fotografiju, te naznačuje kako je razvitkom ručnog fotoaparata početkom 20. stoljeća ovo postao glavni alat flaneura, dodajući njegovoj aktivnosti još jedan sloj otuđenja ili barem posredništva u doživljavanju okoline. „Priviknut na radosti promatranja, [kao vrstan] poznavatelj empatije, flâneur svijet pronalazi *pitoresknim*“ (Sontag, 1977: 55) Suvremeni je turist također opremljen kamerom i provodi svoju dokolicu promatrajući kroz svoja višestruka oka obećane kulture i krajolike, uronjen u iluziju kako se odmaknuo od kapitalističke mašinerije dok je zapravo njegova okulatorna konzumacija prizora kapitalistička aktivnost *par excellence*.

2.6. Romantični turist

Romanticizam je jedna od karakteristika suvremenog „bijelog putnika“ koju je potrebno objasniti. Zbog mogućnosti izobilja koje uživa, zbog neotklonjivosti toga izobilja i „nužnosti“ uklapanja koju podrazumijeva, suvremeni je turist predstavnik kulture koja pati od sebe same, to je „masovna kultura romantičnog bijega“ (Lach, 1986: 108) kako bi čovjek stvorio nova značenja, došavši iz svijeta opsjednutog i zasićenog značenjima. „Bijelom“ se „putniku“ sve njegovo, pa i on sam čini suviše lijepim, suviše dobrim – zapravo do one mjere do koje to više nije i potrebno je poći u potragu, u avanturu za značenjima. Avantura je ovdje ključan pojam jer predstavlja priču, te neminovno predstavlja bijeg iz stvarnosti. „Razlika između romantične priče i stvarnosti, između svijeta lijepih ljudi i svakodnevnog svijeta, dovodi do ironične distance koja otupljuje boli, ali i osakaćuje volju za promjenom društvenih uvjeta, za čak skromnim poboljšanjima rada i igre, za ponovnim uvođenjem značenja i dostojanstva u svakodnevni život“ (Lach, 1986: 108-109).

Krucijalan je koncept za romantičnog turista koncept otuđenja koji je moguće jednokratno ispuniti pričom koja će dati konture njegovoj individualnosti. Na ovome mjestu stoji „Tzigania“ – to je priča na prodaju i to uvijek različita, djelomično opasna, neizvjesna i egzotična. U 21. stoljeću, „Tziganija“ nudi doživljaj nekog drugog otuđenja s kojim se suštinski nemoguće povezati, ali koje stvara osjećaj altruizma i avanture u isto vrijeme. Također je zanimljivo kako zapadna estetika zaobilazi ljude „Tziganije“ i dopušta im da budu lijepi u okruženju u kojem jesu: bez zdravstvene zaštite, bez osiguranja života i imovine, bez estetskih dodataka karakterističnih Zapadu. Romi su lijepi ljudi, čak unatoč siromaštvu, i čak i kada nemaju zube, a smiju se besramno i od srca – jer oni „takvima trebaju biti“ i stoga mogu biti lijepi takvi kakvima jesu, što je potpuno neprihvatljivo za Zapadnjaka. Uz Rome, on se osjeća više samim sobom, osjeća razliku između Roma i sebe, ali i ljepotu jednih i drugih u svojim zasebnim pričama. Posjet je „Tziganiji“ zato romantični bijeg potvrde samoga sebe, svojih mana i „mušica“ i svih onih nedostataka koji narcističnog turista u vlastitim očima čine još ljepšim.

3. PROJEKT „TZIGANIA: STVARNI ROMI – STVARNI ŽIVOT“

Chuck Todaro je 2005. godine napustio svoju novinarsku karijeru u SAD-u i preselio u Rumunjsku, gdje je idućih nekoliko godina proveo putujući i upoznavajući različite romske zajednice. 2011. godine doveo je prve turiste u dom Klare (23) i Margarete (14), sestara Romkinja koje do danas čine okosnicu „Tzigania“ projekta. Radi se projektu koji dovodi turiste iz cijeloga svijeta u selo u Rumunjskoj gdje posjetioci mogu promatrati svakodnevni život jedne romske obitelji „iznutra“, te se upoznati s različitim romskim zajednicama. Program nudi višednevni smještaj u kući obitelji za pojedince ili više osoba, dnevne posjete za grupe, dnevne aranžmane koji uključuju obrok i kavu te tzv. „Cigansku školu“: radionice koje uče romskom životnom stilu i trgovini i to, kako kaže reklama „od strane najboljih mogućih učitelja – onih koji to sami žive“ (Tzigania, 2019). Iako se projekt reklamira kao „Stvarni Romi – Stvarni život“, Todaro na svojoj web stranici navodi kako „obitelj Gabor čine pravi profesionalci s više od osam godina iskustva ugošćavanja, pripremanja obroka te raspravljanja o svom kulturnom naslijeđu“ (Tzigania, 2019¹¹). Možemo reći kako je obitelj Gabor postala profesionalni menadžer svoje svakodnevice. Ipak, treba razmotriti koliko je zaista moguće ovoj obitelji da upravlja vlastitim životom unutar širih silnica koje je primoravaju na ovu vrstu zarađivanja.

Ako pokušamo dijalektički promatrati kulturne aspekte globalizacije, možemo uvidjeti da ona podjednako obuhvaća de-lokalizaciju u smislu „odumiranja“ lokalnih osobitosti pod utjecajem masovne, pretežito amerikanizirane globalne kulture posredovane masovnim medijima, ali i njenu suštu suprotnost u vidu re-lokalizacije, to jest ponovne važnosti naglašavanja lokalnog. Više nije moguće iscrtati tradicionalne granice između centra i periferije, a u slučaju Tziganije dolazi do ironičnog obrata gdje Romi, u stereotipnom kolektivnom imaginariju nomadska, putujuća zajednica, stoje na mjestu, a čitav svijet putuje da bi došao k njima na periferiju. Globalni svijet je u svakom slučaju svijet putovanja, jedinstven po omjeru globalne cirkulacije

¹¹ <http://tzigania.com/TourAgencies.Guides.Groups.html>

ljudi, kao i po kratkoročnoj mobilnosti koju karakterizira turizam. John Urry u toj jedinstvenosti vidi razloge da posebnu pažnju posvetimo upravo turizmu kao faktoru koji utječe na definiranje zajednica diljem svijeta kao i na samu prirodu modernih društava. On tvdi kako su usred procesa globalizacije identiteti zajednica i mjesta uvijek dijelom konstruirani za potencijalne ili stvarne posjetitelje, te kako identitet gotovo posvuda mora biti proizveden iz imidža konstruiranog za turiste. (Urry, 2002: 165) Lokalne kulture možda jesu važne, ali ne mogu se više, ako su se ikada i mogle, samoodređivati neovisno o ovom „globalnom“ pogledu izvana.

Ono što karakterizira suvremeni turistički ‘pogled’ djelomično je i dalje potraga za nekom vrstom autentičnosti. Suvremeno zapadno kapitalističko društvo u stanju je dubokog otuđenja i ljudi su spremni putovati na drugi kraj svijeta u pokušaju da iskuse autentične oblike kulture i na taj način pokušaju prevazići vlastite osjećaje iskorijenjenosti, što u pojednostavljenoj shemi možemo vidjeti kao *Gesellschaft* u potrazi za *Gemeinschaftom*¹². Beck govori kako zajednica (eng. *community*) ili *Gemeinschaft* nije u opreci s globalizacijom, već je njezina posljedica: globalizacija ju i proizvodi, ali je i uvjetovana njome (Beck, 2003: 134). „Marketizacija indogenih kultura te portretiranje indogenih zajednica kao *autentičnog* utjelovljenja kulturalne Drugosti, osobito unutar granica etničkog ili kulturalnog turizma, mnogo je debatirano u akademskoj literaturi. Danas su pitanja kulturalne komodifikacije, kao i rasprave o turističkoj potrazi za autentičnošću, postala centralne teme u turističkom istraživanju“ (Papanicoulau u Moufakkir, 2012: 42). Postavlja se pitanje do kakvih interakcija i mutacija dolazi u ovom odnosu potražnje i ponude, te može li „autentičnost“ neke indogene ili marginalizirane zajednice (a često su one oboje u jednom) ikada biti nešto drugo do iskonstruirana. Radi se o prethodno spomenutom definiranju vlastitog identiteta u odnosu na turistički pogled, o njegovoj komodifikaciji, zbog čega je upravo ova autentičnost na visokoj cijeni, ugrožena. Dakako, pitanje autentičnosti kulture je samo po sebi vrlo problematično i već odavno se odbacuje ideja „čiste kulture“¹³, pa je i sam ugrožavajući faktor globalnog turizma ovdje svakako upitan.

Turistički pogled zasigurno određuje dinamiku odnosa između zapadnjačkog „ja“ i marginaliziranog „Drugog“ u vidu egzotizacije i auto-egzotizacije kulture koja se brendira i

¹² *Gemeinschaft* i *Gesellschaft* (zajednica i društvo) kategorije su koje uvodi njemački sociolog Ferdinand Tönnies (*Gemeinschaft und Gesellschaft*, 1887) kako bi kategorizirao društvene veze u dva dihotomna sociološka tipa koji definiraju jedan drugoga. *Gemeinschaft* se zasniva na osobnim socijalnim interakcijama, te ulogama, vrijednostima i vjerovanjima utemeljenim na takvim interakcijama, a *Gesellschaft* karakteriziraju indirektno interakcije, impersonalne uloge i formalne vrijednosti.

¹³ Sedamdesetih godina prošlog stoljeća dolazi do teorijskog obrata u društvenim znanostima začetog u antropologiji, ponajviše zahvaljujući antropologu Cliffordu Geertzu i njegovom djelu *Tumačenje kultura* iz 1973. godine u kojem se zalaže za interpretativno, semiotičko čitanje kulture te odbacivanje “pogleda izvana”, tvrdeći kako više ne možemo govoriti o izoliranim kulturnim svjetovima već o mrežama kulture u globaliziranom svijetu.

prodaje. U filmu *Looking at Others* jedan od turističkih vodiča odgovara na pitanje što će donijeti kući sa sobom kao iskustvo iz Tziganije: „Mislim da ću donijeti dobru sliku o njihovoj radosti, o tome kako su strastveni u vezi života, kako su znatiželjni, kako su nas promatrali i sve u vezi nas; mislim da se radi o nekoj vrsti nevinosti.“ Ova izjava odaje snažni dojam romantičnog stereotipa koji se “potvrđuje” iskustvom. Čini se kako posjetitelj Tziganie može doživjeti u susretu s Romima samo ono što o njima već “zna”. S druge strane nam Klara, jedna od romskih sestara, objašnjava kako pokušavaju s gostima biti što neformalnije i zabaviti ih, te nam se povjerava kako i sebi ponekad priušte malo zabave, pa kada ih previše oprezni turisti upitaju gdje u njihovoj kulturi sjedaju gosti, one odgovaraju – na pod. „Stvarno nam povjeruju“, dodaje Klara s grimasom negodovanja na licu. Ovo sitno lukavstvo sestara možemo iščitati kao moment otpora svevidećem oku globaliziranog svijeta, falsifikaciju unutar koje im je omogućeno sačuvati djelić dostojanstva i privatnosti po pitanju vlastitih običaja i kulture, budući da je većina njihove egzistencije svedena na skeč za zadovoljstvo stranih posjetitelja. Turisti ostaju nesvjesni ove sitne prevare, zadovoljni što su uspjeli „pobjeći od neprekidnih zahtjeva svojeg 24-7 svijeta i pronaći autentičnost unikatnog i primordijalnog, u žarkoj anticipaciji ponovnog otkrića sebe samih“ (Battersby u Steger, Battersby & Siracusa, 2014: 682) .

3.1. Opis i karakteristike projekta

Projekt „Tzigania“ nastao je 2011. godine, odvija se u malom romskom naselju u Rumunjskoj, a ulogu domaćina unutar istog (u vrijeme nastanka Stormerovog dokumentarnog filma, dakle 2017. godine) imala je samo jedna romska obitelj, obitelj Gabor.

Projekt „Tzigania“ ima i web stranicu koja prikazuje više dimenzija ovoga projekta. Osim posjeta obiteljima, odnedavno ne samo obitelji Gabor već i dvjema drugim romskim obiteljima, unutar „Tziganije“ može se posjetiti radionice glazbene produkcije romske glazbe, romskoga plesa, radionice tkanja i šivanja, a može se i kupiti velik broj autentičnih romskih suvenira ili odjevnih predmeta te dodataka. Ovo upućuje na potpunu komercijalizaciju ovoga mjesta tj. obitelji i njihovih života, ali i na proces transformacije ove specifične romske zajednice koja se počela formirati u odnosu na turističku potražnju.

Slika 1. Dio ponude s web stranice „Tziganije



Izvor: Tzigania, 2019.

Kao što prikazuje *Slika 1.* boravak kod obitelji Gabor samo je jedan od sadržaja ovoga projekta. Tu je izrada odjeće koja uključuje slušanje priča o simbolici i obrednim praksama kada je u pitanju odjeća (na *Slici 1.* sasvim lijevo stoje sestre Klara i Margareta Gabor). Može se sudjelovati u izradi košara, ili na radionicama plesa, glazbe te pripreme pojedinih svećanih događaja unutar romske zajednice. Izravna uključenost turista u razne djelatnosti zajednice ono je što ih najviše privlači da posjete „Tziganiju“, a njezini su stanovnici, kako se vidi, u posljednjih gotovo deset godina naučeni na prisustvo objektiva, računala i znatizelje preko granica ičijih standarda (toliko intenzivne da se samo i može „opravdati“ u kontekstu kapitalističke eksploatacije i zarade).

3.1.1. Nastanak projekta

Projekt je nastao kao „potreba“ da se romsku zajednicu komodificira kao korak ka održivom razvoju u sasvim lokalnom ključu – u ovom mjestu u Rumunjskoj Todaro želi stvoriti „europski

brend“ koji je prepoznatljiv i kao takav, siguran za sve svoje sudionike. Projekt „Tzigania“ počiva na suvremenoj turističkoj čežnji za autentičnosti iskustva i za pogledom u zrcalo koje ne pokazuje uvijek i samo naš usamljeni odraz. „Svi mi, i glumci i gledaoci, živimo okruženi zrcalima. U njima tražimo potvrdu naše sposobnosti da privučemo i dojmimo druge, tjeskobno tražeći nedostatke koji mogu zamutiti vanjštinu koju kanimo projicirati“ (Lach, 1986: 104).

Projekcija romske kulture ovdje je izvedena u kontekstu drugosti koja je monetizirana, a prosperitet koji se želi postići za romsku zajednicu, ironično, zapravo bi značio gubitak ove lažne autentičnosti u očima turista, njezine „aure“¹⁴ i njezina egzotičnog šarma – iako bi tek tada mogla postići ono što si je zacrtala kao misiju te viziju koja iza svega toga stoji.

3.1.2. Misija i vizija projekta

Misija je projekta Chucka Todara, prema njegovim riječima, približiti romsku svakodnevicu suvremenom Europljaninu te na taj način raditi na integraciji i demistifikaciji rumunjskih Roma. Nesumnjivo je da je projekt suštinski komercijalizacija romskog načina života i svega što on predstavlja, a unutar motiva organizacije bitan je i faktor zarade odnosno isplativost projekta, ali osnovni je motiv, sudeći prema sadržaju web stranice posvećene mu, postupno osuvremenjenje romskog načina života; izbjavljenje od izolacije i nepismenosti te praktična upotreba njihovog (više)jezičnog znanja, obrazovanje te neka vrsta strukturalizacije koja se može interpretirati kao „organski“ korak ka integraciji za razliku od „artificijelnih“ poteza rumunjske vlade tijekom 70-ih godina 20. stoljeća da Rome integrira u (urbano) istočnoeuropsko društvo.

Dakle, svrha je projekta uklanjanje konotacija „prijetećeg“ i „opasnog“ tj. „nesigurnog“, a u kontekstu života pokraj romskih zajednica tj. zajedno s njima. Riječju, vizija je projekta deorijentalizacija europskih Roma i osnaživanje njihova kolektivnog samopouzdanja u suvremenom ključu.

3.1.3. Ciljana skupina potrošača

Iako se može činiti da projekt nema specifičnu ciljanu skupinu potrošača te da je, kao što web stranica koja ga predstavlja sugerira, namijenjen svima – potrošači ove usluge (te usluga ove vrste) uglavnom su bijeli Europljani visoke i više srednje klase koji nastanjuju napredne zemlje

¹⁴ Koncept „aure“ umjetničkog djela iznjedrio je njemački filozof Walter Benjamin 1935. godine. „Aura“ umjetničkog djela predstavlja, prema Benjaminu, njegovo „ovdje i sada“ (Benjamin, 1968) odnosno označava njegovu suštinu i njegovu neponovljivost. Uplivom tehničke reprodukcije u čovjekovu svakodnevicu, „aura“ je umjetničkog djela uništena jer se isto može nabaviti u bezbroj primjeraka, veličina i estetičkih varijanti.

Zapadne Europe, raspoložu znanjem engleskoga jezika te su kulturalno „otvoreni“ odnosno, takvima se nazivaju zbog svoje znatiželje za marginalizirane identitete te estetiku „nesavršenog“, „nepravilnog“ i „pomaknutog“.

Stranica navodi kako, osim obiteljskih turista, u „Tziganiju“ dolaze i turisti-intelektualci, kao što je i sam Stormer, autor filma koji opisuje projekt na jedinstven način. Antropolozi, studenti, umjetnici, snimatelji, lingvisti i ostali akademski znatiželjnici zapravo su ona potrošačka skupina koja „otvara“ u stanovitom smislu ovaj projekt. Nakon Stormerovog filma, koji je dobitnik dvije prestižne nagrade za dokumentarni studentski film u Europi, „Tziganiju“ je posjetilo više studentskih skupina te je projekt kao takav dobio još više akademske pažnje. Zanimljivo je stoga spekulirati koliko bi „obiteljskih“ tj. neakademske turista posjetilo „Tziganiju“ kada bi se film prikazivao u kinima, na nacionalnim televizijama ili pak, kada bi samo bio dostupan za besplatno gledanje putem Interneta, što danas nije.

Ono što je također upečatljivo jest da ovo nije klasičan „obiteljski odmor“ tj. isti nije kodiran na taj način, a to se očituje u izostanku djece posjetitelja¹⁵. Suvremeni Europljanin uglavnom koristi svoje vrijeme odmora zajedno sa svojom obitelji, ali „Tziganiju“ ne posjećuju cijele obitelji već parovi koji djecu za potrebe svojega puta ostavljaju na brigu drugima u svojoj matičnoj zemlji. Ovo suštinski progovara o naravi percepcije romskih zajednica od strane mainstream zapadne kulture – iako benevolentan, suvremeni posjetitelj „Tziganije“ još uvijek osjeća da stanovit obim svojeg života i identiteta mora očuvati, skloniti od ovoga nepotpuno sigurnog mjesta, unatoč činjenici da je isto izuzetno komercijalno, kontrolirano te da je turist u potpunosti zaštićen, kao i njegovi potomci, ukoliko ih odluči dovesti sa sobom. Ponekad, ističe Todaro, turisti dolaze u jednodnevne posjete „Tziganiji“ te pritom dovode svoju djecu, ali istog se dana vraćaju kući ili ka svojim „sigurnim“ gradskim smještajima u hotelima u rumunjskim gradovima (uglavnom u glavnom gradu Bukureštu). Ova informacija neobično i groteskno nalikuje posjećivanju botaničkih i zooloških vrtova ili nekih drugih egzotičnih mjesta i kao takva predstavlja apsolutan poraz u kontekstu pokušavanja da se romska kultura zaista doživi i shvati, te da se započne ono što bi organizator projekta volio nazvati integracijom. Umjesto toga, ova praksa perpetuira i karnevalizira romski život i dalje, praveći od njega materijal za prikazivanje i ništa više.

¹⁵ Informacija dobivena putem telefonskog razgovora s administratorom „Tziganije“, Chuckom Todarom.

Zbog toga, ovdje više ne možemo govoriti o „ciljanoj skupini potrošača“ jer „cilj“ je ovdje „Tzigania“ kao takva tj. točnije, ciljana su skupina Romi, a cilj je obrazovanog stanovnika „bijeke Europe“ samo – vidjeti ih. Možda se iz ovoga cilja nenadano i rodi spoznaja, razumijevanje i suosjećanje (ma na kakvoj razini i ma koje vrste), ali ipak ostaje činjenica da altruizam ovdje nije motiv. Najčešći je motiv posjeti „Tziganiji“ čista populistička znatiželja iz koje posjetitelj sam o sebi donosi posteriorne zaključke kao o „promijenjenom“ čovjeku čije su se „oči otvorile“ u odnosu na ovu teško marginaliziranu kulturu, kada je zapravo istina da su oči posjetitelja već otprije bile širom otvorene na blještavilo drugosti i potrebu da se s njime poveže kako bi se i sam na neki način osjetio „posebnim“, „polu-odmetnikom“ ili pak naprosto „naprednim kršćaninom“ tj. duhovnim bićem.

3.1.4. Impresije s kojima se turist vraća kući

Posljedično apsolutnoj (kulturalnoj) nepodudarnosti između onoga što su promatrali i onoga što smatraju da jesu, posjetitelji se „Tziganije“ vraćaju svojim domovima „obogaćeni“ impresijama o Drugom kojeg su posjetili „u njegovom stvarnom, prirodnom habitatu“, ali i obogaćeni osvještanjem o vlastitoj privilegiranosti u „naprednom“ svijetu znanja i tehnologije. Umjesto emancipacije Roma i njihove integracije u suvremeni kulturalni europski imaginarij, ono što se događa u ovom slučaju jest institucionalizacija njihove marginalizacije u kapitalističkom tj. proizvodnom ključu. Dakle, na ovome mjestu turizam je ta domena koja proizvodi drugost – turist kao takav predstavlja lakmus papir koji, jednom kada je u doticaju s Romima, prikazuje njihovu stvarnu odbačenost, nepoznatost i egzotičnost, bez obzira na njegovu posvemašnju benevolentnost kojom pristupa objektu promatranja.

3.2. Turistički pogled i proizvodnja drugosti

Ne postoji razdoblje u zabilježenoj povijesti čovječanstva u kojem romske zajednice nisu bile marginalizirane. Velikim dijelom zbog njihove teritorijalne nesmjешtenosti, povijest je u Europi bila izuzetno gruba prema Romima. U srednjem su vijeku poznati kao ili veoma bliski vlasti kao malobrojni i legendarni (karakteristični) proricateљи i družbenici, dok su diljem Europe Romi bili u sužanjstvu i radili kao kmetovi tj. robovi na vlastelinskim posjedima. U kasnijoj su povijesti doneseni raznoliki proglašaji za njihovom bezuspješnom asimilacijom, a često nije bilo protuzakonito oduzeti im život već dapače i poželjno (Trumpener, 1992; Glajar i Radulescu, 2008). Ipak, najgore je bilo u sustavnom smislu tijekom Drugog svjetskog rata kada se

procjenjuje da je u njemačkim koncentracionim logorima pobijeno nekoliko stotina tisuća Roma, koji su i ondje bili smješteni zasebno od ostalih, europskih zarobljenika (Trumpener, 1992).

„Tijekom inicijalnih okupljanja Sinti Roma [od strane njemačke vojske], više nije bilo pokušaja da se zataška postojanje 'radnih' logora; oni su prijavljeni, pregledani i predstavljeni u lokalnim novinama gdje su se čak i javljale pošalice u ovom njihovom kontekstu. Jedan od većih 'radnih' kampova, Marzahn, utemeljen je [...] na rubu glavnoga grada, a njegova je prikladna lokacija olakšavala posjete psihologa i socijalnih radnika koji nisu samo dolazili kako bi 'proučavali' ciganski život izbliza, već su čak i snimali cigansku djecu kako se igraju uokolo prostora kampa“ (Trumpener, 1992: 854).

Zbog ove sustavne orijentalizacije kao i zbog sklonosti Roma za samoorijentalizacijom, zaista je teško govoriti o „emancipacijskom“ potencijalu ovdje, ili o ikakvim tendencijama za brzu integraciju. Valja ispitati koliko „Tzigania“ omogućuje Romima da se iskažu iskreno i bez bojazni (i je li to uopće moguće).

3.2.1. Može li „Drugost“ govoriti ovdje?

Isprva, čini se da može jer to je narav i stanovita tendencija dokumentarnog filma. Zapravo, ne može jer je u projektu „Tzigania“ potrošač usluge zapravo proizvođač znanja. U dokumentarnom filmu Drugost je domaćin, mjesto spoznaje i predmet znanja, ali nikako njegov proizvođač. Pitajući se o drugosti kao takvoj, Spivak je u drugoj polovici 20. stoljeća postavila legendarno filozofsko pitanje: Može li Drugi govoriti? U istoimenom eseju, ona počinje tvrdnjom da „onaj nad kojim se vrši opresija može, ako mu se pruži prilika, govoriti“ (Spivak, 2010: 25), kako bi do njegova kraja ustanovila da se radi ipak o malo zahtjevnijem procesu. Za objašnjenje uvjeta Drugog u zapadnoj filozofiji, Spivak koristi koncepte poput imperijalizma i kolonijalizma, epistema koje uzrokuju paradigme (i/ili vice versa), ali centralno mjesto zauzima koncept teksta kao alata s kojim se stvara identitet te kojim se kolektivni identitet utemeljuje, a što ova i brojne romske zajednice nemaju. „U studijama o drugosti, zbog nasilja imperijalističkih epistema, socijalna i disciplinarna inskripcija (upisivanje) shvaćeno je u esencijalističkim terminima te mora prometovati u radikalnoj tekstualnoj praksi različitosti“ (Spivak, 2010: 27). U kontekstu romskih zajednica u Rumunjskoj, istih je mnogo: homogenih i heterogenih, otvorenih i zatvorenih, da postaje nemoguće govoriti o strukturi, genealogiji, konfiguraciji i organizaciji, barem ne u tolikoj mjeri u kolikoj je to zapadna opsjednutost idealima zamislila.

Zbog činjenice da drugost kao takva predstavlja u prvom redu [mjerljivu] devijaciju od [uspostavljenog socijalnog] ideala (Spivak, 2010: 27) ona se definira kao negativ u odnosu na standard. Pritom je kao predmet promatranja najzanimljivija njezina struktura. Promatrajući stanovitu zajednicu i donoseći na temelju toga vlastite zaključke o istoj, suvremeni se potrošač ovoga turizma osjeća kao u stanovitoj virtualnoj igrici koja se odvija u stvarnosti, gotovo je u potpunosti kontrolirana, a njegova je uloga u njoj biti antropolog u „primitivnoj“ zajednici čiji su principi malo poznati ili uopće nepoznati unutar „civilizirane“ matrice u kojoj sam obitava. Promatrajući strukturu žive drugosti, promatrač mora postati istraživačem, mora pristati na to – što i čini samoinicijativno jer se radi o proizvodu, baš kao u slučaju videoigrice (hibridu proizvoda i usluge) odnosno samo stanoviti profil ljudi odabrat će odmor u vidu promatranja socijalne strukture „nepoznatog“¹⁶ kolektiva. „Upravo je prema toj strukturi usmjereno istraživanje, što je prilično drugačija nevolja od auto-dijagnosticirane transparentnosti radikalnog intelektualca iz Prvoga svijeta“ (ibid.).

Spivak govori o nužnom buntu u povjesničaru koji prethodi njegovu istraživanju nekog kolektivnog bunta, a koji je usmjeren na standardnu matricu i koncepciju života koju diktira Zapad: „Povjesničar, transformirajući 'buntovnost' u 'tekst za znanje', samo je 'primatelj' stanovitog, kolektivno usmjerenog čina. Bez mogućnosti nostalgije zbog tog gubitka izvora, povjesničar mora potisnuti (koliko je moguće) žamor svoje svijesti [...] tako da se njegova elaboracija buntovnosti, upakirana pomoću [jedne] buntovne svijesti, ne bi zaledila u 'objekt pod istragom' ili još gore, uzor za imitaciju“ (Spivak, 2010: 28).

U ovom smislu, Drugi nema glasa. On je na stanovit način autističan: prisutan i svjestan i „ovdje“ i „ondje“, ali esencijalno, on dobiva glas od strane intelektualaca, od strane Zapada i njegovih matrica, što shvati i primjerice, romski istraživač jednom kada započne istraživati i prikazivati svoju vlastitu kulturu – Zapad je promatrač kojemu se mora prilagoditi sadržaj kako bi dopustio da se isti dešifrira. „Postkolonijalni intelektualci [brzo] nauče da je njihova privilegija njihov gubitak. U ovome, oni su paradigma intelektualaca“ (Spivak, 2010: 28) te u ovome i oni nužno „izdaju“ prilagođavajući nekompatibilan sadržaj uvijek istoj strukturi. „Usko, epistemološko nasilje (od strane) imperijalizma pruža nam nesavršenu alegoriju o općem nasilju koje predstavlja mogućnost episteme“ (Spivak, 2010: 28).

¹⁶ Riječ „nepoznatog“ ovdje je u navodnim znacima zato što je zajednica koju se posjećuje ipak na to naviknuta, a prikazana je i u obliku reklame, tako da se ne može tvrditi da potrošač usluge odlazi u nepoznato *per se* – on je to odabrao na temelju stanovitog informiranja te dolazi s očekivanjima, što i jest karakteristika suvremenog turista.

3.2.2.Suvremeni turist i njegove karakteristike

Suvremeni je turist proizvod prije svega trenda koji „hara“ u hiperpotrošačkom svijetu Zapada, svijetu intrinzično povezanom, silno cerebralnom (ali ne nužno i intelektualnom), te svijetu u kojem je tekstualna produkcija dosegla nezapamćene razmjere, kao i multimedijalna produkcija koja predstavlja novi oblik pismenosti. U ovom se kontekstu razvija suvremeni potrošač: osoba obrazovana, zaposlena i egzistencijalno zbrinuta, koja raspolaže dovoljnom količinom „viška“ resursa kako bi ih mogla koristiti na „emancipaciju“ (ili na promatranje) drugog. Ipak, naglasak se nikada u pravilu ne postavlja na Drugog, već na sebe, dok drugi funkcionira kao objekt. Rezultat je to prakse ‘Zapada’ da egzotično orijentalizira Drugog i neotklonjivog konformizma srednje klase koja je, osim pismenosti obogaćena i nezapamćenom mobilnošću.

Ono što suvremeni turist traži na svojim putovanjima zvanično je „autentičnost“ iskustva putovanja, a zapravo – to je sve ono na što je navikao i sve ono što očekuje plus ono neočekivano zbog čega se uostalom i putuje. Osim spomenutog, suvremeni turist želi da je mjesto koje posvećuje versatilno (tj. da je ponuda ili „paket“ koji je kupio versatilan) koliko samo može biti: da je izolirano i mirno, smješteno u kakvu „netaknutu“ prirodu ili civilizaciju, međutim – uz opciju zabave i izleta. On želi biti povezan uvijek i svugdje putem Interneta bez kojeg mu je život nezamisliv, a očekuje i da uvijek ima signala. Osim besprijekornog smještaja i apsolutne nužnosti za autentičnim proizvodima, ljudima i doživljajima, suvremeni turist očekuje i autentičnu gastronomiju, ali želi moći odabrati i neka poznata mu jela u slučaju da mu se ovo ili ono ne sviđa.

Suvremeni je turist proizvođač najrazličitijih sadržaja: teksta, slike, filma i glazbe, ali i mnogih drugih performativnih umjetnosti te u ovome kontekstu on očekuje biti poučen stanovitim vještinama koje smatra praktičnima za svoj osobni razvoj i napredak. Želi se osjećati potrebnim i „plemenitim“ stoga je potreban i kakav altruističan moment urediti kako bi mu se isto omogućilo. Riječju, suvremeni turist želi sve mogućnosti, sve opcije i sve potencijale, a unutar onoga što je moguće u kontekstu kakve ponude – one ponude koju je odabrao. Njegov je izbor njegova svetinja i jednom kada odluči gdje će uložiti svoj novac, on očekuje i dobiti sve ono što očekuje, kao i ono neočekivano, osobit „dragulj“ unutar specifičnog iskustva zbog kojeg, uostalom, i putuje.

3.3.Petrifikacija klasičnih prikaza Roma u kulturi ili njihovo „pripitomljavanje“?

Teško je odrediti „Tziganiju“ u vrijednosnom smislu, ma koliko da teorijski potajno nastojali (znanost to uvijek čini). Petrificira li nastojeći očuvati romsku kulturu, nastoji li je emancipirati ili je pak nastoji „pripitomiti“ kako bi se njome moglo upravljati u kapitalističke svrhe? Imajući na umu povijest Roma u Europi, situacija se ne olakšava i odgovor se ne naslućuje jer je rezerviranost Roma snažna i na namjernoj i na nenamjernoj razini. Izgleda kao da su se odrekli svoje slobode, ako se slobodu shvaća suvremeno kapitalistički i bez spiritualnih konotacija, dakle – racionalno u weberovskom smislu.

Ako se pita rumunjsko stanovništvo, uistinu, s obzirom da su im građanska prava oduvijek bila oduzimana, Romi ne osjećaju da je to nešto na što mogu i trebaju polagati pravo. Navikli na način na koji ih domicilne kulture tretiraju kroz povijest, razvijaju i određeni ponos nepripadanja sistemu koji im nikada ništa nije pružio.

O petrifikaciji ideje o romskoj kulturi na Zapadu u ovom je slučaju teško govoriti zbog raznolikih perspektiva koje projekt „Tzigania“ omogućava i efektivno proizvodi, unatoč činjenici da je evidentno teško očekivati da će se romske zajednice uskoro pomaknuti s kulturalnih margina europskoga društva. Zato bi možda bilo logičnije, racionalnije govoriti u ovom kontekstu o njihovom pripitomljavanju, barem u ovom specifičnom slučaju – kada ne bismo bili svjesni romske sklonosti ka samoorijentalizaciji te stvaranju stereotipa i dodatnoj mistifikaciji (kodifikaciji) vlastitog (vlastitih) kolektivnog (kolektivnih) identiteta.

3.4. Romi u suvremenom tehnokratskom društvu i koncept nostalgije

U suvremenom tehnokratskom, umreženom, globalnom i intrinzično povezanom svijetu, identitet je Roma još jedini koji je možda ostao prekriven koprenom neznanja, nedefiniranosti i namještenosti. Zapad je još tijekom kolonijalnog perioda započeo vršiti snažan utjecaj koji je u eri masovnih medija postao izravan kulturološki utjecaj posredstvom televizije¹⁷. Kako je otkrivala nove kolektivne identitete, zapadna ih je kultura tako i popisivala, kategorizirala, analizirala, te često zadirala toliko grubo u njih da je moguće reći i „vivisecirala“. Dogodilo se to prvo s afričkim plemenima koja su u drugoj polovici 19. stoljeća bila primorana da odluče koje će svoje pripadnike poslati u Pariz ili London kako bi ondje služili kao muzejski izložci, te kako bi se antropometrijskim metodama utvrdila njihova fizionomija i uvela u potrebnu literaturu. Oni

¹⁷ I tu leži njegova paradoksalnost – neposredna penetracija zapadne (američke) kulture u domove diljem svijeta, a posredovana putem uređaja.

koji nisu mogli pokoriti se ovim prohtjevima smješteni su u rezervate, a njihovi su domovi uništeni pretvorbom u bjelačka (europska) imanja i ostale projekte. Dogodilo se to putovanjima zapadnjaka diljem svijeta te njihovim opisima naroda koje su svojim putevima susretali. Dogodilo se to na mnogo načina i s mnogim narodima, a neki su od tih načina bili grublji i bezdušniji negoli je to bilo izlaganje u muzeju i javna mjerenja ljudi.

Tek odnedavno imamo slučajeve sustavnog i dugotrajnog učenja o Romima koje pokušava odbaciti pogled “izvana”, živjeti u njihovim zajednicama te o tome izvještavati zapadnu akademiju. Razlog činjenici da Cigani nisu toliko budili javni interes (dok s druge strane, oni su to uvijek činili, a svakako ga nisu vični ostavljati ravnodušnim) jest u svojevrsnoj egzibicionističkoj snalažljivosti koja je karakteristična Romima: za malenu će naknadu objasniti sve, izložiti što god da nas zanima, pokazati nam kakvu uvježbanu egzotičnu životinju ili pred nama progutati vatru ili se vezati u čvor. Njihov je „profil visok“ što znači da su upečatljiva skupina u svakom od mogućih okruženja.

Kao što je objašnjeno, identitet je Roma i danas ostao na neki način onkraj „pandži“ (zapadne) znanosti, te kao takav predstavlja nešto mistično, transcendentalno, a često biva uzrokom osjećaja nostalgije koji je važan osjećaj u neoliberalnom kapitalizmu. Ovdje je aplikativna Jamesonova „nostalgija za nečim što nikada nismo imali“ (Jameson, 2018), a u kontekstu projekta „Tzigania“ – posjetitelji ovdje ulaze u svijet s kojim nemaju gotovo nikakve zajedničke poveznice. Ipak, ovaj svijet uspijeva podsjetiti ljude na neka „jednostavnija vremena“ kada se podjednako živjelo u kući i izvan nje, a digitalna tehnologija nije bila prisutna tijekom cijeloga dana. Ovdje nostalgija u posjetitelju funkcionira kao asocijacija na vrijeme djetinjstva. Trumpener objašnjava funkciju nostalgije kao „restauraciju nevinosti, [nostalgija] to čini tako da prekriva ostala sjećanja, napornije stvarnosti koje obiluju napetošću, neprijateljstvom i strahom: majčin strah od izbacivanja, očeva sjećanje zatvora, dječje strahove da će ih netko oteti, da ih nikad neće vratiti, njihov identitet, da će njihova memorija i njihov jezik biti izgubljeni zauvijek“ (Trumpener, 1992: 853).

Ipak uvijek valja naglasiti da ta jednostavnost i nedostatak tehnologije prije svega jenja čak i u ciganskim selima, a drugo – ovdje je to ishod nužnosti i siromaštva, ta „čistoća“ od suvremenosti, dok je kod prosječnog Zapadnjaka to ishod njegove odluke nastale uslijed opterećenosti uzrokovane preobiljem (tehnologije). Ovdje se nužno dolazi do koncepta siromaštva tj. koncepta klase, a unutar suvremenog, vrlo raznolikog imaginarija.

4. ETNIČKI TURIZAM I SIROMAŠTVO

Konceptualizacija turizma i turističkog pogleda kao „onečišćujuće sile“ koja djeluje na autentičnost kulture također je vrlo problematična jer generira svojevrsnu teleološku umišljenost, ali i postavlja zahtjev za fiksiranjem ili svojevrsnim „zamrzavanjem“ navodno ugrožene kulture. „Slijedeći ovu logiku, sačuvati turistički proizvod znači očuvati i nedostatak ekonomskog napretka to jest siromaštvo“ (Papanicoulau u Moufakkir, 2012: 44). Chuck Todaro nam govori o svojim planovima za „Tziganiju“: „Šira slika uključuje stvaranje modela održivosti koji poslije možemo transportirati u druge okruge Rumunjske, proširiti se. Ove obitelji su vrlo siromašne i to je ono glavno što pokušavamo promijeniti, korak po korak“ (Tzigania, 2019). Istodobno možemo čuti od jednog turističkog vodiča njegove želje za „Tziganiju“: „Jedino čemu se nadam jest da ovo mjesto ostane baš onakvo kakvo jest. Bio sam uključen i u druge projekte, svjedočio sam drugim projektima koji su se naposljetku i s vremenom mijenjali, mijenjajući svoj fokus. Postali su više komercijalni i izgubili su 'ono nešto', originalnost“ (Tzigania, 2019).

Već samo iz ovih citata možemo vidjeti probleme koji nastaju kada marginalizirana etnička zajednica pokušava unovčiti jednu od rijetkih „stvari“ koje posjeduje, svoj identitet. Bilo da se radi o starosjedilačkim kulturama poput Aboridžina i Indijanaca ili o egzotičnim europskim drugima – Romima, romantične predrasude o iskonskoj i jednostavnoj kulturi koja njeguje neke nama izgubljene vrijednosti ono su što omogućuje komodifikaciju životnog stila, ali i ono što u konačnici onemogućuje ovim zajednicama da se izvuku iz svoje marginalizirane i osiromašene pozicije, budući da je siromaštvo očekivani dio njihova „šarma“. „Glokalizacija¹⁸ je prije svega nova podjela privilegija i obespravljenosti, bogatstva i siromaštva, mogućnosti i bezizlaznosti,

¹⁸ Termin „glokalizacija“ je kovanica dobivena spajanjem riječi „globalizacija“ i „lokalizacija“, a radi se o sociološkom pojmu koji označava simultanu pojavu univerzalizirajućih i partikularizirajućih tendencija u suvremenim društvenim, političkim i ekonomskim sistemima.

moći i nemoći, slobode i neslobode. Moglo bi se reći da je glokalizacija proces svjetske *neostratifikacije*, u čijem tijeku se izgrađuju nove, svjetske, sociokulturne i samoreproducirajuće hijerarhije“ (Beck, 2001: 135). Uostalom, Klari je sve jasno kada govori: „Ma dajte molim vas, ne možete se obogatiti od ovoga. Ne znam zapravo zašto [Chuck] to radi, jer novac... Ne znam koliko dobiva i iskreno nije me ni briga“ (*Looking at Others*, 10’57’’, 2017) Jedna od posjetiteljica „Tziganije“ navodi kako je znala razmišljati o tome kako bi se stvari promijenile kada bi ovdje dolazili autobusi puni ljudi: „Mislim kako je dobro da zajednice poput ove imaju svoje prihode i ako imaju restoran, naravno da žele, da tako kažemo, „punu kuću“, ali ne žele se osjećati kao u zoološkom vrtu!“ (*Looking at Others*, 22’53’’, 2017). Ono što se nepobitno da naslutiti iz Stormerovog filma jest način na koji se bez obzira na količinu autobusa ili automobila koji godišnje prolaze „Tziganimom“ njezini stanovnici, primorani na prilagođavanje svoje svakodnevne pogledu putnika-tragača, već nažalost osjećaju tako: životinje na safariju ili u kakvom rezervatu, namijenjene promatranju, divljenju, slikanju, pobuđivanju osjećaja i razgovora o duhovnosti.

4.1.Glokalizacijska obilježja „Tziganije“

Univerzalizirajuće tendencije u projektu „Tzigania“ mogu se naći već u samome nazivu projekta „stvarno Romi – stvarni život“, iako se ne radi o Romima kao takvim, već o jednoj podskupini Roma, specifičnoj zajednici koja se naziva Kaldarash. S obzirom na činjenicu da romskih zajednica ima mnogo, te da ih je potrebno razumjeti u kontekstu partikularnih razlika, njihovo je nerazlikovanje jedna od glokalizacijskih karakteristika. Još je jedna glokalizacijska karakteristika, ona partikularizacijska, prisutna kod primjerice, prikaza romske glazbe pri čemu turist zaista može doživjeti, a na tome se i inzistira, različite melose, utjecaje i pravce u romskoj glazbi i romskom plesu.

Povijesni je prikaz rumunjskih Kaldarash Roma koji se javlja u obliku narativa u „Tziganiji“ sklon pričanju jedne specifične priče koja Rome odvaja od svih zajednica s kojima su dovođene u kontekst. Orientalizacija je globalizacijska specifičnost u ovome slučaju, a jezična je obrazovanost partikularizacijska tendencija koja omogućava diferencijaciju pojedinih pripadnika unutar zajednice. Izostanak samoorijentalizacije u ovom slučaju, kroz tendenciju „Tziganije“ da o sebi progovara dajući stanovite reference, glokalizacijska je tendencija koja govori o uplivu obrazovanja, mjestimično institucionalnog, mjestimično potpuno neorganiziranog, a prisutnost

rasizma spram drugih kultura i to u samih Roma, paradoksalna je glokalizacijska tendencija koja se može iščitati iz razgovora s njima.

Nasuprot ovome, među brojnim globalizacijskim odrednicama „Tziganije“ najjača je ona o orijentiranosti ka proizvodnji usluga i doživljaja, a u svrhu kulturalne reprezentacije i/tj. praktične akumulacije kapitala.

Valja također istaknuti da su glokalizacijska obilježja specifičnih kultura i kulturalnih formi posebno popularni u kontekstu suvremenog europskog turizma: ljudi izuzetno uživaju posjećujući manje posjećena i popularna mjesta, a osobito mjesta s karakterom kakvo predstavlja „Tziganija“.

4.2. Istočna Europa kao prostor gdje utjecaj Zapada počinje iščezavati

Istočna je Europa prostor koji je i sam marginaliziran u kontekstu Zapada, a tomu je tako uglavnom zbog njegove komunističke povijesti i američkih prikaza iste. Neovisno o ovoj činjenici, ovo je prostor na kojem su Romi također društvena margina i to mjestimično, veoma teška i problematična, ako se promatraju uvjeti u kojima ljudi žive u 21. stoljeću. Romi u Istočnoj Europi žive najčešće na rubovima gradova, u zasebnim četvrtima ili getoima, ili pak u karakteristično romskim selima i to od svojega dolaska, što je ujedno i uzrok i posljedica ekonomsko-socijalnih uvjeta njihovih života.

Istočna Europa zato predstavlja idealan početak integracijskih postupaka vezanih za Rome jer zbog činjenice da su ove prostore prve naselili u Europi, ovdje su „domaće“, karakteristično stanovništvo koje ustraje na svojoj specifičnosti kao i njegova okolina. Projekt „Tzigania“ jedan je od načina legitimacije i integracije Roma na ovome području, imajući na umu da ista ne može tako skoro biti potpuna zbog teškog kulturno-povijesnog bremena.

4.2.1. Sudar religija i simbolika

Prostor Istočne Europe i sam je donekle mističan i neshvatljiv tj. nepotpuno shvatljiv. Prostor oko Karpata kulturalno je gotovo nepoznat, osim u kontekstu popularnih priča i mitova o vampirima i ostalim mitskim i/ili fantastičnim bićima, a osobito mjesto unutar zapadnjačkog imaginarija u kontekstu Istočne Europe zauzimaju Romi odnosno „Cigani“. Uopće, čitav je prostor Istočne

Europe kao takav bio „heretičan“ zbog pravoslavne vjere, ali više – zbog okultnih konotacija koje se i danas pripisuju ovome prostoru i ljudima koji ovdje žive.

Ovdje katolicizam prestaje, a počinje „patchwork“ uvjerenja. Pri prvom dolasku Roma u Europu, što se procjenjuje oko 13. tj. 14. stoljeća (Gresham et al., 2001), na ovim je prostorima njihova prisutnost bila čak najmanje marginalizirana, a razlog za to je dijelom u činjenici da pravoslavlje nije bilo toliko sklono brutalnom ponašanju nad „nevjericima“, kao što je to bio katolicizam, već radije – ovi su prostori duhovno „radoznali“ odnosno popularno rečeno „praznovjerni“. Velik dio ljudi Istočne Europe tradicionalno vjeruje u magiju, uroke i razne čari kod kojih je ključan ljudski utjecaj te komunikacija s „nadnaravnim svijetom“ kako bi se pomoću istog utjecalo na ishode događaja u ovome svijetu te osobito, na ljudske sudbine. Prisutnost je romskih naroda ovu karakteristiku još više podvukla te od nje učinila stereotip koji se odnosi na čitav prostor oko Karpata.

Romi su iz Indije donijeli glazbu, oblik zabave te svoje duhovne prakse, među kojima je proricanje, rezervirano uglavnom za žene, bilo osobito popularno. Od Europljana, Romi su naučili o uzgoju životinja na ovim prostorima te su sudjelovali tijekom povijesti u razvitku istočnoeuropskih nacija uglavnom kao kmetovi (tj. robovi) ili kao Drugi par excellence u kulturalnom smislu. Mnoge su se prakse i vjerovanja upravo posredstvom utjecaja Roma proširile diljem svijeta, ali ono najvažnije – ovdje je i danas najviše romskih zajednica na svijetu te se procjenjuje da samo u Bugarskoj i Rumunjskoj živi više od 60% svjetske romske populacije.

4.2.2. Socijalističko nasljeđe i tranzicija

Socijalističko nasljeđe koje je karakteristično državama Srednje i Istočne Europe još je jedna odrednica bitno kontroverzna za zapadnjački način poimanja. Naime, poznat je blokovski antagonizam SAD-a i Rusije, proces pri kojem se američku javnost tijekom sredine 20. stoljeća sustavno strašilo negativnim prikazom komunizma, ali ne samo kao sustav koji je politički loš već je komunizam prikazivan kao sustav bez ljudskosti, osobnih i političkih sloboda i adekvatne infrastrukture, kao veliko korupcijsko čudovište straha koje probavlja čovjekov individualizam i nalikuje Orwellovoj „1984.“¹⁹.

¹⁹ S druge strane, u socijalističkim se zemljama američka (zapadna) kultura propagirala kao konzumeristička kultura bez duha i duše u kojoj se koncept kapitala javlja kao vladajući nad vrijednostima koje u stvarnosti mogu generirati samo zdrava obitelj, zajednica i narod.

Socijalističko je naslijeđe u ovom ili onom obliku i obujmu i danas karakteristično zemljama koje su tijekom 20. stoljeća u Europi imale ovaj ustroj. Mnoge se od tih zemalja (poput Hrvatske) danas nazivaju „zemljama u tranziciji“, a pojam tranzicije se pritom u najvećoj mjeri odnosi na prelazak sa socijalističkog na kapitalistički privredni sustav. Kraj 20. stoljeća obilježio je lom socijalističkih oblika upravljanja poput Jugoslavije, Čehoslovačke, Sovjetskog Saveza i drugih zemalja koje su tijekom 20. stoljeća stajale kao suprotne američkom kapitalističkom modelu te u intenzivnom hladnoratovskom antagonizmu s njime.

Sam je prostor Istočne Europe, s osobitim naglaskom na Rumunjsku, karakterističan po stanovitom „tranzicijskom mentalitetu“ gdje ljudi još uvijek (dakle, unatoč uznapređovalom neoliberalnom kapitalizmu koji je silno prodro u njihove stvarnosti) očekuju, računaju s i osvrću se na državu kao sustav koji je „dužan“ za njih se zbrinuti. Tijekom komunističkog razdoblja, Romi su na ovim prostorima često bili zaposleni u tvornicama, a stanovali su u posebnim naseljima, uvijek odvojeni od „domaćih“ zajednica. Nakon pada komunizma, Romi su prvi izgubili poslove i prvi su stjerani na rub društvene egzistencije (Glajar i Radulescu, 2008), mjesto koje im je povijesno itekako poznato. Ostatak stanovišta također je preživio značajan pad socijalnog standarda, a videći kako Romi ne plaćaju račune, porez te kako se snalaze s onim što imaju, lokalno im je stanovništvo tim više počelo zamjerati njihovu drugost tj. „drugačijost“. Od pada komunizma, situacija je u odnosu Roma i lokalnog stanovništva u Istočnoj Europi mnogo lošija nego li je to bila tijekom nedavne (zapamćene) povijesti.

4.2.3. Istočna Europa u očima popularne kulture

Rumunjska, zemlja u kojoj obitava najviše europskih Roma, s istima vodi dugotrajne bitke i rješava mnoge zahtjevne izazove. Jedan je takav praktičan izazov, onaj nazivlja. Poznato je da je zajedničko ime „ciganskim narodima“ Roma, što na njihovom jeziku (u varijantama) znači „čovjek“ dok je „Ciganin“ pejorativ koji se koristi, ali koji je od ljudi na koje se odnosi ponekad čak i prihvaćen. Rumunjska se na engleskom jeziku, internacionalnom komunikacijskom standardu, naziva „Romania“, a Rumunji „Romanians“, što izuzetno nalikuje riječi „Roma“ i dodatni je razlog što su stanovnici Rumunjske često i sami „obilježeni“ u zemljama naprednog Zapada. Rumunjska je i članica Europske unije te je njezinim stanovnicima olakšana mobilnost unutar ostalih zemalja unije, ali se na ovim područjima javlja ova opisana zabuna u kontekstu nazivlja.

U popularnoj kulturi, Rumunjska je zemlja „Cigana“ i „čarki“ tj. misticizma, zemlja vampira (mitoloških bića specifičnih karakteristika nastalih ne temelju legende o grofu Drakuli koji živi u dvorcu negdje u prostranstvima transilvanijskih planina, daleko u Karpatima) itd. U kontekstu recentne povijesti, Istočna je Europa nekadašnji sovjetski blok, dakle – primarno prostor s komunističkim nasljeđem koje, iako je ukinuto – ipak pokazuje kulturalnu „vjernost“ Rusiji, što predstavlja stanovitu prijetnju u odnosu na kapitalistički zapad (slika je to stvorena isključivo od strane američkih medija). Istočna je Europa i prostor egzotičnog melosa, koji nalikuje indijskim napjevima, s elementima islamske, pravoslavne, ali mjestimično i katoličke kulture koje sve zajedno ovdje čine veoma interesantnu, kaleidoskopsku mješavinu egzotizama.

Ipak, ono po čemu je Istočna Europa danas najpoznatija jest demografski odljev mozgova i siromaštvo, nezgrapna i nedostatna državna infrastruktura i nesigurnost putovanja – ovako je prikazana u zapadnim priručnicima za putovanje, a namijenjena putovanjima opsjednutim zapadnjacima koji, što su mlađi (govori se o punoljetnim osobama), to su skloniji putovanju (lutanju svijetom), kozmopolitskom ponašanju i promjenama, uvijek ipak vjerni svojim komodifikacijskim navikama i tehnologiji bez koje su kao takvi – nezamislivi.

5. ETNIČKI PANOPTIKON I SPEKTAKULARIZACIJA SVAKODNEVICE

Suvremeni turisti su promatrači stranih „bezvremenih tradicija“, konzumenti novih i začudnih, egzotičnih prizora. U posvemašnje komodificiranoj kulturi ne postoje interakcije koje nisu ujedno i transakcije, to jest novčana transakcija stoji kao stakleni zid između prizora i promatrača, onemogućujući im da stupe u neposrednu ljudsku interakciju. Iako se pojam spektakularizacije svakodnevice obično veže za učinke masovnih medija, u suštini se odnosi na sve aspekte svakodnevice, a spektakl kao ideologija „odstranjuje distinkcije između istine i plagijata, realnosti i iluzije“ te postaje „aktivna participacija nadomještena kulturom pasivnog pogleda, zurenja, što u konačnici vodi ka društvenom otuđenju“ (Hromadžić, 2010: 623).

U „Tziganiji“ možemo vidjeti Rome kako snimaju svojim kamerama i mobitelima turiste koji snimaju romske djevojčice u „spontanom“ izvođenju svojih „tradicionalnih“ plesova, a čitav

prizor pak vidimo kroz leću kamere autora filma *Looking at Others*. Pogledi su fizički posredovani uređajima i implicitno posredovani očekivanjima, a čini se kao da se reproduciraju u beskonačnost ili barem toliko da se zapitamo ne promatra li netko i nas dok promatramo sve ostale promatrače. Jedna od turistkinja Tziganije izjavljuje: „Mi smo atrakcija njima i oni su atrakcija nama.“ No, uloga turista-promatrača ovdje je ipak dominantna: on s distance upravlja svoj privilegirani pogled na domaćine, i tako razumijeva prizore te vrši aproprijaciju nad onima koje smatra poželjnima. Romi su ohrabreni da se ponašaju u skladu s očekivanjima turista i da se smiješe za fotografije koje će ovi ponijeti kući sa svog putovanja.

„Ono što je najvažnije, pogled turista utvrđuje strukture moći. Urry sugerira kako su domaćini svjesni da ih se promatra i kako se od njih zahtijeva da vrše 'performans' na načine koji će naglasiti njihovu različitost od turista. Odnos turista i domaćina centriran je oko 'romantičnog pogleda' koji je sistematski konstruiran na uvjerenjima sudionika kako postoje značajne rasne, lingvističke, kulturološke i povijesne razlike između dviju grupa. Okulocentrizam u turizmu autorizira turistički pogled kako bi mu dozvolio da zadovolji svoje potrebe“ (Xie u Moufakkir, 2012: 118).

Globalizacijski procesi učinili su Tziganiju mogućim projektom i naizgled učinili granice propusnima. No činjenica je kako romske zajednice i dalje žive segregirane od svojih fizičkih susjedstava i najbližih sugrađana, te marginalizirane u svim europskim državama u kojima provode svoju rubnu egzistenciju, čak i ako istodobno sklapaju transkulturalna komodificirana „prijateljstva“, što je paradoks upravo omogućen globalizacijom. „Globalizacija i lokalizacija su dakle ne samo dva momenta, dva lica jednoga. One su istodobno i pokretačke snage i izražajni oblici jedne nove polarizacije i stratifikacije svjetskog stanovništva u globalizirane bogate i lokalizirane siromašne“ (Beck, 2003: 134). Odnos snaga utvrđuje se etničkim panoptikom: onaj tko promatra posjeduje moć i konstruira Drugoga. Čak i ako bismo mogli pronaći mrvicu autentičnosti u našoj želji za susretom s Drugim, konzumeristički modus operandi koji podvrgava komodifikaciji sve aspekte ljudskog života, dozvoljava nam da Drugost promatramo i konzumiramo, ali nikad uistinu susretnemo.

5.1., „Vrijeme Cigana“ i njegove karakteristike

„Vrijeme Cigana“ ovdje ne označava vrijeme prisutnosti Roma u kulturi, već vrijeme u kojem dolazi do izravnog sudjelovanja Roma u kulturalnoj produkciji Zapada, a u sasvim suvremenom ključu. Na ovome mjestu dolazi do spektakularizacije njihovoga života u svrhu daljnje komodifikacije za zapadnog promatrača, a to se događa tako da se ulaže trud u unovčenje same

njihove obiteljske svakodnevice. S obzirom na to da se reprezentacija Roma gradi u njihovim domovima, vrši se izravan utjecaj na njih od strane Zapada, kako trendovski, tako i logički.

„Društvenom slikom potrošnje vremena dominiraju isključivo trenuci dokolice i odmora – trenuci koji se dovode u vezu s daljinom i koji su, po definiciji, poželjni kao i svaka spektakularna roba. Ta roba je ovdje eksplicitno prikazana kao niz trenutaka realnog života čije ciklično vraćanje željno iščekujemo. Ali, upravo u tim trenucima koji su dodijeljeni životu, spektakl se razvija i reproducira i tako postiže viši stupanj intenziteta. Ono što je prikazano kao pravi život, pokazuje se samo kao još *spektakularniji život*“ (Debord, 1999: 43).

Turist je spektakularniji u romskim očima, a Romi zasigurno u očima turista. Događa se obostrano gledanje u kontekstu zajedničkog jezika koji je konzumerizam. Uostalom, mnogo je toga u kontekstu pogleda obostrano, pomiješano i kompleksno, ali ono što se čini jednostavnim jest pitanje robe u ovome slučaju – na prodaju je doživljaj stvarnih Roma, tj. njihova svakodnevica. Karakteristike su „Vremena Roma“ u kontekstu ovoga projekta, tako njihova nemogućnost pomaka s društvene margine, te njihova sklonost samoorijentalizaciji i mistificiranju samih sebe, zapravo kulturalnom kodificiranju i stereotipizaciji. Njihova je specifična kultura i jednojezičnost činjenična, kao i povijest koja ih je učinila spektakularnima.

5.2. Autoreferencijalnost i intermedijalnost „Tziganije“

Kada govori o spektaklu, Debord naglašava nepostojanost koja je karakteristična okolnostima oko koncepta spektakla tj. svakom zasebnom spektaklu kao takvom.

„Stvari koje spektakl predstavlja kao vječne zasnivaju se na promijeni, pa se i mijenjaju zajedno sa svojom osnovom. Spektakl je totalno dogmatičan, a ipak nesposoban da isporuči bilo kakvu čvrstu dogmu. Pred njim ništa nije dovoljno postojano. Ta nepostojanost je prirodno stanje spektakla, a opet potpuno suprotna njegovim pravim težnjama“ (Debord, 1999: 19). U kontekstu „Tziganije“ spektakl je kao takav smješten u svakodnevicu te je karakterističan marketingu projekta i produktima turističkih nastojanja kao što su filmovi, tekstovi i slično, ali i na praktičnom nivou, onome kulturalnim mehanizama koje projekt indicira, spektakl je medij putem kojeg se omogućava susret Roma i turista. „Tzigania“ je po tim obilježjima autoreferencijalna, ali važnije i intermedijalna, što je osobita indikacija i „otvaranje puta“ različitim (i poznatim i nepoznatim, očekivanim i sasvim neočekivanim) kulturalnim mutacijama. Ono što je važno jest usmjeriti ih ka razumijevanju, otvaranju i prihvaćanju, radije negoli toleranciji Roma u Europi.

5.2.1. Autoreferencijalni momentum

U kontekstu projekta „Tzigania“ , autoreferencijalnost je inherentan element čitavoga iskustva: ona je dostupna i potrošaču usluge (turistu), i onome tko ju je omogućio (organizator), ali i predmetu tj. domaćinima usluge (tj. romskim obiteljima). Radi se o stanovitoj igri (između) ova tri, gotovo institucionalna ega koja se može doživjeti kroz Stormerov film *Looking at Others*. Svaki od tri elementa ovoga iskustva (ako se izuzme gledatelj, a govoreći u kontekstu filma, dakle: turist, organizator i domaćin) neprestano se potvrđuju aludirajući jedni na druge te zapravo propagirajući iskustvo kroz sve svoje izjave, neovisno o njihovoj prirodi. U ovom se kontekstu postavlja pitanje je li uopće moguće stvoriti dokumentarni film i što on predpostavlja.

Spektakularizacija svakodnevice ovdje (u filmu *Looking at Others*) je izvedena gotovo savršeno: nemoguće je odijeliti proizvod od njegova objekta i od njegova organizatora, ali turist još uvijek funkcionira kao outsider, iako je ključan u konstrukciji čitavoga iskustva. On se utoliko gubi ukoliko pristaje na igru, a u filmu su prikazani samo takvi turisti. „Taj proizvod se više ne razlikuje od svog proizvođača, a njegov jedini cilj je njegovo vlastito ispunjenje. Samo na taj način negacija života u spektaklu može i sama biti negirana“ (Debord, 1999: 34).

Jedini je moment u kojem je autoreferencijalni postupak vidljiv kao stanovito poništenje spektakla, trenutak u kojem se jedna od sestara obitelji Gabor izjašnjava kako zapravo ne shvaća svrhu ovoga projekta jer ne može zamisliti da se od istoga može značajno zaraditi – i ovdje se postavlja kao referencijalna točka koja konačno postavlja pitanje zarade i motiva, te daje naslutiti sumnju u čitavu organizaciju, tračak nepovjerenosti i stanovite neposlušnosti, a upravo zato što je rečenica izrečena u kontekstu dokumentarnog filma, „Tzigania“ kao mjesto tako postaje poput Debordova vremena, „sredina u kojoj se čovjek ostvaruje tako što gubi sebe, u kojoj postaje drugi da bi postao ono što uistinu jeste“ (Debord, 1999: 44).

5.2.2. Intermedijalnost projekta

„Tzigania“ je intermedijalna. Kao što je spomenuto, posjetitelji su „Tziganije“ veoma često intelektualci (poput Dennisa Stormera), a ovamo ih dovodi upravo potreba za raznolikom medijskom produkcijom što je pozitivan trend odnosno fenomen, jer utječe na pomicanje „pogleda“ tj. na otvaranje i multiplikaciju perspektiva iz kojih se može razumjeti život ove veoma osobite romske zajednice. Intermedijalnost ovoga projekta, ipak, nije samo u produkciji od strane turista posjetitelja koji su redovito građani urbanih europskih (i općenito zapadnih) gradova.

Stanovnici „Tziganije“ i sami su se organizirali i stvaraju vlastitu medijsku produkciju zasad dostupnu samo na web stranici projekta, ali uz potencijal i štoviše, indikacije za njezinim proširenjem.

Ovo je način na koji romska zajednica praktično „uči“ zapadnjački intelektualni diskurz te se unutar njega postupno i samostalno počinje predstavljati; a ono što čini ovaj proces osobito zanimljivim jest sklonost Roma da naučene nove kulturne obrasce uklapaju u svoju kulturu i važnije – obrnuto: da svoju kulturu uklapaju u novootkrivene obrasce života, mišljenja i najvažnije – izražavanja. Dakako, još je uvijek ovdje prizvuk orijentalizma te se nema smisla nadati da će isti ikada praktično nestati, ali „zagađenje“ zapadnoga diskurza novim oblicima shvaćanja, poimanja i znanja ovdje je neminovan i izražen te ga valja i pozdraviti jer umjesto da daje praktičan primjer Zapadu – on zapravo daje praktičan primjer svim „došljacima“ u kontekstu Zapada, što je osobito relevantno za suvremenu Europu, iako stiže „kasno“ i razvija se relativno sporo u odnosu na društvene promjene. Ono što je važno, pak, jest da postoji, da se događa i nadasve – da je zbog naravi suvremene komunikacije – izgleda, nezaustavljivo.

ZAKLJUČAK

Romske su se zajednice pojavile u Europi na prijelazu s 13. u 14. stoljeće te su otada, unatoč prvotnom fascinacijom Europljana spram njihova neobičnog načina života, marginalizirane, kritizirane i riječju – orijentalizirane kao europski Drugi par excellence. Iako rasprostranjeni čitavim svijetom, Romi su se uglavnom zadržali u Istočnoj Europi gdje ih danas ima najviše, a procjenjuje se da ih samo u Rumunjskoj živi više od pola milijuna. Romi su i sami skloni samoorijentalizaciji zbog načina na koje su često dočekivani: naučili su svoju kulturu i svoje živote prikazivati teatralno tj. spektakularno s velikom dozom misticizma i preuzevši snažnu stereotipizaciju samih sebe kao zabavljača, plesača i svirača, proricatelja i na taj su se način pokušavali obraniti od prijetnje koja je, osobito u 19. stoljeću služila kako bi se stvorile nacije, etnički „čiste“ društvene zajednice koje osim jezika, imaju i vlastiti teritorij, na kojega polažu pravo, za razliku od Roma kojima je teritorij jedini nedostatak kako bi se mogli nazvati „legitimnim“ ljudima u svijetu.

Suvremenu fascinaciju (tj. povijesnu fascinaciju koja ne jenja) romskom kulturom odlučio je iskoristiti američki novinar Chuck Todaro koji je 2011. godine osmislio projekt „Tzigania“ – mjesto u Rumunjskoj koje naseljavaju Romi, a koje nudi opciju posjeta njihovim kućama te promatranje njihove svakodnevice putem života uz njih. Na taj je način zadovoljena potreba suvremenog turista za gledanjem, za samodefiniranjem putem detekcije i definicije Drugog, što je zapravo način na koji zapadna znanost kao takva funkcionira već stoljećima. Dok otkriva sve što

on sam nije, u konstruiranom svijetu koji mu pruža sve ono što je očekivao unutar kupljenog „paketa“, ali i svega onoga što nije očekivao, suvremeni se „bijeli putnik“ definira kulturalno, individualno i duhovno, noseći sa sobom priče o svijetu koji je različit, neshvatljiv, ali koji je prihvaćen od njega i kao takav – on je legitiman izvor znanja.

Ovaj je rad pobliže opisao projekt „Tzigania“ kroz vizuru turizma u globaliziranom svijetu današnjice. Radi se o specifičnoj niši etničkog turizma kojeg možemo kritički analizirati kao vid komodifikacije kulture ili monetizacije Drugosti, te kao oblik spektakularizacije bijede i teatralizacije svakodnevice. Sve ove pojave moguće su i operiraju unutar globalnog kapitalističkog sustava i njegove neumoljive ideologije 'svijeta bez granica' koji navodno nosi emancipatorski potencijal te nas sve pretvara u kozmopolite. Rad se poslužio dokumentarnim filmom *Looking at Others* koji tematizira navedeni projekt, kako bi ga suprotstavio osnivačevoj viziji „Tziganije“ i pokazao složenosti i problematike pokušaja komodifikacije marginaliziranih egzistencija, ujedno kontekstualizirajući projekt unutar kulturalnog aspekta globalizacije kojeg pak valja promatrati isprepletenog s ekonomskom i političkom dimenzijom globalnog kapitalističkog sustava. Stormerov je film osobit utoliko što kontekst pogleda odvlači od turista i posuđuje ga ili daje svakoj od instanci koje sudjeluju u njegovoj produkciji. Iako se radi o filmu, kao takvom nesavršenom mediju prikaza, *Looking at Others* je specifičan i kvalitetan rad, ali takav kakav se u kulturalnom kontekstu ne može opravdati tj. ne mogu mu se naći osnove za ustanovljenje da je pogled zaista ono što je dijeljeno. Naprotiv, pogled ostaje karakterističan europskom posjetitelju, flanerizmu sklonom romantiku koji opetuje narcisizam karakterističan svojoj kulturi i svojem unutarnjem i vanjskom svijetu.

„U epohi oblikovanoj od strane nacionalističke retorike, oni ljudi koji nisu polagali pravo na [određenu] zemlju i na svoju vlastitu pisanu tradiciju, [te] koji ne mogu polagati pravo na povijest, 'dodijeljeni' su prirodi, dok su u političkim procesima bez glasa, predstavljeni samo u staklenom spremniku diorame, dehumanizirajuće legende o fotografiji, vezivu [koje prikazuje] muzej na otvorenom“ (Trumpener, 1992: 884).

Trumpener nas gotovo uči da o Romima promišljamo u kontekstu kakve fraktalne filozofije, dok Todaro propagira projekt na sasvim američki način, nastojeći u svemu (pa i u dizajnu weba) ostati dosljedan romskoj estetici; postavlja se pitanje ne radi li se umjesto „pronalaženja“ zapravo o (vječnom) „traženju“ vrijednosti, ali i „potražnji“ za vrijednosti, s obzirom na činjenicu da je ljudska svakodnevica ono što je ovdje, grubo rečeno, na prodaju. Zbog nestabilnosti koncepta pogleda unutar nenarušene „aure“ projekta „Tzigania“, ona je tim više poželjna (popularnija) za

razmaženog turista suvremenosti. Ova je jedinstvena kulturalna figura zadužena za stvaranje globalnih trendova te kao takva predstavlja uvijek bitan potencijalan (marketinški alat i) ljudski kapital – ova je individua toliko naviknuta na komunikaciju, medijsku produkciju i javnu razmjenu iskustava da se zapravo *isplati* udovoljiti njezinim, barem onim minimalnim, prohtjevima.

Ipak, i ovdje su Romi na stanovit način uspjeli izbjeći “pravila igre” koja im nameće njihov navodni osloboditelj, falsificirajući vlastite kulturne kodove i suptilno se izrugujući posjetiteljima. Može nam se tako učiniti kako se ništa u ovom odnosu zapravo nije promijenilo. Jednako se tako može činiti da se ovdje ipak najviše radi o produkciji vrijednosti, njihovoj slobodnoj razmjeni, da, ali unutar procesa trgovine njima.

Unutar kapitalističkog sustava multikulturalnosti u Europi, romski se život u „Tziganiji“ sasvim monetizirao i komodificirao, kako bi se mogao predstaviti kao smisleni korak ka održivom razvoju romskih zajednica i više, kako bi romske zajednice prikazao „u postupku intenzivne integracije“. Ipak, kada se postavi pitanje o pravom učinku „Tziganije“ izvan dokumentarnoga filma ili bilo kakvog drugog kulturalnog prikaza, dolazi se do kognitivne prepreke koja onemogućuje zaključak da se ovdje zaista radi o emancipaciji Drugog. Radije, radi se o njegovoj posvemašnjoj komodifikaciji kako bi se njegova kultura pretvorila u oblik zabave, udoban spektakl koji služi perpetuiranju povijesno utemeljenih i naizgled neotklonjivih uloga. Istina je da Drugi raspolaže stanovitim sredstvima „obrane“ od zapadne klasifikacije, kao što je ovdje slučaj sa malim djelima otpora, ali pod pritiskom standardizacije koju nameće kapitalizam, problematično je govoriti o ravnopravnoj i etički korektnoj integraciji Roma u europske zajednice na primjeru „Tziganije“, iako pozitivnih kulturalnih indikacija u kontekstu osnaživanja Roma, osobito onih koji sudjeluju u projektu, ima.

Konačno, važno je promisliti koliko jedan ovakav proces može emancipirati Drugog, i ne bi li bilo vrijeme da o svojem oslobođenju progovori on.

BIBLIOGRAFIJA

- 1) Anderson, B. (1990.) *Nacija: zamišljena zajednica*. Zagreb: Školska knjiga.
- 2) Baudrillard, J. (2001.) *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- 3) Beck, U. (2003.) *Što je globalizacija?* Zagreb: Vizura.
- 4) Benda, J. (1997.) *Izdaja intelektualaca*. Zagreb: Politička kultura.
- 5) Benjamin, W. (1968.) The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction, u (ur.): Arendt, H. *Illuminations*. New York: Schocken Books.
- 6) Brubaker, R. i Cooper, F. (2000.) Beyond 'Identity'. *Theory and Society*, 29, str. 1-47.
- 7) Debord, G. (1999.) *Društvo spektakla*. Zagreb: Arzkin.
- 8) Fonseca, I. (1995.) *Sahranite me uspravno - Cigani i njihov put*. Zagreb: Pelago.
- 9) Foucault, M. (1994.) *Znanje i moć*. Zagreb: Naprijed.
- 10) Gabriel, Y. i Lang, T. (2006.) *The Unmanageable Consumer*. London: Sage.
- 11) Glajar, V. i Radulescu, D. (2008.) *Gypsies in European Literature and Culture*. London: Palgrave Macmillan.
- 12) Gresham, D. et al. (2001.) Origins and Divergence of the Roma. *American Journal of Human Genetics*, 69 (6), str. 1314-1331.
- 13) Hromadžić, H. (2008.) *Konzumerizam – potreba, stil života, ideologija*. Zagreb: Jesenski i Turk.

- 14) Hall, S. (2006.) Kome treba identitet? *Politika teorije, zbornik rasprava iz kulturalnih studija*. (ur. Dean Duda), str. 357-374
- 15) Hromadžić, H. (2010.) Mediji i spektakularizacija društvenog svijeta. *Filozofska istraživanja*, 30 (4), str. 617-627.
- 16) Jameson, F. (2018.) *Postmodernizam ili kulturna logika kasnog kapitalizma*. Zagreb: Super velika akcija.
- 17) Lach, C. (1986.) *Narcisistička kultura*. Zagreb: Naprijed.
- 18) Moufakkir, O. i Burns, M. P. (2012.) *Controversies in Tourism*. Wallingford: CAB International.
- 19) Perić, Z. (2017.) Politička psihologija Rousseauova „plemenitog divljaka“. *Filozofska istraživanja*, 37 (1), str. 153-166.
- 20) La Rocca, F. (2017.) A Theoretical Approach to the Flâneur and the Sensitive Perception of the Metropolis. *Sociétés*, 1 (135), str. 9-17.
- 21) Rousseau, J. J. (2012.) *Društveni ugovor – o podrijetlu i temeljima nejednakosti među ljudima*. Zagreb: Feniks.
- 22) Said, E. (2008.) *Orijentalizam*. Beograd: XX. vek.
- 23) Sontag, S. (1977.) *On Photography*. London: Penguin Books.
- 24) Spivak, G. C. (2010.) *Can the Subaltern Speak? Reflections on the History of an Idea*. New York: Columbia University Press.
- 25) Steger, B. M., Battersby, P. i Siracusa, M. J. (2014.) *The SAGE Handbook of Globalisation*. London: Sage.
- 26) Stormer, D. (2017.) *Looking at Others* [dokumentarni film]. Ruminjska/Njemačka.
- 27) Trumpener, K. (1992.) The Time of the Gypsies: 'A People without history' in the Narratives of the West. *Critical Inquiry*, 18 (4), str. 843-884.
- 28) Tzigania. (2019.) The Tzigania Project. *Tzigania.com*. Dostupno na: <http://tzigania.com/tours.html>, 12.12.2019.
- 29) Urry, J. (2002.) *Consuming Places*. London: Taylor & Francis e-Library.
- 30) Urry, J. (2002.) *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications.

POPIS PRILOGA

- **Slika 1.** Dio ponude s web stranice „Tziganije“ str. 19.