



Αλέξανδρος Σχισμένοs

Το παρελθόν ως τουριστικός προορισμός

«Ο τουρισμός είναι η βαριά βιομηχανία της χώρας», είναι η φράση-κλισέ που συνοδεύει την αρχή της άνοιξης με μεγαλύτερη σταθερότητα και από το άνθισμα των

αμυγδαλιών. Ο τουρισμός θα ανθίσει και φέτος, είναι η βάση κάθε εγχώριου 'αναπτυξιακού' προγράμματος. Στο βαθμό που ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως βιομηχανία, δηλαδή ως οργανωμένο σύστημα παραγωγής προϊόντων σε μαζική κλίμακα, ίσως είναι φρόνιμο να αναρωτηθούμε ποιο είναι το παραγόμενο προϊόν αυτού του οργανωμένου συστήματος.

Είναι άραγε ο τουριστικός τόπος; Μα για να χαρακτηριστεί τουριστικός ένας τόπος, καταρχάς προϋπήρχε, ενώ, κατά δεύτερον, η ποιοτική μεταβολή ενός τοπίου σε τουριστικό τόπο δεν αντιστοιχεί επαρκώς στην ποιοτική μεταβολή μιας πρώτης ύλης σε αντικείμενο χρήσης. Αντίθετα με τα εργαλεία και τα τεχνήματα του πολιτισμού, ο τουριστικός τόπος έχει μειωμένη, έως μηδαμινή, αξία χρήσης, αφού καθ'αυτός δεν μπορεί να ανταλλαγεί με άλλα αγαθά, ούτε μπορεί να θεωρηθεί ότι πρωτογενώς εξυπηρετεί κάποια ανθρώπινη ανάγκη. Συχνά ο τουριστικός τόπος είναι φτωχός σε πλουτοπαραγωγικές πηγές και ύλες, όπως στην περίπτωση της Μυκόνου και της Σαντορίνης, ενώ αν οι πλουτοπαραγωγικές πηγές ενός τόπου είναι επαρκείς, τότε επεμβαίνουν πιο δυναμικές μορφές βιομηχανίας, όπως είναι η εξορυκτική βιομηχανία. Είναι σαφές ότι η τουριστική βιομηχανία αποτελεί τον πιο αδύναμο κλάδο της παραγωγής κεφαλαίου σε βαθμό ισχύος και επιρροής και ένα έξοχο παράδειγμα είναι οι προσπάθειες εξόρυξης υδρογονανθράκων στην Ανατολική Μεσόγειο, που φέρνουν κρατικές ηγεσίες, πολυεθνικούς κολοσσούς και διεθνείς οργανισμούς σε τροχιά σύγκρουσης, αδιαφορώντας για όλα τα 'χρυσοπράσινα φύλλα' που είναι ριγμένα στο πέλαγος.

Ο προς-τουρισμό τόπος αποτελεί το έδαφος, την πρώτη ύλη της τουριστικής βιομηχανίας και παρότι η τουριστική του 'εκμετάλλευση' αλλάζει το τοπίο, αυτό που ουσιαστικά αλλάζει και αυτό που ουσιαστικά συνιστά το παραγόμενο προϊόν δεν είναι ο ίδιος ο τόπος (όπως συμβαίνει π.χ. στην περίπτωση της εξορυκτικής βιομηχανίας), αλλά οι σχέσεις των ανθρώπων με τον τόπο και οι σχέσεις των ανθρώπων μεταξύ τους. Το προϊόν της τουριστικής βιομηχανίας είναι ο τουρίστας και η τουριστική κοινότητα που διαμορφώνεται ως πλέγμα σχέσεων ανάμεσα στον τουρίστα και την κοινότητα, με τη δεύτερη να μεταβάλλεται ώστε να υποδεχτεί τον πρώτο, όχι απλώς εξωτερικά, με τον εξωραϊσμό της, αλλά κυρίως εσωτερικά, με την ριζική αναδιοργάνωση των κοινωνικών και παραγωγικών σχέσεων και τη θέσπιση μίας νέας σχέσης με το φυσικό και ιστορικό περιβάλλον. Αντίθετα προς τους περιηγητές ή 'εξερευνητές' του 19^{ου} αιώνα που όφειλαν να προσαρμόζονται στα έθιμα και τις γλώσσες κάθε τόπου και συχνά αναγκάζονταν να μεταμφιεστούν, όπως ο Sir Richard Francis Burton (1821-1890), μεταφραστής των *Χιλίων και Μία Νυχτών* και ο πρώτος Δυτικός που εισήλθε (μεταμφιεσμένος με κίνδυνο της ζωής του)

στη Μέκκα, οι σύγχρονοι τουρίστες δεν ενδιαφέρονται να μεταμορφωθούν σύμφωνα με τον τόπο, μα προσμένουν πως ο τόπος έχει μεταμορφωθεί σύμφωνα με αυτούς.

Στην περίπτωση της τουριστική βιομηχανίας, του μαζικού τουρισμού, η μεταμόρφωση του τόπου είναι ριζική, καθώς ο τόπος πρέπει να εξομαλυνθεί, να συμμορφωθεί και να γίνει οριστικά προσβάσιμος και οριακά προβλέψιμος. Δηλαδή να ομογενοποιηθεί ουσιαστικά, διατηρώντας μία επιφανειακή εξωτική ιδιαιτερότητα που όμως δεν προσβάλλει την ισομορφία των σχέσεων ανταλλαγής και εκμετάλλευσης. Η τουριστική βιομηχανία μετατρέπει σε τουριστικό προϊόν κάθε τοπική βιοτεχνία και την ενσωματώνει, ενώ την καταστρέφει. Όσο και αν οι εθιμοτυπικές τουριστικές εορτές στο Αρχιπέλαγος της Χαβάη προσομοιάζουν με τις παραδοσιακές τελετές τους, τα λουλουδένια περιδέραια, τα lei, δεν ανταλλάσσονται πλέον υπό την αρχή του Δώρου, αλλά ως μέρος του καλοπληρωμένου τουριστικού 'πακέτου', ενώ, απογυμνωμένα από τις παραδοσιακές συνδηλώσεις και ξεριζωμένα από την τελετουργία, πωλούνται μαζικά στην αμερικάνικη αλυσίδα υπεραγορών Walmart¹.

Συνεπώς, το παραγόμενο προϊόν της τουριστικής βιομηχανίας είναι η τουριστική κοινότητα, το δυναμικό πλέγμα σχέσεων ανάμεσα στον τουρίστα και τους ντόπιους, που διαμεσολαβείται από τον μηχανισμό των τουριστικών υπηρεσιών, είτε αυτός έχει την μορφή των μεγάλων ξενοδοχειακών αλυσίδων, είτε των πολυεθνικών τουριστικών γραφείων, είτε των Διαδικτυακών κόμβων, όπως το πρόσφατο AirBnB. Προϊόν είναι οι σχέσεις των ανθρώπων και κυρίως ο συλλογικός χρόνος των ανθρώπων που διαμορφώνεται ως κοινωνικός, δημόσιος χρόνος. Το πεδίο που αναδύεται και συμβαδίζει με την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας είναι ο τουριστικός χρόνος.

Ας θυμηθούμε το πασίγνωστο τραγούδι της Καίτης Χωματά: 'Μια αγάπη για το καλοκαίρι', γραμμένο το 1970, που λέει :

*«Μια αγάπη για το καλοκαίρι θα 'μαι και εγώ,
να σου κρατώ δροσιά στο χέρι να σε φιλώ.
Μα σαν χαθεί το καλοκαίρι και σε ζητώ,
θα μείνει μόνο ένα αστέρι να το κοιτώ.»*

Είναι σαφές ότι μιλά για ένα γνωστό συναίσθημα, τον καλοκαιρινό έρωτα, που είναι εξ ορισμού εφήμερος και παροδικός, ακριβώς γιατί είναι 'καλοκαιρινός', γιατί ανήκει σε έναν χρόνο άλλο από τον χρόνο των σταθερών και διαρκών σχέσεων, από τον χρόνο της καθημερινότητας, ανήκει στον ασαφή ως προς το περιεχόμενο μα σαφέστατο ως προς τα όριά του, χρόνο των διακοπών.

¹ <https://www.walmart.com/c/kp/hula-leis>

Ας αντιπαραβάλλουμε ένα παραδοσιακό τραγούδι αγάπης από την Καλαμάτα, ξανά του καλοκαιριού, που όμως είναι εδώ η εποχή του θέρους :

*«Γίνηκαν τα- γίνηκαν τα γεννήματα
Ωρέ, και βάλαμε στο θέρο, πέρδικα μου, θα σε φέρω
Παίρνω το δρα- παίρνω το δραπανάκι μου
Ωρέ, και πάω για να θερίσω, μαύρα μάτια ν' απαντήσω
Παίρνω τον έ- παίρνω τον έργο τον πλατύ
Και θερίζω το σιτάρι, κόρη με το παλικάρι
Και θερίζαμε τα δυο, πέρδικα με τον αητό.»²*

Μολονότι και εδώ εκφράζεται η αγάπη, η αγάπη αυτή δεν είναι παροδική, δεν είναι εξ ορισμού εφήμερη, δεν προορίζεται να χαθεί, αντιθέτως είναι αγάπη που ταυτίζεται με τον τόπο και την εργασία, γιατί ανήκει στον χρόνο της καθημερινότητας, τον σαφή και ως προς το περιεχόμενο και το νόημά του, χρόνο της εργασίας. Οι μήνες του καλοκαιριού, για τις αγροτικές (και τις κτηνοτροφικές) παραδοσιακές κοινότητες, ήταν μήνες σκληρού μόχθου, καιρός του θέρους και του αλωνίσματος, συλλογικής εργασίας και συλλογικής διαβίωσης. Ας θυμίσουμε, εν παρόδω, ότι η αλωνιστική μηχανή εισήχθη στην Ελλάδα κατά τη δεκαετία του 1970, ενώ η τουριστική βιομηχανία είχε ήδη αρχίσει να μεταμορφώνει τα ήθη.

Ο Κορνήλιος Καστοριάδης, είχε δίκιο να διαμαρτύρεται για την νεοελληνική 'κατάσταση', διότι : *«όποια καθαρά νεοελληνική παράδοση πήγε να δημιουργηθεί, δεν μπόρεσε ποτέ να "σταθεροποιηθεί", δεν μπόρεσε να δώσει έργα που να είναι σταθμοί. Όποτε άρχισε μια σημαντική πολιτική ή κοινωνική προσπάθεια, ισοπεδώθηκε από μεγάλες καταστροφές και ιστορικά γεγονότα· γεγονότα που, κατά κάποιον τρόπο, δίνουν τον ρυθμό της νεοελληνικής ιστορίας. Η τελευταία από αυτές τις καταστροφές είναι ασφαλώς η αθρόα και ραγδαία εισβολή του σύγχρονου καταναλωτικού πολιτισμού. Έτσι, ένας τόπος που, με μίαν έννοια, δεν είχε αλλάξει από αιώνες, έγινε σμπαράλια μέσα σε μόλις είκοσι χρόνια. Και όταν λέω "έναν τόπο", δεν εννοώ μόνον τα τοπία. Εννοώ, κυρίως, τους ανθρώπους· τη στάση και την ποιότητα τους.»³*

² Από την ιστοσελίδα διάδοσης της νεοελληνικής μουσικής παράδοσης του Πανεπιστημίου Πατρών: http://arcadia.ceid.upatras.gr/tragoudi/song_view.php?song=398

³ Κ. Καστοριάδης, συνέντευξη στην Τέτα Παπαδοπούλου για την εκπομπή Παρασκήνιο της ΕΡΤ τον Δεκέμβριο του 1984, όπως παρατίθεται στον τόμο Του Κορνήλιου Καστοριάδη, εκδ. Πόλις (Αθήνα: 2001), σελ. 59.

Η αλλαγή στην στάση των ανθρώπων και την ποιότητά τους, είναι μία βαθιά μεταμόρφωση ηθών, που συνίσταται στον μετασχηματισμό του δημόσιου κοινωνικού χρόνου σε τουριστικό χρόνο και κατ' ουσίαν στην εγκαθίδρυση μίας άλλης σχέσης με την παράδοση, σχέση κατανάλωσης και εκμετάλλευσης. Όταν λέμε σχέση με την παράδοση, ασφαλώς εννοούμε σχέση με το παρελθόν, ως συλλογικό παρελθόν, ως παρελθούσα ιστορία σε αντιδιαστολή με τη ζώσα ιστορία που είναι το συλλογικό παρόν.

Αυτή η μεταμόρφωση των ηθών της κοινότητας προκύπτει μέσα από την μεταμόρφωση των συνηθειών της κοινότητας, μέσα δηλαδή από την μεταμόρφωση του δημόσιου χρόνου της κοινότητας και, συνεπακόλουθα, του ιδιωτικού χρόνου των ανθρώπων. Δεν πρόκειται για μία μεταμόρφωση που προκύπτει εγγενώς, ως αυτο-αλλοίωση της κοινωνίας, αλλά για μία μεταμόρφωση που προκύπτει από εξωτερική πίεση, ως συμμόρφωση και ενσωμάτωση της συγκεκριμένης κοινωνίας στο ευρύτερο δίκτυο των διεθνών μηχανισμών παραγωγής πλούτου και ισχύος. Η μεταμόρφωση αυτή αντιστοιχεί και σε μία οριακή εκρίζωση από τον τόπο, εκρίζωση δίχως μετακίνηση, γι' αυτό και οριακή, αλλά εκρίζωση υπό την έννοια της δημιουργίας μίας απροσμέτρητης ψυχικής απόστασης ανάμεσα στο ανθρώπινο υποκείμενο και τον τόπο, απαραίτητης προκειμένου να μπορεί το υποκείμενο να αντιληφθεί τον τόπο ως εξωγενή προς τον εαυτό του και άρα ως αντικείμενο μεταπράτησης και ανταλλαγής.

Προκειμένου η τοπικότητα να μετασχηματιστεί σε ανταλλακτική αξία, η πρωτογενής αξία χρήσης ενός τόπου πρέπει να μηδενιστεί. Ως μόνη αξία χρήσης μένει η τουριστική αξία, που όμως είναι εξ ορισμού αξία ανταλλαγής, και εξ αυτού του γεγονότος προκύπτει πως η αξία χρήσης ενός τόπου τείνει προς το μηδέν όσο η τουριστική του αξία μεγαλώνει. Μία βόλτα σε ευρωπαϊκές τουριστικές πόλεις-φαντάσματα, όπου η καθημερινή ζωή έχει χαθεί, όπως η Βενετία, η Μπρυζ ή η Σιένα, που σε παρελθούσες εποχές υπήρξαν κεντρικοί κόμβοι εξουσίας, πλούτου και πολιτισμικής λάμψης, είναι επαρκές πειστήριο για το γεγονός ότι αυτή η εκμηδένιση της αξίας χρήσης δεν αφορά μονάχα φτωχές παραδοσιακές κοινότητες στις παρυφές του 'αναπτυγμένου' κόσμου.

Η εκμηδένιση της αξίας χρήσης προσανατολίζει την χρονικότητα της τουριστικής κοινότητας προς τον εφήμερο, παροδικό μα και περιοδικό τουριστικό χρόνο των διακοπών. Όχι των διακοπών της κοινότητας, μα των διακοπών των άλλων, των τουριστών, οι οποίοι διακόπτουν τον χρόνο της δικής τους, διαφοροποιημένης, καθημερινότητας για να αποικίσουν την αδιαφοροποίητη καθημερινότητα ενός τόπου εκριζωμένου, που προσφέρεται, ως τέτοιος, στην κατανάλωση δίχως δέσμευση, που είναι εξάλλου και η ουσία του 'καλοκαιρινού έρωτα'. Ο τουριστικός χρόνος είναι για τον τουρίστα χρόνος ελεύθερος,

ενώ για την τουριστική κοινότητα, που δεν ταυτίζεται με τον τουρίστα αλλά με το πεδίο εφαρμογής του τουριστικού χρόνου, είναι χρόνος αποικισμένος.

Η φράση 'τουριστική βιομηχανία' υποδηλώνει επίσης μια ιστορική γενεαλογία του φαινομένου του μαζικού τουρισμού, που πρωτοεμφανίζεται μέσα στο ευρύτερο κοινωνικοϊστορικό πλέγμα της Βιομηχανικής Επανάστασης. Στο πλαίσιο των κοινωνικών φαντασιακών σημασιών που συμβαδίζουν με την εκβιομηχάνιση των Δυτικών κοινωνιών, ο τουρισμός εξαρχής συνδέεται με την διαίρεση/διαστρέβλωση του κοινωνικού χρόνου σε χρόνο εργασίας και ελεύθερο ή προς διάθεση χρόνο. Αυτή η βιομηχανική διαίρεση του κοινωνικού χρόνου συνεπάγεται και μία ριζική αντιστροφή των πόλων, αφού πλέον ο δημόσιος χρόνος ταυτίζεται με την εργασία, καθώς οι τόποι εργασίας καταλαμβάνουν το επίκεντρο του δημόσιου χώρου, ενώ ο ιδιωτικός χρόνος ταυτίζεται με την αναψυχή, καθώς οι κοινωνικές τελετουργίες συρρικνώνονται στη φαντασμαγορία του εσωτερικού, ιδιωτικού χώρου. Ο Walter Benjamin, στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, περιέγραψε το υποκείμενο-ιδιώτη σε συνάρτηση με την φαντασμαγορία του εσωτερικού χώρου ως εξής:

«Από αυτό προκύπτει η φαντασμαγορία του εσωτερικού χώρου – που, για το ιδιωτικό άτομο, αναπαριστά το σύμπαν. Στον εσωτερικό χώρο, φέρνει κοντά απομακρυσμένους τόπους και αναμνήσεις του παρελθόντος. Το σαλόνι του είναι ένα θεατρίο στο θέατρο του κόσμου.»⁴

Ο τουριστικός χρόνος αποτελεί μία ιδιαίτερη μορφή του προς διάθεση χρόνου, που αντιστρέφει το σχήμα του Benjamin δίχως να το ακυρώνει, καθώς συνιστά την μεταφορά της φαντασμαγορίας του ιδιωτικού χώρου σε άλλους τόπους, την ταύτιση της αναψυχής με την απόδραση, και την ταύτιση του ελεύθερου χρόνου με την κατανάλωση.

Ο Marcel Proust, περιγράφοντας στο Αναζητώντας τον Χαμένο Χρόνο ένα εφηβικό ταξίδι του Αφηγητή στη λουτρόπολη του Μπαλμπέκ, συνδέει ακόμη την ανοικειότητα του προορισμού με την τραγικότητα μα και την ουσία του ταξιδιού:

«Δυστυχώς οι θαυμαστοί αυτοί χώροι, οι σιδηροδρομικοί σταθμοί, απ' όπου φεύγει κανείς για έναν μακρινό προορισμό, είναι και χώροι τραγικοί, γιατί αν πραγματώνεται εκεί το θαύμα χάρη στο οποίο οι τόποι που υπήρχαν ως τότε μόνο στη σκέψη μας, θα γίνουν οι τόποι μέσα στους οποίους θα ζήσουμε, για τον λόγο αυτό πρέπει να πάψει κανείς να προσμένει, βγαίνοντας από την αίθουσα αναμονής, να ξαναβρεί σε λίγο το οικείο δωμάτιο όπου βρισκόταν πριν από μόλις μια στιγμή.»⁵

⁴ W. Benjamin, *The Arcades Project*, Harvard University Press (Massachusetts: 1999), σελ. 9.

⁵ Μ. Προυστ, *Αναζητώντας τον Χαμένο Χρόνο II – Στον ίσκιο των ανθισμένων κοριτσιών*, μτφρ. Παύλος Ζάννας, Γαλλικό Ινστιτούτο Αθηνών (Αθήνα: 1997), σελ. 189.

Αυτή ακριβώς η τραγικότητα του ανοίκειου, που ενέπνευσε τα παραδοσιακά ταξίδια των περιηγητών, των προσκυνητών και των εξερευνητών, και την οποία ο Αφηγητής ακόμη ιχνηλατεί στους σιδηροδρομικούς σταθμούς, που ενώνουν «δύο ξεχωριστές ατομικότητες της γης»⁶ υπήρξε το εμπόδιο το οποίο ισοπέδωσε η τουριστική βιομηχανία, ισοπεδώνοντας όχι τις ατομικότητες της γης, αλλά κυρίως τις ατομικότητες των κοινωνιών, τους ξεχωριστούς ιδιόχρονους των κοινωνιών. Εξάλλου, αυτό που είναι ανοίκειο για την ατομική μνήμη του Αφηγητή το έχει ήδη οικειοποιηθεί το κοινωνικό φαντασιακό που ενσαρκώνει ο σιδηρόδρομος.

Ο ιδιώτης τουρίστας δεν μεταφέρει μόνο το άτομό του στον τουριστικό τόπο, αλλά και το φαντασιακό σαλόνι του, καθώς αναζητά το οικείο μέσα στο ανοίκειο τοπίο, που όμως στην πραγματικότητα το έχει οικειοποιηθεί εκ των προτέρων, ως τουριστικό προορισμό. Ο ιδιωτικός προς διάθεση χρόνος, ως ρυθμισμένη και καθορισμένη ασυνέχεια του καθημερινού δημόσιου χρόνου της εργασίας, δεν απειλεί τον τελευταίο, αλλά εμφανίζεται ως αναγκαίο συμπλήρωμα και ουσιαστική δικαίωσή του.

Η Μεγάλη Βρετανία υπήρξε ο γενέθλιος τόπος της Βιομηχανικής Επανάστασης και επίσης, η πρώτη χώρα που προώθησε και καθιέρωσε την κατάτμηση του κοινωνικού χρόνου σε χρόνο εργασίας και χρόνο διακοπών⁷. Το πρώτο οργανωμένο ταξιδιωτικό γραφείο εμφανίστηκε στην Μεγάλη Βρετανία το 1758, η εταιρεία Cox & Kings, ενώ το 1841 ο Thomas Cook οργάνωσε την πρώτη ομαδική τουριστική περιήγηση με τρένο, δίνοντας το έναυσμα για την καθιέρωση του μαζικού τουρισμού. Το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού ουσιαστικά συμβάδισε με την ανάπτυξη των σιδηροδρομικών δικτύων, που μείωσαν το κόστος και τις αποστάσεις τις διαδρομής, ταξινομώντας εκ νέου την ύπαιθρο κατά το πρότυπο της οργάνωσης της πόλεως, σε κόμβους, σταθμούς, προορισμούς εμπορευμάτων και προορισμούς ανθρώπων. Ο σιδηρόδρομος 'σιδέρωσε' την γεωγραφία των ανθρώπινων διαδρομών, και ομογενοποίησε τους τόπους, διαγράφοντας πρώτα την γεωγραφική ποικιλομορφία του τοπίου κάτω από την ευθεία της σιδηροδρομικής γραμμής και έπειτα υποβαθμίζοντάς το σε σκηνικό, σε φόντο, σε στοιχείο απόμακρο που στέκει απέναντι από τον ταξιδιώτη.

Ο σιδηρόδρομος, εμβληματική φιγούρα της Βιομηχανικής Επανάστασης, αποτελεί επίσης την πρώτη εμβληματική φιγούρα του μαζικού τουρισμού. Αλλά το σιδηροδρομικό δίκτυο είναι επιπλέον και η εμβληματική φιγούρα και το κύριο όχημα επιβολής της Αποικιοκρατίας. Ο σιδηρόδρομος εξασφάλισε την 'εξημέρωση' του άγριου τοπίου και των

⁶ Ο.π.

⁷ Singh, L. K. «Issues in Tourism Industry», στον τόμο *Fundamental of Tourism and Travel*, Isha Books (Ν.Δελχί: 2008), σελ.189

κοινωνιών που το κατοικούσαν, τη μεταφορά στρατευμάτων και εμπορευμάτων, την ομογενοποίηση και καθυπόταξη απομακρυσμένων περιοχών στις φορολογικές και διοικητικές αποικιοκρατικές ενότητες. Ο Sir Richard Burton, που αναφέρθηκε προηγουμένως, ο εξερευνητής των άγνωστων λαών, απέχει από τον Cecil Rhodes, τον απόλυτο αφέντη και ονομαστικό ιδιοκτήτη της Κεντρικής Αφρικής (ιδρυτή της 'Ροδεσίας' το 1895) όχι μόνο κατά λίγες δεκαετίες, αλλά κατά έναν κοινωνικοϊστορικό μετασχηματισμό. Δηλαδή, την πλήρη εγκαθίδρυση του αποικιοκρατικού συστήματος, που αντικαθιστά τον πρώιμο 'Οριενταλισμό' της 'εξωτικής Ανατολής' με την φαντασιακή σημασία της 'εκπολιτιστικής αποστολής του λευκού ανθρώπου', την οποία εκφράζει ρητά ο Rudyard Kipling το 1899, στο ποίημά του *The White Man's Burden: The United States and the Philippine Islands*, με το οποίο προσκαλεί τις Η.Π.Α. να αποικίσουν τις Φιλιππίνες. Η αποικιοκρατία συνδέθηκε με μία 'πολιτισμική αποστολή' που έμελλε να επιτεθεί στους ιθαγενικούς κοινωνικούς θεσμούς στο σύνολό τους, όχι απλώς στις παραγωγικές και εμπορικές δομές, προσαρμόζοντάς τους βίαια στο βιομηχανικό (και εθνικό) πρότυπο της Δύσης. Ο επακόλουθος μαζικός τουρισμός υπήρξε ταυτόχρονα η επικύρωση και ο τοποτηρητής της εισβολής των σημασιών του κυρίαρχου φαντασιακού όχι μονάχα κατά τη στιγμή της κατάκτησης αλλά και κατά τη διάρκεια, σε μία ανεπανόρθωτη καταστροφή του ιδιόχρονου της υποταγμένης κοινωνίας και έναν ανεπίστρεπτο αποικισμό του κοινωνικού χρόνου από την κυρίαρχη χρονικότητα της κυκλοφορίας εμπορευμάτων και τουριστών.

Διαπιστώνουμε λοιπόν μία κοινή μήτρα του βιομηχανικού, του αποικιοκρατικού και του τουριστικού φαινομένου, που είναι η μήτρα των καπιταλιστικών φαντασιακών σημασιών, δηλαδή της απεριόριστης επέκτασης της ψευδοορθολογικής κυριαρχίας επί της φύσης και της κοινωνίας. Στο πεδίο του κοινωνικού χρόνου αυτό εκφράζεται με την καθιέρωση της χρονικότητας των οικονομικών διεργασιών ως κυρίαρχο μέτρο του δημόσιου χρόνου και την συνεπακόλουθη αντιστροφή των πόλων, του δημόσιου χρόνου σε χρόνο εργασίας και του ιδιωτικού χρόνου σε χρόνο προς διάθεση. Ο τουριστικός χρόνος αποτελεί μία ιδιαίτερη περίπτωση της επανενσωμάτωσης του 'ελεύθερου' ή προς διάθεση χρόνου στον ευρύτερο παραγωγικό κοινωνικό χρόνο, στον οποίο ήδη ανήκει ο χρόνος της εργασίας. Η επανενσωμάτωση συμβαδίζει με την εμφάνιση της φαντασιακής σημασίας της μαζικής κατανάλωσης, που αποτελεί συνάμα το ψυχικό προϊόν και την έσχατη δικαίωση της φαντασιακής σημασίας της μαζικής παραγωγής, καθώς οι καταναλωτικές διεργασίες ενσωματώνονται σε νέες παραγωγικούς τομείς. Ο τουριστικός χρόνος, που παράγεται ως χρόνος προς μαζική κατανάλωση, περιοδικός και καθορισμένος αποτελεί μία σχεδόν καθαρή μορφή του καταναλωτικού χρόνου.

Ο τουριστικός χρόνος είναι ο κατεξοχήν καταναλωτικός χρόνος ως παραγόμενο προϊόν. Δηλαδή ως αποτέλεσμα βιομηχανικού σχεδιασμού και όχι ως ενδεχομενικότητα ή επιλογή. Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι η *οργάνωση*, η *περιοδικότητα* και η *παροδικότητα* που εξασφαλίζουν την *προσβασιμότητα* και την *κατανάλωση*.

Η οργανωμένη κατ' αυτόν τον τρόπο περιοδική και παροδική χρονικότητα φαίνεται επιφανειακά ασυνεχής, ως παύση της καθημερινότητας, μα είναι βυθισμένη στο καθημερινό συνεχές του παραγωγικού/καταναλωτικού κοινωνικού χρόνου. Ο τουριστικός χρόνος, εξ ορισμού κατακερματισμένος και ασυνεχής, δεν ολοκληρώνεται καθ' εαυτός παρά μόνο σε συνάρτηση με την καθημερινότητα του εργασιακού χρόνου, με δύο τρόπους:

Είτε, από τη σκοπιά της κοινότητας του τουριστικού τόπου (η τουριστική κοινότητα του προορισμού) μέσα από την πλήρη ενσωμάτωσή του τουρισμού στον παραγωγικό, εργασιακό χρόνο, καθυποτάσσοντας κάθε κοινωνική σχέση και εργασία στις ανάγκες του τουρισμού· είτε, από τη σκοπιά του τουρίστα με την τοποθέτηση των αναμνηστικών και των αναμνήσεων του ταξιδιού στο συνεχές του ιδιωτικού του χρόνου και στο κλειστό σύμπαν του ιδιωτικού του χώρου, όπως μας περιέγραψε ο Benjamin.

Έτσι, ο τουριστικός χρόνος είναι προορισμένος, στο διυποκειμενικό επίπεδο, ως σχέση του τουρίστα με τους ανθρώπους του τόπου, να καταναλωθεί γρήγορα και εξωτερικά, δίχως καμία αξίωση δέσμευσης ή διάρκειας. Ο έφηβος Αφηγητής του Proust, στις διακοπές του στη λουτροπόλη του Μπαλμπέκ, προσπαθεί να συναναστραφεί με τις «εκλεκτές προσωπικότητες» της 'καλής κοινωνίας' της περιοχής, έναν κλειστό κύκλο από θαμώνες, «που έβλεπε με ύποπτο μάτι κάθε νεοφερμένο»⁸. Αλλά απογοητεύεται από την αδιαφορία της γιαγιάς του, η οποία σε αντίθεση με τον θνησιγενή κόσμο της αριστοκρατίας, είναι περισσότερο συντονισμένη με την ουσία του τουριστικού χρόνου και των συναφών παροδικών σχέσεων:

*«Η γιαγιά μου είχε σαν αρχή πως στο ταξίδι δεν πρέπει να έχεις σχέσεις, πως δεν πας κοντά στη θάλασσα για να δεις κόσμο, πως έχεις όλον τον καιρό γι' αυτό στο Παρίσι, πως ο κόσμος θα σε κάνει να χάσεις σε ευγένειες, σε συμβατικότητες, τον πολύτιμο χρόνο που πρέπει κανείς να τον περάσει όλο στο ύπαιθρο, μπροστά στα κύματα.»*⁹

Ο τουριστικός χρόνος ως παρόν, δηλαδή ως συνύπαρξη και άμεση συσχέτιση με τον άλλο, οργανώνεται ως κατ' ουσίαν παροδικός και εφήμερος, δίχως δέσμευση. Μέλλει να ολοκληρωθεί, ως *διακοπή* της καθημερινότητας, μόνο σε ένα μεταγενέστερο, ιδιωτικό παρόν, με την ενσωμάτωσή του ως ανάμνηση, στο συνεχές της καθημερινότητας. Οι σύγχρονες τεχνολογίες καταγραφής, οι κάμερες και τα smart-phone υλοποιούν αυτή την

⁸ Μ. Προυστ, *Αναζητώντας*, σελ. 216.

⁹ Ο.π. σελ. 224.

υπόσχεση της μελλοντικής ολοκλήρωσης του τουριστικού παρόντος ως ανάμνηση, αποκρυσταλλώνοντας τις στιγμές σε εικόνες, δίνοντας μορφή ακολουθίας γεγονότων στα *memorabilia* που θα καταναλωθούν πραγματικά ως αναμνήσεις.

Το αποκρυσταλλωμένο παρελθόν είναι το παραγόμενο προϊόν του τουριστικού χρόνου και ως τέτοιο, ως αποκρυσταλλωμένο και νεκρό θραύσμα του παρελθόντος, προσφέρεται προς κατανάλωση στο μέλλον. Εκεί η επιφανειακή οικειότητα του τουριστικού παρόντος γίνεται ξανά οριακά ανοίκεια, ως εξωτική εικόνα, προσφέροντας επιτέλους την απόλαυση του ταξιδιού στον τουρίστα, την εικόνα του εαυτού του σε έναν εξωτικό τόπο.

«Η σκέψη αφήνει να μας ξεφύγει η αλυσίδα από τις περασμένες μέρες, κρατά γερά μόνο την τελευταία άκρη – συχνά φτιαγμένη με μέταλλο ολότελα διαφορετικό από το μέταλλο των κρίκων που χάθηκαν τη νύχτα – και στο ταξίδι μας μέσα στη ζωή δεν θεωρεί πραγματικό παρά μόνο τον τόπο στον οποίο βρισκόμαστε τώρα.»¹⁰ Αυτό κατανοεί ο Αφηγητής στο τέλος του καλοκαιριού στο Μπαλμπέκ, μα από αυτό προφυλάσσει η σύγχρονη τεχνολογία που συμπληρώνει την ανάγκη μνημόνευσης που βρίσκεται στην ουσία του τουριστικού χρόνου και αναπληρώνει την ρητή παροδικότητα του τουριστικού παρόντος. Η δυνατότητα μνημόνευσης του τουριστικού τόπου, που είναι αναγκαία για την ολοκλήρωση της απόλαυσης του τουριστικού χρόνου, υπήρξε εξαρχής και ήταν το κίνητρο πίσω από την βιομηχανία των αναμνηστικών και των σουβενίρ, πολύ πριν τις *selfies*.

Η βιομηχανία των *memorabilia*, απαραίτητο συμπλήρωμα της τουριστικής βιομηχανίας, εκφράζει την στενή εξάρτηση του τουριστικού χρόνου από την ατομική μνήμη, στην οποία επενδύεται και η σημασία του ταξιδιού, το οποίο δεν έχει κάποιο άλλο σκοπό, όπως είχε παλαιότερα η εξερεύνηση, η περιήγηση ή και το προσκύνημα (που είχαν εμπορικούς, εκπαιδευτικούς ή θρησκευτικούς σκοπούς). Ο τουρισμός παρουσιάζεται ως αυτοσκοπός, αλλά η ρητή παροδικότητα και το εγνωσμένο εφήμερο της τουριστικής εμπειρίας απαιτεί το συμπλήρωμα διάρκειας το οποίο εξασφαλίζει το αναμνηστικό, το σουβενίρ, η φωτογραφία, που όλα ανήκουν στην κατηγορία: *τουριστικό λάφυρο*.

Η βιομηχανία των *memorabilia*, που επενδύει οργανωμένα στο παραγόμενο προϊόν του τουριστικού χρόνου, δείχνει πόσο βαθιά αλλάζει ο ίδιος ο τουριστικός τόπος εν σχέσει προς τη δική του ιστορία, εν σχέσει προς τον κοινωνικό ιδιόχρονο, ο οποίος υποβαθμίζεται και αυτός, πραγματοποιείται, σαν ένα φαντασικό *memorabilia*, ένα αναμνηστικό προς κατανάλωση. Ο τουριστικός τόπος καθίσταται έτσι τουριστικός στην φαντασική του πληρότητα, προσφέροντας προς κατανάλωση όχι μόνο το παρόν, αλλά και το παρελθόν του και συνεπώς και το μέλλον. Ο μετασχηματισμός του κοινωνικού χρόνου σε καταναλωτικό

¹⁰ Ο.π. σελ. 439.

χρόνο συνεπάγεται την ισοπέδωση και την ομογενοποίηση του παρελθόντος, δηλαδή την βίαιη περιστολή του σημασιακού του πλούτου στην απλοϊκή και γυμνή σημασία της κερδοφορίας, όπως και τον τεμαχισμό του μέλλοντος σε ορισμένα, διακριτά και καταναλώσιμα τμήματα, τουριστικές περιόδους, οργανωμένες αποδράσεις, υπομονετικούς εργάσιμους μήνες. Όμως αυτό προϋποθέτει μία εκρίζωση και μία απόσπαση από το παρελθόν και από το μέλλον, μία αντικειμενοποίηση της Ιστορίας και μία απονέκρωση που δεν μπορεί να είναι απλώς τοπική και να περιορίζεται στον τουριστικό χρόνο.

Μάλλον ο τουριστικός χρόνος, ως κατεξοχήν καταναλωτικός και ως κατεξοχήν αναμνηστικός, μας δίνει μία πιο καθαρή εικόνα μίας γενικότερης στάσης απέναντι στην Ιστορία.

Ο Κορνήλιος Καστοριάδης, το διαπιστώνει, όταν αναφέρεται στην κρίση των σημασιών της σύγχρονης κοινωνίας:

«Ναι. Ακριβέστερα σήμερα υπάρχει ένας φαντασιακός χρόνος που συνίσταται στην άρνηση του πραγματικού παρελθόντος και του πραγματικού μέλλοντος· ένας χρόνος χωρίς πραγματική μνήμη και χωρίς πραγματικό πρόταγμα. Αυτού του πράγματος, τω όντι, η τηλεόραση συγκροτεί μια εικόνα πολύ ισχυρή και πολύ συμβολική: η Σομαλία ήταν εχθές μια δημοσιογραφική αποκλειστικότητα (scoop), σήμερα δεν είναι. Και εάν η Ρωσία εκραγεί, όπως φαίνεται ότι προς τα εκεί πηγαίνει, θα μιλήσουν δυο ημέρες γι' αυτήν, μετά θα την ξεχάσουν. Δεν υπάρχει πλέον πραγματικός χρονικός ρυθμός αλλά αυτό το οποίο εσείς αποκαλείτε ένα συνεχές παρόν, το οποίο είναι μάλλον μια μελάσα, ένας πραγματικά ομοιογενής ζωμός, όπου όλα έχουν συνθλιβεί και τοποθετηθεί στο ίδιο επίπεδο σημασίας και σπουδαιότητας. Τα πάντα είναι παρμένα μέσα σ' αυτήν την ομοιόμορφη ροή εικόνων και αυτό είναι αλληλένδετο με την απώλεια του ιστορικού μέλλοντος, την απώλεια του προτάγματος και την απώλεια της παράδοσης· το γεγονός ότι το παρελθόν αποτελεί είτε ένα αντικείμενο πολυμάθειας για τους έξοχους ιστορικούς που έχουμε είτε ένα τουριστικό παρελθόν: επισκέπτεται κανείς την Ακρόπολη όπως τους καταρράκτες του Νιαγάρα, την Ιταλία όπως τις Σεϊχέλες. Το παρελθόν αποτελεί πραγματικό μέρος του τουριστικού γύρου: μια ημέρα στην Αθήνα, μια ημέρα στη Μύκονο, μια ημέρα στους Δελφούς κ.λπ. Εδώ, το πλέον τετριμμένο συναντά το πλέον βαθύ. Μ' αυτή την έννοια επίσης, το πνεύμα της εποχής είναι το τετριμμένο.»¹¹

¹¹ Από συνέντευξη αυτή του Κορνηλίου Καστοριάδη στον Marc Weitzmann που δημοσιεύθηκε στο περιοδικό L' autre journal αρ. 2, Μάρτιος του 1993 (σελ. 10-17). Απόδοση στα ελληνικά: Κωνσταντίνα Καρακάλου

Πηγή: http://www.lifo.gr/articles/ideas_articles/158482

Το παρελθόν ως τουριστικός προορισμός είναι το αποτέλεσμα της επιβολής ενός συνεχούς παρόντος δίχως κοινωνικό πρόταγμα, δίχως το στοιχείο της ρήξης και της αμφισβήτησης που φέρει την ενεργή ασυνέχεια, την 'ανατίναξη του χρόνου' που έλεγε ο Benjamin, τον καιρό της πράξης. Η απώλεια της ζωντανής σχέσης με το παρελθόν, η τουριστικοποίησή του, η απολίθωσή του σε μία αδιαφοροποίητη επιφάνεια εικόνων δίχως βάθος νοήματος ή βάθος βιώματος, σηματοδοτεί την έκλειψη του πολιτικού δημόσιου χρόνου, την ανευθυνότητα της κοινωνίας, την απώλεια του κοινού μέλλοντος. Δεν έχουμε εδώ μία διαφωτιστική απόσταση από την παράδοση. όπως εκφράζει η δημοκρατική ρήξη με την αυθεντία που προκύπτει από τον κριτικό αναστοχασμό της παράδοσης και την επίγνωση της κοινωνικής ιστορικότητας. Εδώ έχουμε την ισοπέδωση του παρελθόντος σε τουριστικό χρόνο, μία νεωτερική μορφή ετερονομίας, που είναι η *απόσπαση*, όχι η απόσταση, του παρόντος από το παρελθόν. Δεν έχουμε να κάνουμε με μία κριτική επανεξέταση των αιτιωδών συναφειών και συνεπειών της ιστορίας, αλλά με μία άρνηση κάθε αιτιώδους συνάφειας, εκτός από την συνάφεια της καταναλωτικής ισοδυναμίας.

Ο Καστοριάδης διακρίνει καταρχάς, δύο τύπους σχέσης των κοινωνιών με την παράδοση στην Ιστορία. Ο πρώτος είναι, θα λέγαμε, ο παραδοσιακός τύπος της ετερονομίας, η αφομοίωση του θεσμιζόντος φαντασιακού στη θεσμισμένη παράδοση, η αυστηρή επανάληψη και καθιέρωση των παραδοσιακών σημασιών, η στεγανοποίηση του νοήματος, αυτό που ο Μαρξ ονόμαζε η επιβολή του παρελθόντος επί του παρόντος.

Ο δεύτερος, που εμφανίζεται με την δημοκρατική ρήξη στην αρχαία Ελλάδα, είναι καινούργιος, δημιουργία του κινήματος της αυτονομίας και εκφράζει μία ενεργητική στάση απέναντι στο παρελθόν, που συνάδει με την απελευθέρωση του θεσμιζόντος φαντασιακού και της συλλογικής δημιουργικότητας. Συμβαδίζει με την δημιουργία ενός ελεύθερου δημόσιου κοινωνικού χρόνου και χώρου, με επίκεντρο τον δημόσιο πολιτικό χρόνο της αυτόνομης κοινωνίας, που αναγνωρίζει την ιστορικότητά της και τη σχετικότητα των θεσμών της. Και, όπως διευκρινίζει ο Καστοριάδης:

*«Εν τούτοις, αυτά με κανέναν τρόπο δεν σημαίνουν απεμπόληση ή λησμονιά της παράδοσης. Συμβαδίζουν με την διαμόρφωση μιας νέας σχέσης ανάμεσα στο παρόν και το παρελθόν, που μπορεί να τη χαρακτηρίσει κανείς με δυο λέξεις φαινομενικά αντιφατικές, **σεβασμός και μεταμόρφωση**. Η αντίφαση αίρεται άμα σκεφτούμε ότι σ' αυτό το πεδίο σεβασμός δεν σημαίνει τυφλή λατρεία και παγωμένη συντήρηση, αλλά*

αναζωογόνηση του παρελθόντος μέσω της μεταμόρφωσης των στοιχείων του που έτσι γίνονται σημαντικά για το παρόν.»¹²

Απεμπόληση ή λησμονιά είναι η απόσπαση από το παρελθόν, που το καθιστά τουριστικό χρόνο. Και εδώ έχουμε μία τρίτη μορφή της σχέσης προς το παρελθόν, μία ιδιαίτερη περίπτωση της νεωτερικής ετερονομίας, δηλαδή της μη-θρησκευτικής ετερονομίας. Μία τέτοια σχέση έχει απαλλαγεί από τα δεσμά της παράδοσης αλλά έχει επίσης απεμπολήσει την ενεργητική στάση απέναντι στην παράδοση, βυθισμένη ξανά σε μία νέα ετερονομία, την ετερονομία της ταξινόμησης και της απονέκρωσης. Η λησμονία συνοδεύει την τουριστικοποίηση, καθώς βασίζεται στο ίδιο έδαφος της ισοπέδωσης του νοήματος και της ομογενοποίησης της σημασίας, στον ελάχιστο παρονομαστή του κέρδους.

Έτσι διαμορφώνεται η νεωτερική ετερονομία, η τουριστική σχέση προς το παρελθόν, που συνίσταται στην απώλεια της πράξης στο παρόν και την παθητικότητα απέναντι στο μέλλον. Ο Καστοριάδης, εντόπισε και αυτή την νεωτερική μορφή ετερονομίας στη σχέση της κοινωνίας με την Ιστορία της:

«Όσο για το ζήτημα της παράδοσης, μια κοινωνία δεν είναι υποχρεωμένη να την επαναλαμβάνει για να έχει κάποια σχέση μαζί της· συμβαίνει μάλιστα ακριβώς το αντίθετο. Μια κοινωνία μπορεί να έχει με το παρελθόν της μια σχέση αυστηρής επανάληψης·—είναι η περίπτωση των λεγομένων ακριβώς παραδοσιακών κοινωνιών—, ή απλώς εραυιστική, μουσειακή και τουριστική και αυτή είναι όλο και περισσότερο η περίπτωση της δικής μας κοινωνίας. Και στις δυο περιπτώσεις πρόκειται για ένα νεκρό παρελθόν. Ένα ζωντανό παρελθόν δεν μπορεί να υπάρχει παρά μόνο για ένα παρόν δημιουργικό και ανοιχτό στο μέλλον.»¹³

Η τουριστική σχέση με το παρελθόν δεν είναι απλώς ένα περιορισμένο φαινόμενο του παραγωγικού χρόνου. Συνδέεται με τον πυρήνα των κυρίαρχων φαντασιακών σημασιών και εκφράζεται στην φαντασιακή διάσταση του κοινωνικού χρόνου ως ιστοριολογικός χρόνος με τη μορφή της κυρίαρχης εθνικής και εθνικιστικής αφήγησης. Ιδίως στην νεοελληνική περίπτωση, ενός εθνοκράτους που οικοδομήθηκε βιαίως πάνω στην διαρκή αναφορά σε ένα πλαστό και φαντασιακό παρελθόν, ο τουριστικός χρόνος είναι η αποκλειστική πραγματικότητα της σχέσης της κοινωνίας με την ιστορία της. Οι κοινωνικές φαντασιακές σημασίες, όπως εξηγεί ο Καστοριάδης, είναι το *αόρατο εμμενές* που δημιουργεί το κοινωνικό φαντασιακό ως *εμμενής υπερβατικότητα*.

¹² Κ. Καστοριάδης, Διάλεξη στον Τριπόταμο Τήνου στις 20/8/1994 . Δημοσιεύτηκε στην Ελευθεροτυπία στις 21/8/1994.

¹³ Κ. Καστοριάδης, Η κατάρρευση της Δύσης, μτφρ. Αλ. Μουρίκη.
Πηγή : <http://www.respublica.gr/2015/03/column/collapseofwest/>

«Και μαζί με αυτό το αόρατο εμμενές εμφανίζεται η ιδεατότητα. Ιδεατότητα σημαίνει ότι η σημασία δεν είναι αυστηρά συνδεδεμένη με ένα στήριγμα και ότι υπερβαίνει όλα τα επιμέρους στηρίγματά της – χωρίς βέβαια να μπορεί ποτέ ν' απαλλαγεί γενικά από την ανάγκη κάποιου στηρίγματος εν γένει.»¹⁴

Η ιδεατότητα του παρελθόντος, που εξαρτάται από το πλέγμα των κυρίαρχων φαντασιακών σημασιών, το καθιστά ανοιχτό σε επανερμηνείες και πρόσφορο έδαφος νομιμοποίησης της εξουσίας. Το παρελθόν που προσφέρεται ως τουριστικός προορισμός δεν είναι το πρόσφατο παρελθόν, αλλά το απώτερο παρελθόν, που βρίσκεται πέραν από τον ορίζοντα της ζωντανής κοινωνικής μνήμης. Το αρχαίο παρελθόν, ο Παρθενώνας, προσφέρεται σε επανερμηνεία και σε διαρκή κατανάλωση, γιατί η κοινωνικοϊστορική απόσταση βοηθά την απόσπαση, γιατί είναι ήδη αρχαία ιστορία, γιατί δεν υπάρχει άμεση συνέχεια.

Το νεοελληνικό κοινωνικό φαντασιακό παρουσιάζει την ιδιαιτερότητα της άμεσης εξάρτησης από ένα επίπλαστο παρελθόν στο οποίο συγχρωτίζονται δύο εξ' ορισμού αντιφατικές παραδόσεις, η αρχαία ελληνική και η ανατολική χριστιανική, η Αθήνα και το Βυζάντιο, που και οι δύο έχουν αναδειχθεί σε θεμέλια δικαίωσης του εθνοκράτους. Το γεγονός ότι τόσο η εξάρτηση από το πλαστό παρελθόν όσο και η παραμορφωμένη φαντασιακή εικόνα αυτού του πλαστού παρελθόντος δεν αντέχουν σε κριτική εξέταση οδήγησε στις τερατώδεις πολιτικές της 'εθνοκφοσύνης' και της εθνοκάθαρσης. Ο Καστοριάδης, που είχε βιωματική επίγνωση αυτών των στρεβλώσεων, έλεγε:

«Καθ' όσο ξέρω, είμαστε ο μόνος λαός με μεγάλο πολιτιστικό παρελθόν που πρόσφερε στον κόσμο το γελοίο και θλιβερό θέαμα προσπάθειας τεχνητής επαναφοράς της γλώσσας που μιλιόταν πριν από 25 αιώνες.»¹⁵

Η διγλωσσία που επιβλήθηκε με τη βία, η κατάπιξη της παραδοσιακής πολυχρωμίας των νησιώτικων οικισμών των Κυκλάδων κάτω από τη φρικτή ομοιογένεια του γαλανόλευκου από το καθεστώς Μεταξά, το τέχνημα του πιο γνωστού 'ελληνικού παραδοσιακού χορού' που ονομάστηκε συρτάκι και γράφτηκε από τον 'υπερπατριώτη' Θεοδωράκη για την ταινία *Zorba the Greek* το 1965, όπως και η ίδια η ταινία, όλα είναι στοιχεία του νεοελληνικού τουριστικού χρόνου, όλα είναι προϊόντα των πολιτικών που κατέστησαν το παρελθόν τουριστικό προορισμό.

Το τίμημα ήταν η απώλεια της ιστορικής μνήμης, η ισοπέδωση των νοημάτων, η άγνοια της παράδοσης και η εγκατάλειψη του πολιτικού προτάγματος του δημοκρατικού

¹⁴ Κ. Καστοριάδης, «Ανθρωπολογία, πολιτική, φιλοσοφία», μτφρ. Κων. Καρακάλου, περιοδικό *Νέα Κοινωνιολογία*, τ. 31, Φθινόπωρο 2000, σελ. 24.

¹⁵ Διάλεξη στον Τριπόταμο, βλ. παραπάνω.

μετασχηματισμού. Η μονομέρεια της εκπαίδευσης και η απώλεια της παιδείας, όπως αρμόζει σε πελάτες, τουρίστες και καταναλωτές, που κατοικούν την επιφανειακή παροντικότητα της επανάληψης.

Με βάση αυτές τις διαπιστώσεις, μπορούμε να πούμε ότι ο τουριστικός χρόνος μας φράσει το δρόμο προς την αλήθεια. Για να το κατανοήσουμε, μας βοηθά η διάκριση που θέτει ο Καστοριάδης ανάμεσα στην *ορθότητα* (Richtigkeit) και την *αλήθεια* (Wahrheit). Ορθότητα είναι η ιδιότητα των λογικών ταυτολογιών, όπως το $1+1=2$. Αντιθέτως, αλήθεια θεωρείται «*η ίδια η κίνηση που διαρρηγνύει την εκάστοτε κατεστημένη κλειστότητα και αναζητεί, μέσα στην προσπάθεια για λογική συνοχή και για λόγον δίδοναι, να συναντηθεί με αυτό που υπάρχει.*»¹⁶ Πεδίο της αλήθειας είναι το κοινωνικοϊστορικό, συνεπώς κοινωνικοϊστορικές είναι και οι προϋποθέσεις της, δηλαδή ένας ελεύθερος δημόσιος χώρος και χρόνος, ένας «δημόσιος χώρος και ένας δημόσιος χρόνος ανακλαστικού στοχασμού.»¹⁷

Αντιθέτως, ο τουριστικός χρόνος εξυπηρετεί την ουσία της νεωτερικής ιδεολογίας: Παρουσία δίχως διάρκεια, θέαση δίχως κρίση, κρίση δίχως δέσμευση.

¹⁶ Κ. Καστοριάδης, «Ανθρωπολογία, πολιτική, φιλοσοφία» στο περιοδικό *Νέα Κοινωνιολογία*, ο.π. σελ. 25.

¹⁷ Ο.π.