

Kultureller Ausverkauf als Prinzip?

Die Austauschbeziehungen zwischen Touristen und Indigenen

von Bambang K. Prihandono und Stefanie Weber

Die Geschichte des Tourismus in Indonesien kann nicht getrennt von der staatlichen, politischen Ökonomie betrachtet werden. Seit der Kolonialzeit versucht der Staat die Tourismusaktivitäten zu kontrollieren.

Nachdem Indonesien unabhängig von den Niederlanden geworden war, versuchte der neue Staat durch Tourismus Devisen einzunehmen, die Motor zur Gesellschaftsentwicklung sein sollten, was jedoch aufgrund der separatistischen, inneren, politischen Konflikte zunächst wenig erfolgreich war. Der Machtwechsel in den Jahren 1965-66 veränderte jedoch die wirtschaftlichen Interessen des Staates hinsichtlich des politischen Tourismus. Unter der Neuen Ordnung (Orde Baru) und der Erdölpreiskrise in den 1980er Jahren wurden die politischen und wirtschaftlichen Interessen des Staates am Tourismus wichtiger als in der vorherigen Politik. Tourismus wurde zu einer Alternative für Deviseneinnahmen und die Regierung unterstützte die Entwicklung von touristischer Infrastruktur und zunehmendem Massentourismus.

Die öffentliche Diskussion innerhalb der verschiedenen Entwicklungsländertheorien teilt sich in zwei Interessenslager. Dabei handelt es sich zum einen um Dualismus- und Modernisierungstheorien, die die positive Entwicklung der Gesellschaft in den Zielräumen betonen, zum anderen um Dependenz- und Imperialismustheorien, die die negativen Auswirkungen in Betracht ziehen.

Jenseits dieser beiden Perspektiven gibt es aber auch Interessenskonflikte zwischen dem Staat, der indigenen Bevölkerung und den Reisenden.

Auf gesellschaftlicher Ebene verursachen diese wirtschaftlichen Interessen der Regierung enorme Probleme. Die folgende Darstellung versucht eine möglichst objektive Analyse soziokultureller Veränderungen:

Die soziokulturelle Ebene: Folgerträge und Folgekosten

Bereich	Folgerträge	Folgekosten
Akkulturation	Fortschritt durch Kulturaustausch	Verwestlichung Verlust kultureller Werte
Konsum	Bessere Versorgung	Konsum westlicher Güter und Werte Devisenabfluss
Sitte und Moral	Liberalisierung	Sittenverfall
Kultur und Tradition	Neue Arbeitsplätze Kultureller Fortschritt Neue Architektur	Kommerzialisierung, Verküschung Verbetonisierung
Sozialstruktur	Emanzipation	Zerstörung von Familienstrukturen u. sozialen Hierarchien Abwanderung
Umwelt	Ressourcennutzung Landschaftserhaltung	Landschaftszerstörung
Verständigung	Mehr Verständnis Weg zum Frieden	Festschreibung von Vorurteilen

Quelle: Spreitzhofer, 1995: 53 (nach Freyer, 1991)

Das Prinzip des Austauschs

Bei näherer Betrachtung sollen die Tourismusaktivitäten im Kontext der ökonomischen Strukturprinzipien und der damit einhergehenden Austauschprozesse analysiert werden. Max Weber definiert Tausch als einen Interessenkompromiss der Tauschpartner, durch welche Güter oder Chancen als gegenseitiges Entgelt hingegeben werden. Der Tausch hat in seinen vielfältigen Formen die Funktion, Menschen zu ganz bestimmten Transaktionen und Interaktionen zu veranlassen (in Buß, 1985: 104). Nach Mauss sind Austauschprozesse als grundlegendes Prinzip in dem sozialen System jeder Gesellschaft verankert. Der Begriff von Polanyi lautet gleich, dass die Wirtschaftsaktivitäten die totalen sozialen Tatsachen aufweisen. Gleichzeitig unterscheidet Polanyi zwei Ebenen der Wirtschaftsaktivitäten, *substantive* und *formal economy*. Der erste Begriff bezeichnet die Einbettung von Tauschformen in die jeweiligen sozialen Systeme. Der zweite Begriff basiert auf einem Ra-

Stefanie Weber ist Studentin der Ethnologie, Romanistik und Anglistik an der Universität Münster. Bambang K. Prihandono wurde in Yogyakarta geboren und wuchs dort auf. Jetzt studiert er Ethnologie, Soziologie und Politikwissenschaften an der Universität Münster.

tionalisierungsprozess durch das Symbol des Geldes, wobei der Austauschprozess losgelöst ist von sozialer Funktion (disembedded) (Jessop, 2001: 213-215).

Die auf Austausch basierende Kommunikation zwischen indigener Bevölkerung und Reisenden bewirkt sowohl kulturelle als auch komplizierte wirtschaftliche Probleme.

Gerade bei der Präsentation der eigenen Kultur und dem Versuch dem touristischen Blick gerecht zu werden, werden Dienstleistungen angeboten, ebenso wie scheinbare Kulturgüter, die erst durch den Tourismus und dessen Nachfrage entwickelt wurden. Die Tourismusindustrie ist teilweise ein »symbolischer« Markt, der Kultur und Natur als »Dinge« symbolisiert und ausverkauft. Dies zeigt, dass das soziale und kulturelle System als Ware zum Konsum geworden ist.

Ungleichheit des Austauschs

Die indigene Bevölkerung wird als Produzent von symbolischen Kulturgütern und Dienstleistungen in der Tourismusbranche instrumentalisiert.

Der Arbeitsmarkt ist zudem segmentär, das heißt er unterteilt sich in primäre (direkt im Tourismusbereich verankerte) und sekundäre (vorgelagerte) Beschäftigungen. Rein quantitativ scheinen die Vorteile einer Beschäftigung im Tourismusgeschäft zu überwiegen. Die Probleme des touristischen Arbeitsmarktes zeigen sich jedoch in der Qualität der Beschäftigung. Nur 2,6 Prozent der Beschäftigten im Tourismusbereich erfordern eine Qualifikation, (Mäder, zitiert in Spreitzhofer, 1995: 48), in der Abhängigkeit von der Saisonalität, in den Migrationströmungen aus der Peripherie in touristische Gebiete, am Ausverkauf der traditionellen Kultur und in der Verschiebung soziokultureller Werte.

Einerseits werden traditionelle, soziale Strukturen aufgelöst und modernisiert, andererseits werden sie im Hinblick auf die Möglichkeit ihrer Vermarktung, losgelöst von ihrem ursprünglichen kulturellen Kontext, erhalten.

Die Merkmale werden zudem nicht von den Betroffenen selbst, sondern von der Nachfrage der Tou-

risten bestimmt, was eine Zuschreibung von Identität und die Verfestigung von Klischees impliziert.

Die hierarchische Ordnung des Marktes gibt Zeugnis über die Ungleichheit des Austausches. Die ökonomische Macht der Touristen durch ihren finanziellen Vorteil manifestiert sich in ihrer Rolle als wichtige Devisenbringer, wobei die Interessen der indigenen Bevölkerung eine untergeordnete Rolle spielen.

Der Studienfall der Entwicklung des Urlaubsortes Tanah Lot auf Bali in den 90er Jahren ist ein gutes Beispiel, um die Konflikte der Tourismusaktivitäten zu verdeutlichen. Angesichts der regionalen wirtschaftlichen Entwicklung, die auf Tourismus beruht, baute die regionale Regierung Balis die Infrastruktur auf. Die Probleme erscheinen gleichzeitig, denn dieses Gebiet hat großen Symbolwert für Religion und Kultur, das



eine Verbindung des Makro- und Mikrokosmos, zwischen dem Land (Tanah) und dem Meer (Lot) darstellt. Wegen der Entwicklung des Ressorts mussten die Bewohner des Gebietes zwangsumgesiedelt werden, was die soziale Kosmologie zerstörte. (Warren, 1998: 229-261).

Die Erfahrung von Tourismus: zwei unterschiedliche Perspektiven

Yogyakarta, eine touristische Perspektive: Individualtourismus als Alternative?

Yogyakarta ist einer der touristischen Brennpunkte Javas. Es gilt

als die »Wiege der javanischen Kunst und Kultur«, was zahlreiche Tanz- und Schattenspielschulen, Vorführungen und kunstgewerbliche Galerien belegen.

Schon bei der Ankunft auf dem Bahnhof von Yogyakarta, der direkt oberhalb des touristischen Zentrums rund um die Jalan Malioboro gelegen ist, wenn zahlreiche Angebote bezüglich Transport, Unterkunft und Besichtigung kultureller Anziehungspunkte (Borobodur, Prambanan, Gunung Merapi, Kraton etc.) über einen hereinbrechen, wird klar, was es bedeutet, Tourist in dieser Stadt zu sein.

Die Auswahl besteht zwischen ca. 60 Hotels gehobenen Standards sowie ca. 150 *Losmen* niedrigeren Komforts. Die Kosten für eine Übernachtung sind demnach variabel und liegen zwischen drei Euro und 300 Euro.

Selbst das touristische Laienauge erkennt, dass gerade in dem touristischen Viertel rund um die Jalan Malioboro und Sosrowijayan in den letzten Jahren große infrastrukturelle bauliche Veränderungen vorgenommen wurden, die das Stadtbild nachhaltig geprägt haben.

Gerade in dieser, auf Tourismus ausgerichteten Infrastruktur, stößt man gleichsam auf ihre Grenzen, denn sie beschränkt sich auf Transportmittel, Unterkünfte, Reisebüros, Restaurants aller Preisklassen und natürlich die zahlreichen Verkaufsstände, die täglich entlang der gesamten Malioboro auf beiden Seiten aufgebaut sind. Sie sind reich an touristischem Kitsch, der oftmals traditionellen Kunstgegenständen nachempfunden ist, wie zum Beispiel Wayang Figuren aus Plastik, maschinengefertigte Batiken usw., die dem Touristen als auch dem alternativen Traveller die klassischen Ethnotrophäen für die Präsentation zu Hause bieten.

Das Aufeinandertreffen von Pauschalismus, Alternativtourismus und Indigenen zeigt sich in dieser Stadt (entlang dieser Straße) besonders, wobei die Konzepte ideologisch sowie räumlich voneinander getrennt sind. Der Backpacker versteht sich als »besser« Reisender, aufgrund der bewussten Abgrenzung zum Pauschalismus und scheinbar intensiveren Kontakts zur einheimischen Bevölkerung. Dies bleibt

zum wesentlichen Teil jedoch Ideologie und bestätigt sich in der tatsächlichen Umsetzung von Alternativtourismus wenig. Alternativtourismus ist kein homogenes Phänomen und besteht gerade aufgrund seines individualistischen Charakters in unterschiedlicher Ausprägung. An dieser Stelle kann jedoch nur auf eine, ebenfalls kommerzialisierte, generelle Tendenz von Alternativtourismus in den 1990er Jahren bis heute eingegangen werden, die sich stark auf die Reiseführerliteratur stützt.

Der ursprüngliche, soziale Hintergrund der Touristen bleibt der gleiche, ebenso die Klischees. Die Herausbildung alternativtouristischer Enklaven rund um die Jalan Malioboro zeugt nicht gerade von der Flexibilität und der Anpassung der Traveller an die autochthone Kultur. Die Interaktion zwischen Bevölkerung und Touristen ist geprägt von und bleibt gleichsam beschränkt auf touristische Interessen. Der Traveller ist leider keine Ausnahme, auch wenn er gegenüber dem Pauschaltouristen oftmals den Vorteil auffährt, ein paar Brocken der Landessprache zu beherrschen, dank »Lonely Planet« oder anderer alternativer Reiseführerliteratur.

In Wechselwirkung mit dem abgrenzbaren Interesse der Touristen gestaltet sich das kulturelle Angebot. Auch hier hebt sich die generelle Tendenz des Alternativtourismus nicht vom Pauschalismus ab, auch wenn der Traveller auf billigere Alternativen bezüglich Unterkunft und Transport zurückgreift und die einheimische Infrastruktur besser zu nutzen weiß. Gerade aber das Billigreisen erfordert oftmals sogar mehr Toleranz der Bevölkerung, bestätigen doch Alternativtouristen allein durch ihre Anwesenheit das gleiche Klischee einer besseren, sorgenfreien Welt. (Spreitzhofer, 1995: 196.)

Einheimische Perspektive: der Begriff des *sustainable tourism*

Viele internationale und regionale Touristen kommen nach Yogyakarta. Trotz der relativ langsamen Entwicklung des Tourismus in Yogyakarta, wird dies in Zukunft ein potenzielles Tourismusgebiet in Zentraljava sein, mit den gleichen Problemen wie in anderen touristischen Städten.

Aus der einheimischen Perspektive zeigt sich das Dilemma des Austauschprozesses in den Tourismusaktivitäten auf zwei Ebenen. Zum einen wird die Kultur auf dem Tourismusmarkt ausverkauft und andererseits soll sie, vor allem durch die Kommunikation zwischen den Touristen und der einheimischen Bevölkerung, vor dem kommerziellen Austausch geschützt werden. Es besteht eine Spannung zwischen dem Geld und dem sozialen und kulturellen System. Zu dieser Problemlösung nehmen die Leute verschiedene Wege, die sich normalerweise durch die praktischen Überlegungen vollziehen.

Der erste Weg ist, die kulturellen Traditionen vom kommerziellen Austausch zu trennen, deshalb gibt es zwei Ebenen: einerseits die Kulturaufführungen für Touristen und andererseits die Traditionen, die noch in die soziale Kosmologie eingebettet sind. Der zweite ist ein Weg, zu versuchen, die beiden Bedeutungen, Marktinteresse und Kosmologiesinn zu verbinden. Auf dem dritten Weg können die einheimischen Leute und die Touristen miteinander das Ritual oder die Kulturaufführungen der bestimmten Gesellschaft lernen. Die Touristen sollen sie nicht nur anschauen und genießen, sondern auch respektieren und lernen, was die Kultur in der Gesellschaft bedeutet. Die einheimische Bevölkerung sollte ihre Kultur nicht nur im Austausch mit Touristen veranstalten, sondern ihre Identität öffentlich vor den Touristen, die aus verschiedenen Ländern kommen, zeigen, um eine öffentliche Kommunikation zu entwickeln. Eine interkulturelle Gesellschaft kann sich nur durch Kommunikation entwickeln und wird durch diese geprägt.

Schlussdiskussion

Alternativtourismus oder Individualtourismus scheint als Lösungsansatz für die Tourismusprobleme in der sogenannten Dritten Welt längst nicht mehr diskussionsfähig, zu sehr haben sich auch hier Klischees manifestiert, zu gering ist der wesentliche Unterschied zum Pauschalismus, der zwar ideologisch durchaus vorhanden ist, in seiner Umsetzung jedoch verfehlt wurde und zum Massenindividualismus mutierte.

Angesichts des Kommunikationsprozesses zwischen einheimischer Bevölkerung und Touristen weist der Begriff der Nachhaltigkeit auf den kulturellen Dialog hin. Darüber hinaus können die durch die Spannungen zwischen kommerziellen Interessen und sozialer Kosmologie der Gesellschaft verursachten Probleme aufgelöst werden. Um die zerrissene Welt zu vermeiden, sollte sich die öffentliche Kommunikation in der Gesellschaft stets entwickeln. So beinhaltet der Begriff der Nachhaltigkeit nicht nur eine Trennung zwischen Kultur und Natur, sondern eine gemeinsame Bedeutung, die in der sozialen Kosmologie vollständig verwurzelt ist (Honneth: 1990: 93-112). In der tatsächlichen Umsetzung ist die Kommunikation jedoch weit entfernt von Möglichkeiten der Realisierung von nachhaltigem Tourismus, ökonomische Interessen stehen nach wie vor im Vordergrund und sind Motiv für den weiteren Ausbau von Tourismus, der in der sog. Dritten Welt, ungeachtet aller Probleme, oftmals als Wundermittel zur Ankerbelung der Wirtschaft gesehen wird.

In diesem Artikel wird ausschließlich das maskuline Genus zur Bezeichnung der allgemeinen Personengruppe verwendet, das sowohl männliche als auch weibliche Personen in gleicher Weise einschließt.

Literatur

- Buß, Eugen, 1985, *Lehrbuch der Wirtschaftssoziologie*, Berlin/New York, Walter de Gruyter.
- Carrier, James G., 1996, »Exchange.« in Alan Barnard & J. Spencer, *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*.
- Damanik, Janianton, 2001, *Arbeitsmarktpolitische Implikationen der Tourismusentwicklung in Entwicklungsländern: Das Beispiel Nordsumatra, Indonesien*.
- Honneth, Axel, 1990, *Die zerrissene Welt des Sozialen: Sozialphilosophische Aufsätze*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- Jessop, Bob, 2001, »Regulationist and Autopoietic Reflections on Polanyi's Account of Market Economies and the Market Society,« in *New Political Economy*, Vol. 6, No. 2.
- Mauss, Marcel, 1999, 4. Aufl. *Die Gabe: Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften*.
- Pagenstecher, Cord, 1999, »Immer noch brandet die Ferne: Tourismustheorie nach Enzensberger,« in *Blätter des Informationszentrum 3. Welt*, November 99, 241.
- Spreitzhofer, Günter, 1995, *Tourismus Dritte Welt: Brennpunkt Südostasien*, Peter Lang.
- Warren, Carol, 1998, »Tanah Lot: the cultural and environmental politics of resort development in Bali,« in Philip Hirsch and Carol Warren (eds.), *The Politics of Environment in Southeast Asia*.