

Bódi Jenő és Pusztai Bertalan

A vágygazdaság forrásvidékei

A turizmus (média)reprezentációi a globális áramlatok terében

Vágyképek és álomtájak uralják képzeletünket az év minden egyes munkával töltött hetében. Információgyűjtés, tervezetés, más élményeinek meghallgatása és a saját élményeink felidézése alapvető szerepet játszik abban, hogy kimozduljunk megszokott környezetünkől. A turizmus napjainkra kiemelkedő jelentőségű fogyasztási és szabadidős tevékenység lett. A fogyasztás e különleges formájában az élmény nem szállítható, csak helyben tapasztalható meg. A turizmus szűkebben másfél száz, de bővebben sem több mint háromszáz éves története során az igazi élményt hétköznapi életünkhöz képest mindig máshova helyezte.

A Szegedi Tudományegyetem és a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció- és Média-tudományi Tanszéke 2011 szeptemberében azzal a céllal rendezett konferenciát Szegeden, hogy feltárjuk, intézményesen hogyan keletkeznek és „festenek” az utazási vágyat létrehozó szövegek és képek, milyenek a turisztikai másról szóló szövegek és képek. A médium fogalmát tágan értelmezve konferenciánkkal egyaránt célunk volt az utazások mediatizált emlékezetével kapcsolatos ismeretek áttekintése és a kortárs turizmusreprezentációk elemzése. A turisztikai marketing legszűkebben értelmezett álló- és mozgóképes anyagai, az országimázskampányok, az útikönyvek, magazinok utazással kapcsolatos írásai, a televíziós és rádiós utazási magazinok ugyanúgy létrehozhatják az utazási vágyat, mint a múzeumi gyűjtemények és a popularizált tudományos ismeretek, filmek, vagy éppen a szépirodalom. Konferenciánkon ezen vágygeneráló képek és szövegek kritikai társadalom- és kultúratudományi értelmezésére tettünk kísérletet.

Hogyan működik és milyen médiumai vannak ennek a sajátos vágygazdaságnak? Első pillantásra is feltűnik, hogy az e területet már a 20. században is komolyan meghatározó vizualitás mellett egészen újfajta, az utazó aktivitását, sőt performansát magába foglaló jelenségek is jellemzik napjaink utazásait (családi videók, végtelen számban készített és másolható digitális fotók, webkettes utazási honlapok, a „kiterjesztett valóság” lehetőségei vagy éppen a helymeghatározó rendszerek). Az új kommunikációs technológiák és a hálózati média utazásgeneráló és -reprezentáló szerepe izgalmas új horizontot nyit. Ezek turisztaszegmentáló és utazásgeneráló hatása alapvetően változtatja meg a turizmus eddig ismert szerveződésmódait, de az utazási élmény reprezentációjának újszerű megjelenésén át, amely

az utazó versus turista örök ellentétet újra felszínre hozza, egészen a térélmény megváltozásáig, a téridőviszonyok érzékelésének átalakulásáig terjedhet vizsgálódásunk. Mindezek mellett a virtuális utazások, sőt az utazás/turizmus szimbolikus értelmezése is gazdagíthatja a téma megértését.

A hazai társadalom- és kultúratudomány immár másfél évtizede rendezvények és kiadványok sorával hívta fel a figyelmet arra, hogy a turizmus jelenségét nem pusztán gazdasági szerepe miatt érdemes vizsgálni, hanem azért is, mert a késő modernitás számos kiemelkedően fontos jelensége jobban megérthető rajta keresztül. A kritikai turizmuselméletek felől elemeztük a turizmust kulturális rendszerként (1998), a turizmus és kommunikáció kapcsolatát (2001), helyek, tárgyak és képek kapcsolatát (2003), az egzotikum jelenségét (2008) és a színre vitt helyeket (2011). E tematikus konferenciák és tanulmánykötetek sok szalon kapcsolódtak a turizmus és a hagyomány- s identitásalkotás jelenségeit konkrét helyszíneken (Káli-medence [2002], Pusztamérges [2003], Baja [2007]) feltáró, külön is publikált kutatásokhoz. Úgy érezzük, miközben a turizmus kritikai kutatása aránylag csekély hatást gyakorolt a turizmust szervező intézményrendszerekre, mégis e vizsgálatok egyre alaposabban tárják fel mindazon társadalmi és kulturális jelenségeket, amelyek nélkül e jelentős bevételeket és foglalkoztatottságot produkáló rendszer nem létezhetne. A jelen tematikus blokk alapjául szolgáló konferencia a Szegedi Tudományegyetem Kutatóegyetemi Kiválósági Központ programja (TÁMOP-4.2.1.B-09/1/KONV) keretében 2010–2012 között az SZTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékén megvalósult kritikai turizmuskutatási programok egyik eleme volt. A tanszék emellett specializált, vendéglődőket is bevonó kutatószemináriumot szentelt a kérdésnek a 2010–11-es és a 2011–12-es akadémiai évben. Ugyancsak a kutatóegyetemi program keretében a pécsi és a szegedi tanszékek összefogásában, hallgatók és oktatók közös munkája eredményeként született meg a *Túl a turistatekinteten. A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái* című fordításgyűjtemény, amellyel e kritikai kutatási irány nemzetközi irodalmát szeretnénk a magyar turizmuskutatás fősodrával, kollégáinkkal és hallgatóinkkal megismertetni.

Jelen tematikus blokk a fent említett konferencia tanulmányá továbbfejlesztett előadásai közül ad válogatást. Az itt tárgyalt kérdéskör a nemzetközi tudományosságban is viszonylag újszerű, a filmturizmus korai elemzését kivéve az elmúlt évtizedben kezdett ezen kérdésekkel foglalkozni a kutatás, elsősorban David Crouch, Peter M. Burns, Nigel Morgan, illetve David Picard munkája nyomán. A tematikus blokkba összegyűjtött írások az elméleti megközelítések mellett rendkívül sokféle forrásanyagot (képeslapok, filmek, turisztikai imázsvideók, videojátékok, fényképek) elemeznek a kritikai turizmuskutatás értelmező kontextusait segítségül hívva. Reményeink szerint összeállításunk nemcsak a turizmus pontosabb megértéséhez járul hozzá, de tovább gazdagítja a média valóságközvetítő és -konstruáló eljárásaival kapcsolatos ismereteinket.

A kritikai turizmuskutatás

Bódi Jenő és Pusztai Bertalan (szerk.) (2012): *Túl a turistatekinteten. A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest – Pécs – Szeged: Gondolat – PTE Kommunikáció és Médiatudományi Tanszék – SZTE Kommunikáció és Médiatudományi Tanszék.

Fejős Zoltán (szerk.) (1998): *A turizmus mint kulturális rendszer*. Budapest: Néprajzi Múzeum.

Fejős Zoltán (szerk.) (2011): *Színre vitt helyek*. Budapest, Néprajzi Múzeum.

- Fejős Zoltán és Pusztai Bertalan (szerk.) (2008): *Az egzotikum*. Budapest – Szeged: Néprajzi Múzeum – SZTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
- Fejős Zoltán és Szijártó Zsolt (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció. Tanulmányok*. Budapest – Pécs: Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- Fejős Zoltán és Szijártó Zsolt (szerk.) (2002): *Egy tér alakváltozásai. Esettanulmányok a Káli-medencéből*. Budapest – Pécs: Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- Fejős Zoltán és Szijártó Zsolt (szerk.) (2003): *Helye(in)k, tárgya(in)k, képe(in)k. A turizmus társadalomtudományos magyarázata*. Budapest – Pécs: Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- Pusztai Bertalan (szerk.) (2003): *Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. A pusztamérgesi eset – Invented Traditions and Village Tourism. The Pusztamérges Case*. Szeged: SZTE Néprajzi Tanszék.
- Pusztai Bertalan és Neill Martin (szerk.) (2007) *Fesztiválok, turizmus és helyi identitás. Halászléfőzés Baján – Feasts, Tourism and Local Identity. Fish Soup Cooking in Baja, Hungary*. Edinburgh – Szeged: University of Edinburgh – SZTE Néprajzi és Antropológiai Tanszék.