

A nemzeti és turisztikai táj kapcsolata

Turizmuszemiótikai megfontolások a látványosság és a táj jelentésének konstrukciójáról

A tanulmány a nemzeti táj és a turizmus kapcsolatát igyekszik feltárni. A két jelenség történeti kapcsolata, egymásra épülése nyilvánvaló, mégis integráló hatásuk rendkívül eltérő, kulturális referenciáik nagyban különböznek. Mindennek alapja az, hogy a térben mozgó individuumot nem a tér objektív valósága, hanem csoportszintű térelképzelések internalizált változatai vezetik. Az írás első része a látvány, a turista és a jelölő kapcsolatát vizsgálja, azaz a turisztikai látványosság felépülését. Ehhez kapcsolódóan bemutatja a látvány szakralizáció elméleti modelljét is. A tanulmány második része a nemzeti táj jelentésselítő folyamatait vázolja fel. Végül a két értelmező rendszer hasonlóságaira és különbségeire igyekszik az írás rámutatni.

I 1998 nyarán meglátogattak külföldi ismerőseim. Találkozásunknak és hosszú beszélgetéseinknek Szeged és környéke megismerése adott keretet. Egyik kirándulásunk Ópusztaszerre vezetett. Az emlékpark bejárása után a Feszty-körképhez értünk. Amíg a bejutásra várakoztunk, barátaim elolvasták a körképről szóló angol nyelvű ismertetőt. A misztikus félhomályban egy hazai turistacsoporthoz csatlakozva sétáltunk fel a körképhez. Periferikus tekintetünket Feszty Árpád sűrűfényű megvilágított szobrán tartva, a félhomályban a spirális feljárón botladozva, várakozással telve léptünk be a körképnek helyet adó kupolába. A rekkenő napsütésben végigjárt emlékpark, a nemzeti hagyományok desztillált bemutatása, az emlékezet egymásra rakódott rétegeinél tett tisztelgő látogatás után a minden korábbinál ritualizáltabb találkozás a park fő látványosságával, mely ráadásul különleges térben, magával ragadó fény- és hanghatások közepette történt – mindez majdnem eksztatikus állapotba hozta a látogatókat. Valóságos spirituális élmény után távoztak a turistacsoport tagjai, némelyikük könnyezve. Bár nem először láttam, engem is magával ragadott a csoport élménye. Mindezek után meglepett külföldi barátaim bizonyos fokú értetlenségről, „érzelemtelenségről” tanúskodó megjegyzése a körkép épülete előtt: „Nem értem, miért írják azt erre a tájékoztatóra, hogy ez zarándokhely?”¹

A következőkben a nemzeti táj és a turizmus kapcsolatát igyekszem feltárni. Azt kívánom bemutatni, hogy a két jelenség kapcsolata nem pusztán történetisége, egymásra épülése miatt tanulságos. Noha gyakran ugyanazon térben zajló folyamatokról van szó, integráló hatásuk mégis rendkívül eltérő, kulturális referenciáik igencsak különbözőek, miközben hatásmechanizmusuk komoly hasonlóságot mutat. Azonos terek nemzeti és turisztikai használata jól példázza, hogy a térben mozgó individuumot nem a tér objektív valósága, hanem csoportszintű térelképzelések internalizált változatai vezetik. Következésképpen a csoportszintű térszemléletre referáló egyéni térelképzelés eltérő olvasatokat hozhat létre az azonos térben mozgó egyéneknél.

Mi a turisztikai látványosság, és honnan ered a jelentése?

Ahogy egy korábbi írásomban, elsősorban a konstruktivista antropológiai kultúra-elmélet alapjairól közelítve bemutattam, a turisztikai látványosság minden esetben kulturális konstrukció. Közösségi szinten elfogadott jelentés nélkül semmilyen felszíni forma, történeti emlék vagy kulturális jelenség nem lesz turisztikai látványosság. A turisztikai látványosságok nem hordozzák önmagukban látványossággá válásuk okát. A látványossággá válás egy alkotó, értelemadó és jelentéstelítő folyamat eredménye. Mint ilyen szükségszerűen az értelmet biztosító kultúrára épül. Éppen ezért – a turisztikai kánon globalizálódása ellenére – végtelenen csoportfüggő és relatív (Pusztai 2009). Jelen írásban elsősorban azt vizsgálom, hogy miképpen is történik e jelentésadás, azaz honnan és miképpen jön létre a látvány jelentése az idegenforgalom rendszerében. Ehhez a turizmus szemiotikai értelmezésének bizonyos alapkérdéseit tekintem át, illetve a látványosá válás helyszakralizációs elméletét mutatom be. Írásom második felében a nemzeti tér kialakulásában szerepet játszó folyamatokra kívánom irányítani a figyelmet. Végezetül arra kívánok rámutatni, milyen következményei lehetnek annak, ha a két eltérő értelmező folyamat ugyanazon térről szól.

A turizmus legfontosabb mozgatórugója a látványosságok, élmények ígérete. Az utazót az készíti otthona elhagyására, hogy valamilyen számára még ismeretlen, de alapvetően érdekes, kellemes, újszerű jelenséggel találkozzon. A látványosságok köre nem örök: a turizmus rövid történelme alatt is világosan látszik, hogy az folyamatosan expanzióban van, újabb és újabb helyek, tárgyak, események válnak turisztikai látványossággá (Singh 2004). Éppen ezért lett a látványosságok létrejötte a kultúratudományos turizmus kutatások egyik kiemelt tárgya, olyan kérdéseket téve fel, mint például hogy miként jönnek létre látványosságok. Kinek mi a szerepe egy-egy konkrét turisztikai attrakció létrejöttében? Honnan is érkezik a jelentés egy-egy attrakcióba, és mi befolyásolja ezt a jelentést?

A turizmusban tetten érhető jelentéstelítő, értelemadó folyamatok feltárásának programadó műve Dean MacCannell *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class* című könyve (MacCannell 1976). MacCannell munkája legtágabban értelmezve a késő modernitás korai kritikai elemzése közé illeszkedik. A könyv méltán figyelemre méltó ma is. Ugyan számos ponton vitatja a modernitást követő kor korai nagy ívű kritikáját, Daniel Boorstin *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America* című, először 1961-ben megjelent munkáját, számos szempontból tulajdonképpen egyenes folytatása is annak (Boorstin 1987).² MacCannell művében több máig nagy hatású elméletet dolgozott ki a turisztikai látványosság, a turista és a valóság kapcsolatának megértésére. Ezen törekvésében tulajdonképpen egy markánsan modernitás végi hozzáállás motiválja. Ez a munka ugyan döntően a turizmussal foglalkozik, mégis végső soron az eredetiség, pontosabban az eredetihez való közvetlen hozzáférés elvesztésén kesereg (Shepherd 2002:188). A turizmus e megközelítésben egyszerre e változás oka és egyúttal alkalmas tárgy ahhoz, hogy elemzésén keresztül e változást tetten érjük. A turizmusban megnyilvánuló eredetiségkeresés MacCannell szerint az elvesztett tökéletesség és az élet végső értelmének keresése, amely a késő modernitás sokszínű egzisztenciális instabilitását próbálja ellensúlyozni (MacCannell 1976:2–3).

MacCannell a turizmus lényegét jelentő turisztikai látványosságot kulturális élmény-

nek tartja. Munkájában először a kulturális élmény szerepét tárja fel a modern társadalomban, majd annak felépülését tisztázza. Véleménye szerint egy kulturális élménynek két alapvető összetevője van. Egyrészt a *modell*, a valóság valamely jelenségének reprezentációja, például színpadon vagy filmen. Ez nem egy létező valami pontos leképezése, másolata, hanem sokkal inkább egy idealizált, elképzelt jelenség megjelentetett modellje. Az élmény másik összetevője a *hatás*, amely a modell nyomán létrejövő meggyőződés vagy érzés. Példái szerint egy autóverseny látványa a modell, a nézőkben kiváltott izgalom a hatás; a fürdőruhát reklámozó fotómodell a modell, a vágy egy hozzá hasonló barátnőre pedig a hatás. MacCannell szerint e két alapvető összetevőt a *médium* kapcsolja össze. A médiumnak e tágabb értelmezését tisztázandó felhívja a figyelmet, hogy a legjelentősebb, de nem kizárólagos médium a média. A média mint médium igyekszik neutrálisan összekapcsolni a modellt és a hatást. Amint a médium, például a média elfogulatlan közvetítő volta felől kétségünk támad, gyanút fogunk. Gyanakvásunk MacCannell szerint felnőtségünk jele. Véleménye szerint a reklámok megértéséhez és helyén való értelmezéséhez például éppen a média médiumszerepének helyes felismerése, vagyis egyfajta kritikai reflexió szükséges (MacCannell 1976:23–24).

A *The Tourist* nagy hatású elméletei közül számunkra ezúttal a turisztikai látványosság létrejöttével kapcsolatos, szemiotikai megalapozottságú elképzelés fontos leginkább. Ahogyan említettük, a turisztikai látványosságot MacCannell kulturális élményként azonosítja. Véleménye szerint a turisztikai látványosság a turista, a látnivaló (*sight*) és a jelölő (*marker*) tapasztalati viszonyán alapul. A látnivaló e megközelítésben a turisztikai látványosság jelentés nélküli lényege, amelyet – hogy lényegére jobban rámutasson – Leiper később *magnak, lényegnek (nucleus)* nevezett (Hem–Iversen–Grønhaug 2003:50). Mivel a látnivaló önmagában érdektelen és gyakran közönséges, átlagos, e klasszikus szemiotikai jelfogalmon alapuló modellben a jelölő kiemelt fontosságú. MacCannell leszögezi, hogy a látnivaló mindig jelölővel bír: nincs jelentését magában hordó látnivaló. A turisztikai látványosság végső soron a turista által észlelt jelölt látnivaló (MacCannell 1976:41).

A látnivaló a maccannelli modellben egy tárgy, hely vagy jelenség, amelynek nincs önmagában jelentősége a turista számára. A jelölő végső soron olyan információ, amely közli a turistával, hogy a látványt miért kell megtekinteni. MacCannell példaként a Hold-közetet hozza, amely jelölők nélkül a laikus számára megkülönböztethetetlen egy hasonló kinézetű földi kőzettől. A jelölő ezen felfogása könnyen összekeverhető a turisztikai látnivaló mellé helyezett figyelemfelhívó szöveggel, táblával, ami megmagyarázza, hogy mit látunk. MacCannell világossá teszi, hogy nem erre gondol, nem *jelzésként*, hanem *értelemadóként* fogja fel a jelölőt; a jelölőket nem tárgy voltukban, hanem funkciójukban értjük. A jelölő lényege éppen ezért értelmezésében nem az információt hordozó tárgy, hanem maga az információ. A jelölők közé messze nemcsak műemléket jelző táblák tartoznak, hanem a jelenségek rendkívül széles köre: az információs táblák is, de útikönyvek, reklámok, idegenvezetői szövegek és az utazó által hazatérve elmesélt történetek, előadások vagy éppen művészettörténeti könyvek (MacCannell 1976:110–111). Ezek az azonos látnivalók tömegéből emelik ki azt az egyet, amely látványosság lesz, és ezek a jelölők teremtik meg a látnivalók eredetiségét és egyediségét.

A fentiek nyomán nyilvánvaló, hogy a turista-látnivaló-jelölő hármassztruktúrájának kiemelkedően a legfontosabb része a jelölő. A jelölők rendkívül kiterjedt halmazát a kutatás többféle megközelítésben próbálta rendezni. Leiper hármassztagolásában a kiváltó vagy megmozdító jelölő (*generating marker*) az az információ, amit elindulás előtt szerzünk, ami utazásra készítet minket. Az átmeneti jelölő (*transit marker*) az utazás során szerzett ismeret. Végül az érintkező jelölő (*contiguous marker*) a látnivalóhoz közvetlenül kapcsolódó értelem (Hem–Iversen–Grønhaug 2003:50). A modell világossá teszi, hogy az utazást közvetlenül motiváló kiváltó vagy megmozdító jelölő kiemelkedő fontosságú a turizmusban. Ezen jelölők kommunikációs szempontból ráadásul radikálisan eltérőek a látnivalóval közvetlen kapcsolatban lévő érintkező jelölőtől, egész más érvrendszerrel, figyelemfelkeltő taktikával kell működniük, hogy felhívják a figyelmet egy közvetlenül meg nem tapasztalható látnivalóra. Reprezentáció és empirikus tapasztalat viszonya is alapvetően más a kiváltó (vagy megmozdító) és az érintkező jelölő esetében. Ráadásul a turisták antropológiai kutatása világossá teszi, milyen alapvető érzékelési különbség jellemzi az otthon, az úton, illetve a helyszínen lévő turistát. Mindez nyilvánvalóan a jelölők érzékelésére is kihat. MacCannell és Culler a jelölőket helyi jelölőkre (*on-site marker*, például egy emléktábla), mozgó jelölőkre (*mobile marker*, például egy brosúra) és távoli jelölőkre (*off-site marker*, például a szuvenírek) osztja (MacCannell 1976:110; Culler 1990:159). Az interneten található utazással kapcsolatos tartalmakat még nem vizsgálták ilyen szempontból. Nem problematizálva ezúttal azt a kérdést, hogy az interneten megjelenő, számunkra releváns tartalmak a valóság újfajta megnyilvánulásai vagy pusztán a valóság reprezentációi, ha reprezentációként értelmezzük őket, akkor e modellben *kiváltó (megmozdító)* és *távoli jelölőként* tekinthetünk rájuk. Mivel szerepük napjainkban az utazási motiváció megteremtésében felmérhetetlenül jelentős, eredetük és ezért kommunikációs stratégiájuk pedig rendkívül változatos, kutatásuk komoly tanulsággal járna.

A távoli jelölő szerepére a látnivalóval való találkozáskor Culler hívta fel a figyelmet. Véleménye szerint a távoli jelölő nem veszti ekkor fontosságát, hiszen ennek alapján ellenőrizzük a látnivaló jellegzetességeit. A jelölő – melynek esztétikai minősége teljesen lényegtelen e modellben – olyan mértékben befolyásolja úti élményeinket, hogy a látnivaló és a jelölő közvetlen összevetésekor a jelölőből kiolvasott jellegzetességeket keressük a látnivalóban („nem olyan nagy, mint ahogy a képeken látszott”; „még inkább magával ragadó, mint ahogy elképzeltem”). A turisták ráadásul képeket készítenek, vagy írásban számolnak be a látnivalóról. A turistaélmény ezáltal válik aktív részvétellé a jelölő és a látnivaló közötti jelviszonyban, néha egyenesen annak megalkotása, azaz a látványosság előállítására (Culler 1990:160).

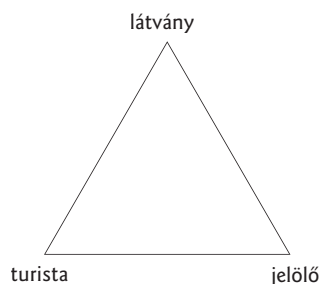
A jelölők a helyekről folyó értelmező folyamatokban töltődnek fel tartalommal. A turizmus rövid története a jelölők gyors változását jelzi, miközben a látnivalók fizikai valójukban nem igazán változékonyak: hegyek, szobrok, épületek léteznek átlagosként, ki nem tűnve környezetükből, amíg az jelölőket nem kapcsol hozzájuk. Ahogyan Wang pontosan rámutat, a divat vagy az ízlés változása törölhet olyan klasszikus desztinációkat, mint az angol tengerpart, és emelhet fel, tehet látványossággá olyan ipari városokat, mint Bradford, úgy hogy közben e helyek fizikai valójukban nem változnak jelentősen (Wang 2000:174).

Fontos rámutatnunk, hogy a látványosság létrejöttének fenti, meglehetősen forma-

lizált modellje könnyedén összeilleszthető a kortárs értelmező megközelítésekkel, és így e szemiotikai modell relevanciája megőrizhető. Ennek megértéséhez a jelölő tartalmát kell alaposabb vizsgálat alá venni. Ki kell emelnünk, hogy a jelölő tartalma közel sem állandó és végképp nem egységes. A jelölő tartalma nem csak időben változó. A tartalom társadalmilag is rendkívül eltérő lehet egy adott konkrét látnivaló esetében egy konkrét időpontban is, hiszen a turisták rendkívül heterogén csoportot alkotnak.

Ennek megértéséhez fel és el kell ismernünk a turisták heterogenitását, amelyre számos kortárs konkrét (például Hannerz 2004:182) vagy szimbolikus értelmezés (például Bauman 2004:192–206) nem reflektál. A sok százmilliónyi turista heterogenitását többek között Eric Cohen (például Cohen 2004), Stanley Plog (például Plog 2001), Eugenia Wickens (2002), Pasi Hannonen (2003) próbálta turistatipológiákkal rendbe tenni. Tom Selänniemi az Akropoliszon végzett terepmunkája nyomán, az antropológiai kultúraelmélet tanulságait alkalmazva hívja fel a figyelmet arra, hogy e heterogenitás hátterében eltérő interszubjektív valóságok húzódnak meg. Ez az interszubjektív valóság pedig éppen a jelölő tartalmán keresztül ragadható meg, aminek hátterében a kultúratudományok problematizálta társadalmi és kulturális fragmentálódás áll.

Selänniemi a turistalátványosság macconnelli modelljét háromszöggént ábrázolta. A jelölő kizárólagos értelemkövetítő voltának elfogadása és a kortárs kultúraelmélettel való kombinálása nyilvánvalóvá teszi, hogy azonos tárgyhoz más turisták más jelölőt kapcsolnak, azaz a turisták, miközben ugyanazt nézik, kultúrájuktól függően tulajdonképpen mást látnak egy adott helyszínen (Selänniemi 1999:346–347).



A turisták e macconnelli felfogásban valóságos, bár reflektálatlan szemiotikusok: jelekre éhesen és értelmezésre készen látogatják a látnivalókat, keresik például a franciaság jeleit, a sajátosan olaszos viselkedést, a tipikus angol pubokat, és így tovább. A turisták jelrendszerekként, egyéni kulturális háttérrel olvasnak városokat, tájakat, kultúrákat (Culler 1990:155). Selänniemi példájában így fordulhat elő, hogy az Akropoliszra látogató turisták között az európai civilizáció kezdeteit jelző hely mélységes ismeretére vágyó kvázizarándokok, az alaposan tájékozódó kulturális turisták és csak a kötelezőt teljesíteni szándékozó nyaralók is vannak. Esetükben a jelölő rendkívül eltérő tartalmú. A nyaraló számára az egyedüli jelölő a turisztikai reklám vagy az idegenvezető beszéde lehet, szemben a másik két csoport számos más jelölőjével, például útikönyveivel vagy az antik görög világra vonatkozó szépirodalmi élményeivel.

Ugyanaz a fizikai hely (vagy tárgy), az Akropolisz (vagy bármi egyéb látnivaló) így lehet unalmas rom, értelmetlen tárgy a turisták egy részének, és világi zarándokcél a turisták más részének (Selänniemi 1999:346–348).

A turizmus vizsgálata világossá teszi, hogy a látványosságok milyen tagolt rendszerre állhatnak össze. MacCannell példaként az Egyesült Államokból Európába utazó amerikaihoz hozza. Ha valaki Európába jön, akkor Párizst látnia kell; ha Párizsba utazik, a Notre Dame és az Eiffel-torony mellett a Louvre-ba el kell mennie; ha a Louvre-ban jár, a Mona Lisát meg kell néznie. MacCannell szerint e tagolt rendszerben a látványosságot két folyamat hozza létre: a *látvány szakralizációja* és a *rituális attitűd*.³ A rituális attitűd leginkább a városnézésben érhető tetten. A városnézés sajátos morális szerkezettel rendelkezik: egy általános elképzeléssel arról, hogy valamit látni *kell*. A városnézések, tágabb értelemben a turisztikai látványosságok vezetővel való megtekintése tulajdonképpen az utazások ünnepélyes napirendi pontja. Ezen ünnepélyes eseményeknek lényegi része számos, a látvány megtekintéséért végzett kötelező rítus. Ez maga a médium e kulturális élményben: a valóság valamely részletét közvetíti a résztvevők számára. Rituális jellegzetessége miatt nem véletlen, hogy a turisztikai élmény ilyen szemlélete a zarándoklattal rokonította a turizmust. MacCannell leszögezi, hogy aki egyszer elutazott, az már nem menekül az „ezt látni kell nyomása” alól (MacCannell 1976:42–43).

A jelölő által értelmezett látványosságok nem léteznének a jelentéstársítást kifejező és rögzítő intézményi háttér nélkül. Az intézményi segítség a látvány szakralizációjához is szükséges. E folyamat első fokozata, amikor a látványt megőrzésre érdemesnek nyilvánítják más hasonló jelenségek közül. Ez az elnevezés (*naming*) fázisa. Ezt néha komoly tevékenység előzi meg a látvány eredetiségének bizonyítására. Ekkor sokszor egészen hivatalos eljárások is előfordulhatnak, igazolások születhetnek, amelyek a látvány esztétikai, történeti, rekreációs vagy társadalmi jelentőségét hangsúlyozzák. A szakralizáció második fázisa a bekeretezés és a kiemelés (*framing and elevation*). A kiemelés a tárgy kiállítását jelenti. A bekeretezés két fontos összetevője a védelem és a felerősítés. A védelem a látnivaló fizikai megóvását jelenti, míg a felerősítésre tökéletes példa a kivilágítás. Természetesen néha nehéz megkülönböztetni a két összetevőt: egy nagy értékű műalkotást védő biztonsági őrök például egyaránt védik, és a figyelmet is felhívják a tárgyra. Haladó bekeretezésnek nevezzük azt, amikor egy tárgy vagy épület körül az egész tájat átalakítják a látványosság létrejötté érdekében. Ez nagy fontosságúvá váló, nemzeti jelentőségű emlékművek vagy épületek körül gyakori eljárás (MacCannell 1976:44).

A folyamat harmadik állomása a szentélyé tétel (*enshrinement*), amikor a látványt körülvevő, határoló jelenség önmaga is látványossággá válik. MacCannell példaként a Gutenberg Múzeumot említi, ahol a látnivaló a Gutenberg-Biblia, de a múzeum mára más értékes dolgokat is őriz, melyek a legfontosabb látnivalót kiegészítik, de önmagukban is látványosságok. Seaton a waterlooi templom átalakulását hozza fel példaként 1815 után (Seaton 2004:235), magyar példaként pedig az Ópusztaszeri Nemzeti Történeti Emlékpark Rotundáját említhetnénk. A látványszakralizáció negyedik fázisa a mechanikus reprodukció (*mechanical reproduction*). MacCannell szerint nem elsősorban a szuvenírek, hanem az önmagukban is értékelt másolatok elterjedése jelzi e fázis beköszöntét. Seaton ennek kapcsán hívja fel a figyelmet arra, hogy ellentétben Walter

Benjamin elképzelésével (Benjamin 2003), amely szerint a mechanikus reprodukció az eredeti egyediségét szünteti meg, e másolatok MacCannell szerint éppenhogy kiemelik az eredeti helyen lévő *valódi* látnivalót. A látványszakralizációs modellt használó kutatások, kibővítve az eredeti elképzelést, egyre inkább ide sorolják a tömeges sokszorosítással készülő, önmagában nem értékelt vagy médiában megjelenő másolatokat is (Seaton 2004:239). A látvány szakralizációjának utolsó fázisa a társadalmi reprodukció (*social reproduction*), amikor csoportok, helyek és régiók kezdik magukat a híres látványosságról elnevezni (MacCannell 1976:45). A „Baja – a halászlé fővárosa” szlogen jó példája a társadalmi reprodukciónak.

Culler a jelölők hatalmát és a látványszakralizációt összekapcsolva mutatja be, hogy miként válhat egy jelöletlen hely turisztikai látványossággá, ha jelölőt kap. Példájában a jelöletlen, átlagos hely mellé kerül „Bonnie és Clyde halálának helye” tábla értelmezi az egyébként egyáltalán nem feltűnő látványt, amelyet később múzeum, majd céllövöldés vidámpark vesz körbe. Egy idő után maguk a jelölők is önállóan látványossággá lesznek (Culler 1990:165–166).

A turisztikai attrakcióra tehát a jelölők mutatnak rá. A jelölők bárhol is eredjenek, és így a látnivaló bármilyen egyedisége és eredetisége mellett is érveljenek, a turizmus jelentésadó rendszerébe illeszkednek. Érvelésük éppen ezért a turizmus általános, mondhatjuk, globális logikáját követi, és a tér turizmusban általános reflektált szemléletét, használatát jelzi (Szijártó 2008:195–219). Lehet egy hely kiemelkedően fontos bármilyen kisebb közösség számára, a turizmusban a turisztikailag érdekes kerül bele a jelölő tartalmába: azaz olyan sajátosságok, amelyekkel a bárhol jött turista a turizmus világszerte megtapasztalható érvrendszerét ismerve képes azonosulni, a látnivaló fontosságát fel-/elismerni. Minden ezen érvrendszeren kívüli, ennek logikáját fel nem vállaló látnivaló óhatatlanul csoportszintű jelenség marad, nem vagy csak marginálisan válik turisztikai látványossággá.

A nemzet szent helyei – kánon, mitizáció, oktatás

A turisztikai látnivalóként számon tartott és a fentiekben bemutatott módon látványossággá váló jelenségek nem kizárólag a turizmus számára szolgálnak fontos nyersanyagként. Több más társadalmi jelentésalkotó rendszer is értelmezni törekszik ugyan ezen helyeket. A vallás vagy a nemzeti kultúra gyakran ugyanazon eseményekről vagy terekről nyilvánít véleményt. A fentebb vázolt szemiotikai modell ezen rendszerek esetében is jó szolgálatot tesz a jelentésadó mechanizmusok megértéséhez, azonban a turizmushoz képest lényegesen kiterjedtebb ismereteink vannak a nemzeti kultúra értelemtelítő, jelentésadó rendszereinek konkrét működéséről és tartalmairól.

Egy korábbi írásban rámutattam, hogyan vált a romantika korában a táj az emocionális alapú értelmezés tárgyává. A romantikus tájszemlélet összekapcsolódása a modern nemzeti kultúra kialakulásával egyfajta csoportszintű tájértelmezés és táj-/tértudat kialakulását hozta el (Pusztai 2009). A nemzeti kultúra konstrukciós jelenségeivel kapcsolatos kutatások rövid áttekintése előtt ezúttal a tájtudat koncepcióját tárgyalom, valamint az ezzel kapcsolatos vizsgálatok fő irányaira és alapműveire utalok.

A tájról készült ábrázolások és a tájjal kapcsolatos elképzelések rendszeres kutatá-

sát Stephen Daniels és Dennis Cosgrove indítványozta (Cosgrove–Daniels, eds. 1988; Cosgrove 2008). A tájról született reprezentációk művészettörténetitől eltérő szempontú vizsgálata elsősorban annak feltárására irányult, hogy mi ad legitimitást egy adott nemzetnek a tájban. Ezt az értelmező megközelítést Cosgrove és Daniels *ikonográfiának* nevezte el. Az ábrázolások tartalma mellett olyan részleteket is vizsgáltak, mint a színválasztás, a textúra, a technika vagy a perspektíva. Arra kívántak rámutatni, hogy az alkotók milyen intencióval készítették el képeiket. Az ikonográfia, híven az értelmező módszerek természetrajzához, nem kíván egyféle nagy igazságot feltárni. Célja sokkal inkább a nem nyilvánvaló jelentések rétegeinek megismerése. Malcolm Andrews, hasonlóan az ikonográfia programjához, azt vizsgálta, hogy miként hozza létre a táj társadalmi reprodukcióját a 19. századi tájképfestészet. Megközelítésében nem a táj megjelenítése érdekes, hanem az, hogy milyen jelentéseket ad át a táj reprezentációja a tájról, azaz ezen ábrázolások vizsgálatán keresztül tulajdonképpen nem a tájat ismerjük meg, hanem ezek értelmezik a tájat számunkra (Andrews 1989).⁴ Ezen ábrázolások végső soron közösségi jelentések kommunikációi és így a társadalmi kommunikáció egy sajátos formájának megjelenései.

A tájról való reprezentációkat kutatva Mauno Häyrynen arra jutott, hogy a 18–19. századi ábrázolások nyomán kialakuló tájképzet egy nagyobb jelentésadó rendszer része, melynek célja a nemzet koncepciójának kialakítása és népszerűsítése. Häyrynen szerint a „tájképek” minél szélesebb körének (például területi felosztások, útleírások, útikönyvek) teljes diskurzusát kell vizsgálni, és rajtuk keresztül azt, hogy mindezek miként viszonyulnak a nemzeti ideológiához. Ezekből megismerhető a nemzeti tájtudat, egy adott ország elképzelt topográfiája. E nemzeti tájtudatot a modern nacionalizmus ideológiája mozgatta (Hayrynen 2000:5).

A nemzeti tájtudat (*national landscape imagery*) kutatásának egyik kulcsfogalma az *imagery*, amely alapjelentése szerint tematikusan kapcsolódó képek halmazát jelenti. Irodalmi szövegek kapcsán önmaguk jelentésén túlmutató kifejező képeket, metaforákat és szimbólumokat is értenek rajta. Másodlagos értelme szerint az *imagery* e valós és metaforikus képhalmaz által kialakított tudati képeket, képzeteket is jelent, melyeket valamilyen magyarázat köt össze. A *landscape imagery*, a tájról szóló kép- és képzet-halmaz tematikusan kapcsolódó ábrázolások csoportját, szándékosan létrehozott kulturális jelenséget takar. Áttételesen e képek és képzetek – amelyeket egy szervező-elv kapcsol össze egy narratív kontextusban – hozzák létre a tájtudatot. A tájtudat végső soron jelképpé vált tájak ábrázolásait és az ábrázolásokon keresztül kiolvasható narratívát jelenti. Az egyes tájtudatok időbeli létrejötte több-kevesebb pontossággal behatárolható (Raivo 1999:2; Hayrynen 2000:6–7).

A tájtudat táplálja a hazaszeretetet, a kötődés érzetét, a múlt tiszteletét és a jövőbe vetett bizalmat. Nyomatott, álló- és mozgóképes formában is megjelennek az alapjául szolgáló képek, a festett és fotózott táj-ábrázolásoktól az útikönyveken át a tankönyvekig és a nyomtatott albumokig. Häyrynen szerint e képek terjedésének három fázisa volt. Elsőként az elit által létrehozott egyedi művészi alkotások jelentek meg, amelyeket erős nemzeti pátoz hatott át. A középosztály a turizmuson és az utazási irodalmon keresztül találkozott a nemzeti tájjal kapcsolatos elképzelésekkel. A társadalom egésze számára pedig a kötelező alapfokú oktatás és a sajtó közvetítette e tartalmakat (Hayrynen 2000:9–15). A táj egy sajátos olvasata ezen csatornákon

keresztül vált a kialakuló modern nemzetek kollektív tudásának uniformizált részévé (Raivo 1999:2). A 19. századi magyar elit e nagy európai folyamatok részeként körülhatárolta a földrajzi környezet nemzeti szempontból fontos helyeit, ahogyan ezt Szabó Júlia kizárólag művészettörténeti szempontú, a kérdés megértését mégis nagyban segítő, rendkívül érzékeny írásai is alátámasztják (Szabó 2000). A körülhatárolás mellett a táj érzelmi és értelmi tartalmát is kidolgozták, majd az érzés és a tekintet „iskolázódott”. Jókai (2001) Balatont dicsőítő szavai pontosan írják le a korabeli alkotók szereptudatát: „[A Balaton] Ahol a magasabb szellemek dalolni tanították a költőt; a nem költőt pedig érezni azt amit a költő énekelt.”

A modern nemzeti kultúra 19. századi felívelését messze nem csak a táj képi reprezentációin keresztül létrejövő tájtudat gerjesztette. A nemzeti tájról és térről alkotott képzetek szervesen kapcsolódtak a nemzeti öntudat 19. századi konstrukciójába. A minden korábbinál sokszínűbb közösség szimbolikus alapú közösségi tudatának alapja az a nemzeti kultúra, amely kontextust teremtett a tájtudat kialakulásának is. A kortárs kultúratudományi kutatások a nemzeti kultúrára mint tudatos alkotásra tekintenek. A vizsgálatoknak jelen megközelítésünkben egy-egy releváns csomópontja a történeti tudat konstrukciója, a szimbolikus közösségalkotás jelensége és a modern nemzetek létrejötte, illetve a megalkotott hagyományok szerepe.

Nemcsak régiókban, de minden emberi közösségben fontos szerepe van a *történeti tudatnak* bizonyos csoportkultúrák és -identitások, modern komplex társadalmak esetében a nemzeti identitás kialakításában. Történeti tudat és történetírás összefüggéseire az elmúlt évtizedekben irányult a figyelem. A történetírás objektivitásával kapcsolatos kritikák, például Hayden White-nak a történetírás narrativitásával kapcsolatos gondolatai (White 1996) alapvetőek voltak ahhoz, hogy megértsük a modern történetírás kanonizációs mechanizmusait. A történetírás szelektív és diszkurzív folyamataival kapcsolatos jelenségek felismerése értelmezés tárgyává tette e konstrukciós folyamatokat. E megközelítésben a múlt tényei a történetírás kezében kreatívan formálható nyersanyagként értelmeződnek. A történetírás objektivitásával kapcsolatos kritikák rámutattak arra, hogy a múlt tényei milyen alapanyagot képeznek a csoport-szintű múltértelmezésekhez (többek között Hobsbawm 1994:27–30). (A kérdés történettudományi értelmezéséhez magyarul lásd Gyáni 2007.)

A konkrét közösségalkotási folyamatok szimbolikus dimenziójának megértéséhez Anthony Cohen *Symbolic Construction of Community* című munkája teremtett alapot (Cohen, A. 1985). Ha összehasonlítjuk a különböző nemzeti történetírásokat régiókban, nyilvánvaló azok jelentős eltérése, annak ellenére, hogy századok óta együtt, egymás mellett élő népcsoportokról szólnak. A nagyobb csoportidentitás(ok) alapjául szolgáló lokális kötődés kialakításához lokális múlttudat kell. Az ezt kánonba foglaló történetírás az elmúlt kétszáz év során sikeresen alkotta meg azt a fajta lokális múltat, történelmet, melyben ritkán tűnik fel az, hogy más kultúrájú emberek éltek egymás mellett. Az így megírt, majd oktatott, népszerűsített történelem fontos kötődésnek, a nemzeti identitásnak lehet az egyik legbiztosabb alapja (Anderson 1991). Az ilyen módon eltérően értelmezett térbe a benne élő csoportok igyekeznek saját szimbólumaikat elhelyezni, ezzel beélni, elfoglalni, dominálni e tereket (Bodó–Biró 2000).

Az identitás megszerkesztett voltának, dinamikus és szituatív természetének felismerése után ma természetes kutatási téma lehet a helyi, csoport- vagy nemzeti iden-

titások megalkotásának, menedzselésének folyamata. A fentiek feltárása eredményezte azt, hogy az 1980-as években a történettudomány és a kultúrakutatás egyre nagyobb figyelemmel fordult a hagyományalkotás, hagyományteremtés jelensége felé. A kutatási irány egyik első és máig alapvető eredménye az Eric Hobsbawm és Terence Ranger szerkesztette *The Invention of Tradition* című tanulmánygyűjtemény (Hobsbawm–Ranger, eds. 1983). Ebben a szerzők több esettanulmányon keresztül mutatták be a hagyományalkotás folyamatát. A kutatások tanulságait Hobsbawm összegezte a kötet zárótanulmányában (magyarul Hobsbawm 1987). Elemzése szerint hagyományok alkotása vagy a kitalált hagyományok használata olyan időszakokban jellemző, amikor a társadalom gyors változása miatt az identitás alapjául szolgáló kontinuitás érzése megszűnhet, a régi hagyományok, szimbólumok és szokások nem töltik már be korábbi funkciójukat. A szimbolikus vagy rituális természetű kitalált hagyományok a múlttal való kapcsolatot biztosíthatják, és így széles társadalmi rétegek számára kínálják fel az ismerős múlt biztonságot nyújtó érzését, a társadalom kohézióját. A múlt század végi hagyomány-tömegtermelés sikere természetesen attól is függött, hogy az invenciók mennyire bilincseltek le a megcélzott tömegeket. Éppen ezért nemcsak jelképeket, de szertartásokat és hősöket is felhasználtak az identitás megteremtéséhez. Az új identitáselemeket pedig az egységesülő közoktatás népszerűsítette (Hobsbawm 1987:127–128). Nem nehéz felismerni, hogy nemcsak a 19. század vége volt jelentős hagyományalkotó korszak, de Közép- és Kelet-Európában a szocializmus bukása után egy újabb hagyományteremtő lendületet figyelhetünk meg.

A közösségteremtés szempontjából a kitalált hagyományok és az azok alapjául szolgáló mítoszok azért fontosak, mert az emberek mintegy feltérképezik, értelmezik a múltat ezek segítségével. A hétköznapi ember számára a történelem a jelen céljai szerint szelektíven átörökített és felidézett dolog. A történelem egyfajta alapanyag történészek és laikusok kezében egyaránt. Hamisítási szándék nélkül is mindig *interpretatív rekonstrukciókon* nyugszik. És ez ráadásul nem jelenti azt, hogy nem léteznek objektív történelmi tények. A történelem ilyen, úgynevezett „népi, populáris” használata nemhogy eltávolítaná azt a jelentőtől, hanem éppen ellenkezőleg, a múlt sokszor összeolvad a jellel. A mindennapi diskurzusokban a múltat szimbolikusan idézik fel.

Frivol turisták szent helyeken: a nemzeti és turisztikai táj kapcsolata

A nemzet szent tájait a kialakuló turizmus mutatta be annak az új közösségnek, amelynek sajátos értékeit épp ezen helyeken vélte felfedezni nem sokkal korábban e közösségek elitje. Az ilyen módon már nem pusztán körülhatárolt, de tekintetek keresztüzzébe került hely ezek után teljesen természetesen vált az új szubjektum, a nemzet reprezentációjává és így a közösségtől idegen turisták számára is kötelezően meglátogatandó helyé. Ulf Hannerz hívja fel a figyelmet arra, hogy történelmi szempontból a kultúrákat bizonyos területhez kapcsolódó jelentésrendszereknek és értelmezési struktúráknak tekinthetjük. Ezzel szemben a kozmopolita látásmód a radikálisan elté-

rő lokalitásokban való otthonlétet, elmélyülést, az egyes lokalitásokban megszerzett tudások másutt való könnyed alkalmazását, egyfajta kompetenciát jelent. Hannerz gondosan szétválasztja az utazókat (turistát és kozmopolitát), jelezve, hogy a turista nem kívánja az idegen jelentésrendszereket megérteni, elsősorban az idegen helyek természetes adottságai vonzzák, és éppen ezért nem tekinthető kozmopolitának (Hannerz 2004:179–188). Miközben e könnyed és egyébként felszínes turistakritikával is érdemes lenne vitatkozni, talán most mégis az egy adott területhez kapcsolódásban értelmezhető nemzeti kultúra és a globális receptek szerint működő turizmus viszonyáról kell elgondolkodnunk. Az egyes nemzeti kultúrák lokális jelentőségű, belső értelemstruktúráit a globális turizmus bizonyos logika szerint alkalmazza, és forgatja be saját rendszerébe. Egyes kanonizált és egyedinek tartott nemzeti hagyományokat lokális identitásteremtő szerepük helyett a turizmusban mint egzotikumot, kulturális lényegét vagy performanszot prezentálnak. Az egyes jelenségek tartalma, empirikusan megtapasztalható megjelenése ugyan helyről helyre más és más, ám a turizmus idegen kultúrákat bemutató rendszerében ugyanott jelennek meg. A turizmus az egyes nemzeti kultúrák felett így egyfajta metakultúráként értelmezhető.

A tér szakralizálása a nemzeti kultúrában, majd ugyanezen tereknek a turizmusban való megjelenése és értelmezése óhatatlanul felveti a turisztikus helyek és a nemzeti szempontból fontos helyek kapcsolatát. (Mindez természetesen turisztikai és vallási, illetve nemzeti és vallási helyek viszonyában is igaz, ráadásul a kultúra és annak intézményesített kiállítása komplex kérdéskörét is érinti, ehhez lásd Fejős 2000:236–252.) Egy adott hely látogatói között megtalálhatjuk a nemzeti kultúra korábban bemutatott folyamatai által létrehozott térképzetet hordozó „zarándokot”, aki a nemzeti kultúra kváziszakrális központját látogatja meg (ehhez lásd például Feischmidt 2005:7–35; Vörös 2005:69–85). Ugyanakkor mások, nem lévén részei a szimbolikus alapon (Cohen) összetartott képzelte közösségnek (Anderson), a turizmus értelemadó folyamataiban más tartalmakat ismernek meg. Szerte a világon amatőr szemiotikusok sétálnak a térben, de nemcsak turisták, hanem különböző kulturális alapú közösségek tagjai is, és különböző jelentéseket vélnek felfedezni (Culler 1990:155). Tom Selänniemi a jelenségek hasonlóságának megragadására egy találó angol szójátékot alkotott. Egy adott hely különböző látogatóit majdnem azonos dolog vonzza: a turisták a *sacred sight*ot (szent látnivalót), míg a nemzet tagjai a *sacred site*-ot (szent helyet) látogatják meg. Selänniemi a macannelli szemiotikai rendszer nyomán a turisztikai attrakció és a zarándokhely kapcsolatára az I. táblázatban látható sémát dolgozta ki (Selänniemi 1999:343).

Bryan Pfaffenberger éppen 1983-ban, Victor Turner halálának évében jelentette meg *Serious pilgrims and frivolous tourists: the chimera of tourism in the pilgrimages of Sri Lanka* című írását. Művében a közösségben társadalmi struktúra nélküli közösséggé egységesülő zarándokokról alkotott turneri elképzelést kritizálja. Arra mutatott rá, hogy a szent utazás, a zarándoklat nem feltétlenül egységesíti a zarándokokat, így azok nem érik el a Turner feltételezte ideális közösséget, sokszínűségük és megosztottságuk megmarad. A 1980-as évek elejétől egyre nagyobb számban megjelenő komunitáskritikák a zarándoklat élményének belső konstrukciójára hívták fel a figyelmet, a kutatások súlypontját egyre inkább ide helyezték (többek között Eade–Sallnow 1991). Arra világítottak rá, hogy a szent utazás során megtapasztalt élmény jelentős mérték-

I. táblázat.

Jelölő	Szent hely	(Szent) látó
Jelentés	A hagyományos értékek nyilvánvalóvá tétele	Az utazás értékére való rámutatás, annak jelzése (a megtekintésre érdekesség értéke)
A jelentés adója	Helyi kultúra, vallás	Nyugati (turista)kultúra
Kánon (a jelentés forrása)	Narratívák, hagyomány, szent szövegek, mitológia	Útikönyvek, reklámok, oktatás
Rítus	Zarándoklat	(Egy konkrét helyre irányuló) turizmus
A kapcsolat formái (más rítusok)	Vallási rítusok, ünnepek, felajánlások, énekek	Turisztikai rítusok, az idegenvezető magyarázata, városnézés, fotók készítése, útikönyvnyitások
Cél	Átalakulás, az értékkategóriák megújítása és megerősítése	Átalakulás, az értékkategóriák megújítása és megerősítése

ben a zarándok előismereteitől, motivációjától, pillanatnyi tapasztalatától függ; azaz jelölőktől, amelyek értelmezik a látottakat számára.

A turizmus jelen desztinációit a múlt tette először szentté, és később váltak látványossággá. A jelen frivol turistái tulajdonképpen a múlt szent helyein sétálnak, „zárándokok” közé vegyülve. Azonos helyen tartózkodnak, de tulajdonképpen mást látnak, mást tapasztalnak.

JEGYZETEK

1. Az írás a Magyar Állami Eötvös Ösztöndíj támogatásával készült, részben a savonlinnai FUNTS ösztönző környezetében. Részletes kritikai észrevételeiért és a kézirat elkészülte alatti állandó inspiratív beszélgetésekért külön köszönettel tartozom Tóth Benedeknek. Bo Lönnqvist, Petri Raivo, Gyimesi Tímea és Biczó Gábor kommentárjai segítettek bizonyos részletkérdések pontos megfogalmazásában. Mindezek ellenére természetesen az írás esetleges hibái a szerzőt terhelik.
2. Boorstin művét, elsősorban turizmuskutatói másodreferenciái miatt, idehaza mint turizmuskutatói munkát hivatkozzák, pedig megismerve világos, hogy a munka a modernitás elmúltáról szól, a turizmus mindössze példa a kor megértéséhez.
3. Az elmélet magyar nyelvű interpretációi Jedzinák 2002:73–75; Seaton 2004; Bódi 2007:177. A tér szakralizációjáról a magyar néprajzi kutatás is ír (Bartha 1992; Keményfi 2002:106; 2004:33–40). E megközelítések azonban nem szemiotikai megalapozottságúak, hanem a tájba helyezett vallási tárgyak, építmények tájstrukturáló szerepét elemzik. A turisztikai tér kialakulásának megértésére szolgáló, itt bemutatott elméleti modell nyilvánvalóan jól kapcsolható a vallási és nemzeti térképzési folyamatokhoz.
4. A művészeti alkotások és a tér/táj kapcsolatára a hazai földrajztudomány is felfigyelt: Karancsi-Hann 2006; Boros 2007.

IRODALOM

ANDERSON, BENEDICT

1991 *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso: London.
(Magyarul: *Elképzelt közösségek*. Budapest: L'Harmattan, 2006.)

ANDREWS, MALCOLM

1989 *The Search for the Picturesque*. Aldershot: Scolar Press.

BARTHA, ELEK

1992 *Vallásökológia*. Debrecen: Ethnica.

BAUMAN, ZYGMUNT

2004 *A zarándok és leszármazottai: sétálók, csavargók, turisták*. In *Az Idegen*. Variációk Simmeltől Derridáig. Biczó Gábor, szerk. 192–206. Debrecen: Csokonai.

BENJAMIN, WALTER

2003 *A műalkotás a technikai reprodukálhatóság korában*. Internetcím: http://aura.c3.hu/walter_benjamin.html. (Letöltve: 2010. július 8-án.)

BÓDI JENŐ

2007 *Falu és turizmus. Képek és gyakorlatok*. In *Közösségtanulmány. Módszertani jegyzet*. Kovács Éva, szerk. 176–185. Budapest: Regio Könyvek – Néprajzi Múzeum.

BODÓ JULIANNA – BIRÓ A. ZOLTÁN

2000 *Szimbolikus térfoglalási eljárások*. In *Miénk a tér? Szimbolikus térhasználat a székelyföldi régióban*. Bodó Julianna, szerk. 9–43. Csíkszereda: Pro-Print.

BOORSTIN, DANIEL J.

1987 *The Image: a Guide to Pseudo-events in America*. New York: Atheneum.

BOROS LAJOS

2007 *A művészeti alkotások földrajzi vizsgálatának néhány elméleti kérdése*. In *A társadalmi földrajz világi*. Kovács Cs. – Pál V., szerk. 79–88. Szeged: Szegedi Tudományegyetem Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

COHEN, ANTHONY P.

1985 *The Symbolic Construction of Community*. London – New York: Routledge.

COHEN, ERIC

2004 *Who is a Tourist? A Conceptual Clarification*. In *uó: Contemporary Tourism – Diversity and Change*. 17–27. Amsterdam: Elsevier.

COSGROVE, DENIS E.

2008 *Introduction to Social Formation and Symbolic Landscape*. In *Landscape Theory*. Rachel Ziady DeLue – James Elkins, eds. 17–43. New York: Routledge.

COSGROVE, DENIS – DANIELS, STEPHEN, EDS.

1988 *The iconography of landscape: Essays on the symbolic representation, design, and use of past environments.* Cambridge: CUP.

CULLER, JONATHAN

1990 *The Semiotics of Tourism.* In *uő: Framing The Sign: Criticism and Its Institutions.* 153–168. Norman–London: University of Oklahoma Press.

EADE, JOHN – SALLNOW, MICHAEL J.

1991 *Introduction.* In *Contesting the Sacred: the Anthropology of Christian Pilgrimage.* John Eade – Michael J. Sallnow, eds. 1–29. London: Routledge.

FEISCHMIDT MARGIT

2005 *A magyar nacionalizmus autenticitás-diskurzusainak szimbolikus térfoglalása Erdélyben.* In *Erdély-dekonstrukciók.* Feischmidt Margit, szerk. 7–35. Budapest–Pécs: Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.

FEJŐS ZOLTÁN

2000 *Múzeum, turizmus. A kulturális találkozás és a reprezentáció rendszere.* In *Turizmus és kommunikáció.* Fejős Zoltán – Szijártó Zsolt, szerk. 236–252. Budapest–Pécs: Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.

GYÁNI GÁBOR

2007 *Kommemoratív emlékezet és történelmi igazolás.* In *uő: Relatív történelem.* 89–111. Budapest: Typotex.

HANNERZ, ULF

2004 *Foreign news. Exploring the world of foreign correspondents.* Chicago: University of Chicago Press.

HANNONEN, PASI

2003 „Tourists are Tourons and Travellers are Very Different”: How Mainstream Tourists and Budget Travellers are Seen by Backpackers. *Acta Ethnographica Hungarica* 48(1–2):161–172.

HAYRYNEN, MAUNU

2000 *The Kaleidoscopic View: The Finnish National Landscape Imagery.* *National Identities* 2(1): 5–19.

HEM, LEIF E. – IVERSEN, NINA M. – GRØNHAUG, KJELL

2003 *Advertising Effects of Photos Used to Portray Nature-Based Tourism Attractions.* *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 3(1):48–70.

HOBBSAWM, ERIC

1987 *Tömeges hagyomány-termelés: Európa 1870–1914.* In *Hagyomány és hagyományalkotás.* Hofer Tamás – Niedermüller Péter, szerk. 127–197. Budapest: MTA Néprajzi Kutató Csoport.

1994 *A történetírók felelőssége.* *Magyar Lettre Internationale* 13:27–30.

HOBBSAWM, ERIC – RANGER, TERENCE, EDS.

1983 *The Invention of Tradition.* Cambridge: CUP.

JEDZINÁK, KRISZTINA

2002 Kitüntetett pontok. A kultuszhelyektől a turisztikai látványosságig. *In* Egy tér alakváltozásai. Fejős Zoltán – Szijártó Zsolt, szerk. 71–84. Budapest: Néprajzi Múzeum.

JÓKAI MÓR

2001 Útleírások. Budapest: Arcanum. Internetcím: <http://mek.oszk.hu/00800/00836/html/jokai64.htm>. (Letöltve: 2008. január 15-én.)

KARANCSI ZOLTÁN – HANN FERENC

2006 Tájéka a művészetben, művészet a tájban. *In* Táj, környezet és társadalom. Ünnepi tanulmányok Keveiné Bárany Ilona professzor asszony tiszteletére. Kiss A. – Mezősi G. – Sümeghy Z., szerk. 335–344. Szeged: SZTE TTK.

KEMÉNYFI RÓBERT

2002 Az „etnikai táj” kultúrnemzeti mítosza. *Regio* 13(4):93–108.

2004 Földrajzi szemlélet a néprajztudományban. Debrecen: Kossuth Egyetemi Kiadó.

MACCANNELL, DEAN

1976 *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.

PFÄFFENBERGER, BRYAN

1983 Serious pilgrims and frivolous tourists: the chimera of tourism in the pilgrimages of Sri Lanka. *Annals of Tourism Research* 10(1):57–74.

PLOG, STANLEY

2001 Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 42(3):13–24.

PUSZTAI BERTALAN

2009 Tér tudat és tudatturizmus: vázlat a tájjal kapcsolatos értelmező folyamatok turisztikai szerepéről. *In* A tér vonzásában. A turisztikai termékfejlesztés térspecifikus vonásai. Michalkó Gábor – Rátz Tamara, szerk. 17–29. Székesfehérvár–Budapest: Kodolányi János Főiskola – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet – Magyar Földrajzi Társaság.

RAIVO, PETRI J.

1999 In this Very Place: War Memorials and Landscapes as an Experienced Heritage. Internetcím: <http://www.lancs.ac.uk/depts/philosophy/awaymave/onlineresources/in%20this%20very%20place%20%28raivo%29.pdf>. (Letöltve: 2010. április 15-én.)

SEATON, A. V.

2004 Háború és thanaturizmus: Waterloo, 1815–1914. *Aetas* 2004(3–4):220–244.

SELÄNNIEMI, TOM

1999 Secular Pilgrims on the Quest for Authenticity? *Acta Ethnographica Hungarica* 44(3–4): 341–354.

SHEPHERD, ROBERT

2002 Commodification, culture and tourism. *Tourist Studies* 2(2):183–201.

SINGH, T. V.

2004 *New horizons in tourism: Strange experiences and stranger practices*. Wallingford, CT: CAB International.

SMITH, ANTHONY D.

1992 *Nationalism and the Historians*. In *Ethnicity and Nationalism*. Anthony D. Smith, ed. 58–80. Leiden – New York – Köln: E. J. Brill.

SZABÓ JÚLIA

2000 *A mitikus és a történeti táj*. Budapest: Balassi – MTA Művészettörténeti Kutatóintézet.

SZIJÁRTÓ ZSOLT

2008 *Szimbólumtermelés – élményfogyasztás: a tér szerepe a turizmusban*. In *uő: A hely hatalma: lokális szcénák – globális folyamatok*. 195–219. Budapest: Gondolat.

VÖRÖS GABRIELLA

2005 *A szakrális, a nemzeti közösség és az egzotikum élménye. A magyarországiak részvételének motivációiról a csíksomlyói pünkösdi búcsúban*. In *Erdély-dekonstrukciók*. Feischmidt Margit, szerk. 69–85. Budapest–Pécs: Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.

WANG, NING

2000 *Rethinking Authenticity in Tourism Experience*. *Annals of Tourism Research* 26(2):349–370.

WHITE, HAYDEN

1996 *A narrativitás szerepe a valóság reprezentációjában*. *Aetas* 1996(1):98–119.

WICKENS, EUGENIA

2002 *The Sacred and the Profane. A Tourist Typology*. *Annals of Tourism Research* 29(3):834–851.

BERTALAN PUSZTAI

The relationship of national and touristic landscape. A semiotics of tourism for the analysis of the construction of spectacle and landscape meaning

Present study explores the connection of national space and tourism. Beside the clear historical connection of national space and tourism, the author notes the different cultural references and societal integration of the two phenomena. The basis of this difference is that individuals are governed by group-based space imaginations in their movement and not by the objective reality of space. First part of present paper deals with the construction of the attraction, i.e. the relation of sight, tourist and marker. Additionally, it presents the theory of sight sacralisation. Second part of present study sketches the meaning construction of national space. Finally, the similarities and differences of the two interpretative systems are presented.