

Gambia a turizmus tükrében – avagy a harmadik világbeli turizmus Gambia tükrében

A turizmus a maga komplexitásában egyre nehezebben érhető tetten – jelenleg ez az egyik leggyorsabban fejlődő globális szintű jelenség, amely egyaránt kihat a gazdasági, ökológiai, technológiai, politikai és nem utolsósorban a társadalmi környezetre. Jelen tanulmány írója számára a *turizmus mint kétélű kard* tűnik a legszemléletesebb metaforának, mely hasonlat létjogosultságának alátámasztására az alábbiakban saját gambiai terepmunka-tapasztalatait teszi az értekezés tárgyává, különös tekintettel a gazdasági és szocio-kulturális hatásokra, illetve az azokból levezethető társadalmi differenciálódásra. Bemutatásra kerülnek a jelenség árnyoldalai, s a makroszinten tapasztalható pozitívumok is.

A déli országok turizmusát egyfajta neokolonialista gazdasági mechanizmus jellemzi, hiszen a turizmusban mint nemzetközi iparágban a koloniális strukturális kapcsolat- és viszonyrendszer napjainkig jelen van, ahol a volt gyarmatosítottak még mindig a modern világ alárendeltjei. A függetlenedés csak visszafogottan jelentkezik, hiszen a volt gyarmati állam továbbra is aktív interakcióban marad a gyarmatosító országgal, és ki van téve további külső beavatkozásoknak és kontrollnak. Ugyanakkor a turisták és a gambiaiak érintkezései igen sokszor pozitív kicsengésűek, egyre több turista kíváncsi a valódi gambiai kultúrára, egyre többen vesznek részt a gambiai életben, kialakul a kölcsönös érdeklődés, a kulturális csere és „egymás segítése” is.

A harmadik világbeli turizmusról szóló értekezések bőséges irodalma mintha a mai napig nem tette volna le voksát tárgyának megítélésével kapcsolatban. Az 1970-es évekig „a nemzetközi turizmusra úgy hivatkoznak, mint ami a fejlődő országok csodaszere, *manna a mennyből*” (Erbes, idézi Crick 1989:314). Majd a 20. század utolsó évtizedeiben a turizmust mint a kolonializmus továbbéltetését, az imperializmus betörését vagy mint egy újabb függőségi viszony kiépülését veszik górcső alá, ami szerint az északi országok csupán kizsákmányolói az alávetett Délnek. Ezen nézőpont ellenében megszületik az ezredfordulón az az antropológiai álláspont, mely szerint ideje volna az empirikus kutatások eredményeire fókuszálni, melyekből kitűnnek a fogadó közösség számára is fellépő előnyök a turizmus kapcsán, hiszen (az oly sokat hivatkozott gazdasági kiszivárgás ellenére) megnő a helyi populáció anyagi bevétele, létrejön az életminőség javulása, és az ő számukra is ugyanolyan érdekes a „másság meg-tapasztalása”, mint maguknak a turistáknak.

Tény, hogy a turizmus a maga komplexitásában egyre nehezebben érhető tetten – jelenleg ez az egyik leggyorsabban fejlődő globális szintű gazdasági jelenség, mely egyaránt kihat a gazdasági, ökológiai, technológiai, politikai és nem utolsósorban a

társadalmi környezetre (Brown 1998; Harrison 1992; Kaspar–Fekete 2003; Wagner 1981).

Jelen tanulmány írója számára a *turizmus mint kétélű kard* tűnik a legszemléletesebb metaforának, mely hasonlat létjogosultságának alátámasztására az alábbiakban saját gambiai terepmunka-tapasztalatait¹ teszi az értekezés tárgyává, különös tekintettel a gazdasági és szociokulturális hatásokra, illetve az azokból levezethető társadalmi differenciálódásra. Bemutatja a jelenség árnyoldalait s a makroszinten tapasztalható pozitívumokat is, így például azt a tényezőt, hogy az emberek megtalálják ennek a globális iparnak a „helyi kiskapuit”, s ezzel különféle lehetőségeket teremtenek a maguk számára.

A 21. század kezdetén a turizmus a leggyorsabban fejlődő gazdasági szektor. Jelenléte egyre növekszik a fejlődő világban, ahol ez a bevételek második legnagyobb forrása, és ennek következtében jelentősége vetekszik a mezőgazdaságéval (Cleverdon–Kalisch 2000).

„Az idegenforgalmat már régóta a Harmadik Világ gazdaságilag elmaradott országainak nyújtandó fejlesztési támogatás rendkívül alkalmas módjának tekintik” (Kaspar–Fekete 2003:185), s emiatt azok örömmel vesznek részt ebben a nemzetközi iparban. A déli országok beépítették fejlesztési terveikbe a turizmust, külön kihangsúlyozva ezt. Hiszen ezekben a térségekben csábító a klíma, „egzotikus” a táj, és üdülőhelyként gazdag kulturális és történelmi örökség teszi vonzóvá őket, s így könnyű eladni a nemzetközi piacon. Mivel egyfelől a munkaerő és a földek könnyen megfizethetők, másfelől az ásványi anyagok, illetve az erős exporttermelő mezőgazdasági ágazat hiányzik (ami például Gambiára is igaz), azt remélik, hogy a turizmus lehetséges forrása lesz a külföldi tőke beáramlásának, hogy új munkahelyeket terem, illetve hogy serkenti a helyi termékek piacát, vagy fejleszti az infrastruktúrát.

Gambia is, mint sok más harmadik világbeli ország, a turizmust helyezte gazdasági stratégiájának középpontjába (Jafari, idézi Crick 1989:310; Ryan 1991:65). Az ország liberális, piaci alapú gazdasága leginkább a hagyományos önfenntartó mezőgazdasággal és a földimogyoró exportálásával jellemezhető, hiszen ásványkincsekkel és más természetes erőforrásokkal alig bír. Egyéb gazdasági szektorok (úgy mint az állattartás, a halászat, a kézműipar és a turizmus) további jelentős bevétellel járulnak hozzá az ország gazdaságához.

Gambiát az angolok gyarmatosították 1888-ban, majd 1965-ben elnyerte függetlenségét. Ebben az évben jelentek meg az első svéd turisták² – tehát amint véget ért a kolonializmus, elkezdődött a turizmus.

Jawara, az akkori elnök a svédek által elkezdett turizmustól remélte, hogy a dalasi (azaz a helyi valuta) erősödni fog, és a gazdasági súlypont a földimogyoróról áttevődhet a turizmusra. Jawara turizmus felé irányuló első gazdaságpolitikai lépése a turistaterületek kijelölése volt (TDA – Tourism Development Area program). Wagner Gambiáról szóló cikkében (Wagner 1981) megjegyzi, hogy a turizmus fejlesztésének szándéka nem helyi szinten fogalmazódott meg, hanem Bertil Harding, az első svéd utazásszervező által (róla neveztek el a nyugati övezeten végigfutó fűutat).

Az 1960-as években érkező első svéd látogatók óta a turisták száma körülbelül 350 százalékkal nőtt, közvetlenül 85 ezer embert foglalkoztat az iparág (ami az összes munkavállaló számának 14,2 százalékát jelenti – ennél többen csak a mezőgazdaság-

ban dolgoznak), és a GDP 12 százalékát tette ki 2007-ben. Jelenleg több mint százezer látogató jön évente, melynek negyven százaléka minden évben visszajár (Drammeh 2007).

A turizmusnak a fogadó közösségre, illetve annak tagjaira gyakorolt hatását több-féleképpen értelmezik. Sokan a szegényebb régiók országaiban a turizmust a gazdasági fejlődés és az életminőség javulási útjának tekintik, míg mások a nyugati imperializmus betörését látják ebben a folyamatban, a posztkoloniális viszonyok továbbéltetését vagy csak a függőségi viszony megerősítését – „befektetni a turizmusba, befektetni a függőségi viszonyba” (Hoivik, idézi Crick 1989:321).

Hiller szerint a turizmus azt reprezentálja, hogy a gazdaságilag erős nemzetek miként viszonyulnak a világ többi részéhez (Crick 1989). Sokan úgy vélik, hogy a turista és a vendéglátó viszonya kiválóan értelmezhető egy magasabb szintű kontextusban, azaz párhuzamba helyezhető azzal, ahogy a gazdag Nyugat és a fejlődő világ érintkezik egymással.

Egyesek a turizmusban csak a kedvező hatásokat hangsúlyozzák, mintha kizárólag áldást hozna a fejlődő régióknak, így például a WTO is ekképp hirdeti ezt a szabadidős tevékenységet: „Passport to Peace”, azaz ’útlevel a békéhez’, ami az interkulturális kommunikáció elterjesztésére és az ezáltal létrejövő szociokulturális megértésre utal. Ezen nézőpont ellenében megfogalmazták már a turizmus egyértelmű hiányosságait, tökéletlenségét is. A minél több turisztikai fejlesztés nem jelent mindenképpen növekvő jólétet, ezenkívül a turizmus működése gyakran nincs összhangban annak szlogenjével (Hall–Richards 2000; Smith–Duffy 2003:138).

„A kritikusok szerint a főbb problémák egyike a délen végbemenő fejlesztésekkel kapcsolatban az, hogy megnehezítik az életet, és új gazdasági és szociális felosztást jelentenek a fogadó közösségen belül. Az enklávéturizmusra ez különösen igaz, mely az all-inclusive üdülőövezetek létrejötte révén térbeli egyenlőtlenségeket teremt.” (Smith–Duffy 2003:138.)

Gambiában mára kialakult a tömegturizmus, hiszen az ország tökéletesen megfelel annak kritériumainak: itt megvan a napfény, a homokos part, a tenger és a negyedik, vegyesebb megítélés alá eső lehetőség, a szexturizmus is – mindegy a szakirodalomban „4 S” turizmusként hivatkoznak (sun, sand, sea és sex). Mostanra ez az üdülési forma (melyre Smith és Duffy enklávéturizmusként hivatkozik) vált leginkább jellemzővé, igaz, a gambiai turizmus szereplői felismerték ennek hátrányait, és igyekeznek többek között kiszélesíteni a turisztikai választékot – megteremtve az öko- és a kulturális turizmus alapjait –, bevonni a helyi termelőket és vállalkozókat, illetve képzeteket biztosítani.

Gambiában főleg a nyugati partra koncentrálódik a turizmus, így ez a régió igen gyors gazdasági, környezeti és társadalmi-kulturális változáson megy keresztül. A hagyományosan lassabb tempójú életvitel dinamikus növekvő környezettel néz szembe.

Gazdasági aspektusok: a globális dinamika és a helyi adaptáció

A turizmus gazdasági hatásai igen összetettek, nehéz őket egy mérleg pozitív vagy negatív serpenyőjébe tenni, hiszen:

- munkahelyet teremt, ám ezek mind csak szezonálisak, és erős gazdasági függés figyelhető meg;
- az infrastruktúra fejlődik, ami inflációnövekedést eredményez;
- árfelhajtó szerepe van, ami az ingatlan- és az élelmiszerárakat egyaránt érinti;
- az importtermékek mennyisége növekszik (ami egyrészt modern technológiai eszközöket, másrészt a hazai termékeket felváltó árukat jelent);
- a GDP és a GNP mértéke nő, ám ez erőltetett növekedés;
- regionális fejlődés figyelhető meg, mely egyes térségekben az egyenlőtlenségeket csökkenti, míg máshol erősíti;
- a szolgáltatások köre bővül, miközben a jövedelem kiáramlása figyelhető meg;
- egyéni szinten a helyiek szponzorokra lelhetnek a turisták személyében, akik támogatják iskoláztatásukat (vagy gyermekeikét), üzleti tevékenységeiket, ám ez a jelenség, noha igen kedvező, bizonyos esetekben kétes (érdek)kapcsolatokat eredményez a vendégek és a vendéglátók között.

Természetesen nem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy a gazdasági folyamatok kihatással vannak egyéb, nem gazdasági tényezőkre is (például a munkahelyek számának növekedése megmásítja a társadalmi környezetet is; az importtermékek megjelenése hatással van a helyi értékrendszerre; az infrastruktúra fejlődése kihat az ökológiai környezetre stb.).

Saját meglátásom szerint felfedezhető a déli országok turizmusában egyfajta neokolonialista gazdasági mechanizmus. Hiszen a turizmusban mint nemzetközi iparban a koloniális strukturális kapcsolat- és viszonyrendszer napjainkig jelen van, ahol a volt gyarmatosítottak még mindig a modern világ alávetettjei, illetve alárendeltjei – igaz, időközben a politikai kapcsolatból leginkább gazdasági meghatározottságú érintkezés lett. A függetlenedés csak visszafogottan jelentkezik, hiszen a volt gyarmati állam továbbra is aktív interakcióban marad a gyarmatosító országgal, és ki van téve további külső beavatkozásoknak és kontrollnak (a WTO 1997-es becslése szerint a nemzetközi turizmussal kapcsolatos projektek nyolcvan százalékban transznacionális cégek ellenőrzése alatt állnak). Tapasztalatom szerint a turizmus mint iparág és a vendéglátó fél közötti viszony hierarchizált, rendkívül egyenlőtlen, és ebből kifolyólag sok esetben feszültségekkel terhes, ám makroszinten a turisták és a gambiaiak érintkezései igen sokszor pozitív kicsengésűek.

A fejlődő országok esetében a turizmus elvi alapja az úgynevezett kemény valuták keresete,³ továbbá sok esetben ez az egyetlen lehetőség az exportbevételekre. Ám ezekben az országokban az elvárt keresetek rendszerint nem olyan magasak, mint ahogy eleinte remélték, különösen, ha függenek az utazási irodáktól és légitársaságoktól, amelyek székhelye a turistaküldő országban van (és emiatt a profit nagy része kiszivárog a befogadó országból). Gambiában például főleg brit utazási irodák (Gambian Experience, Thomas Cook, Olympic Travel és egyebek) tartják kezükben ezt a piacot. Emiatt a mindent magukban foglaló szervezett utak (úgynevezett *package tours*) esetében a turista által kifizetett összeg nagy arányban kerül vissza a turistaküldő

országba (a kifizetett összegnek csupán negyven százaléka fedezi az utazási költséget).

A fejlődő országok turizmus felé való nyitásának korai szakaszában az OECD, a Világbank és az ENSZ mind propagálta a turizmust mint a végtelen lehetőségek tárházát. S noha „valóban bejöttek a külföldi valuták, ez csak a külső országok behatásait erősítette az adott fejlődő országban. Sokan úgy ugrottak bele az iparágba, hogy azt sem tudták, milyen költségekkel jár, milyen következményei vannak, és befektettek, holott talán másba kellett volna, de legalábbis semmi esetre sem a turizmusba ekkora mértékben.” (Crick 1989:315.)

Sok ország, főleg a fejlődő régiók közül, melyek kevésbé képesek más bevételi forrásokat előteremteni, a turizmusban látja a gazdasági fellendülés lehetőségét, így kénytelenek a betörő iparágban fejtelet hajtani – ezen patthelyzet miatt vélnek sokan a turizmusban neokolonialista jegyeket felfedezni.

„A turista áradat jelenlegi »egyirányú utcája« a fejlődő országokat a turistákat küldő országok gazdasági és politikai eseményeitől való veszélyes függőségbe sodorja.” (Kaspar–Fekete 2003: 186.) Ahogy Wagner mondja: „[...] a turizmus csak egy újabb példája a gazdasági növekedésnek, amely csupán a függőségi viszonyt terjeszti ki a külső ország döntési hatalma, befolyása által” (Wagner 1981:190). „Ennek a függőségi viszonyoknak köszönhetően a nyereség nagymértékben visszaszivárog abba az országba, ahol a multinacionális vállalatok székhelye van” (Pearce–Butler, eds. 1999:212).

Az országban magas a külföldi tulajdonú hotelek aránya, így egy adott hotel, bár sikeresen vonzza a vendégeket, a lokális piacra csekély hatással van, hiszen a bevételek kiáramlanak a helyi környezetből. Továbbá komoly problémát okoz az is, hogy kismértékben vonják be a helyi termelőket, illetve vállalkozókat.

Feszültséget okoz a nem helyi munkaerő alkalmazása. „Mivel a fejlődő országokban viszonylag alacsony a képzettségi szint, valamint sok külföldi vállalat van jelen ezen a területen, az anyagi szempontból jobb állásokat a külföldiek töltik be.” (Kaspar–Fekete 2003:185.) Ez a jelenség gyakori a multinacionális vállalatoknál, így helyi szinten frusztrációt vált ki, és a lokális közösségekben erősíti a gyarmati idők letűntnek vélt rendszerének meglétét.

Az elégedetlenség az alacsony fizetség vagy pozíció miatt nem ritka jelenség a harmadik világbeli turizmusban, és ez a gambiai szférában is észlelhető. Noha a gambiai munkaerő alkalmazásának állami szorgalmazása kedvezőnek tűnhet (ezt már az 1970-es évektől ígéri is az állam), el is üldözheti a külföldi befektetőket (Wagner 1981).

A gazdasági hatások meghatározó eleme a turisztikai szolgáltatások természete és vonzereje, aminek figyelembevétele segít meghatározni a turizmusból eredő totális fogyasztást. Többek között az úgynevezett csomagutak (például az all-inclusive utak) nagy aránya miatt Gambiában a turisták alig – vagy egyáltalán nem – költenek a helyi piacon (Drammeh 2007). Ugyanígy hatnak az idegenvezetők figyelmeztetései, miszerint a hotel területét elhagyni veszélyes. Ezek a félrevezetések, illetve a turisták féltelmei és kényelmi igényei a helyi közegtől elzárt buborékot alkotnak körük. Létrejön egy modern mikrovilág, melyben a turista jól érezheti magát Afrikában, ahol egyszerre van távol és mégis közel saját megszokott világához.

A turisták típusai szintén meghatározó tényezők: minél többen vannak, és minél többet költenek, annál nagyobb hatással vannak a helyi gazdaságra. Igényeik termé-

szete szintén meghatározó. Mivel a tömegturizmus igényeit külső forrásokból tudják csak kielégíteni, az abból származó bevételek is elhagyják az országot (Pearce–Butler, eds. 1999:212). A megnövekvő importigény több okból sem előnyös: egyfelől rontja az ország fizetési mérlegének egyensúlyát, másfelől csökkenti azt a gazdasági alapot, melyből az ország finanszírozhatná az egyéb – esetleg prioritást élvező – szociális szektorokat, például az egészségügyet vagy az oktatást.

A turizmus gazdasági vetületeit vizsgálva nem szabad megfeledkeznünk arról sem, hogy akik a turisztikai iparba közvetlenül befektettek, azok a helyi átlagjövedelem többszörösét keresik. Ez a réteg előnyös gazdasági helyzetéből következően egyúttal kedvező társadalmi pozícióba is lép. (A létrejövő vagyoni differenciálódások kihatnak a társadalmi környezetre is, aminek bemutatására, illetve elemzésére egy későbbi fejezetben térek ki.) A turisztikai iparban dolgozók – a munkahelyüket ügyesen kihasználva – mintegy beleszövődnek a turizmus világába: a turistákkal a hivatalos közegen túl is barátkoznak, azaz próbálnak olyan személyes kapcsolatokat kiépíteni, melyek nagy részéből hasznuk is származik. Ez a következő szinteken kel életre:

1. Egyes turisták bizonyos helyzetekben, például ha egy helyi lakos meghívja őket a családjához, szívesen adnak adománynak titulált összeget. Anna és Peter spanyol házaspár, akik összebarátkoztak az egyik hotelben dolgozó felszolgálónóval, Mai-jel. A pár egyszer meghívta Mait vacsorára, aki viszonzásképpen szintén meginvitálta a saját családjához őket, egy banjuli külvárosi bádognyúhóba. Amikor Anna és Peter elmesélte nekem az élményeit, döbbenet volt az arcukon. Döbbenet a szegénység és a nagyszerű vendégszeretet hatására. Nagyon hálásak voltak Mainek, és úgy érezték, megengedhetik maguknak, hogy egy számukra jelképes összeget adjanak Mainek, segítve őt és családját.

2. Dave (egy ír turista) egy tengerparti bárban ismert meg egy fiút, akit igen intelligensnek talált és megkedvelt. Elhatározta, hogy anyagi segítséget nyújt a fiúnak az iskola elvégzéséhez. Dave már nyolc éve visszajár Gambiába (ha teheti, évente többször is), így a fiút mindig tudta ellenőrizni, hogy valóban megfelelően használja-e fel a támogatás összegét. Azóta a fiú elvégzett egy könyvelőtanfolyamot, és most már meg tud állni a saját lábán (Dave ennek ellenére továbbra is támogatja).

3. Üzleti tevékenységeket is támogatnak az idegenek: Mike brit visszatérő vendég, sok időt töltött együtt a taxisofőr Dawdával. Mikor Dawda autója elromlott, Mike állta az autó javítási költségeit.

4. Laminnal egy bárban⁴ dolgoztam, ő volt a fő bárpultos-mixer munkatársam. Harmincnyolc évesen már tizenöt évnyi szórakoztatóipari tapasztalatot tudhat a háta mögött, melyből az utóbbi öt évet már ebben a bárban töltötte. Nagyszerű jellemével, szórakoztató humorával minden vendég szívébe belopta magát. Igazi profi volt, aki mindig megtartotta a magánügyeit és általában a gondolatait is magának. Több hónapot együtt kellett vele dolgoznom ahhoz, hogy valóban megismerjem.

Egy mindig visszatérő turistákból álló baráti csoport vett magának egy házat Gambiában, ám hogy távollétükben ne álljon üresen, Laminnak felajánlották, hogy költözzön be. Sőt mi több, ha ügyes, kerítsen magának fizetővendégeket, akiket elszállásolhat a házban, és a tőlük kapott pénzt megtarthatja. Lamin ettől függetlenül (bár nagyon hálás volt ezeknek az embereknek) sokszor erős kritikával illette az országában kialakult turizmust. Havi fizetésének (amely 3500 dalasi, azaz 26 ezer forint, s ez hat-

szorosa az átlagos gambiai keresetnek, és melyhez havi szinten még körülbelül ugyanennyi borralaló is járult) relatíve magas volta ellenére sokszor elkeseredett. Hiszen látta, hogy huszoneves fiatalok egy éjszaka alatt annyit költenek, mint amennyi az ő fizetése, és látta, hogy a turisták bármikor jöhetnek az ő országába, ám amikor ő el akart jutni az Egyesült Királyságba, elutasították (a száz dollárnak, azaz 16 ezer forintnak megfelelő illeték megfizetése ellenére). Mindig szembesült a nemzetközi viszonylatban hátrányos helyzetével, még ha helyi szinten kiemelkedően szerencsésnek is mondhatta magát.

5. Ugyanezzel a kettősséggel találkoztam Daniel esetében is, aki a legnagyobb szállodában, a Kairaba Hotelben dolgozik könyvelőként. Holland turisták személyében ő is segítőkre lelt, akik kifizették az utolsó tanulmányait. Mikor kértem, hogy sorolja fel a turizmus általa tapasztalt jó és rossz oldalait, a következőket említette:

a) a prostitúció és a pedofília egyre inkább elterjed, akárcsak a különböző drogok használata (melyek szerint a repülőtéren tapasztalható korrupció miatt jöhetnek be az országba), „a kultúránk haldoklik, egyre inkább az európai jön be”;

b) ám mindezek ellenére Daniel szerint több előny származik a turizmusból, mint hátrány, hiszen például a Kairaba Hotel a helyi termelőket immár egyre inkább bevonja az iparba, s tőlük vásárolja meg az ételeket. A munkafeltételek egyre kedvezőbbek, ugyanakkor megjegyezte, hogy egy szobafoglalási menedzserként dolgozó egyiptomi kollégája negyvenezer dalasit keres, amihez hozzájönnek még az ingyen lakás és egyéb szolgáltatások, miközben Danielnek most emelték meg a fizetését 6500 dalasira, utazási támogatását 820 dalasira és egyéb juttatásait 2500 dalasira, azaz összesen 9820 dalasit kap egy hónapban. Mikor megkérdeztem, elégedett-e, azt felelte, „igen, gambiai viszonylatban nem panaszkodhatom”.

6. „Figyelemre méltó, hogy a nemzetközi turizmus megteremtette azt a (fiatal) férfiakból álló csoportot, akik a hotelek, a part vagy a reptér körül töltik idejüket, hiszen a gazdag turisták a gazdaságilag elnyomott országok társadalmi számára egy lehetséges anyagi forrást jelentenek.” (Wagner 1981:199.) Ezek a többnyire fiatal *turistabarátok* (helyi nevükön: *bumsterek*) állandóan ismerkedni akarnak a turistákkal, ami eleinte kedvességnek tűnik, de előbb-utóbb kiderül, hogy barátkozásuk nem érdek nélküli. Sok esetben szinte lehetetlen ezektől a helyi fiataloktól búcsút venni. E jelenség főleg a munkanélküliségnek köszönhető, illetve annak a reménynek, hogy a turisták mint „új barátok” esetleg szponzorálják őket – tanulmányi, üzleti ügyekben, utazásban –, vagy segítenek eljutni Európába, például házasság révén. Természetesen sokan sikeresek, és valóban vannak turisták, akik segítik a helyieket (lásd az előző példákat), vagy akik szerelmesek lesznek egy gambiai ifjúba, összeházasodnak, és elviszik újdonsült párjukat Európába. Éppen emiatt jogosan feltételezhetik a még szerencsével nem járt bumsterek, hogy egyszer nekik is a segítségükre lesz valaki, illetve hogy ők is találnak majd egy „naiv” jóvendőbelit. Ebből kifolyólag ez a társadalmi magatartás nemcsak fenntartja, de generálja is önmagát.

7. Az egyik kollégám, Rose, akivel az említett bárban dolgoztam, meghívott a családjához. Örömmel vettem a kedvességét, és másnap el is mentem. Mikor már hosszabb ideje ott voltam, és megismertem Rose családtagjait, Rose azt mondta: „Te most már voltál az otthonomban, segíts nekem vízumot szerezni, hogy én is mehessek a tiedbe.” Sajnálattal nyugtáztam, hogy a barátkozó magatartás nem volt önzetlen. Más eseteket

is megismertem, melyekben a helyiek – látva, hogy egyes sorstársaik milyen szerencsések – sokszor azzal a szándékkal barátkoznak a turistákkal, hogy ők is találjanak támogatókat. Így olyan tendencia van kibontakozóban, mely bizonyos érdeket feltételez a két fél között, s miután ezt sokszor nehéz kiszűrni, feszültség keletkezhet a vendéglátók és a turisták között.

Sokan sokféle személyes haszonra tesznek szert a turistákkal való kapcsolataikból, így érthető, hogy a helyiek körében kialakul az a törekvés, hogy a turistákkal jóban legyenek. A turisták, illetve a velük való találkozás egyfajta segítséget, előrelépést eredményezhet a nehéz hétköznapiakban, de akár kiutat is jelenthet a szegénységből. Azok a gambiaiak, akik valamilyen szinten kapcsolatban állnak a turizmussal, általában kitűnő emberismeretet fejlesztettek ki a barátkozás érdekében, és igen kifinomultan alkalmazkodnak a turisták euroatlanti kultúráihoz. A helyiek tehát meglehetősen függenek gazdaságilag a turizmustól, mely reláció sok esetben torzulásokat okoz az ipar és a helyiek, illetve a turisták és a helyiek kapcsolatában egyaránt, ugyanakkor ezen a szinten jelentkezik a helyiek számára a leglátványosabb anyagi előny.

Társadalmi és kulturális hatások

Noha a turizmust a benne érdekelt szereplők főként mint globális érvényű gazdasági folyamatot tartják számon, éppúgy hozzájárul a szociokulturális, mint a gazdasági vagy környezeti változásokhoz, amit azonban jóval nehezebb mérni. A társadalmi vonatkozások komplexitása miatt a hatásoknak, illetve azok következményeinek felfejtése igen nagy kihívás. Kiváltképp, ha figyelembe vesszük, hogy a turizmus bizonyos elemeinek hatásai időben elnyúltan jelentkeznek, így az ok-okozati kapcsolat nem mindig egyértelmű. A turizmus égisze alatt végbemenő, a helyi lakosságot érő társadalmi-kulturális hatások szerteágazó és egymással kölcsönhatásban álló folyamatok összességét jelentik. A turizmus változást idéz elő a külvilágról alkotott képzetekben, az érték- és szokásrendszerben, a kulturális identitás erősödésében vagy gyengülésében, a gazdasági hatások által jelentkező vagyoni különbségekben, melyek a szociális környezetet is megmásítják. Mindezek bemutatására az alábbiakban kerül sor, illetve külön fejezetben tárgyalom a turizmus okozta társadalmi differenciálódás kérdését.

Egyre inkább elfogadott nézet, miszerint a turizmus mint szabadidős tevékenység a modern ember szükséglete, és emiatt válhatott a fejlődő országok társadalmainak szemében is az időtöltés megszokott módjává. Az utazások mozgatórugója a „civilizált” ember vágya, hogy eljusson egy „civilizálatlan” tájra, mintegy kilépve saját, megszokott környezetéből – mégis mindezt valójában egy európai mikrovilágban kívánja megtenni (Smith–Duffy 2003). Megfigyelhető, hogy a turizmus egyre inkább visszatükrözi a turista kultúráját és értékrendszerét az adott desztinációban, míg a vendéglátó közösség kultúrája fokozatosan háttérbe szorul. Ez párhuzamba állítható Latouche vélekedésével, aki azt mondja, hogy „a fejlődés (illetve a fejlesztés) csupán a világ nyugatiasítása” (idézi Smith–Duffy 2003:83), s emiatt sokan csak a gyarmatosítási beavatkozás újabb példájának vélik. Ez a jelenség a következő példákon kiválóan tetten érhető Gambiában is:

1. Az állam a tengerparti övezeteket fokozatosan eladja a turizmust népszerűsítő cégeknek, hogy azok az adott területen hoteleket építsenek, így a helyiek élettere fokozatosan leszűkül, illetve a part felől a szárazföld belseje felé tolódik. A turisztikai övezetben (ami Gambiában főleg a nyugati tengerparti sávot foglalja magában) infrastrukturális fejlődés figyelhető meg, ami az utak építését, illetve azok minőségi javulását jelenti, s magában foglalja a köztereket elfoglaló reklámtáblák megjelenését, többemeletes házak építését, a taxik erős jelenlétét. Ezen ismérvek egyéb gambiai urbánus területeken csekély mértékben figyelhetők meg. A boltok és éttermek kínálata is aszerint differenciálódik, hogy az a turizmus számára elérhető helyen fekszik-e, vagy sem (a kínálat értelemszerűen a keresletnek felel meg).

2. Az öltözködés az egyik legszembetűnőbb dimenziója a turizmus keltette változásoknak, és ezért egyre inkább hasonlít a gambiai viselet az európaiakéhoz. Gambia lakosságának kilencven százaléka mozlim, így a hagyományörző női lakosság a testet elfedő bő ruhadarabokat, hosszú szoknyákat visel. Ám a viselet fokozatosan közelít az európaihoz, és így a nők, főleg a fiatalabbak már nem szégyenlősek, és szűk, testüket kevésbé leplező ruhákat vesznek fel. Beszéltem például olyan édesanyával, akiben megbotránkozást váltott ki a fiatalok körében terjedő új divat, a farmer, amely testhez feszülő fazonjával „szexuálisan kihívó”. A férfiakra is jellemző a farmer és az amerikai vagy európai (főként rap/hip-hop zenei irányzatokhoz sorolható) előadók vagy zenekarok pólójának viselése. Akik pedig az európai igényeknek megfelelő hotelben vagy étteremben dolgoznak, azok természetesen annak megfelelő ruházatot – a nők kosztümöt, a férfiak öltönyt vagy egyenruhát – öltenek magukra munkájuk során.

A „mókuserékből elmenekült” turista sok esetben csak pihenni jön Gambiába, és a helyiektől elzárkózva tölti a vakációt. Nem kíváncsi a helyi kultúrára, emberekre, viselkedése egyfajta érdektelenséget sugall, ami zavart kelt a vendéglátó közösség körében. „Az utolsó dolog, amit a turista akar, hogy a szociális problémákra emlékeztessék, így az ignorálás áldás” (Smith–Duffy 2003:60). Ugyanakkor a turista elvárja, hogy amíg ő kipihen a stresszt, addig mások, azaz a helyi vendéglátó közösség tagjai szolgálják őt ki tökéletesen (sok esetben ez az egyetlen kommunikációs csatorna, amin keresztül turista és helyi érintkezik).

A turisták ritkán láthatók a turisztikai övezeteken kívül. Ez egyrészt köszönhető annak, hogy ők pihenni, a napfényt élvezni jönnek. „Sok turista utazik a nap és a homok miatt, örömük abból adódik, hogy nem kell semmiért sem aggódniuk, mások kiszolgálják őket, és kedvenc ételeiket fogyaszthatják.” (Smith–Duffy 2003:60.) A turista kiszakítja magát a mindennapok szociális kötelezettségeiből, s nemigen kíváncsi a hotelen kívüli világra, megteremtve így a maga számára egy hétköznapi környezetet, valóságot. Ehhez hozzájárul még a külföldi tulajdonú utazási irodák tájékoztatása is, miszerint a hotelen kívül lenni nem biztonságos sem a testi épség, sem a higiénia szempontjából. Igaz, ha mégis kilépnek, sok esetben előfordul, hogy a már említett *bumsterek* sora sokkolja, illetve támadja le őket.

A szakirodalomban *beach boy*ként, azaz selyemfiúként is hivatkoznak a bumsterekre, akiknek jelenléte Gambiában komoly problémát jelent. Erőszakosságuk nagy ellen-szenvet vált ki a turistákból, akik sokszor zaklatásként élik meg a bumsterek közeledését. Ennek elkerülése érdekében a 2005–2006-os főszezonban a bumstereket egyszer kilitoltták a tengerparti övezetből két napra. Ez azt jelentette, hogy katonák őrizték a

turisták nyugalmát, és ha egy helyi – aki természetesen nem volt minden esetben bumster – lejött a partra, annak súlyos következményei lettek számára.

Hogy a turizmusból minél több pénzt nyerjen az állam, a tengerparti területeket kvázi kinevezte fehér övezeteknek. Következésképp a helyieket kitiltották saját élet-környezetükből, ami felidézte bennük, milyen lehetett a több évvel korábbi kolonializmus, amikor fekete ember nem mehetett a fehérek területére.

A főbb szociális következmények közé sorolhatók még:

1. A helyiek sokszor próbálják utánozni a turistát, így a helyi kultúra, hagyományrendszer átalakul a turisták érték-, illetve szokásrendszerének megfelelően, sőt bizonyos esetekben ezt magának a turistának az igénye idézi elő (étel, öltözék, zene, művészet). Ezek a transzformációs folyamatok a helyi identitás elvesztésével fenyegetnek.

Ez nagyban kihat például a hagyományos művészetre, hiszen a helyi kézművesek leginkább a turisták igényeinek megfelelően készítik portékájukat. A brikamai piacon (Gambia legismertebb kézművespiacán) Mohamed elmondta, hogy a holland turisták miatt korábban könyvtartót készített, a németek kérésére falra akasztható csillagot, és egyéb kívánságokat is igyekszik teljesíteni. Megfigyelhető egyfajta kulturális keveredés: a tárgyak funkcionalitásukat tekintve európaiak, míg esztétikailag, kinézetre afrikaiak. Ezzel a párhuzammal talán az egész afrikai turizmus is jellemezhető: turista-elvárások afrikai köntösben.

2. A kulturális öntudatosság elvész, kivéve azokban a városokban, falvakban, turisztikai látnivalók esetében, ahol az „eredeti Afrikát” adják el mint terméket, és szolgáltatóként különböző helyi szokásokat, rítusokat mutatnak be. Egyfajta ellentmondásosság figyelhető meg: a turisták érdeklődnek az (általuk elképzelt) afrikai kultúra iránt, hiszen az oly „idilli és egzotikus”, ugyanakkor érdektelenek ugyanazon emberek bármilyen szintű vagy mértékű problémáival szemben. Az idealizált afrikai kultúra fokozatosan árucikké válik a turizmus hatására.

3. A tömegturizmus során egyfajta paradox helyzet tapasztalható a helyiek részéről is: elutasítják az idegen kultúrákat a gyarmatosítás hosszan tartó negatív hatásai miatt, ugyanakkor szükségük van arra, hogy ugyanezen kultúrák tagjai meglátogassák őket, s mint turisták finánciális hasznot hozzanak magukkal. A nyugat-afrikai turizmus népszerű a transzatlanti rabszolga-kereskedelem kapcsán is: sok turista látogat ide, hogy megismerje ennek történetét. Jellemző, hogy ezeken a rabszolgassággal kapcsolatos látnivalókon a történelem bemutatása mellőzi a politikai aspektust, és a történetet inkább mint „érdekes eseményt” meséli el.

„Az [afrikai] embereket ezeken a tájakon gyakran passzív szereplőként, ugyanakkor az urbanizálódott és iparosodott országok fehér felfedezőinek – akik az autentikusság eredetét keresik – hálás fogadóiként is ábrázolják” (Aitchison, idézi Smith-Duffy 2003:112).

4. A kulturális lealacsonyítás esetei figyelhetők meg azokban az esetekben, amikor különféle turisztikai programok alkalmával a helyi közösség tagjai egyfajta „turisztikai objektumként” jelennek meg (lásd Jufureh – azaz Kunta Kinteh faluja, mely az egyik fő attrakciója Gambiának).

Hadd osszam meg egy személyes, igen sokkoló élményemet, amikor egy utazási iroda által szervezett egynapos csoportos kiránduláson vettem részt. Ez hajóúttal egybekötött látogatás volt Kunta Kinteh falujában. A turisták biztonságáért felelős,

szintén helyi – mondhatnánk biztonsági – ember bottal ütlegelve hessegette el az odaseregülő helyieket, azaz főleg a turisták iránt érdeklődő gyerekeket és a turistákat köszöntő felnőtteket. Mindez természetesen a turisták szeme előtt zajlott, reprezentatív példáját adva a kölcsönös kulturális megértés és érdeklődés hiányának, ami a turizmus egyik alappillére kellene hogy legyen.

5. A fejlődő országok turizmusára jellemző, hogy amikor gazdag turisták érkeznek, és helyi viszonylatban rengeteg pénzt költenek, vagy akár méregdrága felszerelésekkel járnak, a helyiekben felelevenedik a rég befejeződött gyarmatosítás emléke. Ilyenkor szembetűnővé válik a turisták jobb anyagi helyzete, ami a letűnt gyarmatosítási idők elmúltával a mai napig mit sem változott.

„Az üdülőterületeken csupán a turistát látják el élelemmel, a szálloda állapota nagy kontrasztban áll a szomszédos helyi környezettel.” (Smith-Duffy 2003:138.) Az a tény, hogy egy turista egy vacsorára többet költ, mint a helyi pincér egyhavi keresete (aki – ne felejtsük el, hogy – helyi viszonylatban magas jövedelműnek számít), csökkenti az adott dolgozó önértékelését (ezzel sokszor szembesültem, például abban a bárban, ahol dolgoztam), erősítve a fehér embernek való alávetettség, illetve alárendeltség érzését.

Ezenfelül a turistáknak minden biztosított még az üdülésük során is: a hotelben van vízellátás és áramszolgáltatás. Ezzel szemben, ha egy helyi családnál be is van vezetve az ivóvíz és a villanyáram, akkor is gyakori, hogy vagy az egyik, vagy a másik épp nem áll rendelkezésre. Ez az atmoszféra erősíti a lokálpatrióták szemében azt a rég berögzült vélekedést, hogy a „fehéreknek bezzeg mindig mindene megvan”. „A turisták és a befogadó közösség közötti éles gazdasági és szociális különbség erősíti a kulturális szétszakadást, illetve az életvitelek, -stílusok transzformációját” (Pearce-Butler, eds. 1999:213).

Ezek a gazdasági egyenlőtlenségek a helyiek szintjén frusztrációhoz és elégedetlenséghez vezetnek, ami sok esetben azt a konklúziót jelenti számukra, hogy Európában kell a jobb életvitel lehetőségét keresni. Tehát megjelenik az identitáskrizis, az elvágódás, ami a turizmus egy mellékhatása (igaz, ehhez a jelenséghez még a média, például a televízió és a rádió is hozzájárul).

A turizmus egy másik tipikus társadalmi jelensége a szexturizmus, ami párhuzamba állítható a vendégek számának növekedésével. Noha a turizmus nem tehető egyedüli felelős faktorrá a szexuális kihasználásért, könnyen teremt arra lehetőséget. Vannak olyanok a helyiek között, akik a szexturizmust könnyű pénzszerzésnek tekintik, míg másoknak nincs más lehetőségük a megélhetésre, és megint mások azt remélik az együttlétől, hogy eljuthatnak Európába, mintegy kiutat találva a szegénységből.

Gambia igen ismert a szexturizmusáról, a tengerparton sétálva rengeteg vegyes párt láthatunk. Hall érvelése szerint a harmadik világ szexturizmusában a nemi és gazdasági egyenlőtlenség tartja fenn a kihasználási, illetve alávetettségi viszonyrendszert (idézi Smith-Duffy 2003). Ez Gambiában is jellemző, noha itt a prostitúcióban mindkét nem részt vesz.

Nehéz pontos adatokkal szolgálni, de az UNICEF 2003-as jelentése szerint a fővároshoz, Banjulhoz közeli tengerparti részen a turisták mintegy hatvan-hetven százaléka a pihenés és az olcsó szex miatt jött. A Gambiai Turisztikai Hivatal (GTA) egyik munkatársa így nyilatkozik erről a témáról: „Sok fiatal lány sétálgat fel s alá a turisz-

तिकai övezetekben annak reményében, hogy el tudja adni testét. Ez igen hátrányos az országimázsnak. Ha rossz híred van nemzetközileg, nagyon nehéz lesz eladni a termékedet” – ez a hozzászólás kiváló példa arra, hogy a helyi szereplők is sokszor helyezi előtérbe a gazdasági hasznot a szociális problémákkal szemben.

Összességében elmondható, hogy a turizmus főként elméletben hirdeti a kölcsönös megértést, a pozitív kulturális érintkezés létrejöttét. Ezek a jelenségek ugyan a gambiai gyakorlatban is jelen vannak, de egyelőre csak alacsony arányban. „Amíg nincs változás a harmadik világ és az ipusztriális társadalmak között gazdasági és szociális szinten egyaránt, a turizmus kétségkívül a kolonializmus egy formájaként fog tovább élni. A turizmus addig nem lesz kedvező hatású a fejlődő régiókban, míg a kettő kapcsolatában nem áll be minőségi változás, és nem hozza közelebb az embereket, vagy nem kínálja az új környezetet vagy a különböző civilizációk gazdagító felfedezését.” (Bugnicourt, idézi Crick 1989:326.)

Gambiában megfigyelhető, hogy egyre több turista kíváncsi a valódi gambiai kultúrára, egyre többen vesznek részt a gambiai életben, így például helyi tulajdonú szállásokra mennek, helyi idegenvezetőket választanak. Főleg a visszajáró turisták jelentik azt a réteget, mellyel a kölcsönös érdeklődés, a kulturális csere és „egymás segítése” megvalósul a gyakorlatban, kilépve a szlogenek tárházából. Az előző fejezetben ismertetett anyagi támogatások nyújtása valós előrelépést jelent mind gazdaságilag, mind szociálisan.

A turizmus, mint minden globális szintű jelenség, a helyiek világának elnyugtatódását és gazdasági kihívásokat idéz elő (melyeket egyaránt lehet neokolonializmusnak, gazdasági kiaknázásnak vagy akár fejlődésnek is titulálni), ám a fogadó közösség tagjait érintő kedvező hozadékok először a turisták egyéni kezdeményezéseiből (a nyitottságból, az érdeklődésből, az önzetlen segítségből) erednek, míg a tömeges turistaáradat a gambiai élményből annyit merít, amennyi neki kényelmes.

A turizmus okozta társadalmi differenciálódás kérdése

A turizmus implicit módon a helyi lakosság egészét érinti, aminek következtében kihat a társadalmi rétegződésre, mintegy átformálva azt. Ám a találkozási pontok, csatornák eltérőek, s így a turizmusra vonatkozó észlelések, vélemények is más-más szempontot tükröznek. Saját terepmunkám során is nyilvánvaló volt, hogy a gambiai lakosságot fel kell osztanom aszerint, hogy ki milyen szinten érintett a turizmus piacában, hiszen az eltérő komponensek különböző benyomásokat szülnék, így a vélemények széles skálája képződik. Hogy jobban átláthassuk a turizmus által érintett társadalmi rétegeket, azokat differenciálva a következő csoportokat alkottam meg és határoltam körül:

I. *A turizmusban közvetlenül érintettek*: az iparágban dolgozók, akiknek a jövedelme mindennemű közvetítő nélkül a turizmusból vagy maguktól a turistáktól származik. Mint alkalmazottak a turistát kiszolgálják, a turizmus iparával közvetlen kapcsolatban vannak. Idesorolhatók a hotelben vagy az étteremben dolgozók, a termelők, a vállalkozók (akár a sarki boltosok, akikhez néha-néha betéved egy-egy turista), a turisztikai termékeket árusítók vagy készítőik (kézművesek), a gyümölcsfeldolgozók, a taxisofőrök és a szexturizmust űzők.

2. *A turizmusban közvetve érintettek:* nincs hivatalos kapcsolatuk az iparággal, közvetlen pénzforrást nem jelent számukra sem a turizmus, sem a turista. Idesorolhatók a turizmusban dolgozók családtagjai (urbanizált és vidéki területeken egyaránt), a turizmusban dolgozók barátai, ismerősei és a turistákkal csupán barátkozni kívánó lakosság (például kulturális eszmecsere mint interkulturális folyamat).

3. *A turizmusban egyáltalán nem érintettek:* a földrajzi távolság miatt a turizmus nem jelenik meg minden térségben, ezért bizonyos csoportoknak semmiféle kapcsolatuk nincs a turizmussal. Főleg a turisztikai övezetektől távoli, az ország keleti részén élő lakosság sorolható ide, vidéki földművesek és kereskedők.

Természetesen ezeknek a társadalmi halmazoknak vannak átfedései (valaki dolgozik is az iparágban, ugyanakkor ismer valakit, aki – esetleg akár más területen, de – szintén részt vesz a turizmusban, vagy a családban, adott ismeretségi körben többen is lehetnek turisztikai alkalmazottak, sőt az izolált területeken élők is mind tisztában vannak az országukban jelen lévő turizmussal).

A fent felsorolt halmazokat elhelyeztem a turizmus keresztmetszetében, hogy meg lehessen vizsgálni a turizmus okozta, individuális szinten jelentkező gazdasági, azaz vagyoni, érték- és szokásrendbeli transzformációt.

A különböző találkozási platformok, csatornák közé tartoznak: *a)* üzleti tevékenység, munkahely; *b)* élettér, azaz utca, part, piac, étterem stb.; *c)* utazás; *d)* „hallottak”, azaz mások történetei, tapasztalatai a turizmussal kapcsolatban.

Benyomások, vélekedések

A gambiaiak turizmusról alkotott képzetei, percepciói széles skálán mozognak aszerint, hogy az előbbieken meghatározott halmazok közül az adott egyén melyikben helyezkedik el, azaz milyen csatornákon keresztül találkozik a turizmussal és a turistákkal.

Azok a legtudatosabbak, akik a turizmusban közvetlenül érintettek, azaz munkájuk kapcsán, jövedelemszerzés céljából vonódtak be – tehát tisztában vannak a mechanizmusával, a turisták elvárásaival, típusaival, érték- és szokásrendszerével. E személyek közt különbséget kell tennünk a szerint, hogy ki milyen pozícióban dolgozik. Aki ugyanis magasabb beosztásban van (például könyvelő vagy menedzser), az általában nem a turistákkal, hanem magával az iparággal van közvetlen kapcsolatban. Ők leginkább a munkafeltételekkel nincsenek megelégedve, ami egyfelől abból ered, hogy külföldi kollégáikhoz képest kevesebbet keresnek, kevesebb juttatást kapnak, illetve az adott nemzetközi szintű vállalatban nem mobilisak, azaz kizárólag saját országukban alkalmazza őket a cég. Így ez a csoport a gazdasági és esélyegyenlőtlenséget fogalmazza meg a turizmussal kapcsolatos asszociációiban.

Aki alacsonyabb beosztásban dolgozik (például felszolgáló, szobalány, takarító-személyzet), napi rendszerességgel érintkezik a turistákkal. Ők sok kategóriát fogalmaznak meg leírásukra (kedves, jókedvű, érdeklődő, távolságtartó, arrogáns). Sikeresül személyes kapcsolatot kialakítaniuk, sokszor előfordul, hogy a turisztikai övezeteken kívül találkoznak (például a helyi fél meghívja vendégségbe a turistát, elviszi megmutatni neki a lakókörnyezetét, bemutatja barátainak), s ennek eredményeképpen sokszor lelnek a turistákban szponzorokra. Ezeket a támogatásokat oktatásra, üzleti tevékeny-

ségre vagy a családfenntartás megkönnyítésére fordítják. Ilyen szempontból azok „az értékesebb turisták, akik visszajárnak nyaralni, hiszen akkor már kialakult a barátság és a támogatás, sőt ők sokszor küldenek is pénzt vagy ajándékokat” – mesélte egy asszony, aki egy ötcsillagos hotelben dolgozik takarítónőként. Egy idősebb brit hölgy, aki már huszonöt éve visszajár Gambiába, azt mondta, hogy a helyiek már szinte el vannak kényeztetve, hiszen ő is mindig hoz ajándékokat, ruhát vagy cipőt egy gambiai nőismerősének, aki viszont egyre kritikusabb azokat illetően (elégedetlenkedik, ha a cipő mérete nem jó, vagy ha a ruha nem nyerte el tetszését).

Egy pincér a következőket mesélte a turistákról: „Próbálunk túllépni azon, hogy ők milyen jómódúak, s mennyit költenek, és belátni, hogy mi milyen szerencsések vagyunk amiatt, hogy a hotelben dolgozhatunk, hiszen így barátságot köthetünk velük, ami miatt ők (a turisták) sokszor megsegítenek minket.”

Ismertem egy helyi férfit, aki „bekönyörögte magát” egy sikeresen működő hotelbe, hogy ott biztonsági őrként dolgozhasson, annak ellenére, hogy ott kevesebbet keresett, mint előző, nem a turizmushoz kapcsolódó munkahelyén. Remélte, hogy turistákat megismerve neki is „csurran-cseppen majd valami” – mondta ő.

A bumsterekkel soha nem sikerült őszintén beszélgetnem, bár sok olyat ismertem, akinek viszonya volt idősebb fehér nővel. Ők mindig biztosítottak arról, hogy ez szerelem, „persze néha előfordul, hogy kapok pénzt, de az csak azért van így, mert ő jól érzi magát”. Inkább másoktól tudtam velük kapcsolatos információkat szerezni, főleg olyanoktól, akik a parton helyi tulajdonú étteremben dolgoztak, vagy barátaim lettek (lányok és fiúk egyaránt). Ők sokszor hivatkoztak a bumsterekre úgy, mint „halászokra, akik úgy horgásznak a turistaáradatból, mint a halász a tengerből”. Véleményükhöz sokszor párosult megvetés és undor (hiszen ezek a fiatalok sok hatvan éven felüli hölgynek nyújtanak társaságot).

A bumsterjelenséget sokan társadalmi betegségnek tartják a helyiek közül. Nem veszik figyelembe az interakció gazdasági vonzatát, csupán azon botránkoznak meg, hogy adott esetben akár többgenerációs korkülönbség is lehet a felek között (a nő sokszor anyja vagy akár nagymama lehetne a fiatal fiúnak), illetve hogy a női fél felsőbbrendű ezen érintkezések során (ami a főleg mozlim, férfidominanciájú Gambiában igen komoly nemtetszést kelt). Így az idősebb generáció azt gondolja ezekről a nőkről, hogy gyerekesek, illetve hogy „bizonyára otthon hagyták az eszüket”.

Amikor a bárban dolgoztam, kollégám volt Allieu, egy pincér, akit pár hónap közös munka után elbocsátott a főnökünk. Allieu többször visszajárt hozzám, és kérte, hogy amint visszatérek Magyarországra, keressek neki egy kedves idős hölgyet, akinek ő mindenféle dologban tud segíteni (azt hittem, főleg a háztartásbeli teendőkre gondol). Próbáltam elmagyarázni neki, hogy bár Magyarország is Európában van, azért itt sem olyan könnyű az élet, sőt még a nyelvet sem beszéli. Kérdeztem, miért nem marad inkább Gambiában, hiszen itt van a családja és a barátai. Nem sikerült meggyőzőnöm, a mai napig kapok tőle leveleket, melyekben már sokkal inkább a lényegre tér. Idézem: „Kérlek, ne feledd, amiről beszéltünk, azaz hogy találj egy hölgyet az országodban. És azt se, hogy a kornak semmi köze a szerelemhez, nem számít, hogy hány éves, milyen dagadt, csak a szerelem! Ha tud szerelmet adni, csak az számít!” Allieu története reprezentatív példája a gambiai fiatalságnak, melynek tagjai a kilátástalanságból, a munkanélküliségből való kiszakadás lehetőségét egy európai hölgy személyétől remélik.

Vannak olyan szereplők is, akik azért szeretik a turistákat, mert a „külvilágról” tudnak információkkal szolgálni. Aladin egy gunjuri kis tengerparti bár tulajdonosa, sokszor töltöttünk együtt egy-egy délutánt, amikor eszmecserét folytattunk a különböző kultúráinkról. Aladin kvázi a külföldi vendégeket, illetve történeteiket használja rádiónak, hírcsatornának – ezt ő mondta magáról.

Általánosságban elmondható, hogy akiknek sikerül a turistákkal érdemben kommunikálni, és a valós kölcsönös érdeklődést megtapasztalni, azok örülnek a turistáknak, és kíváncsian várják a következő szezont.

A női prostituáltakkal főleg szórakozóhelyeken lehet találkozni, öltözkükben teljesen adaptálták az európai divatot. Őket inkább sajnálja a társadalom, mivel az ő részvételük főleg a szegénységből, illetve abból a reményből ered, hogy ki tudnak majd lábálni belőle. Sok családban noszogatják is a lányokat eme tevékenységre, hiszen a „család kiterjedt, nincs munkalehetőség, csak rengeteg éhes száj”. Sajnos a terepen nem sikerült ilyen személlyel beszélnem, csak másokkal tudtam beszélgetni róluk.

A vidéki családokban is megfigyelhető az a tendencia, miszerint elküldenek egy fiút (ritkán lányt), hogy „menjen a nyugati partra, ahol sok fehér van, mert ott a pénz”. Így az országban egyre nagyobb a nyugat felé irányuló migráció. Úgy tűnik, a gambiaiak úgy vélik, hogy akinek sikerül bekapcsolódnia a turizmusba, az *megfogja az Isten lábát* (lásd az előzőekben a biztonsági őr példáját).

A turizmusról alkotott általános gambiai vélemény az, hogy bevételi forrást jelent, segíti a megélhetést, modernizálja az országot – aminek az ország egyik fele örül, míg a másik kevésbé. „Rossz irányba terelődünk” – ezt a nyugatiasodási folyamatokra érti az egyik nagycsalád idősebb tagja, ami természetesen nemcsak a turizmusnak köszönhető, hanem a globalizációnak és a médiának is.

Változások a turizmus hatására

„A turizmus hatását elemezve Scherer annak bomlasztó jellegét emelte ki. Családok, ágazatok fordultak szembe egymással, elterjedt a prostitúció, a fiatalok elfordultak a termelőmunkától, a halászatától.”

(Idézi Sárkány 2001:309.)

„A turizmus ügynöke lehet a szociális változásoknak és szétszakadásnak.”

(Pearce–Butler, eds. 1999:213.)

Akinek hivatalos munkája során pénze származik a turizmusból, annak és családjának egyaránt gyarapszik a vagyona, és megnő a tekintélye. Emelkedik a családban a technikai felszerelések és az iskolázott gyermekek száma, vagyis az életminőség javulása figyelhető meg. Aki hotelben vagy külföldi tulajdonú étteremben dolgozik, annak öltözéke nyugatias lesz, amely mindig előtérbe helyezi a turizmussal való kapcsolatát.

Irigykedés is megfigyelhető, egyrészt a biztos keresetre, másrészt a külföldi barátokra, akiktől különböző javakat kapnak (pénzt, ruhát, ékszert, CD-t, telefont stb.). Kialakul egy olyan képzet, hogy ezek a családok egyre jobb módúak, és „sokuk egyre feljebb hordja az orrát, hűtlen lesz saját gyökereihez, elfelejti, honnan jött”.

Sok gambiai felkeresi azokat az ismerőseit, akik a turizmusiparban dolgoznak, és arra kéri őket, hogy segítsenek neki is elhelyezkedni – tehát a dolgozókhöz sokszor érdekléssel teli kapcsolat fűződik (akárcsak a turistához sok esetben).

A bumsterek elszigetelődnek a társadalom nagy részétől, erősen elhatárolt szubkultúrát alkotnak. Ennek például egyik oka az előző fejezetben említett megvetés, illetve az arra reflektáló védekezés.

A turisztikai övezetekben időt töltő fiatalok az általuk elképzelt turistaelvárásokat adaptálva viselkednek. Bizonyos sztereotípiák álarcjai mögé bújnak, ennek megfelelően például sokan mondják azt magukról, hogy zenészek vagy művészek, mivel ezek a „címkék” előnyös pozícióban tüntetik fel őket. Így sok raszta hajú dobossal találkozhatunk a parton sétálva, akik imádják Bob Marleyt, és kínálgatják marihuánás cigarettájukat, különböző szlogeneket hajtogatva: „Ez a mosolygós part.” (*It's the Smiley Coast.*) – „Jó jónak lenni.” (*It's nice to be nice.*) – „Aminek híre megy, az visszaüt.” (*What goes around, comes around.*) „Emiatt mindenkivel kedvesnek kell lenned” – teszik hozzá. Ám ha a turista elutasítja ezeket a gesztusokat, a mosoly hirtelen eltűnik arcukról, agresszió és nemtetszés tör elő belőlük, ami igen jól példázza, hogy az „eladott jelszavak” hamisak, akárcsak a kedvesség és a mosoly a turisták felé. Kettősség figyelhető meg, hiszen ezek a fiatalok olyan magatartásformát vesznek föl, mellyel feltételezésük szerint a turistákkal jobb viszonyt építhetnek ki, de amint kiderül, hogy a kapcsolat nem jön létre, ellenségesség bújik ki belőlük.

Sok esetben szemléletváltás következik be, hiszen az otthoni értékek, melyekben a lakosság szocializálódott, háttérbe szorulnak, és a turizmus hatására új értékrendszer születik.

Az értékrendszer-változás felszínre tör, ami a következő példákon keresztül is szembeötlik:

1. A tradicionális felfogás szerint a család vagy egy adott közösség összetartásának eszméje erős, míg az idegenforgalom következtében megjelenik az individuális szint fontosságának megfogalmazódása. Előtérbe kerül az egyéni előrelépés, a családtól való elszakadás.

2. Az öltözék megváltozik (a mozlim viseletet felváltja a nyugatias).

3. A vallásosság háttérbe szorul, hiszen aki dolgozik, annak nincs ideje a napi ötszöri imádkozásra, illetve látják, hogy a turisták többsége egyáltalán nem hívő.

4. A vidéken élők közösségei közül a fiatalabbak „szerencsét próbálnak nyugaton”, mivel ők rátermettebbek. Ennek következtében az idősek és a tradíciók tekintélye folyamatosan csökken.

Merre halad akkor a turizmus Gambiában?

A turizmus harmadik világbeli jelenlétének megítélése gyakran ingázik a fejlődés mint a társadalom számára kedvező folyamat és az ugyanazon folyamat fenntarthatóságának megkérdőjelezése között. A turizmust olyan kétélű kardnak tekinthetjük (ezt a kifejezést több társadalomtudós is használja, például Harrison), amelynek egyrészt pozitív a hatása a helyi társadalomban, másrészt a jelenségnek vannak árnyoldalai is

– a *fenntartható turizmus* politikája ezért igyekszik egyensúlyt tartani a gazdasági hasznok és a szociokulturális, illetve a környezeti következmények között.

Egy újfajta turizmuspolitika fogalmazódott meg a turizmus nemzetközi szereplőinek körében, melyre *fenntartható turizmusfejlődésként* (*sustainable tourism development*) hivatkoznak. A WTTC (World Travel and Tourism Council) *Agenda 21* című kiadványában világosan kirajzolódnak a fenntartható turizmusfejlődés alapelvei és az ezzel kapcsolatos feladatok (WTTC, WTO & Earth Council, 1995). Eszerint egyensúlyban kell tartani a gazdasági hasznokat és a szociokulturális, illetve a környezeti következményeket, emlékezetes élményeket nyújtva a látogatóknak, és javítva a helyi lakosság életkörülményeit, biztosítva a helyi vendéglátó közösség tagjainak, hogy ők is döntéshozó szerepben legyenek, hiszen a turizmus az ő életüket is meghatározza (Hall–Richards, eds. 2000).

Ennek az irányelvnek a megfogalmazása már megtörtént Gambiában is (GTA – Tourism Master Plan; Responsible Tourism Partnership, Responsible Tourism Policy for The Gambia), ám a gyakorlatban még megvalósulás előtt áll. A köz nyomására az állam biztatja a helyi befektetőket, hogy versenybe szálljanak a külföldi befektetőkkel (Drammeh 2007). Egy helyi civil szervezet, az ASSET nagymértékben támogatja a felelős turizmus gyakorlatát, segítve, hogy a tömegturizmusból származó negatív hatások csökkenjenek. Ennek égisze alatt összehozza a turizmus „nagy halait” a helyi vállalkozókkal, különböző továbbképzéseket tart, ápolja a különböző szervezetek közötti kapcsolatot, megvédve a kisvállalkozókat a tömegturizmus árnyékában.

Butler (1980) egy, a desztinációra vonatkozó életciklusgörbét dolgozott ki, melyben hat stádiumot fogalmazott meg. Eszerint Gambia a felfedező, majd a részvételi szakasz utáni fejlődés stádiumán is túljutott. Egészen pontosan elérte a stagnálás állapotát. Innen Butler szerint kétfelé vezethet az út: vagy a hanyatláshoz, vagy a megújuláshoz. Úgy tűnik, Gambia ennek útvesztőjében van, de óvatosan lépked a turisztikai kínálat frissítése felé, s próbálja átvenni az őt megillető helyét saját turizmusában.

A gambiai turizmus tehát fejlődik, s mintha kezdene egyre öntudatosabb lenni, és kitörni a külvilággal való, oly régóta megszokott hierarchizált kapcsolatából. Folyamatosan változatosabbá teszi kínálatát, és lassan mintha kezdene tudatára ébredni, hogy miként tehet szert konkrét hasznokra a turizmus révén.

Szembetűnik ez a gyakorlatban is: helyi utazási irodák alakulnak meg, amelyek helyi idegenvezetőkkel viszik el a turistákat, hogy helyiekkel találkozzanak, s nem azonosítják ezt az élményt egy általános üdülőhellyel, mellyel Gambiát rendszerint összekapcsolják. (Ettől függetlenül a nemzetközi irodák még mindig uralják az iparágat, és vezető szerepük van a turisták csalogatásában, az ország reklámozásában, a látogatások megszervezésének megkönnyítésében, továbbá a repülőjáratok és szállások biztosításában.)

Összességében leszűrhető, hogy Gambiában olyan tendencia van kialakulóban, melyben a turisták meg akarják ismerni a helyieket, és nem turistaként jönnek vissza, hanem baráti látogatóba. Ez a viszony már sokkal inkább egyenlőségen alapul, létrejön egy kölcsönösséget előhívó interkulturális érintkezés, mely kihagyja az utazásból a gazdasági hasznokra törő nemzetközi vállalatokat. Akik visszajárnak, már nem a tömegturizmus égisze alatt nyaralnak, hanem gambiai barátaink napos országában – a helyiek nagy öröme.

JEGYZETEK

1. Jelen kutatást az ELTE Társadalomtudományi Karának Kulturális Antropológia Szakcsoportja, Hallgatói Önkormányzata és Suha György, Gambia tiszteletbeli főkonzulja támogatta. Ezúton is szeretném megköszönni a kutatásba vetett bizalmukat! Külön hálával tartozom Sárkány Mihálynak, aki mindig segítségemre volt kételyeim feloldásában, és próbált rávezetni kutatómunkám tapasztalatainak minél pontosabb feldolgozására és visszatükrözésére. Türelmét és tanácsait köszönöm!
2. Bertil Harding svéd üzletember 1965-ben Dél-Szenegál felé tartott hajóval, amikor egy kisebb baleset következtében Gambia partjaira vetődött. Miután jobban megismerte az országot, elhatározta, hogy honfitársaival is megismerteti ezt az „afrikai paradicsomot”. Harding Gambiát mint üdülési lehetőséget bemutató reklámja nagyon vonzó volt a svéd „nyaralni vágyóknak”: kedves helyiek, hosszú és (akkoriban még) érintetlen tengerpartok a forró trópusi nap alatt, ráadásul a repülőút is rövid. 1965-ben háromszáz turista jött Svédországból, majd ez a szám a következő évben a duplájára ugrott – ezzel mintegy rögvést beindult a további turistaáradat (immár több európai országból).
3. Egyes harmadik világbeli országokban fontos a kemény valuták jelenléte, hiszen 1. a helyi valutát nem lehet a nemzetközi piacon értékesíteni; 2. a bizonytalan gazdaságok saját pénznemük fluktuációjától függenek (sok esetben ezen ingadozásokat különféle nemzetközi szervezetek írják elő, például a Nemzetközi Valutaalap ehhez köti a segélyek és a fejlesztési kölcsönök szolgáltatását); 3. a gyenge gazdaságok, melyek bizonyos (főleg mezőgazdasági vagy nyersanyag) árucikkektől függenek, nagymértékben erősödhetnek vagy gyengülhetnek meg ezen áruik függvényében (például attól függően, hogy milyen az adott évi termés). Gambia gazdasága nagyban a földimogyoró-termelésén alapszik. Mivel az úgynevezett kemény valuták nincsenek kitéve a fluktuációnak (illetve sokkal kisebb mértékben), azok jelenléte segít elkerülni a felsorolt problémákat.
4. Az öt hónapos kutatás alatt a Green Mamba nevű bárban dolgoztam, ami kiváló lehetőséget nyújtott a turizmus helyi szereplőinek megismerésére.

IRODALOM

BÖRÖCZ JÓZSEF

1992 Travel-capitalism: The structure of Europe and the Advent of the Tourist. Comparative studies in society and history. An international quarterly 34(4):708–741.

BROWN, FRANCES

1998 Tourism Reassessed: Blight or Blessing? Oxford: Butterworth Heinemann.

BRUNNER, EDWARD M. – KIRSHENBLATT-GIMBLETT, BARBARA

1994 Maasai on the lawn. Tourist realism in east Africa. Cultural Anthropology 9:435–476.

BUTLER, RICHARD W., ed.

1980 The tourism area life cycle. Conceptual and theoretical issues. Clevedon: Channel View Publications.

CLEVERDON, ROBERT – KALISCH, ANGELA

2000 Fair Trade in Tourism. International Journal of Tourism Research 2(3):171–187.

CRICK, MALCOLM

1989 Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, saving, and servility. *Annual review of Anthropology* 18:307–344.

DRAMMEH, FODAY YAYA

2007 Seminar on sustainable tourism development with small scale and medium tourism enterprises in the Gambia. Technical note.

FEJŐS ZOLTÁN – SZÍJÁRTÓ ZSOLT, SZERK.

2003 Helye(in)k, tárgya(in)k, képe(in)k. A turizmus társadalomtudományos magyarázata. Budapest: Néprajzi Múzeum. /*Tabula* könyvek, 5./

HALL, DEREK R. – RICHARDS, GREG, EDS.

2000 *Tourism and sustainable community development*. London: Routledge.

HARRISON, DAVID, ED.

1992 *Tourism and the less developed countries*. London – New York: Belhaven – Wiley & Sons.

HORN MIKLÓS

2003 *Gazdasági ismeretek*. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kara.

KASPAR, CLAUDE – FEKETE MÁTYÁS

2003 *Turisztikai alapismeretek. A turizmus elmélete és gyakorlata, turizmuspolitika, turizmus gazdaság. Távoktatási tankönyv*. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kara – Magyar–Svájci Turisztikai Továbbképző Intézet.

MCKERCHER, BOB

2003 *Sustainable Tourism Development – guiding principles for planning and management*. Presentation to the National Seminar on Sustainable Tourism Development, Bishkek, Kyrgystan. Internetcím: <http://www.devstud.org.uk/studygroups/tourism/resources/mckercher.pdf>.

MOWFORTH, MARTIN – MUNT, IAN

2003 *Tourism and sustainability: development and new tourism in the third world*. London – New York: Routledge.

MUNDRUCZÓ GYÖRGYNÉ – STONE, GRAHAM

1996 *Turizmus: elmélet és gyakorlat*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

PEARCE, DOUGLAS G. – BUTLER, RICHARD W., EDS.

1993 *Tourism research. Critiques and challenges*. London – New York: Routledge.

1999 *Contemporary Issues in Tourism Development*. London – New York: Routledge.

PRZECLAWSKI, KRYSZTOF

1993 *Tourism as the subject of interdisciplinary research*. In *Contemporary Issues in Tourism Development*. Douglas G. Pearce – Richard W. Butler, eds. 9–19. London – New York: Routledge.

PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA

1998 *A turizmus hatásai*. Budapest: Aula.

RÁTZ TAMARA

1999 A turizmus társadalmi-kulturális hatásai. Doktori értekezés. Budapest: Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola.

ROJEK, CHRIS

2000 Leisure and culture. Chippenham, Wiltshire: Antony Rowe Ltd.

ROJEK, CHRIS – URRY, JOHN, EDS.

1995 Touring cultures. Transformations of Travel and Theory. London – New York: Routledge.

RYAN, CHRIS

1991 Recreational Tourism. A social science perspective. London – New York: Routledge.

SÁRKÁNY MIHÁLY

2001 Az elmolók. Egy etnikum reorganizációja a Turkana-tó mellett. Népi Kultúra – Népi Társadalom 20:301–315.

SELWYN, TOM, ED.

1995 The tourist image. Myths and myth making in tourism. New York: Wiley.

SMITH, MIKE – DUFFY, ROSALEEN

2003 The ethics of tourism development. London – New York: Routledge.

STABLER, M. J., ED.

1995 Tourism and sustainability. Principles to practice. Wallingford: CAB International.

TÓTH ZOLTÁN

1998 Bevezetés a területfejlesztés és a turizmus kapcsolatrendszerébe. Távoktatási tankönyv. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kara.

URRY, JOHN

1990 The tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage.

WAGNER, ULLA

1981 Tourism in the Gambia: Development or Dependency? Ethnos 46(3–4):190–206.

WILHELM GÁBOR

2000 Az út vége? Turizmus, kultúra és identitás Lijiangban. In Turizmus és kommunikáció. Fejős Zoltán – Szijártó Zsolt, szerk. 236–255 Budapest: Néprajzi Múzeum – JATE Kommunikációs Tanszék. /Tabula könyvek, 1./

TOVÁBBI FELHASZNÁLT INTERNETES FORRÁSOK

<http://www.devstud.org.uk/studygroups/tourism/resources/mckercher.pdf>.

http://www.wttc.org/eng/Research/Tourism_Satellite_Accounting/TSA_Country_Reports/Gambia/index.php.

ABIGÉL TOMSITS

Gambia in the looking-glass of tourism – or tourism in the Third World through Gambia’s looking-glass

Tourism is currently one of the fastest developing global phenomena, influencing economic, ecologic, technical, political and social environments at the same time. According to the author of this paper, the most expressive metaphor for tourism is the *whip-saw*. To confirm the justification of this image, she interprets her experiences of fieldwork in Gambia, especially the economic and socio-cultural effects and the social differentiation deriving from them. Both negative effects and macro-level positive features of the phenomenon are demonstrated.

Tourism of the South is featured by a sort of neocolonialist economic mechanism: the colonial structure of relations is still present in the international industry of tourism, where the former colonized societies are still dependent upon the modern world. Their independence is largely restrained on several sides. Partly because they are remaining in interaction with the colonizer country and are subject of further external interventions and control. At the same time the outcomes of contacts between tourists and Gambians are more than often positive, as more and more tourists are curious of real Gambian culture, are taking part in Gambian life, and so mutual interest, cultural change and furtherance of each other are evolving.

