

A turizmuselmélet alapjai

Michalkó Gábor

Székesfehérvár, 2004

Lektorálta: Dr. Rätz Tamara
Nyelvi lektor: Dr. Huszár Ágnes

E kiadványban közreadott ismeretek
egyrészt az Országos Tudományos Kutatási Alapprogramok
(F 019070, T 031983, T 046074)
és az MTA Bolyai János Kutatási Ösztöndíj Kuratóriuma
által támogatott kutatási programok során
a szerző által az MTA Földrajztudományi Kuratóriájában
folytatott vizsgálatok eredményeinek,
másrészt a Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszékén
tartott előadásoknak a szintézisét tükrözik.

© Michalkó Gábor
© Kodolányi János Főiskola

ISBN 963 9558 22 2
ISSN 1786-2310

Kiadja a Kodolányi János Főiskola
Felelős kiadó: Dr. Szabó Péter főigazgató
Könyvterv és tördelés: Graphisto Kft.
Terjedelem: 14 (B/5) iv
Nyomdai munkák: Bonex Press Bt.

Kodolányi János Főiskola
8000 Székesfehérvár, Fűrdő u. 1.
Honlap: ww.kodolanyi.hu
Információ a rendelésről: jegyzetbolt@uranos.kodolanyi.hu

„A magyar idegenforgalom megszervezésének ügye megérett a sürgős, végleges megoldásra. Ehhez a kérdéshez látszólag mindenki ért, mindenki hozzászól, mindenki jobban tudja, mit kell tenni, mindenki panaszkodik, hogy semmi sem, vagy túl kevés történik.”

Miklós Elemer (1929)

Tartalom

Bevezetés 9

1. A turizmus tudományos megközelítése 13

- 1.1. A turizmus tudományrendszertani helyzete 13
- 1.2. A turizmus definíálásának legfontosabb állomásai 16
- 1.3. A turizmus mint kutatási probléma 22
- 1.4. A turizmuskutatás forrásai 26

2. A turizmus alapfogalmai 30

- 2.1. A turizmus fajtái és formái 30
- 2.2. A turisztikai mozgás célterülete és irányai 34
- 2.3. A turizmus határstatisztikai értelmezése 37
- 2.4. A turizmus szálláshely-statisztikai értelmezése 39

3. A turisztikai kereslet alaptényezői 41

- 3.1. A motiváció kialakulása a turizmusban 41
- 3.2. A szocializáció szerepe a turisztikai döntésben 44
- 3.3. A szabadidő és a jövedelem mint a turisztikai döntés alaptényezői 47
- 3.4. Az utazások indítékai 50

4. A turisztikai kereslet megtestesítője: a turista 54

- 4.1. A turisták tipizálása 54
- 4.2. A turisztikai magatartás 56
- 4.3. Az utazási szokások 62
- 4.4. Az élménykeresés pszichológiai alapjai 63

5. A turisztikai kínálat központi eleme: a vonzerő 67

5.1. A turisztikai vonzerő értelmezése	67
5.2. A vonzerők csoportosítása és minősítése	70
5.3. Az ember alkotó vonzerők	72
5.4. A természeti vonzerők	78

6. A turizmus feltételei rendszere 82

6.1. A turizmus általános feltételei	82
6.2. A fogadóképesség szerepe a turizmusban	85
6.3. A fogadóképesség elemei	86
6.4. A célállomások alap infrastruktúrája	88

7. A turizmus infra- és szuprastruktúrája 90

7.1. A turisztikai infrastruktúra	90
7.2. A turisztikai szuprastruktúra	92
7.3. Az elsődleges szuprastruktúra	95
7.4. A másodlagos szuprastruktúra	99

8. A turizmus mint rendszer 104

8.1. A kereslet és a kínálat, a rendszer főbb alkotóelemei	104
8.2. A közvetítő szektor	107
8.3. A turizmus gazdasági, társadalmi és politikai környezete	110
8.4. A turizmus technológiai és természeti környezete	113

9. A turizmus fejlődéstörténete I. (Az utazások története) 117

9.1. Az ókori utazások	117
9.2. A középkori utazások	120
9.3. Az ipari forradalmak korának utazásai	124
9.4. A XX. század első felének utazásai	129

10. A turizmus fejlődéstörténete II. (Korunk turizmusa) 133

10.1. A modern turizmus kialakulása és mutatói	133
10.2. Európa turizmusának főbb tendenciái az ezredfordulón	137
10.3. Kelet-Európa turizmusa a modernizáció útján	140
10.4. Magyarország turizmusának jellemzői	143

11. A turizmus termék szemléletű értelmezése I.	150
11.1. A turisztikai termék	150
11.2. Az egésszég turizmus	153
11.3. A konferenciaturizmus	155
11.4. A falusi turizmus	158
12. A turizmus termék szemléletű értelmezése II.	161
12.1. A városi turizmus	161
12.2. A kulturális turizmus	164
12.3. Az aktív turizmus	167
12.4. A bevásárlóturizmus	170
13. A turizmus hatásai	174
13.1. A turizmus szociokulturális hatásai	174
13.2. A turizmus gazdasági hatásai	178
13.3. A turizmus környezeti hatásai	182
13.4. A fenntartható fejlődés elvének érvényesülése	186
14. Turizmuspolitika	189
14.1. A turizmuspolitika megközelítése	189
14.2. A magyarországi turizmus irányítása	191
14.3. Az EU szerepvállalása a turizmusban	194
14.4. A turizmus nemzetközi szervezetei	198
15. A turizmus tervezése, fejlesztése	202
15.1. A turizmus tervezés szakaszai	202
15.2. A területi szintű tervezés	204
15.3. A létesítményszintű tervezés	207
15.4. A magyarországi turizmusfejlesztés rendszere	208
Felhasznált irodalom	213

Bevezetés

A turizmuselmélet az emberek életményszerezéssel párosuló környezetvéltározásával kapcsolatos jelenségek és folyamatok holisztikus feltárásával, elemzésével és értékelésével foglalkozó diszciplínának, a turizmusstudománynak a teoretikus kereteit foglalja magában. Hétköznap példával élve egy olyan kabát, amelyhez ugyan akárki hozzávarrhatja maga gombját (legyen az bármilyen színű és minőségű), annak helye azonban a szabó által már előre meghatározásra került. A turizmuselmélet megalkotására azért van szükség, mert a tudomány világának rohamos léptékű fejlődése napjainkra oda vezetett, hogy a gombok lassan kabát nélkül igyekeznének ellátni funkciójukat. Ez gyakorlatilag azt jelenti, hogy a turizmussal összefüggő jelenségekkel foglalkozó egyes tudományágak külön-külön – még ha eltérő mértékben is – felhalmoztak bizonyos turizmuselméleti tudást, de még nem találtak meg azt a közös nyelvet, amelyen egymás felé eredményesen közvetíthették volna a feltárt ismereteket (ezt a szakirodalmi hivatkozások minden kétséget kizáróan alátámasztják). Mivel egy tudomány kialakulásának és sikeres fejlődésének egyik elengedhetetlen alapját egyéges fogalomrendszer képezi, ezért ebben a kiadványban ennek kiadványuk korszerű alternatíváját közreadni. Természetesen az a tudás, amelyet turizmuselmélet néven tárgyalunk, Magyarország sem tekinthető előzmény nélkülinek. A meglevő ismeretanyag egy-egy halmaza a hazai felsőoktatásban a rendszerváltozást követően a turizmus általános elméletként tantárgyiasult, amely kurzus a vele azonos című, *Lengyel Márton* által írt kiadványról kapta a nevét¹. Az először 1992-ben megjelent és

1 Nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy 1937-ben *Gundel Endre* „Az idegenforgalom elmélete és gyakorlata”, 1961-ben *Markos Béla és Kollácsék András* „Idegenforgalom”, 1982-ben pedig *Czeglédi József* „Korunk turizmusa” címmel adott közre olyan, az adott történelmi korszakkal kapcsolatos tudását teoretikusan összefoglaló könyvet, amelynek számos gondolata mind a mai napig érvényes.

azóta több kiadást megélt tankönyv a legkülönbözőbb képzési szinteken hallgatók ezreinek – ha nem tízezreinek – tanulmányait segített elő, az idegenforgalmi szakma mind a mai napig alapműként kezeli. Az idegenforgalmi képzésben jelenkező, gyorsuló ütemben kiszélesedő kereslet igényeinek kielégítését szolgálta az 1996-ban *Mundruczó Györgyné* és *Graham Stone* nevéhez fűződő „A turizmus elmélete és gyakorlat”, majd az 1998-ban *Tasnádi József* által jegyzett „A turizmus rendszere” című könyv kiadása, amelyek Lengyel Mártonéhoz hasonlóan tudományos igényességgel igyekeztek hozzájárulni az ismeretek bővítéséhez. A modern turizmuselmélet széleskörű megalapozásában *Puczko László* és *Rátz Tamara* „A turizmus hatásai” című hiánypótló munkája hozott valódi áttörést, amely, felismerve a turizmus által indukált gazdasági, társadalmi és fizikai hatásokkal kapcsolatos nagy fokú tudáshiányt, 1998-ban terjedelmes kötetben adta közre – az elsősorban angolszász szakirodalmon alapuló – legkorszerűbb ismeretanyagot. Várható, hogy a *bolognai folyamat* következtében átalakuló magyarországi idegenforgalmi felsőoktatásban a piacon jelenleg hozzáférhető elméleti szakkönyvek, jegyzetek a képzés különböző szintjeihez rendeződve differenciálódni fognak. Egyes kiadványok ismeretanyaga, szemlélete elegendő lesz a felsőfokú szakképesítés megszerzéséhez, mások pedig a doktori képzésben kapnak majd szerepet. A jegyzetben tárgyalt **turisztikai tudás** a valóságban a turizmushoz kapcsolódó szelektív vonatközpontú tudás összességét jelenti. Mindazt, amit a megismerésben résztvevők hétköznapi tapasztalataik során vagy tudatos vizsgálat tárgyává téve az utazások kezdetétől fogva összegyűjtöttek, valamilyen módon rögzítettek, kortársaik és a következő generációk számára elérhetővé tettek. A turisztikai tudás – más ismeretterületekhez hasonlóan – funkcionális megközelítésben *stratégiai és szubsztantív* tudásra osztható. A turizmusban a stratégiai, módszertani (*know-how*) típusú ismeretek dominálnak, amelyek önmagukban szűkségesek, de nem elegendőek feltételei a gyakorlati elegendhetetlen megújításának. Szubsztantív, a turizmus lényegét magában hordozó, tudományos vizsgálatokkal megalapozott háttérrel rendelkező gyakorlat nem képes kellő hatékonysággal hasznosulni. Ha egy több évtizede praktizáló háziorvos vagy egy általános iskolai tanár a munkája során kizárólag az egyetem elvégzése óta megszerzett gyakorlati tudására kíván építeni, és nem kap a klinikákon vagy a pedagógiai kutatóintézetekben előállított korszerű ismeretfrissítést, akkor a betegek – legrosszabb esetben – akár meg is halhatnak, a gyerekek pedig funkció-

nális analitabéták maradhatnak. Ha pedig a szubsztantív tudás folyamatos bővülése maradna el, akkor az orvosokat, tanárokat képző felsőoktatási intézményekben ma is csak Hippokratész vagy Comenius korának ismereteit közvetítenék a professzorok. A turisztikai tudással kapcsolatban egy másik fontos ismeretelméleti megközelítés is felvetődik, az igazolhatóság és a cáfolhatóság kérdése. Ha valaki a különböző hazai idegenturisztikai konferenciákon és egyéb fórumokon kellő figyelemmel kíséri az elhangzottakat, akkor egy idő után észreveheti, hogy az előadók többsége az adott kérdésben saját, szubjektív véleménye alapján keletkeztet tudást (*doxa*), más szóval vélekedést igyekszik közreadni, míg a kisebb-seghez tartozók kutatás útján született, a tudásigazolás procedúráit kiálló tudást (*episzteme*) jelenítenek meg. A turizmusban elterjedt, nehezen igazolható véleményytudás a leggyeszterűbb kutatásokkal is könnyen cáfolhatóvá, hiteletlenné válhat. Ez a tarthatatlan helyzet testesül meg azokban a nyilatkozatokban, amelyek a különböző turisztikai vállalkozások menedzsmentje fogalmaz meg a hozzájuk kerülő friss diplomás hallgatók felkészültségével kapcsolatban. Arról panaszkodnak, hogy az alkalmazni kívánt fiatalok tudása túlontul elméleti. Ha ez az állítás a szó ismeretelméleti értelmezésében igaz lenne, akkor a tudományos normáknak megfelelő vizsgálatokon alapuló szakkönyvek tucatjainak kellene a könyvtárak polcain sorakoznia, de ettől még Magyarország, sajnos, távol állunk. A valóság az, hogy az idegenturisztikai felsőoktatás számos területén valójában még a filozófiai alapokat is nélkülöző véleményytudás közvetítésére kerül sor, amely a képzésnek nem az elméleti, sokkal inkább az elméletieskedő voltára utal. A már sok helyütt megindult kedvező változások felgyorsítása és a professzionális meg erősítése érdekében fontosnak tartjuk, hogy a turisztikai tudás kutatás és filozófiai gondolkodás révén mielőbbi bővítésre, differenciálásra kerüljön. A jegyzet ebben kíván inspirációs eszközzé szolgálni.

A turizmuselmélet alapjai című jegyzet megírása során arra törekedtünk, hogy egy olyan, definíciókon alapuló fogalmi struktúrát adjunk közre, amely jelentős mértékben elősegíti az idegenturisztikai felsőoktatásban részt vevő hallgatóknak, valamint az ön- és továbbképzésre vállalkozóknak a turizmus egyre bonyolultabb világában történő eligazodását, ugyanakkor más tudományágakhoz tartozó képzések számára is korszerű kiindulási alapul szolgál. Az ismeretek tárgyalását a felsőoktatási intézményekben előírt szorgalmi időszak hosszához igazítottuk, azokat 15 fejezetre,

fejlesztésként 4, összesen 60 leckére bontottuk. Ez a felosztás a rendeltetésre álló időkeret függvényében lehetővé teszi a tananyagának akár egy, akár két szemeszteren keresztül történő oktatását. A kiadvány kiemelt célja a turizmus tudományos igényű, problémacentrikus szemléletformálásának erősítése, azzal a tőnőgő turizmuselméleti úrral való szembeesülés, amely akadályozza a turizmus kívánt mértékű és ütemű diszciplínáódását. Mindemlétt a jegyzet magán viseli a múltaj hátrányait is. Mivel elsödlégesen föiskolai és egyetemi hallgatók vizsgára való felkészülésében, szakdolgozatának megírásában kíván megkerülhetetlen támpontot nyújtani, ezért a szöveget nem tördeltük szét annak rögzítését zavaró szakirodalmi hivatkozásokkal, a felhasználásra került kiadványok az irodalomjegyzékben, az internetes hivatkozások lábjegyzetekben szerepelnek. A következő oldalakon az olvasó nem egy lezárt, dogmatikus, idővel ka-nonizálódo ismeretanyaggal találkozik, hanem egy olyan problémacso-korral, amelynek egy-egy szálát mindenki a maga érdeklöddési körének megfelelően kiválaszthatja és új bokrétát köthet belöle, azzaz 60 másik jegyzet megszületésére, vitára, szakmai pábeszédre ösztönöz, esetleg egy-egy szakdolgozat vagy doktori disszertáció problémamefelvetéséhez szolgál ötletül. A jegyzetben minden törekvésünk ellenére sem sikerült az egyes témákat azonos süllyal szerepeltetni, így lesznek lecek, amelyeknek a hossza eltér az átlagostól.

A turizmus tudományos megközelítése

1.1. A turizmus tudományrendszertani helyzete

Elsősorban a hazai közgazdaság és földrajztudományon belül az 1960-as években kikristályosodó új vizsgálati terület, az idegenforgalom hagyományos, ágazati szemléletű megközelítését napjainkra egyre inkább a turizmushoz kötődő gazdasági, társadalmi, ökológiai folyamatokban tetten érhető interaszektoralitás megjelenítésének az igénye váltja fel. A turizmus nemzetgazdaságban betöltött szerepéről, az idegenforgalmiilag potenciális, vagy frekventált térségek és azok vonzerőinek leírászerű bemutatásáról, infra- és szuprasztruktúrájának értékeléséről, vendégforgalmának elemzéséről mára a marketingkommunikációra fókuszáló, a szociálgeográfiai, a környezeti, a területfejlesztési aspektusú vagy a turisztikai tevékenység felől közelítő kutatásokra helyeződik a hangsúly.

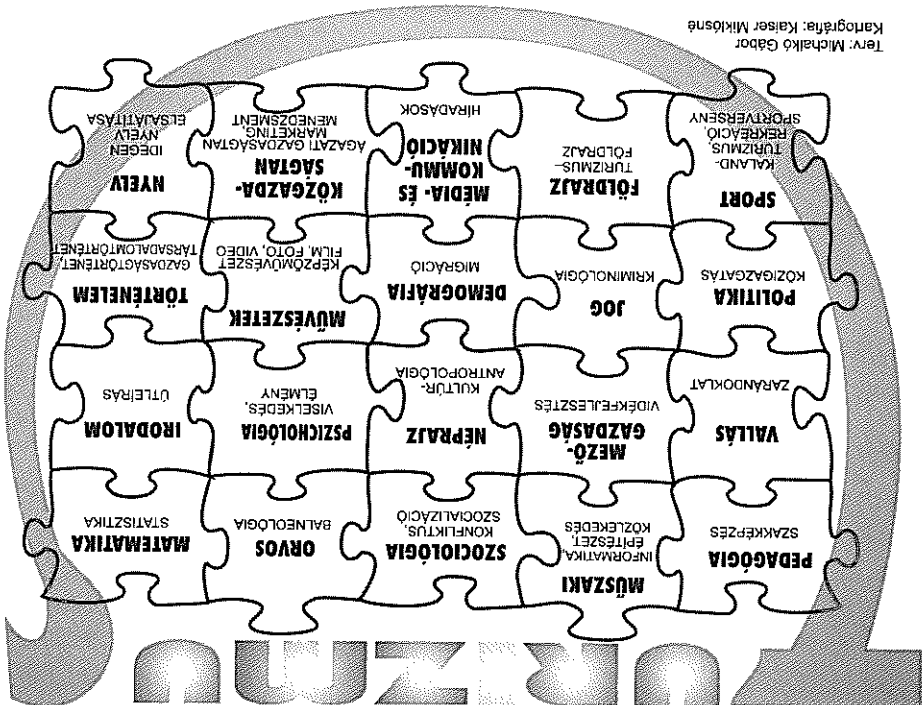
A turizmus tudományos versenyképessége fokozásának, az oktatásban való elismertsége erősödésének, kutatónak a döntés-előkészítésekbe való intenzívebb bevonásának elengedhetetlen feltétele, hogy a diszciplína a korábbiaknál széleskörűbben tárja fel a turizmus és környezete jelenségeit, nek, kölcsönhatásainak és konfliktusainak idő- és térbeli összefüggéseit, az eredményeket pedig rendszerbe foglalva közvetítse.

A turizmusról **mint önálló tudomány** létrehozásának igényéről gondolkodva mindenekelőtt a vizsgálat tárgyát, fogalomrendszert és a kutatásához felhasznált módszereket szükséges pontosan körülírni. Ez a feladat azért is nehéz, mert igaz, hogy létezik nemzetközileg elfogadott definíciója a turizmusnak (Hágaí Nyilatkozat), az azonban napjainkban mégsem fedli le már pontosan a mögötte álló jelenséget. Mivel a definíciókkal kapcsolatban az 1.2. lecikkben részletesebb elemzésre kerül sor, ezért itt csak annyit kívánunk megjegyezni, hogy az említett nyilatkozatban szereplő lakó- és munkahely gyakori összefonódása, vagy éppen a második ortho-

nok kialakulásának kérdése, esetleg a hivatásturizmushoz kötődő utazások problématikája egyaránt számos olyan kérdést vet fel, amelyek miatt a turizmus fokozatosan kikerül a pusztán lakó- és munkahelyét elhagyó személy utazási tevékenységének megfigyeléséből. A vizsgálat tárgyának lehatárolásánál azonban az utazók számára szolgáltatást nyújtók szerepétől biztosan nem tekinthetünk el, így főleg a turista és a szolgáltatató tevékenységére koncentrálva kell azoknak a kölcsönhatásoknak a feltárását elvégeznünk, amelyek a turizmus rendszerén belül észlelhetők. Ami a közös fogalomrendszerrel illeti, elmondható, hogy a bevezetőben említett zavarok ellenére megindult a kialakítása, és a különböző tudományágak turizmus iránt megjelenő fokozódó érdeklődése miatt is egyre nagyobb igény van az azonos, koncepcionálisan védhető nomenklátúra megteremtésére. A turizmus ugyanazt kell, hogy jelentse egy Zala megyében kiképzett idegengfoglalmi szakember számára, mint egy Szabolcsban élő falusi vendéglátónak. A diszciplínalódás a módszerek tekintetében is megköveteli az egysegesülést. A statisztikai adatgyűjtés normáinak betartásán túlmenően az elvégzendő kutatások metodikáját is úgy kell megválasztani, hogy azok másol, más időpontban összehasonlításra alkalmas és védhető adatbázisokat hozzanak létre, amelyekből a vizsgálatokat végzők helytálló következtetéseket vonhatnak le.

A turizmus egy olyan nyílt rendszert alkot, amelynek a komplex és eredményes kutatásához legalább 20 különböző tudományág ismeretelmét kellene összegyűjteni és rendszerezni (1. ábra). Az egyes tudományágak turizmushoz való viszonyulása azonban kiegyenlítetlen. Egyes tudományágak igényekzenek kimerítően, már-már kisorsátítva foglalkozni a turizmussal, mások pedig még fel sem fedezték a maguk számára a benne rejlő számtalan nyitott kérdést. A hazai publikációkat alapul véve legtöbb ismerettel a földrajztudomány (turizmusföldrajz), a közgazdaságtudomány (a turizmus gazdaságtana, turizmus-marketing, turizmus-menedzsment), az orvostudomány (gyógyvizek, klimatikus gyógyhelyek terápiahatása), a műszaki tudomány (közlekedési eszközök, szálláshelyek céljait szolgáló épületek tervezése) rendelkezik, de az utóbbi évtizedben a szociológia és különösen a néprajz is kezdte a turizmus egyes jelenségeit a kutatás tárgyává tenni.

Ahhoz, hogy a turizmus jelenlegi „amőba” állapotából érett tudományává váljék, mindennekeőtt az egyes tudományágakhoz tartozó kutatói műhelyek összefogására, közös kutatási projekteket beindítására lenne



1. ábra A turizmustudomány alapsejtjei

szükség. A turizmus pillanatnyi tudományrendszertani helyzetét értékelve azt mondhatnánk, az egyes tudományterületeken belül multidiszciplináritást mutat, azonban rendelkezik egy sajátos transzdiszciplinaritással is, mert biztosítja a tudományágak közötti átjárhatóságot. A turizmus multidiszciplináris mivolta azt eredményezi, hogy az egyes tudományágak képviselői a maguk bevett fogalmait és kutatási módszereit alkalmazva vizsgálják a turizmus – általuk tudományosan értelmezhető problémaként számon tartott – egyes szeleiteit, és eredményeiket a szűkebb szakmai közösség által olvasott folyóiratokban, konferenciakötetben teszik közzé. Így számos, az adott tudományágak normáinak megfelelő tudáshalmaz születik, amely a legritkább esetben vesi figyelembe a másik halmozban már meglévő részeredményekeket. A turizmus és az egyes tudományágak kapcsolatának kifejezésére gyakran helytelenül használják az interdiszciplináris jelzőt, ami valójában zsákutcat is jelenthet az önálló tudomány-nyal választás után. Egyes szerzők szerint, ahol hosszabb ideig megmarad az interdiszciplinaritás jelszava, ott nincsenek olyan kritériumok, amelyek

alapján el lehetne dönteni a vizsgálati eredmények helyes, szabályszerű voltát. Ezt az állapotot pedig könnyen kihasználhatják azok a műkedvelők, akik a turizmus konjunktúrájának farvizén nehezen ellenőrizhető eredményekkel jelentkeznék. A turizmus esetében az interdiszciplinaritás hangsúlyozása azért is áll gyenge lábakon, mert a klasszikus tudományközi területekkel (biokémia, geofizika) ellentétben itt érett tudományágak keresnek kapcsolódási pontot egy formálódó diszciplínával, amelyet éppen a transzdiszciplinaritás jellemez. A turizmus tudományként való értelmezése tehát azt feltételezi, hogy a vizsgálat tárgyát képező valóságot a lehető legtagban megalapozott ismeretek felhasználásával közelítsük. Ez a jelenlegi helyzet fokozatos megfordulásával jár, tehát az egyes tudományágak nem különülten vizsgálják a turizmus jelenségeit, hanem a turizmusstudomány válna képessé arra, hogy integráltan tárja fel a valóságot. Ennek a törekvésnek a szolgálatába álló **turizmológia** megteremtése pedig már Magyarország sem jelenhet víziót. Egyre szélesedő körben kerül belátásra, hogy korunk turizmusa oly mértékben összetett jelenség-gé vált, amelynek a szaktudományos keretek közötti, partikuláris szemlélettel történő megközelítése sem megértésének, sem kezelésének igényét nem elégíti ki.

1.2. A turizmus definíálásának legfontosabb állomásai

A definícióalkotás minden tudomány elkerülhetetlen velejárója, orientálja a gondolkodást, csomópontokat teremt, jelentősen hozzájárul a mellébeszélés kiküszöböléséhez. A definíálás során körülírtásra kerülnek azok az objektumok és a velük jellemzően kapcsolatos jelenségek, amelyekkel nap mint nap találkozhatnak a szakemberek és az érintett közvélemény. A definíció egyfajta konszenzust teremt ahhoz, hogy a gondolkodás és a cselekvés összhangban álljon. Milyen az orvostudomány képviselői meghatározzák az egyes betegségek fogalmát, a biológusok közreadják az egyedelek leírását annak érdekében, hogy amikor beszélnek vagy írnak ró-luk, mindenki ugyanarra gondoljon, úgy a turizmusstudomány sem tudja elkérni a szűkebbes mértékű definícióalkotást. A létrejött meghatározások gyakran kilépnek a tudomány nehezen bevehetőnek hitt fellegetvára-ból és a médiának köszönhetően a közbeszéd tárgyává válnak, ez a folyamat pedig elősegíti a definíciók további pontosítását, árnyalását.

A valóság bármely szeletéről szóló definíció megalkotásának legfontosabb szempontja az egyszerűség és a legegyszerűbb törekvés. Az olyan hétköznapi tárgyak esetében, mint a szék vagy az autó általában a funkcionálitásból indulunk ki, így előbbít ulóalkalmatosságként, utóbbít személyszállító eszközként írjuk le. Az összetettebb jelenségek (pl. föld-rengés, biztonság) már komolyabb fejtorést okoznak a definítorökönek. Ezekben az esetekben sem kerülhetö el a mindennapok észlelésével való megféleltetés vagy a hasznosság kifejezése, mindez azonban magasabb absztrakciós szinten történik.

A turizmus definíálásának tárgyalásakor komoly szerepe van a történetiségnek. Ez nem valamiféle elvszerű tradíció követése, hanem a korszerű szemléletformálás elengedhetetlen alapja. Ha nem tudjuk, hogy elődeink az adott történelmi korban miként gondolkodtak a tárgyalat jelenségről, és nem merítünk az ö tapasztalataikból, nem vesszük figyelembe az ö eredményeiket, akkor előfordulhat, hogy hamis képet alkotunk a saját szerepünkéről, legrosszabb esetben a „meleg vizet” is felfedezhetjük. A turizmussal kapcsolatban az egyes korokban megfogalmazott definíciókból megtudhatjuk, hogy a valóságnak mely szeletét fedte a vizsgált jelenség, illetve a gondolkodók annak mely szegmensére helyezték nagyobb hangsúlyt, mit tartottak belöle kiemelendönek. Az alábbiakban tárgyalásra kerülö definíciók jelentös mértékben elösegítik mai fogalmi képünk kialakulási folyamatainak tanulmányozását. A turizmussal kapcsolatban megfogalmazott értelmezések természetesen a teljesség igénye nélkül kerülnek bemutatásra, magunk részéről elsősorban abból a szempontból fogjuk értékelni a definíciókat, hogy melyek azok a maig ható elemények, amelyek évtizedekkel ezeltört tetten érhetöek voltak. Ezek a definíciók az adott kor idegenforgalmi tudásának egyfajta lenyomatai.

Littre, E. (1876): „Idegeneknek azokat az utasokat nevezzük, akik – mert nincs dolguk és kiváncsiak – bizonyos fajta körutazást tesznek olyan országban, ahová honfitársaik is rendszerint el szoktak látogatni.”

A francia értelmezö szótár XIX. század második felében megjelenö változatának tanulmányozásából a turizmusra vonatkozóan ugyan nem kapunk teljes értékü definíciót, azonban a jelenség központi elemények az idegennek a meghatározása jelenetös fogódzöt jelent. Önmagában az a tény, hogy *Littre* nem vándorokról, a kor kifejezésével élve *globetrotte*-

rekrol (világutazókról), hanem idegenekről¹² beszél, azt jelenti, hogy a közvélekedés a más országokat, különösen Franciaországot felkeresőket kívüliállóként, kvázi idegen testként kezeli. Littré definíciójában ott van, hogy a kereslet jellemző tényezőinek gyökerei, a motiváció és a szabadidő.

Stradner, J. (1890): „Luxusutazó az az utas, aki önszántából tartózkodik valamilyen megszozott lakóhelyen kívül eső községben – az a vendég, aki e területen való megjelenése során nem gazdasági célok elérésére, hanem csak luxussigényeinek kielégítésére törekszik.”

Az osztrák származású gondolkodó, *Stradner* a turizmust luxusutazók formáinaként jelenti meg. Ez arra vezethető vissza, hogy a vizsgált idő-szakban az utazás valóban egyet jelentett a társadalom széles rétegei számára elérhetetlen tengeri hajóutakon való részvétellel, vagy az elegáns vasúti kocsikon történő helyváltoztatással. A 9.4. leckeiben azonban majd látni fogjuk, hogy Európa turizmusában már ekkoriban is számos olyan tevékenység volt jelen, amely a századfordulón sem jelentett a szó szoros értelmében luxust.

Fellner F. (1908): „*Idegenforgalom alatt azt a nemzeti közti személyforgalmat értjük, ami-dön a külföldre távozók ideiglenes tartózkodására, kereseti tevékenység nélkül szorakozás, gyögyülés stb. céljából mennek külföldre.*”

Az elsősorban gazdaságtani foglalkozó magyar *Fellner Frigyes* erősen szűkített, a már akkoriban is élénk belöldi forgalmat figyelmen kívül hagyó definíciója visszatükrözi, hogy a századelő Monarchiájában az idegenforgalom távolról sem tartozott a mindennapi tevékenységek közé. Ugyan a határokon túl léteztek azok a jó helyek, amelyek az arisztokrácia és a nagypolgárság szabadidejének szórakozással, gyö-

2 Számos magyar nyelvű szakönyvben értékeznek az amúgy egymás szinonimáját jelentő *turizmus* és *idegenforgalom* fogalmi viszonyáról, egyik vagy másik használatának helyesebb voltáról. Azok, akik a német nyelvből átkerült *Fremdenverkehr* tükörfordításának, az *idegenforgalomnak* a visszaszorítását szorgalmazták, legtöbbször azt érvelnek, hogy a hazánkba érkező külföldiek valójában nem idegenek, hanem vendégek. Ez többek között azért sem állja meg a helyét, mert az évenre Magyarországára belépő külföldieknek mindössze 10 százaléka vesz igénybe regisztrált szálláshelyet, tehát ők képviselik a valódi vendégeket, a fennmaradó 90 százalék pedig sokkal inkább külföldiként, ha úgy tesszük, idegenként manifesztálódik, mivel a bevásárlóturizmus-ban, a rokonlátogatásban, az üdülőhelyi ingatlank birtoklása vagy az átutazásaik során végzett tevékenységük sokszor normasértő elemei miatt a helyi lakosság tény-legesen idegentül viselkedik velük szemben.

gyulással való eltöltését szolgálták, de a társadalom többségének a hazai termésezetjárás, a klasszikus turisztika jutt. A definícióban már megfogható a turizmus átmeneti jellege, a kereső tevékenység kizárása feltehetően a hivatásturizmus fel nem ismeréséből fakad.

Schattenhoffen, S. (1911): "Az idegenforgalom mindazoknak a folyamatoknak – elsősorban gazdasági folyamatoknak – és az ezekkel közvetlen kapcsolatban álló jelenségeknek az összessége, amelyek valamely közösségben, országban vagy idegenek oda-öönlése, tartózkodása és visszautazása következtében állnak elő."

Definíciójában a német *Schattenhoffen* először körvonalazza a turizmus rendszerként való működését, felismeri, és kiemeli annak gazdaság-összönző szerepét, továbbá észleli, hogy a célállomásra történő oda- és visszautazás elkülöníthető magától a tartózkodással kapcsolatos cselekedetekről.

Glücksman, R. (1935): "Az idegenforgalom nem más, mint a valamely helyen csak átmenetileg tartózkodó személyek és a kérdéses hely állandó lakosai között létesülő kapcsolatok összessége."

A két világháború közötti Európában kiterjedő, a társadalom egyre szélesebb rétegeit érintő idegenforgalom újabb funkciójának felismerése fogalmazódik meg a német *Glücksman* által, történetesen az utazásban részt vevő és a célállomáson élő személyek között kialakuló kontaktus fontossága. Glücksmann egy másik definíciójában a turista átmeneti tartózkodási helyén végzett tevékenységének a primátusát emeli ki, amikor így fogalmaz: "az idegenforgalom ott kezdődik, ahol az utazás véget ér."

Mathiot, G. (1945): "Az idegenforgalom magában foglalja azoknak az elveknél az összeséget, amelyek alapján a kedvelésből, vagy hasznosság okokból tett utazások létrejönnek, nemkülönben az utasok vagy "idegenek" személyes tevékenységét és azoknak a tevékenységet, akik azáltal foglalkoznak, hogy az idegeneket fogadják s tartózkodásukat kellőmossé tegyék."

A második világháború végére datálódó definíciójában a francia *Mathiot*-nak sikerül megkülönböztetnie egymástól a szabadidős és a hivatásturizmus lényegét. Rámutat arra, hogy a turizmusban különösen fontos szerepe van a látogató aktív tevékenységének, aki többé már nem passzív résztvevője az utazási folyamatnak. Megfogalmazza a szolgáltató szféra máig hangsúlyozott szerepvállalását a turizmusban.

Hunziker, W. és Krapf, K. (1954): „Az idegenforgalom mindazoknak a kapcsolatoknak és jelenségeknek az összessége, amelyek az idegenek utazásából és tartózkodásából erednek, amennyiben a tartózkodás célja nem letelepedés vagy állandó kereseti tevékenység folytatása.”

A turizmus tudományá válasáná alapkövét letevő svaíci szakértők, Hunziker és Krapf – az Idegenforgalmi Tudományos Szakértők Nemzetközi Szövetségének (AIEST) kongresszusa által is elfogadott – definíciója valójában a korábbiakhoz képest nem bőví új elemmel, sokkal inkább egy új megközelítést vezet be, a kizárást. Erre azért volt szükség, mert már fel évszázada is felismerték a turizmus sokrétűségét és a jelenséggel kapcsolatos folyamatok nehezen követhetőségét. A definíciásnak azt a módját választották, hogy mindent turizmusnak tekintenek, ami valamilyen módon kötődik az utazáshoz csak, ne álljon összefüggésben az állandó lakóhely megváltoztatásával és ne fondójon össze a kereseti tevékenységgel. Ma már tudjuk, hogy a nyugdíjas migráció és a hivatásturizmus rácsáfolt erre.

Hágti Nyilatkozat (1989): „A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltoztatást, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”

A turizmus leginkább elterjedt, a Turizmus Világszervezete (WTO) és az Interparlamentaris Unió Hágában 1989-ben megtartott konferenciáján elfogadott definíciója a korábbiakhoz képest becíti az utazások önkéntességét és különös hangsúlyt helyez a szolgáltatások szerepére. Ahogyan arra már korábban is utaltunk, a XXI. században a lakó- és munkahelyen kívüliiség már nem fejezi ki egyértelműen azt a fajta helyváltoztatást, amely lefedi a világ turizmusában résztvevők teljes körét (erre feltehetően nem is kívántak a definítorok törekedni). A világ fejlett térségeinek, különösen a korlátlan utazást és ingatlanyszerzést biztosító USA és az Európai Unió egyre inkább mobilizálódó, több ingatlannal is rendelkező társadalomnak tagjai számára fokozatosan értelmezhetetlené válik az állandó lakóhely fogalma. A fellesztett üdülőházaik, a *time-sharing*³ biztosított apartmanok, a bármelyik kempingben kényelmes életvitelt nyújtó lakóautók, a számos országban megtalálható rokonok, ismerősök kínálta vendégszobák olyan dinamikus életformára adnak lehetőséget, amelyben

lassan feloldódik az állando lakóhelynek mint igazgatási kategóriának a turizmus rendszerében játszott mérföldkő szerepe. Ennél jelentősebb gond a munkahelyen kívülség hangsúlyozása. Egyrészt a helyhez kötöttség nélküli információáramlást biztosító mobilkommunikációnak és a gyors helyváltoztatást lehetővé tevő közlekedési hálózatoknak köszönhetően mára a munka világa oly mértékben átalakult, hogy számos foglalkozás esetében nem lehet tudni, a sétálóutcai vendéglátó-egységeinek teraszain ülők éppen a munkájukat végzik vagy esetleg megfáradt turisták. Másrészt a hivatásturizmus elterjedése összefügg azokkal a foglalkozásokkal, amelyek lételemé az utazás (kutató, művész, sportoló, üzletember). Hozzá kell tenni, hogy a szabad helyváltoztatás is egyre gyengébb lábakon áll, mert a turizmus migrációs hatásaival foglalkozó kutatások rámutatnak, hogy bizonyos utazások ugyan a turizmus keretein belül valósulnak meg (tehát nem illegális úton realizálódnak), de a döntésben sokkal kevésbé a szabad elhatározás, inkább az illető, vagy a családját érő politikai, egzisztenciális presszió ösztönzi (kényszerű emigráció, sportolói szerepben való disszidálás).

Michalkó G. (2001): „A turizmus lényege a személyek élményszerzéssel párosuló környezetalakozása, amelynek során szolgáltatások igénybevétele kéri sor.”

Mindenek előtt arra szeretnénk felhívni a figyelmet, hogy az általunk néhány éve megfogalmazott és azóta több helyütt publikált definíció teljes mértékben összecseng *Miklós Elnér* 1934-ben „Az utazás művészete” címmel megjelentetett, a szakmai körök részéről talán méltatlanul a feladés homályában tartott könyvében megfogalmazottakkal⁴. Napjaink turizmusának egyik kulcsfontosságú tényezője az **élmény**. Ennek pszichológiai vonatkozásait a 4.4. fejezetben mutatjuk be, itt csak annyit jegyzünk meg, hogy az embert az őt körülvevő világból különböző időközönként eltérő intenzitású ingerek érik. Ezeknek az egyén életében betöltött hatása, tudatosulása az egyes társadalmak fejlettségétől, az illető szociokulturális, egzisztenciális helyzetétől, korától függően eltérő. A posztmodern környeztől érkező ingerek többségével szemben már sokan kialakítottak egyfajta immunitást, így az észlelés az esetükben nem vált ki különösebb érzelmi reakciókat. Ők a turizmusban olyan élményeket keresnek, amelyek

4 Miklós E. (1934): „Az utazás különböző célkitűzések szerint tagozódik, de mindegyik fajtának az a fő rendeltetése, hogy kellemes változatosságot, lelki kielégülést teremtsen számunkra.”

Há valaki azt állítja magáról, hogy úrkutató, sarkkutató vagy éppen csatládkutató, akkor a hétköznapi ember számára viszonylag egyértelműen megjelenik a valóságban azon szelete, amelynek feltárására beszédpárt-

1.3. A turizmus mint kutatási probléma

a helyi gazdaság bevételéhez.

tására, amely arra ösztönöz bennünket, hogy költesünkkel hozzájáruljunk kerületünk, amely képes elményt okoz ingerek vagy ingercsoporthoz kíválatyge éppen abból fakad, hogy a mobilitás folyamán olyan környezetbe gátok számára nyújtott szolgáltatásokat veszünk igénybe. A turizmus lézetket a képzéltetbeli vonalakat, miközben az ott élők és/vagy az oda látosulásáról tehát akkor beszélhetünk, ha sikerül magunk mögött hagyni mus kifejezés is!) A turizmusra vonatkozó környezetiáltozás megvalónincs helyi vonzerő, mint ahogy számuunkra értelmezhetően a helyi turizvezethető vissza az az 5.2. leckeiben tárgyalásra kerülő tény, miszerint napokon szembeesünk a felszín értékeivel. (Többek között erre az okracsomópontot érintünk, esetleg metróval közlekedünk, és csak az ünnepink részét képezi, ha a mozgásunk során mindössze néhány közlekedési az év nagyobbik hányadat eltöltjük, még akkor is a mindennapi térpályáorthononunk színteret jelentő lakókörnyezet, vagyis az a település, amelyen városokat összekötő közlekedési hálózatok mentén rajzolódnak ki. Az kavégzés terét, azoknak a mindennapi térpályái értelmszerűen a világgi erőforrásokat. Akik számára Európa vagy éppen a világ jelent a munés a nem túl közeli városban teremti elő a megélhetéshez szükséges anya szabb idő alatt rövidebb utat jár be, mint az a polgártárs, aki vidéken él, fenntartása érdekében. Aki egy világvárosban lakik és dolgozik, az hoszmilyen útvonalakat járunk be az egzisztenciánk, illetve a háztartásunk totázást. Térpályáink specifikus jegyekkel rendelkezőnek attól függően, mindennapi térpályáitól és új, kevésbé rutinszerű útvonalon végez helyvalt lehet. Környezetiáltozás akkor következik be, amikor az egyén letér a sebb intenzitású környezetiáltozás alkalmával is az elmenyszerzés részeseszerencsére alacsonyabb fokon áll az úgynevezett elmenyükszöb, így a kimitellektuális kielegülest okoz. A társadalomnak nagybobbik része számáratúszerűségből fakadó izgalmakat, érdekességeket vagy éppen mentális, a mindennapi, megszokott észlésekhez képest magában hordozzák az

nere vállalkozott. Nem is sejt, hogy a tudomány szempontjából mennyire szerteágazóak azok a területek, amelyek egy átlagos ismeretekkel felvértezett halandó számára a csillagos égboltnak, az örök jég borította tájként, vagy a társadalom legkisebb sejtét alkotó emberi közösségeként jelennek meg. Azt azonban, hogy mivel is foglalkozik egy turizmuskutató – a szerző saját tapasztalata alapján állíthatja –, még a leginkább felkészültek sem tudják elképzelni. Ez egyrészt arra vezethető vissza, hogy az emberi gondolkodást jelentős mértékben determinálja az iskolai tanulmányok során rögződött tantárgyi struktúra, amelyben a turizmusról meglevő tudás közvetítésének szinte semmilyen szerepe sem jut. Az útkutatás eredményei a fizika, a sarkkutatásé a földrajz, a családkutatásé a társadalomismeret órákon kerülnek eljáratásra, azonban a közoktatásban a turizmusnak nincsen ezekhez hasonló gazdája. A másik problémát az jelenti, hogy az iskola elsősorban a termelés világával kívánja megismertetni a tanulókat, a tantervekből kevésbé tükröződik vissza a fogyasztásorientált szemlélet kialakításának szükségessége. A turizmus, elsősorban az utóbbihoz kötődve a szabadidőeltöltés egyik eklatáns módszeraként leginkább a szakképzésben, vagy bizonyos speciális pedagógia programok (pl. *Utazás és Turizmus*) részeként jelenik meg a felnővő korosztályok iskolázásában. A turizmus azok közé a jelenségek közé tartozik, amelyekről – lévén, hogy a társadalom jelentős része a munka- vagy szabadidejére visszavezethetően különbözv mértékű helyvaltoztató mozgást végez – az emberek egyfajta véleménynytudással rendelkeznek. Önmaguk utaznak, vagy életterükben utazó emberekkel találkoznak, de ha ki sem mozdulnak az otthonukból, a médiákon keresztül akkor is szembeszűlnék a jelenséggel. Azonban a turizmusról alkotott kép a legtöbb esetben nem jut túl a vakáción, a szálloda vagy a repülőgép jelentette asszociációkon. Pedig a turizmus a XXI. század hajnalára olyan mértékű komplex világlejenséggé vált, amelyben a Föld népességének közel 10 százaléka közvetlenül érintett. A globalizáció mozgatórugójaként és haszonélvezőjeként felelős a gazdaságban, a kultúrában, az ökológiai környezetben bekövetkező kedvező és kedvezőtlen változásokért. Az a folyamat, amely a hétköznapiakban az egyén utazgatásaként manifesztálódik, a valóságban bonyolult, leginkább tudományos módszerek felhasználásával vizsgálható rendszerként működik. Ennek a körültekintő feltárása a turizmuskutatók feladata. A turizmuskutató azokat a problémákat igyekszik lehatárolni és elemezni, amelyek a turizmus rendszerének működéséből fakadnak. A turizmuskutatás

tehat módszeres törekvés annak a tudáshianyának a megszüntetésére, amely a turizmus világgával összefüggésben áll fenn. A nemzetközi, de különösen a hazai turizmuskutatás a forgalom növekedésével parhuzamosan nem tudta követni az utazások által kiváltott, vagy azokra hatással levő jelenségek szisztematikus és rendszeres feltárását, ezért a turizmusstudomány pallettáján számos fehér folttal találkozhatunk.

Az idegenforgalmi felsőoktatásban részt vevő hallgatók előbb vagy utóbb eljutnak oda, hogy az addig tanult elméleti és gyakorlati ismereteket egy általuk választott idegenforgalmi kérdésről kapcsán szakdolgozatukban színterítzálják. Annak a témának a megtalálása, amelyben majd hosszú hónapokra el kívánnak mélyülni, nem szokott különösebb nehézséget okozni. Van, aki a szállodaiiparhoz kötődő kérdésekkel kíván foglalkozni, mások a légi közlekedésben tudják elköpzelni a szellemi kitéjesedésüket, egyeseket pedig egyszerűen nem lehet lebeszélni a Balaton szononálitásának feldolgozásáról. A gondok akkor kezdődnek, amikor sorra kerül a probléma megfogalmazásának szükségessége, ami elengedhetetlen a hipotézis felállításához. A probléma minden kutatás kezdőpontja. Valójában nem más, mint a nemtudás tudásának felismerése, vagyis annak az észlelése és tudatosulása, hogy a meglevő ismeretek nem elégségesek a kutatási cél eléréséhez. A turizmus területén legtöbbször úgynevezett rutin jellegű problémákkal állunk szemben, igen ritka az alkotó jellegű probléma. Előbbit ismert kutatási módszerek alkalmazásával tisztázható feladatoknak is szokták nevezni (pl. feltárni, hogy egy adott helyre milyen motivációval érkeznek a látogatók), utóbbi esetében kreativitás szükségessé válik, akkor olyan eszközöket keresünk, amelyek a valóság eredményes leírását biztosítják (pl. hogyan mérhető a vendégek elégedettsége). Egy „szállodás” témában kézenfekvő problémát jelenthet az adott ház, vagy lánc versenyképességével kapcsolatban felvetett kérdések tisztázása. A vizsgálatot elősegítendő hipotéziseket fogalmazunk meg. A hipotézis olyan kijelentés, amelyet meghatározott megismerési cél elérése érdekében feltételeseleg vagy lehetőséggel igaznak tekintünk (pl. minél többet költenk marketingre, annál jobban erősödik a szálloda piaci pozíciója).

A kutatás során ezt igyekszünk igazolni, de az is előfordul, hogy elvetni készszerülünk. A turizmustudományban annak empirikus mivoltából fakadóan általános hipotéziseket (törvényhipotéziseket) fogalmazunk meg. Ezek egyrészt közvetlenül a tapasztalati megismerés tárgyává tehetők, másrészt korlátlanul általánosak, mivel tetszőlegesen sok egyedi esetre kihatnak magyarázator, illetve ezek előrejelzésára nyújtanak lehetőséget.

Mindenzen tudományelméleti alapvetés után magától értetődik a kérdés, mitől válik maga a turizmus kutatási problémává, miért kellett hosszú évtizedeket várni arra, amíg a hazai és a nemzetközi akadémiai és felsőoktatási szféra a súlyának megfelelően kezdte kezelni a diszciplínát? A kérdés megválaszolása során abból kell kiindulnunk, hogy a turizmus – annak ellenére, hogy a lényegét jelentő utazás több ezer éves jelenség – mégiscsak a XX. század második felében öltött olyan méreteket, vált társadalmilag, gazdaságilag és egyre inkább ökológiailag exponált témává, hogy az maga után vonja a kutatók érdeklődését. A turizmust tehát múltbeli sílya nem predesztinálja arra, hogy összevessük a matematika-, a földrajz- vagy az orvostudomány eredményeivel, de az elmúlt ötven évben bekövetkezett fejlődése alapján méltán kerülhetne a tudományos érdeklődés fókuszába. A turizmus interszektoralis mivolta szoros összefüggést mutat multidiszciplinaritásával, vagyis azáltal, hogy sem a primer, sem a szekunder, sem a tercier, sem a quaterner szféra nem tekintí sajátjának, a kutatására szánt források is felaprózódnak. Mivel a legtöbb állam a turizmustra mint önmagát fenntartó piaci tényezőre tekint, alapkutatását sem szorgalmazza a kellő mértékben, az üzleti szféra pedig csak alkalmazzott kutatásokat rendel meg, amelyeknek elvéve vannak elméleti hozadékai. A turizmustudományban szerencsére ritka a műkedvelő kutató (ők egyébként inkább ártanak a szakmának), így profi, a folyamatokat komplexitásukban látó szakemberek igénybevételével zajlanak a szükséges vizsgálatok. A turizmus azáltal válik kutatási problémává, hogy sikerül körvonalaizni a **társadalmi hasznosságát**. Ez elsősorban jövedelemtermelő, munkahelyteremtő funkciójában realizálódik, e mellett kiemelkedő hangúlyt kap a munkacero újratermelésben és a kultúráközvetítésben betöltött szerepe is. A turizmus kutatása eredendően alapkutatásokat tételez fel, ezek során olyan hipotéziseket célszerű felállítani, amelyek bázisait képezhetik elméleti további megerősítésének. A turizmustudomány csomópontjai leginkább egy humánökológiai problémameggyüttesként az ember, a társadalom és a természet viszonyrendszerében képzelhetők el.

A turizmuskutatás forrásainak nevezzük mindazokat az adatbázisokat, amelyeket a valóság tudományos módszerekkel történt megfigyelésére pasztalatainkat.

zünk, amelynek során bizonyos normák betartása mellett rögzítjük ta-
esetében nem spontán, hanem tudatos, előre megtervezett észlelést vég-
hétköznapi megfigyelés nem azonos a tudományos megfigyeléssel. Utóbbi
építeni. Egy nagyon fontos dolgot azonban elfelejtünk, tudniillik hogy a
egységű, ahol már jártak, mivel az ott szerzett tapasztalataikra kívánnak
csapdába, hogy azt a területet választják szakközpontjaink vizsgálati
ismérhetjük meg a leggyorsabban. A hallgatók sokszor esnek abba a
gyan a világ bármely szelét, úgy a turizmust is a megfigyelés révén
A turizmus forrásai a tárgyat jelenség megismerését segítik elő. Aho-

ban belátjuk, hogy valójában mennyire keveset tudunk.
a források körének kiszélesítésére, mivel minél többet tudunk, annál job-
dogmatizálódik). A turizmuskutatás eredményei indukáló hatással lesznek
közvetlen tényként értelmez (ez pedig rosszabb esetben hosszú évekre
lapításokat tenni, amelyet a hallgatók, vagy a sajátjaitól, illetve a szélesebb
dolgozók hajlamosak a praxissal tapasztalataikra építve olyan megál-
kell hogy képezze a turizmuskutatásnak. Az idegenforgalmi szakmában
információk feldolgozásának módszere is nélkülözhetetlen tudáseltemét
munka. De nemcsak a forrás, hanem annak feltárásának, az onnan nyert
sainkat merítjük, annál eredményesebben végezhető majd az arra épülő
meg azokat a forrásokat, amelyekből a valóságra vonatkozó megállapítá-
szakemberek egyaránt hasznosítják. Minél körültekintőbben választjuk
téselelőkészítők, döntéshozók, az oktatásban, a kutatásban tevékenykedő
mennyit a közgazdaságban vagy a vállalkozói szférában dolgozó dön-
tárunk, bázist képez a további vizsgálatoknak. A turizmuskutatás ered-
megismerése. Mindazon tudás, amelyet a turizmussal kapcsolatban fel-
A kutatás a valóságnak tudományos módszerek felhasználásával történt

1.4. A turizmuskutatás forrásai

Napjaink turizmuskutatásának egyik legfontosabb feladata, hogy az
ágazat versenyképességét gátló, úgynevezett áthagyományozott és intéz-
mennyest tudáselméletet korszerű, kérdésfelvetésekre és kérdésekre vá-
laszt adó ismeretekkel váltsa fel.

alapozva hoztak létre. Ezek az adatbázisok akár eleve rendelkezésünkre állnak, akár magunknak kell őket megteremteni, elengedhetetlen elemeket képezik a megismerési folyamatnak. Azt, hogy melyik forrásból merítünk, leginkább a problémamegoldás határozza meg. A kutatás során érdemes arra koncentrálni, hogy optimálisan, a kérdésfelvetés és a kutatásunka súlyának megfelelően válasszuk ki a forrást. Ha valaki szakdolgozatot készít, értelemszerűen nem várható el, hogy több száz vagy több ezer elemet tartalmazó mintát állít össze, ugyanakkor egy adott nemzet utazási szokásaira vonatkozóan nem vonhat le következtetéseket néhány interjú révén. Mivel e helyütt nem kívánunk mélyebben kutatásmódszertani kérdésekkel foglalkozni, az alábbiakban kizárólag azokat az általános forrástípusokat vesszük számba, amelyek a hétköznapi gyakorlatban viszonylag könnyen elérhetők vagy létrehozhatók.

• A SZAKIRODALOM

Minden kutatás alapjául azok a nyomatásban megjelenő, vagy elektronikus úton közzétett források szolgálnak, amelyek az adott témával közvetve vagy közvetlenül kapcsolatban álló, addig összegyűjtött leíró, értékelő, elemző ismereteket szöveges formában ismertetik. Ezek műfaja a kézirat-tól a szakkönyvekig terjedhet, szerzőjük, kiadójuk neve, a megjelenés éve és helye legtöbb esetben ismert. Tekintettel arra, hogy a turizmus tudomány mindössze néhány évtizedes múltira tekint vissza, így szakirodalmát nem lehet más, bevett tudományokéval összehasonlítani, mégis elmondható, hogy számos jó nevű kiadó (pl. *Blackwell*) foglalkozik turisztikai témájú szakkönyvek megjelentetésével. A turizmussal kapcsolatos témákat feldolgozó folyóiratok száma megközelíti az ötvenet (pl. *Annals of Tourism Research*). Magyarországon a turisztikai témájú szakkönyvkiadás gyermekcipőben jár, a rendszeres kiadást megelőzően az *Idegenforgalmi Közlemények*, később a *Kereskedelmi Szemle*, pillanatnyilag a *Turizmus Bulletin* az egyetlen multidiszciplináris idegenforgalmi folyóirat.

• HIVATALOS STATISZTIKAI FORRÁSOK

A jogszabályokban előírt statisztikai adatszolgáltatási kötelezettség alapján a hivatalos statisztika elengedhetetlen adatbázisul kell, hogy szolgáljon a turizmuskutatásban, mivel jellegénél fogva bizonyos normatívákban gondolkodik, így az időbeli mellett lehetőséget ad területi összehasonlító elemzésekre is. Magyarországon a *Központi Statisztikai Hivatal* turizmus-

• EMPÍRIKUS FORRÁSOK

Az empirikus, saját megfigyeléseinken alapuló módszerekkel létrehozott források feldolgozásával teremthető meg az az információbázis, amely ki-egészítheti, tartalmilag árnyaltabbá teheti a különböző statisztikai adatok elemzését, de bizonyos esetekben önmagukban is elegendők a következő-tesetek levonására. A turizmusmal kapcsolatban a legteljesebb informá-ciókhoz saját kérdőíves felmérésünk során juthatunk. A hivatalos statisz-tika, a nyilvánosságára nem hozott adatok és az előzetes interjúk alapján állítjuk össze az ún. standard kérdőívet, amelynek minden esetben az ak-tuális problémára kell épülnie. A turizmus komplex elemzése során azon-ban nem szabad megelégedni a kérdőívekből kiolvasható információkkal, ezért célszerű alkalmazni az interjúkészítés módszerét is. Az interjú célja a turizmusmal kapcsolatos belső problémák, konfliktusok értékelése, más-részt a jelenség sajátos, az adott területre jellemző működésének, mű-ködtetésének a felátarása. Mivel a turizmus területi és időbeli elterjedése, tér- és társadalomformáló hatása leginkább a tematikus térképeken ábrá-zolható, így ezek problémacentrikus, leggyakrabban saját kezű, vagy számitógépes szerkesztése nemcsak a jelenség szemleletesebb ábrázolása szempontjából szükségesszerű feladat, hanem a fejlesztés során a tervezők számára elengedhetetlen eszközként is szolgál. Az adott terület funkcioná-lis szerkezetének, a vendégek magatartásának és a lokálitás társadalmi jellemzőinek egybevetése is – a meglevő alapinformációkra támaszkodó terepbejárás során – a térképezés útján kerül bemutatásra.

2.

A turizmus alapfogalmai

2.1. A turizmus fajtái és formái

A turizmusstudomány egyik legproblematiszább területének számító kategorizálás azért jelent szinte minden turizmuskutató számára nehézséget, mivel hiányoznak azok a filozófiai gyökerek, amelyek elősegítenék az egy-értelmű osztályozást. Ontológiai értelemben minden elméletnek formai kerettel kell rendelkeznie, tehát az általános kategóriátant figyelembe véve a vizsgált jelenség szerkezeti felépítéséről, az azokat alkotó elemek sokfé-leségéről, esetleges függőségéről és önállóságáról megbízható információkat kell közvertenie. Amikor **osztályozásról** beszélünk, akkor valamely fogalom terjedelmét kívánjuk meghatározni, vagyis azoknak az indivi-duumoknak, elemeknek az összességét, amelyek közös tulajdonságaik alapján kerülnek besorolásra. Tekintettel arra, hogy az osztályozás az el-méletalkotást megelőző művelet, így az elmélet fényében gyakran korrek-cióra szorul. Ezt a lehetőséget a turizmuskutatás gyakorlatában sokszor úgy értelmezik, hogy a kutatás első fázisát jelentő konceptualizáció során egyéni értelmezést adnak egy-egy fogalomnak. Ez napjainkra a fogalmak oly mértékű káoszát eredményezte, amely már-már a turizmusstudomány hitelességét kérdőjelezi meg. Ahhoz, hogy elősegítsük a turizmusstudomány magyarországi fejlődésének felgyorsulását, elengedhetetlenek tartjuk egy belső logikával bíró, konszenzuson alapuló fogalmi rendszer megalko-tását. Ez a munka részben az eddigi eredményekből táplálkozik, azok kereteit kiegészíti vagy szűkíti, részben új fogalmakat terem.

A valóság tudományos normákon nyugvó megfigyelésből kiindulva a turizmusnak két alapvető **fajtáját** különíthetjük el a szerint, hogy az utazás az emberi lét melyik szegmensére gyakorol nagyobb hatást. Mivel a mo-dern társadalomnak a munka és a szabadidő világa köré szerveződnek, ezért az előbbihez kötődő hivatás-, utóbbi szabadidős turizmusnak nevezzük.

Szabadidős turizmus alatt tárgyaljuk mindazokat a turisztikai tevékenységeket, amelyek az emberek munkaidején kívüli, leggyakrabban önálló döntésszerűen alapuló időfelhasználásból erednek. Az üdülőturizmustól a városi turizmuson keresztül egészen az aktív turizmusig a világ utasforgalmának jelentősebb része a turizmus ezen fajtájához köthető. **Hivatásturizmus** alatt az emberek foglalkozásának gyakoriságával összefüggésbe hozható utazásokat értjük. A szakemberek a hivatásturizmus részeként elsősorban a konferencia-, az üzleti és az incentive turizmust tüntetik fel⁵, azonban meg kell jegyezni, hogy ezeken az önálló turisztikai termékeken, illetve termékcsoportokon túlmenően a különböző művészeti ágakban tevékenykedő személyek vagy a profi sportversenyezők résztvevőinek tevékenységét is e helyütt kell tárgyalni.

Amikor a turizmus formáiról beszélünk, akkor annak a kulcsfontosságú tényezőként megjelenése mellett a látogató számára kínált szolgáltatások elménybeli aspektusait és a környezettel való kölcsönhatásainak minőségét, jegyeit tartjuk az osztályozás kiinduló szempontjainak. A turizmusnak két, egymástól jól elkülönülő formáját írhatjuk le, a tömeg- és az alternatív turizmust. A **tömegturizmus** az utazások történetét tekintve a második világháborút követő időszakban megjelenő forma, amelyben ott gyökereznek a modern turizmus jegyei is. A tömegturizmus résztvevői olyan idegenforgalmi szolgáltatásokat vesznek igénybe, amelyet nagy tételekben, sokszor standardizálva, közel azonos elmenyt nyújtva állítanak elő. A szó közvetlen jelentésével ellentétben nem feltétlenül a nagyszámú résztvevő van a hangsúly, sokkal inkább a kínált szolgáltatásnak a sematikus, személytelen, hasonló környezetben másolható, átléhető, az egyéni érdeklődés szerpét negláló elmenyek nyújtása fejeződik ki benne. A tömegturizmus archetipusának színterét képező mediterrán tengerpartok a társadalom széles rétegeinek érkezését kiváló tradicionális vonzerőkkel rendelkezők. Ezek a területek a tenger hűsítő, égszínké, vagy éppen méregzöld vizével,

5 Tekintettel arra, hogy a kiadvány 1. és 12. fejezete részletesen tárgyalja a magyarországi turizmus szempontjából releváns termékeket – közöttük a konferenciaturizmust is –, ezért itt csak a kevésbé hangsúlyozott üzleti és incentive turizmushoz kívánunk egy-egy gondolatot hozzáfűzni. Az üzleti turizmus központiában azok a hivatásvezérelt összefüggő utazások állnak, amelyek elsölegesen menedzsésem (pl. kapcsolattéptés, szerződészkötés, ellenörzés) áll. Incentive turizmus alatt tárgyaljuk azokat az utazásokat, amelyek egy adott vállalat vagy intézmény alkalmazozotai, vezetói körében az eredményesség ösztönözése, bizonyos teljesítmények elismerése érdekében zajlanak.

a partok semmittevése csábító homokos fővenyével, a májustól októberi biztosságot sugárzó, a barnulást elősegítő Nappal és az északabbi országokéhoz képest lazább erkölcsi életvitellel vonzzák a látogatókat. Ezeket – az angol megfelelőjük alapján 45-nek (*Sea, Sand, Sun, Sex*) is nevezett – vonzerőket bármelyik dél-európai országban, az USA-beli Floridában, továbbá a világ számos mediterrán klímát kínáló részén megtalálhatjuk. Az üdüléssel kapcsolatos tömegturizmus kiszolgáltatására – elsősorban a tengertartokon – végeláthatatlan szállodasorok épültek, amelyekbe a légi társaságok charter járatai szállítják folyamatosan a vendégeket. Természetesen nem csak a tengerparti üdülések során észlelhető a tömegturizmus megjelenése, ugyanúgy működik a városi turizmusban, gondolkunk csak a világvárosokban cirkaio turistabuszokra, amelyek gyakran magnórol lejártszva informálják a vendégeket az éppen látható vonzeróval kapcsolatosan. Ugyanazon utazási iroda szervezésében a városlátogatás alkalmával egy szezonon keresztül minden utas ugyanazt a programot kapja, a legirritálóbb esetben elégíthetők ki az egyéni érdeklődések.

Az alternatív turizmus azzal a sajátossággal bír, hogy időbeli megjelenését tekintve jelentősen megelőzte a tömegturizmust, tulajdonképpen a turizmus ösformájának is lehetne nevezni, szerepe ma mégis kisebb a turizmus világpiacon. Az alternatív turizmus lényege abban ragadható meg, hogy a szolgáltatatók nagyobb figyelmet fordítanak az egyén aítárol elterő érdeklődésének a kielégítésére, vagyis a hagyományos szolgáltatásokhoz képest más, személtre szóló alternatívákat is felkínálnak (Olyan esetek is előfordulnak, amikor a tömegturizmussal a minőségi turizmust állítják szembe. Ez azért nem helyénvaló, mert a fenntartható fejlődés érdekében a tömegturizmusban is jelen kell lennie a minőségnek, vagy éppen az alternatív turizmusban megjelenő szolgáltatások lehetnek gyenge színvonalúak). Ertelmszerűen a turizmus ezen formájában kevesebb az ugyanazon programban résztvevő vendégek száma. Sokkal nagyobb szerep hárul a program egyéni igényeket is kielégítő összeállítására. Felértés ne essék, az alternatív turizmus tengerparti üdülések során is megjelenhet, de ebben az esetben olyan különleges igények kielégítésére kerül sor (búvárkodás, cápavadászat), amelyek esetében az egyén felkészültsége, ismerete, képessége szerint kell a programot alakítani. Hasonló módon az egészségturizmusban megjelenő tevékenységek is az alternatív turizmushoz való sorolását predesztinálják elsődlegesen, mivel a kezelések csak személtre szabottan valósíthatóak meg hatékonysággal.

A turizmusnak az általunk tárgyalt formái a környezettel való kölcsönhatás tekintetében is jól elkülöníthetők. A tömegturizmusban részt vevő vendég ritkán kerül személyes kontaktusba a helyi társadalom képviselőivel, a szolgáltatatókkal kialakult kapcsolatai felületesek. Ennek következtében az élmény alakulásában a társadalmi környezet szerepe infinitesimális. Az alternatív turizmus számos olyan lehetőséget kínál, amelyben mélyebb emberi viszonyok is kialakulhatnak a vendég és vendéglátó vagy akár a lokalitás egy-egy képviselője között. A falusi turizmusban részt vevő vendég élvezi a vendéglátója kényeztetését, a termékben éppen az emberi tényező jártsza a legfontosabb szerepet. Amennyiben a természeti környezetre koncentrálnunk, láthatjuk, hogy a tömegturizmus kevesebb figyelmet szentel a desztináció erőforrásainak részét képező természeti környezetre (a situizmus a síelés erőzios következményei miatt felemésztheti magát a vonzerőt jelentő domborzatot). A tömegturizmusban érvényesülhet a tömeghatás is, amely mások normasértő magatartásának (szemetenés, felesleges gépkocsihaszna) követésében jelentkezik. Ezzel szemben az alternatív turizmusban a környezet megfigyelése, megóvása gyakran motívációként van jelen (természetjárás, ökoturizmus), általában a célállomás természet környezetének megóvása értéként manifestálódik a turisztikai tevékenységek során.

A turizmus fajtabeli és formai kategorizálásán túlmenően találkozhatunk a motívációk szerinti osztályozással is, ez azonban már nem tekinthető korszerűnek, mivel a motívációkhoz kötődő vonzerők és az arra épülő tevékenységek a turisztikai termékek fogalmi környezetében jelennek meg. Így amikor valaki a turizmus kategorizálása kapcsán bevásárol vagy üzleti turizmusról beszél, nem tesz más, mint a turisztikai termékek fajtáit mutatja be. Természetesen típusalkotást bárki végezhet, csak mindig szem előtt kell tartani a valósággal való megfeleltetést és az osztályozás elméletének normáit. A magunk részéről a turizmuselmélet figyelemre méltó történeti előzményeként tartjuk számon azokat a megközelítéseket, amelyek a turizmus közlekedési eszköz vagy résztvevők szerinti kategorizálásáról beszélnek. Az autós vagy vasúti turizmus ugyanis nem fejezi ki megfelelően a vonzerőt és a tevékenység viszonyát, az autóban vagy a vonaton utazás ténye akkor válik releváns tényezővé, ha a közlekedési eszköz segítségével végzett cselekvésben például a kalandvágy kielégítése (kalandturizmus) vagy a vasút hőskora iránt érzett nosztalgia átélése jelentkezik (kulturális turizmus). Az, hogy az utazás váltott közlekedési

eszközökkel is megtörténhet, még inkább megnehezíti ennek a fajta osztályozásnak az értelmezhetőségét. A résztvevők szerint egyéni vagy csoportos turizmusról való elmélkedés sokkal inkább az utazásszervezés operatív gyakorlatához tartozó kérdés. E helyen történő tárgyalásának mellőzése azért is kívánatos, mert a mediterrán tengerparton sütkérező vendég turisztikai létének besorolása teljes mértékben függetleníthető attól, hogy az ő tartózkodása kötődik-e bármilyen csoporthoz vagy sem.

2.2. A turisztikai mozgás célterülete és irányai

A turisztikai kereslet realizálódásának színtereit a célállomások, a hazai idegenforgalmi szakma által előszeretettel alkalmazott – az angol nyelvből átvett – kifejezéssel élve a *desztinációk* jelentik. A célállomás fogalma természetesen jelentősebb térbeli kiterjedést jelöl, mint amit a szó eredeti jelentése sugall. Így, hogy egyes esetekben célállomásként manifestálódhat egy konkrét idegenforgalmi létesítmény (pl. múzeum, győgyfürdő), esetleg egy szűkebb térség (a település belterületétől távolabb eső zarándokhely, vagy egy történelemtörténelmi csata helyszíne) is, de az esetek többségében a vonzerő(ke)t befogadó települést, vagy tájat értjük alatta. Az idegenforgalmi célállomás tehát egy turiszták által látogatott, térbelileg lehatárolható földrajzi egység, amely kiterjedésének értelmezése szoros összefüggést mutat a potenciális kereslet állandó lakóhelyével. Minél távolabbi területről érkeznek egy adott desztinációba a látogatók, annál nagyobb lesz annak a földrajzi kiterjedése. Amíg például egy magyar állam-polgárnak a Balaton könnyen értelmezhető desztinációt jelent, addig egy Nyugat-Európában élő számarra már Magyarországot, egy tengeren túlnak pedig Európa a mentálisan problémamentesen felidézhető tér.

Claude Kaspar az idegenforgalmi település fogalmát függetlenül annak közigazgatási státuszától a turisztikai események kikristályosodási pontjaként definiálta. Ezt elfogadva, azonban az általa készített csoportosítás általános mivoltát megkérdőjelezve (helytelen a győgyhelyeket az üdülőhelyek alá sorolni, mert a győgyulás és az üdülés nem azonos turisztikai tevékenységek, persze Svájcban, ahol a kategorizálás elkészült, ott összemossák a két típus) arra hívjuk fel a figyelmet, hogy egyaránt idegenforgalmi településként értelmezhető egy villagváros, ahol a helyi gazdasági, társadalmi életben komplementer szerepet tölt be a turizmus

és egy olyan, néhány száz fő állandó lakost számláló falu, ahol a turizmus elsődleges funkcióként jelenik meg. Ha arra a kérdésre keressük a választ, hogy egy Magyarországéhoz hasonló települési térben mely falvakat és városokat nevezhetjük idegenforgalmi településnek, azt a választ adhatjuk, hogy amelyek vendégforgalma statisztikailag releváns. Valójában nem létezik olyan objektív kritériumrendszer, amelynek szempontjai szerint a kérdés kritikai vonzatok nélkül megválaszolható lenne. A célállomások alapvető tipizálásánál a városi, falusi, hegyvidéki és vízparti kategóriák alkalmazása javasolható, mert ezek hordozzák azokat a településmorfológiai jegyeket, amelyek leginkább determinálják a turisztikai tevékenységet.

Tekintettel arra, hogy a turizmus a személyek helyváltoztatásával erősen összetüggő jelenség, ezért a **mozgás iránya** meghatározza az osztályozást. Az áramlást jellemző belföldi és nemzetközi turizmus kifejezéseket az utazásszervezési szektor fogalomtárából vette át a turizmuselmélet. **Belföldi turizmus** alatt egy adott ország állampolgárainak az állam határain belül zajló utazásait értjük. Ezek szerves részét képezi egy ország idegenforgalmának, a benne részt vevőket nehéz megkülönböztetni a helyi lakosok rekreációs és közművelődési tevékenységétől. A belföldi turizmust statisztikailag leginkább a regisztrált szálláshelyeken lehet tetten érni, más szolgáltatások igénybevételekor nehezen deríthető ki, hogy milyen állam-polgárságu az azokat igénybevevő személy. A belföldi turizmus egyik sajátossága, hogy nem szálláshely-orientált, különösen nem azokban az országokban, ahol a szállásdíjak a külföldi kereslet fizetőképességéhez lettek kaikulálva vagy az ország szerény területi kiterjedésének következtében minimális a lakóhelyen kívüli éjszakázás igénye. Egyes országokban (pl. Németország, Svédország) a belföldi turizmus jóval erőteljesebben jelentkezik mint a külföldiek beutazása. A fenntarthatóságot szem előtt tartó országok turizmusirányítása és a vállalkozói szféra egyaránt felismerte, hogy a belföldi turizmus szerepét nem hagyhatja figyelmen kívül, mivel ez a szegmens önmagában is, de különösen a külföldi kereslet kiegészítésében fontos szerepet játszik. A belföldi turizmus jelentős mértékben hozzájárulhat a szezonális kiküszöböléséhez, mivel rugalmas és az iskolaszportoktól a kispénzű nyugdíjasokig igen széles skálájú piacot jelent. Megfelelő ár és termékpolitika kialakítása mellett sikeresen szervezhető, a létesítmények kihasználtságát és gazdaságos működését biztosító szegmens.

A belföldi turizmus megvalósulhat települések közötti, oda-vissza utat feltételező **lineáris elmozdulás**, több települést érintő **körutazás** vagy ugyanarra a kiindulási pontra állandóan visszatérő **csilagutúra** révén, de előfordulhat a mobilitást háttérbe szorító, **egy helyen tartózkodással** is. Ezek a mozgások vagy éppen mozdulatlanságok szoros összefüggést mutatnak az adott ország nagyságával és az utazásra vonatkozó belső szabályozással. Egeszen mást jelent a belföldi turizmus egy kontinensnyi országban (USA, Kanada, Ausztrália, Kína) mint egy kisebb területűben, a miniallakomokról nem is beszélve. Az egyes diktatúrák sajátossága volt, hogy minden lehető adminisztratív eszközzel korlátozták a lakosság szabad mozgását, így azokban az országokban, ahol a hatalomnak nem állt érdekében az állampolgárok települések közötti utazása, hosszú időn keresztül nem alakulhattott ki a belföldi turizmus vagy csak a csoportosan szervezett kirándulásokat engedélyezték (Szovjetunió, Kína).

A belföldi turizmust jellemzi a kevésbé szervezett mivolta, de természetesen szervezett utazások is előfordulnak (tanulmányi kirándulás, a bevásárlóturizmusban jelentkező reklámutazások). A belföldi turizmus sajátos jelentőségébőllet kap azáltal, hogy elősegíti a szülőföldhöz való pozitív viszonyulást, a hazaszeretet és a területi identitás kialakulását, mindemellett pótolhatatlan kultúráközvetítő eszköz is. Mára a belföldi turizmusra mint a sikeres területfejlesztési politika egyik leteremtényesére tekintenek sok helyütt. A legtöbb állam kedvezmények révén is elő kívánja segíteni a társadalom bizonyos csoportjainak (nyugdíjas, tanuló) a belföldi turizmusban való részvételét. A kereslet oldaláról a belföldi turizmus a nemzetközi turizmus elöszobája.

Azokat az utazásokat, amelynek során az egyik szuverén országot állampolgára egy másik területére lép, a **nemzetközi turizmus** részeként tárgyaljuk (az Európai Unió államai közötti utazások értelemszerűen a nemzetközi turizmus részét képezik, mivel a korábbi határok ugyan jelképesse váltak, de a nemzetközi jog továbbra is önálló államalakulatként tartja számon a 25 tagországot). Bár mely ország nemzetközi turizmusa szemponthiból a külföldi állampolgárok érkezése alatt a beutazást, a saját állampolgárainak a határon túlra való mozgását jelenti. Előbbi turizmusgazdaságtani aspektusból aktív, utóbbi passzív turizmusnak is szokták nevezni. A nemzetközi turizmus funkcióiban különösenben nem tér el a belfölditől, de – akár a piacgazdasággal párosuló polgári demokráciákat, akár a tervgazdaságra alapozó egyipárti diktatúrára-

kat vizsgáljuk – jelentős mértékben elősegíti az adott ország nemzetközi ismertségét, hozzájárulhat a széles közvélemény tudatában rögződő országmázs kialakulásához és nem utolsósorban fontos gazdaságfejlesztő és élénkítő eszköz. A nemzetközi turizmussal kapcsolatban számtalan pozitív töltetű gondolatot találunk, így a béke iparágaként (ami egyrészt a világban a megteremtésben játszott szerepére, másrészt működésének békés viszonyok közötti alapfeltevéleire utal), esetleg a népek közötti kölcsönös megértés, a társadalmi, a gazdasági és a kulturális közlekedés eszközeként jelentik meg. A nemzetközi turizmus tényleges, tudományos vizsgálathoz alátámasztott szerepének bemutatására a 13. fejezetben, a turizmus hatásainak tárgyalásánál kerül majd sor.

2.3. A turizmus határstatisztikai értelmezése

A turizmusstatisztika egészet tekintve a legmegbízhatóbb adatok a határállomásokon végzett számlálások során nyerhetők. Alapvetően egy ország közigazgatási határa jelenti azt a képzeltet (ritkán fizikai valójában is megjelenő) vonalat, amelyet bárki legálisan átlépve részévé válik a határ, ezáltal a turizmusstatisztikának. A világ turizmusában zajló folyamatok, különösen az utazók helyváltoztatásával kapcsolatos információk összehasonlíthatóságának érdekében az 1963-ban Rómában megrendezett ENSZ konferencia a határokat átlépő külföldiekkel együttesen a látogató megnevezéssel illette, és őket további két csoportra osztotta: turistára és kirándulóra. E két kategória közötti megkülönböztetés a célállomáson 24 órát meghaladó, illetve annál kevesebb tartózkodás ténye alapján történt. Alapvetően ezt a módszert vette át a magyarországi turizmus határstatisztikai osztályozása, amely ezen túlmenően nyilvánartartotta a ki- és belépő állampolgárok számát is. A vonatkozó jogszabály szerint a magyar határörtség a személy- és a gépjárműforgalomban egyaránt minden mozgást regisztrál. Mivel a határokon egy szigorú normarendszert fejtve restitőrészeként látják el feladataikat, így minden kétséget kizáróan állítják, hogy a forgalom regisztrálása pontosan történik. Hosszú ideig vizuális megfigyeléssel, majd az útlevelek számtológépes fénypéldázásával rögzítették a határforgalmat. Az országhatárt átlépő külföldiek többségét – mivel tevékenységüket pontosan nem ismerjük – potenciális turistaként kezeljük.

A hazai idegenforgalmi statisztikákban 1997-ig közzétették a látogatók (szinonimái: *belepő, érkező*) ENSZ kívánalmainak megfelelő megoszlását, amit kiegészítettek az ország fekvéséből fakadó fogalmakkal és értelmezésekkel. E szerint statisztikailag megkülönböztettek: turistát, kirándulót és átutazót. **Turistának** azokat a belépő külföldieket tekintették, akik leg-
alább 24 órát eltöltöttek Magyarországon területén. A határstatisztika érte-
lemszerűen nem követhette nyomon, hogy a beutazó külföldi állampolgár
valóban turisztikai tevékenységet végez-e, vagy illegálisan munkát vállal,
mint ahogy azt sem vizsgálhatták, hogy regisztrált szálláshelyen száll-e
meg. A turista fogalma csak a lényegret ragadta meg, hogy az illető személy
1 éjszakát bármilyen célból, bármely szálláson az ország területén eltölt.
Kiránduló alatt azokat az országhatárt átlépő külföldieket értették, akik
ugyanazon határszakaszon keresztül érkeztek Magyarországra, amelyen
kevesebb mint 24 óra leforgása alatt el is hagyták az országot. A kirán-
dulók nem éjszakáztak az ország területén és ugyanabba az államba tértek
vissza, ahonnan érkeztek, miközben ki- és belépéskor egy határszakaszon
belül más határállomást is használhatba vehettek. A kiránduló eklátans pél-
dáját képezték a különféle állampolgárságú bevásárlóturisták. **Átutazónak**
neveztek minden olyan külföldi állampolgárt, aki kevesebb, mint 24 órát
töltött Magyarországon területén, ugyanakkor a be- és kilépésének határsza-
kasza eltért egymástól. Magyarországon turizmusában a centrális fekvésnek
(a Balkán-félszigetet Közép-Európával összekötő utak igénybevétele) kö-
szönhetően az átutazó-forgalomnak meghatározó szerepe van, így a Né-
metországba tartó szerb és török vendégmunkások, vagy a Romániából
Ausztriába induló rokonlátogatók esetében az átutazó releváns statisztikai
kategóriának számítot. Természetesen az átutazás ténye nem zárja ki a
turizmusához valamilyen módon kötődő szolgáltatások igénybevétele, így
a vendéglátóiparban vagy a kiskereskedelemben realizálódó vásárlásokat.
Mivel a főútvonalak mentén megjelenő prosciúció gazdaságélénkítő sze-
repe a jelen formájában minimális, így az országon áthaladó gépjárműfor-
galom, különösen a kamionosok e téren jelentkező igényeinek kielégítése
csak elméleti felvetés marad. Mindemellett a különböző úthasználati díjak
megfizetésével, autópálya-matricák vételével, esetleg a vasúti járműszállí-
tásban jelentkező kereslettel az átutazók is emelik a turizmusból származó
bevételeket, tehát szerepüket nem szabad figyelmen kívül hagyni.

A határstatisztikai adatgyűjtésben néhány évvel ezelőt változások tör-
téntek, amelyek a korábbi információk redukálásához vezettek. A 2000.

évre vonatkozó Országos Statisztikai Adatgyűjtési Programról⁶ szóló 154/1999. Korm. rendelet az idegenforgalom-statisztika részeként a Határőrséghez tartozó valamennyi határforgalmi kirendeltség (közúti, vasúti, vízi és légi) számára nevesít statisztikai adatszolgáltatási kötelezettségeket. Ennek alapján a határforgalmi kirendeltségek által egyszerű utasmegfigyelés során észlelt személy- és járműforgalomról határállomásonként, állampolgárság szerinti bontásban havonkénti összesítésben kell a Központi Statisztikai Hivatal felé számot adni a be- és a kilépők számáról.

Magyarország Európai Unióhoz való csatlakozása, különösen a Schengeni megállapodásból fakadó határrendészeti kötelezettségek meg foglalkoztatni a statisztikai adatgyűjtést is. Előreláthatóan az Unió belső határain megszűnik a forgalom regisztrálása, csak a külső határokon jelentkező, nem Európai Unió tagállamból érkező utazók statisztikai rögzítésére lesz lehetőség. Ez persze nem jelenti azt, hogy időközönként az egykori határállomásokon, a jövőbeli biztonsági ellenőrzési pontokon vagy azok közelében ne végezzenek mintavételes adatgyűjtést. Az Európai Unióban érvényes, az idegenforgalomra vonatkozó statisztikai adatok gyűjtéséről szóló 1995. évi, az Európa Tanács által elfogadott Irányelv ugyan előírja a nemzetközi turistaforgalom rögzítését, de figyelmen kívül hagyja a 24 óránál rövidebb tartózkodásokat, így határstatisztikai adatszolgáltatási kötelezettséget sem fogalmaz meg. Ez a hiányosság a magyarországi idegenforgalmi döntéshozók és döntéshozók számára jelentős mértékben megnehezíti az objektív információkhoz való hozzáférés lehetőségét.

2.4. A turizmus szálláshely-statisztikai értelmezése

Egy desztináció szálláshely-statisztikai értelemben vett turistaforgalmának tereten éréseire leggyéértelműben a regisztrált szálláshelyeken kerülhet sor. Regisztrált szálláshely alatt – a korábban említett 95/57/EK irányelvvel kompatibilis – a hazai jogszabályokban (110/1997. Korm., 45/1998. IKIM, 173/2003. Korm. rendelet) kereskedelmi és magán-, illetve nem

6 Az Országos Statisztikai Adatgyűjtési Program (OSAP) az utazásszervezői tevékenységet folytatók, a kereskedelmi szálláshelyet üzemeltetők, a települési önkormányzatok és a határforgalmi kirendeltségek számára írt elő különböző, a turizmus gazdasági és turisztikai szerepének objektív megítélésében nélkülözhetetlen adatszolgáltatási kötelezettséget.

üzleti célú közösségi, szabadidős szálláshelyként nyilvántartott egységeket értjük. Ezekben a létesítményekben a férőhelyeket és egyéb szolgáltatásokat igénybe vevő vendégek legalább egy éjszakát eltöltenek, amelynek tényleg az üzemeletről előírássszerűen rögzítik. A fentiekből következően minden szálláshely-statisztikai értelemben vett vendéget turistának kell tekinteni, azonban a turista fogalmi köréhez nem tartozik hozzá feltétlenül a regisztrált szálláshelyen való éjszakázás. Ahogyan erre az előbbiekben már utaltunk, a turista számára az adott desztinációban való éjszakázásra számos más helyszín is rendelkezésre áll. Rendelkezhet saját tulajdonú ingatlanmal, de a jogszabályi előírásokat megkerülve bérelheti azt egy magánuszemélyről is, meghúzódhat a rokonoknál, ismerősöknél, esetleg klasz-szikus vadkempingezőként vagy lakókoccsiban töltheti az éjszakát.

A regisztrált kereskedelmi szálláshelyek üzemeletői havi gyakorisággal a létesítmények kapacitásáról, a külföldi és a belöldi vendégeknél, azok vendégejzszakáinak számáról, a vendégláto és egyéb szolgáltatásokból származó árbevételekről, továbbá az alkalmazott árrakról jelentést nyújtanak be a Központi Statisztikai Hivatalnak. A magánszálláshelyekre vonatkozó adatokat évente kétszer az önkormányzatok juttatják el az illetékesekhez.

Minden az éjszakáját regisztrált szálláshelyen töltő turistáról az igénybe vett szálláshelyre történő bejelentkezéskor egy adatlapot vesznek fel, amely a személyi igazolvánnyal vagy az útlevelel megegyezően tartalmazza a nevet, születési helyét és idejét, állampolgárságát. Ha az illető turista nem magyar állampolgárságú, akkor a szálláshelyek üzemeletítőinek jogszabályi kötelessége (2001. évi XXXIX. Törvény a külföldiek beutazásáról és tartózkodásáról) a külföldi vendég adatainak kezelése, szálláshelyének bejelentése. A regisztrált szálláshelyen megszálló külföldi adatáról a szállásadó az előírt formanyomtatvány szerinti nyilvántartást (vendégekönnyvet) vezet és azt szükség szerint bemutatja az idegengrendészet hatóságának. Egyébként a regisztrált szálláshelyen kívül megszálló külföldi a szálláshelye címének bejelentésére akkor köteles, ha magyarországi tartózkodása a beutazásától számított harminc napot meghaladja.

A turisztikai kereslet alaptényezői

3.1. A motiváció kialakulása a turizmusban

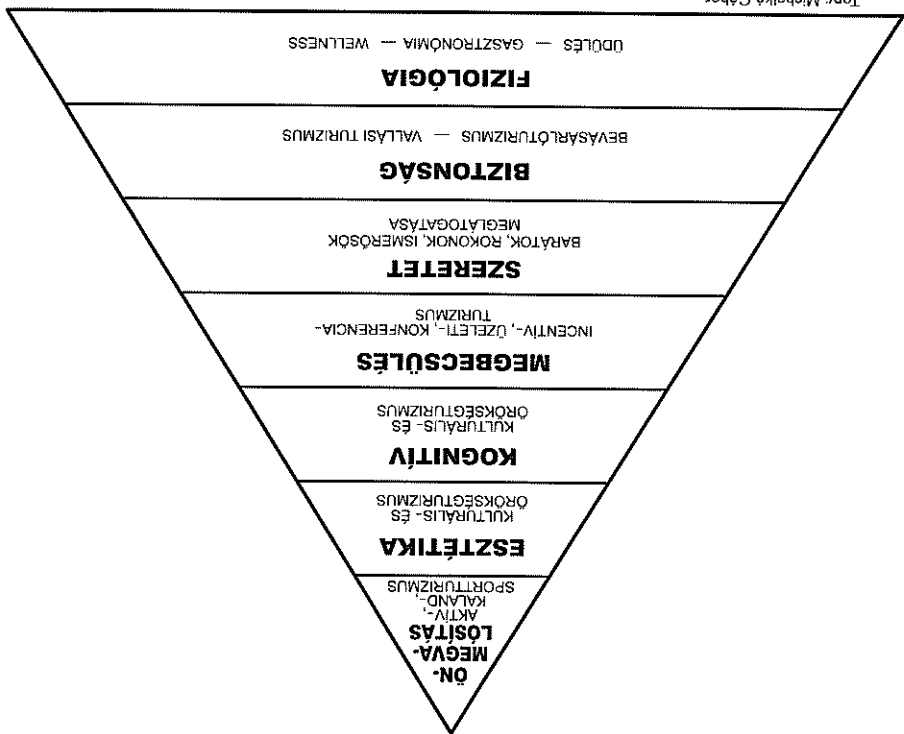
A szabadidős turizmusra koncentrálo, tradicionális megközelítések szerint a turista keresletét a környezetváltozását ösztönző motivációja, az utazását és a szolgáltatások igénybevételét lehetővé tevő diszkrecionális jövedelme és a kikapcsolódásra alkalmas idő szabadideje együttesen váltja ki. Nem szabad megfeledkezni azonban arról, hogy a hivatásturizmus esetében sem a turista jövedelme, sem a szabadideje nem tekinthető a kereslet releváns tényezőjének. Ahogyan arra már utaltunk, a hivatásturizmusban részt vevő esetében az illető munkájának minél eredményesebb elvégzése jelenti a kereslet legtöbb összetevőjét, vagyis a motivációja egy sajátos külső kényszer hatására ölt testet. Akár a szabadidős, akár a hivatásturizmust vesszük alapul, az utazásban manifesztálódó kereslet egyik elengedhetetlen feltételének a motiváció tekinthető.

Ahhoz, hogy az eddig ismert hétköznapi megközelítésekhez képest a tudomány korszerű eredményein alapuló ismeretekre építve beszélhessünk a motivációról, vagyis arról (azokról) az indíték(ok)ról, amelyek számszámítottak utra kelésében játszanak közre, a pszichológiát kell segítségül hívunk. Mindezt azért van szükség, mivel magát a keresletet megtestesítő egyén olyan, a gondolkodás és a lelki élet képességével felvértezett lény, akinek a magatartását pszichikus tulajdonságai (szükséglet, érdeklődés) és az őt jellemző pszichikus folyamatok (érzelem, emlékezés) determinálják. A gyakran magától értődőnek tűnő, így az egyénnek önmaga számára ritkán tudatosuló tevékenysége a motivációk és attitűdök bonyolult kapcsolatrendszeréből tevődik össze. Az ember cselekedeteit kiváltó motívációk és viselkedésének eltérő megítéléséből fakadó környezeti reakciókra adott válaszok (oktuhajdonító itéletek), az attitűdök befolyásolják a közösségek, végső soron a társadalom mindennapi életét.

A pszichológusok az angol természettudós, *Charles Darwin* (1809–1882) evolúciós elméletének közreadása óta igyekeznek összefüggést találni az emberre valós és a motiváció között. A tudományos gondolkodás állomásai közé tartozik az ösztönök vezérlő szerepének és a motiválhatóságnak mint a viselkedés evolúciós célt szolgáló jellegzetességének felismerése. Ma már tudjuk, hogy a veleszületteknek vélt viselkedésmódok a tanulás és tapasztalás hatására erősen módosulhatnak. A motiváció kialakulásának folyamataiban, a szervezetet cselekvésre késztető **hajtóerő** (drive) felismerésében ürtő szerepet játszó amerikai pszichológus *Robert Woodworth* (1869–1962) elmélete szerint a hiányérzet hatására az emberi szervezetben egy belső feszültség jelentkezik. Ennek mielőbbi leküzdését célzó kereső magatartás váltja ki azt a hajtóerőt, amely a szükséglet kielégítéséhez, végső soron a belső feszültség csökkenéséhez vezet. *Walter Cannon* (1871–1945) amerikai neurológus a homeosztázist tekintette a motiváció fő kiváltójának, mely szerint a szervezet akkor aktivizálódik, ha a belső feltételeiben az egyensúlyhiány elér egy bizonyos szintet.

A **motiváltság** az egyén viselkedését meghatározó olyan állapot, amikor valamely szükségletének kielégítése jelentős befolyást gyakorol akár a pillanatnyi, akár a huzamosabb időn keresztül folytatott tevékenységére. Az egyén életének fenntartásához és fejlesztéséhez elengedhetetlen szükségletek egyfajta hiányérzetként jelenkeznek. Az emberi szükségleteket az életkörülmények és az egzisztenciális lehetőségek jelentős mértékben befolyásolják. A nevet az önmegvalósítás pszichológiai elméletének kidolgozásával ismertté tevő amerikai pszichológus és filozófus, *Abraham Maslow* (1908–1970) fontosabb munkáiban arról ír, hogy minden emberi lény kielégítendő szükségletei hierarchikus sorrendbe állíthatók. A biológiai-aktól a társas szükségleteken át az önmegvalósításig terjedően az egyéni magassabb szükséglet szint csak abban az esetben határozhatja meg a tudat működését, ha az alapszükségletek már kielégültek. Maslow szerint szerencsés körülmények között a legmagasabb szintű emberi szükséglet, vagyis az önmegvalósítás is kielégíthető. Az általa alkotott **piramismodell** azonban azt sugallja, hogy a társadalom széles rétegeinek mindössze az alapszükségletek kielégítésével kell beérniük.

A modern turizmuselmélet felismerte, hogy az utazás nem csupán az önmegvalósítás szintjén érhető tetten, hanem már a **fiziológiai** szükségleteink kielégítését is áthatja (2. ábra). Miközben az emberi élet alapjait, ha úgy tetszik, előfeltételeként szolgáló fiziológiai és biztonsági szükség-



2. ábra A szükségletek hierarchiája és turisztikai kapcsolatai

Terv: Michalkó Gábor
Kartográfia: Kaiser Miklósné
Forrás: Maslow, A. (2003), Puczkó-Rácz (1998) alapján

tekből ritkán fakadnak önálló turisztikai motivációk, az e fölött található hierarchia szintek gyakrabban képezhetnek utazásra. Ennek ellenére részben pihenési és táplálkozási igényünkől fakad az üdülésben és a különböző gasztronómiai élvezetekben való részvételünk. A biztonság szintje elsősorban az utazási célállomás vagy az igénybe vett közlekedési eszköz, esetleg a szállás megválasztásában játszik közre: a tömegturizmus számos érin-tettje éppen azt a fajta biztonságot tartja szem előtt, amit egy bejárattott desztinációba szülő charter repülőjegyhez kínál *all inclusive* ellátás bizto-sít a számára. Viszont egyfajta lelki biztonságra töreksznek a vallási tu-rizmusban résztvevők, a bevásárlóturizmus pedig sokak számára jelenti az egzisztenciális biztonság megteremtését. A szeretet szükségletéből fakad-nak a rokonlátogatásra, barátok, ismerősök felkeresésére irányuló utazá-sok, amelyet angol rövidítéssel élve VFR turizmusnak (*Visiting Friends and Relatives*), más helyen etnoturizmusnak aposztrofálnak. A megbecsü-

lést előszeretettel hozzák összefüggésbe a hivatássturizmus alatt tárgyalt utazásokkal, mivel az elismertésigot megtestesítő karrierben ezekre egyre nagyobb hangsúly helyeződik, de a szűkebb közösségben tekintélyt ki-válto úgynevezett presztizsutak is itt jeleníthetők meg. A világ, vagy annak bizonyos részeinek megismerése ösídők óta kíváltk okát képezi az utazá-soknak, akár a műveltség megszerzése, akár a rejtélyes területek felfedezé-se álljon az indulás mögött. Ma már a nyelvismertet megszerzésével össze-függő utazások is kognitív szükségleteink kielégítését célozzák. A turizmus tömegessé válásával a társadalmak egyre szélesebb rétegei számára ada-tott meg, hogy esztétikai igényeit ne csak a szépirodalmon, útleírásokon, reprodukciókon keresztül elégítse ki, hanem személyesen gyönyörködhes-sen az áhított attrakcióban, legyen az egy táj, építmény vagy műalkotás. Napjaink bonyolult világában az önmegvalósítás maslow-i értelmezése ki-bővül, turisztikailag elsősorban azokat az utazásokat jelenti, amelyek az egyén különös érdeklődésére építenek, és amely elmények jelentősen elő-segítik a személyiség formálását (pl. kalandtutarak). A turizmus tehát át-hatja az emberi szükségletek hierarchikus rendszerét, azok kielégítése a szabaddidőeltöltés, vagy a hivatás végzése során lakókörnyezetünkön kívüli térben is bekövetkezhet.

3.2. A szocializáció szerepe a turisztikai döntésben

A turisztikai kereslet kialakulásában a szocializáció – vagyis az a folyamat, amelynek során az egyén a társadalomba beilleszkedik, öntudattal bír, értelmes személyiséggé válik – megkerülhetetlen kérdés. Az utazás motiva-ciói nem genetikailag kódoltak, hanem generációról generációra öröklőd-nek, illetve a társadalmi környezet révén determinálódnak. A szocializáció a viselkedés, a kultúra egy teljes életen át történő tanulása, alkalmazkodás ahhoz a társadalmi valósághoz, amely az adott életszakaszban az egyént körülveszi. Így alkalom adtan nemcsak a csecsemő illeszkedik a felnőtt vi-lághoz, hanem fordítva is el kell sajátítani azokat az ismereteket, amelyek az újszülött életbentartásához, egészséges felneveléséhez szükségesek, te-hat a szocializáció során a nemzedékek összekapcsolódása is megtörténik. A szocializáció közegeinek azok a csoportok vagy társadalmi helyzetek tekintethetők, amelyekben a beilleszkedési és fejlődési folyamatok zajlanak, ilyenek a család, az iskola, a különböző kortárcsoportok és az utóbbi

évtizedekben ezen a téren a médianak is egyre nagyobb szerepet tulajdonítanak. Csecsemőkortól egészen a serdültté válásig a család jelent a szocializáció legfontosabb közegét. Az egyén alapvetően innen meríti a szocializációs mintákat, a felcseperedő gyermek a szülőkre jellemző viselkedésformákat vesz át. Egy család mozgásának tépályái, vagy a család bármely tagjának domináns utazási tevékenysége hatással vannak a felnövekvő generációra. Ha a közvetlen családtagok nem is utaznak, akkor egy foglalkozásánál fogva gyakran útra kellő távolabbi rokon beszámoló is inspirációt jelenthetnek a gyermeknek. Azokban a családokban, amelyekben a szabadidő utazással való eltöltése természetes állapot, tehát a hétvégi kirándulások, a nyári üdülések, vagy a téli síelés rutinnak számít, ott nagyobb valószínűséggel alakul ki a gyermekekben is az utazási igény. Természetesen egy indirekt folyamat is lejártszódhat, miszerint a családi utazások elmaradása a későbbiekben még inkább serkentő hatással lesz az utazásokban való részvételre.

A legtöbb gyermekre azok a szocializációs környezetek hatnak leginkább, amelyekben idejének jelentős részét eltölti. Ha figyelembe vesszük, hogy a gyermekek többsége 3 éves korától az érettségig az óvodai ellátásban, majd a közoktatásban tölti hetköznapjait, akkor könnyen belátható, hogy ezek az intézmények döntő hatással lesznek a személyiségeik a fejlődésére. Azáltal, hogy az iskolában a gyermek felszabadulhat társadalmi korlátai alól, elméletileg esély teremődik számára, hogy az utazások révén új vonatkozási pontokat is megismerjen a világban. A nevelési, oktatási intézményeknek köszönhetően a szervezett utazási tevékenység – természetesen korspecifikusan – végigkíséri a gyermek felnőtté válásának folyamatát. Ahogy növekszik az egyén, annál távolabbra jut, annál hosszabb ideig tartanak ezek a szocializációs utazások. Óvodás korban az állatkert, a babszínház jelenti a potenciális célpontokat, ahova kéz a kézbe a tömegközlekedési eszközök igénybevételevel utaznak a picinyek. Altalános iskolában már az egész napos kirándulások, távolabbi települések kulturális intézményeinek a felkeresése is megjelenik. A középiskolai tanulmányi kirándulások lehetőséget biztosítanak az otthonon kívüli csoportos éjszakázásra, az ország messzi tájai látványainak felkeresésére, egyes esetekben az intézmények közötti diákcserék révén már külföldre is eljuthatnak a tanulók. A felsőoktatási szféra szintén korlátlan lehetőségeit kínálja az utazásokhoz való szocializációnak. Míg a közoktatásban elsősorban a szabadidős turizmus alapozása zajlik, addig a kötelező nyári

szakmai gyakorlatok, a különböző nemzetközi ösztöndíjak, tudományos diákköri konferenciákön való részvétel és a külföldi részképzések mind a hivatásturizmus megalapozását segítik elő.

A szociológia kortárskapcsolatként jeleníti meg a család és az iskola világból kikerülő, önálló egzisztencia megteremtésére alkalmas egyének, korábban kisebb szerepet betöltő szocializációs közegét. A gyermekkorban megszerzett ismerettségek egész életen át tartó barátságokká alakulhatnak, a munkahelyen, a lakókörnyezetben, a szabadidős szférában az azonos korosztályhoz tartozók informális csoportokként működnek. Ezeknek a csoportoknak a tagjai hatással vannak egymásra, így az életvitel, az értékrendszer tekintetében befolyásolhatják egymást. Ha egy közösségen belül valaki a szabadságot rendszeresen utazással tölti, és erről elmondásos beszámolókat tart, az a környezetét is ösztönözheti a kimozdulásra. De karrier-minaként is megjelenhetnek az utazások, főleg olyan munkahelyeken, ahol a külföldi kapcsolatok kiépítése elősegíti az egzisztencia további megalapozását.

A tömegkommunikáció utazások terén játszott szocializációs szerepe szoros összefüggésben van a kábeltelevíziózás, illetve a műholdas televíziózás elterjedésével, amit az ezen a piacon uralkodó hihetetlen verseny is elősegít. Az egyes televíziós csatornák minden eszköz, így az utazásokban való részvétel lehetőségét is megtagadják, hogy növeljék nézettségüket. A média és a turizmus összefüggéseinek elemzése kapcsán elsősorban arra kell rámutatni, hogy a filmekben megjelenő helyszínek, a jelenetek földrajzi környezete csakúgy vagykelto hatásu lehet, mint a direkt reklámok, a különböző vetélkedő jellegű műsorokban felkínált utazási nyaralások. Ezekben a lehető legplasztikusabban, már-már valóságghűen villan fel az utazási élmény átélésének lehetősége. Természetesen az elektronikus médiában jelen vannak a direkt utazási műsorok és csatornák is, nem beszélve a nyomtatott média e téren kínált termékeiről.

Ha az ember életében nincs utazásra szocializáló környezet, akkor a turisztikai kereslet tényezői közül elsősorban a korábbiakban tárgyalt motiváció háttérbe szorulása és ezzel szoros összefüggésben az utazás elmaradása következik be. Napjainkban azokban a családokban, ahol az idős, nyugdíjas generáció képviselőjét nem lehet rávenni arra, hogy utazzon el a betegségre gyógyulását elősegítő fürdőbe, vagy keresse fel gyermekkorának oly sokszor emlegetett helyszíneit, ott elsősorban a szocializáció elmaradásában kell a probléma gyökereit keresni. A nyugdíjas lét

elvéiben biztosítja a szabadidőt, az esetleges anyagi gondokon a családi összefogás segíthet és mégsem jön létre az utazás, mivel az idősebb család-tag idegenkedik az utazástól (Ismert érvelés: „Sohasem utaztam, kislíam, miért pont most utazzak?”).

3.3. A szabadidő és a jövedelem mint a turisztikai döntés alapvető tényezői

A szabadidővel kapcsolatos problémák iránti érzékenység hosszú időn keresztül kívül maradt a tudományos kutatóműhelyek világán. A szabadidő társadalmi szintű értelmezése elsősorban az ipari forradalom korától datálható, amikor a városokba áramló nagy tömegű lakosság munkaidő utáni tevékenységének tartalmi és minőségi elemei összetársadalmi kétdésként vetődtek fel. A mezőgazdasági termeléshez kötődő, falvakban élő korábbi generációk szabadideje a család, vagy a település adta kereteken belül alakult, könnyebb ház körüli munkák, a vallás gyakorlása, ünnepekhez kötődő közösségi tevékenységek révén. Egyes társadalmakban, ahol a felnőttek sok szabadidővel rendelkeztek az elme folyamatos foglalkoztatására különböző eljárásokat alakítottak ki, hosszabb időn keresztül tartó ünnepi rituálékkal, egymásba kapcsolódó játékokkal üzték el az unalmat. A falvakban mind a mai napig a lakosság környezetével kapcsolatos bensőséges információk megőrzégyalása, a pletykálkodás is fontos szabadidős tevényt jelent, olyannyira, hogy a mediterrán kávézókbán, vagy az északabbi sörözőkben így ütik el a férfiak az időt. Ha történelmi távlatokban vizsgáljuk a szabadidőt, megállapíthatjuk, hogy a lelki gyarapodást előidéző aktív pihenés komoly társadalmi elismerést jelentett, különösen az újabb tapasztalatok megszerzése, az egyén képességeinek fejlesztése révén. A tudományos kutatás, vagy a művészetek valamikor szabadidőben végzett kedvtelésnek számítottak.

Az urbanizációnak köszönhetően a szabadidő világa szervesen összekapcsolódott a munka világgal, valójában abból fakadt. Mára a munka leginkább az anyagi javak megszerzésének folyamatát jelenti, ha ez nem biztosított, akkor a szabadidő értelmezése torzul. A munka az ember pszichológiai alkátának és napi tevékenységciklusának strukturaló tényezője. A rendszeres munkával rendelkező emberek napja általában a munka ritmusa szerint szerveződik, a munkaidő leletével, vagy a munkavégzésből

fakadó feladatokat követően nyer értelmet a szabadidő. Ha a produktív tevékenységek rutinná, egyes esetekben tartalmatlanná válnak, a szabadidős tevékenységeknek kell ingerkeltőnek lennie, amelyre az energiatartalék fordítjuk. A társadalom többsége számára a munka biztosítja a jövődelmet, a mentális egyensúlyhoz szülködéses aktivitási szintet, egyes esetekben a változatosságot vagy a társas kapcsolatok fenntartását, hozzájárul a személyes identitás kialakulásához. A tökéletlenségéből élő vagyamos réteg, a munkanélküliek vagy az inaktívak számára a szabadidő a lét nehezén értelmezhető szférájaként jelenik meg. Az ő esetükben, miközben kialakul bennük egyfajta érzelkeslenség az idővel szemben, gyakran az unalom okoz különböző pszichés problémákat. A munka világában már a történelmi korok óta jelen vannak az utazással együtt járó tevékenységek, amelyek mára a munkavégzés különböző formáival együttvéve (informális gazdaság, részmunakaidő, távmunka) olyan bonyolulttá tették a munkaidő-szabadidő viszonyát, hogy annak jelen kiadvány keretein belüli tárgyalására nem tudunk kitérni.

A jelenkor társadalmára vonatkozóan egyre gyakrabban találkozhatunk a **posztmodern** jelzővel. Ezzel a modern társadalmakra általában jellemző intézmények és elemzők meghaladását kívánják kifejezni. A posztmodern filozófusok szerint a modern társadalmakat jellemző történelemfel fogás, vagyis a fejlődés eredményezte világkép és társadalmi rend rogyadozik, különböző, centrum nélküli tudásformák léteznek, miközben egyre csökken a tudomány tekintélye. Sok-sok elterő, egyformán hiteles értékek és orientáció teszteli meg a posztmodern világot. Az új társadalom rugalmas, sokszínű, mobil és internacionalizált, amely értékek jelentős mértékben elősegítik a szabadidő utazásokkal való eltöltésének további erősödését. A posztmodernen egyen életének minősége sokkal inkább a szabadidő értelmes felhasználásától, mintsem a munkavégzést meghatározó tényezőktől függ.

Miközben a szabadidő az egyen által leginkább vágyott életem, pszichológusok rámutatnak arra is, hogy a szabadidőt sokkal nehezebb élvezni, mint a munkát. Ismert, hogy célok és kapcsolatok nélkül a legtöbb ember motiváció nélkülülve válik és szorong. Különböző időtöltési „trükkökkel” egy darabig kizárható a tudati káosz, a fásultságot és közönyös-séget kiváltó pszichés entropia megjelenése, azonban ezek a tevékenységek nem okoznak az egyen számára **minőségi élményeket**. Ahhoz, hogy a szabadidőeltöltés magas színvonalú legyen, általa javuljon az egyen közér-

zete, azt elő kell készíteni, ahogy a szakemberek fogalmaznak, bizonyos induló figyelmi tökélet kell bele fektetni. A passzív szabadidős tevékenységek nem követelnek energiát, nem igényelnek felkészültséget és különösebb koncentrációt sem. Természetesen a semmíttevésnek való hódolás a legmagasabb intellektuális körökben is előfordulhat, problémát csak akkor jelent, ha valaki szabadideje kitöltésének első számú és egyedüli eszközeként alkalmazzza. A szabadidőből származó boldogság nincs mindig arányban az elééréséhez szükséges materiális energiával, egy jó beszélgetés, filozofálás szinte ingyen van, kevés energiát emészt fel, míg egy videójáték sokba kerül és nem biztos, hogy akkora örömet jelent.

Ismert, hogy a fejlett világ országában az egyén és a család társadalmi helyzete az elvégzett munka teljesítménye alapján változik. A munkavégzés mégsem különíthető el egyértelműen a szabadidőtől, mivel a szabadidőben végzett szellemi munka, az önképzés, a nyelvtanulás, a külföldi tapasztalatok, a fizikai regenerálódás jelentősen növelheti a munka termelékenységét. A turizmus éppen azt az igényt ismerte fel, hogy az emberi létet meghatározó munka világából megmaradó részt az egyén lehetőleg racionálisan, szervezetten és elmenyyszerűen kívánja eltölteni. Ezt kielégítendő jelentek meg azok a szolgáltatások, akik professzionálisan programozták a szabadidőt. A szabadidőpiaci szereplővé vált, képviselői egymással versenyezve kívánják a fogyasztó kegyeibe férkőzni. Ahogy a szabadidő eltöltése egyre inkább árucikké vált, úgy annak fogyasztási kultúrája is kialakult. E sajátos kultúra közvetítői – utazásszervezők, idegenvezetők, utazási és életstílussal foglalkozó magazinok stb. – segítik a fogyasztót a választásban. Ők azok, akik értelmezik és alkalmazzák a turisztikai tapasztalatokat, és átadják azt a társadalomnak. Mindenközben fokozatosan hárterbe szorult a társas szabadidőeltöltés, a vallási élet gyakorlatának jelentősége, ugyanakkor erősödött a divat szerepe. Miliközben a szabadidő jelentős részét továbbra is a lakóhelyünkön töltjük, jellemzővé vált a szabadidő-eltöltéssel kapcsolatos mobilitás, térbeli aktivitás. A jövődelém az elvégzett munka ellenértékékként kapott bért, tartós munkaviviszony esetén rendszeres fizetést jelent, ami kiegyesztülhet a befektetésekkel (bankbetét kamata, részvények osztaléka, ingatlan bérbeadása) származó profittal, esetlegesen szerencsejátékok során szerzett nyereménnyel, örökséggel. Nem szabad megfeledkezni, hogy az egyénnek akkor is lehet kezeszhet diszkrecionális (a háztartás fenntartásával kapcsolatban felmerülő alapvető költségek kiegyenlítése után szabad rendelkezés szerint felhasznál-

Az egyén utazásának indítékai olyan sokféle lehetnek, mint maguk az egyének. Ahhoz tehát, hogy eredményesen körvonalaízhassuk az utazásra ösztönző okokat, le kell szűkíteni a kört azokra az utazásokra, amelyek döntő mértékben befolyásolják a világ turizmusát, illetve, amelyekről az eddigi kutatások alapján megbízható információval rendelkezünk. A „Mi-ért utaznak az emberek? Mi készteti az egyént otthona átmenei elhagyására?” és az ehhez hasonló kérdések megválaszolása a maslow-i megközelítésben viszonylag egyszerű választást jelent: biztosít bizonyos szükségleteik kielégítését a környezetváltozás révén hatékonyabban való élethozás meg. Persze a környezetváltozás igénye szimplán egzisztenciális okokkal vagy az egyén belső harmóniájának megteremtésére való törekvéssel is indokolható.

3.4. Az utazások indítékai

A turizmus és a jövedelmi viszonyok kapcsolataival összefüggésben kevés kutatási információ áll rendelkezésre. Valójában nincs elméleti vonatkoztatási rendszer kidolgozva arra, hogy a különböző háztartásokon belül milyen összefüggés van a jövedelmi helyzet és az utazásra fordított költségek között. Ha a piacot vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy ugyanabba a desztinációba elerő áron, elerő színvonalú szolgáltatásokat igénybe véve is el lehet jutni, így elvileg a potenciális turista a diszkrécionális jövedelmi szintjének megfelelő árszínvonalat figyelembe véve hozza meg döntését az utazásáról.

letben élők táborára. Jöletlen, de a történelmi korokhoz viszonyítva jelentősen kiszélesedett a jö-rosan növekszik. Természetesen a jövedelem eloszlása továbbra is egyen-egy munkavállalóra jutó előállított szolgáltatások és árak értéke folyamamásodik felében. Ez egyértelműen a termelékenységre vezethető vissza. Az pedig a történelem során soha sem volt olyan jelentős, mint a XX. század hogy abból mennyi árut és szolgáltatást lehet a piacon megvásárolni, ez időbeli összehasonlításra alkalmas növekedése. A jövedelem megmutatja, mének (nem foglalja magában az inflációból származó növekményeket és társadalmi változásokat generáló jelensége az alkalmazottak reáljövedel-eli, pénzé teszi. A fejlett világban az elmúlt évszázad egyik legnagyobb náhalható) jövedelme, ha a vagyontárgyainak bizonyos részét fel-

A szakemberek által eddig közreadott utazási indítékokra vonatkozó csoportosítások elsődlegesen a fiziológiai, a szociokulturális és az egzisztenciális tényezőket emelik ki. Számos kutatás bizonyította, hogy a világ turizmusában részt vevőkre leginkább a fiziológiai indítékok hatnak. A fiziológia tudományos értelemben az élő szervezetben lejároló folyamatokat okait és törvényszerűségeit vizsgálja (sejt, szövet, szerv szinten), hetiköznap megközelítésben az egyén közérzetének, a szervezet egyensúlyi állapotának kifejezője. Ha az életfunkciók ellátásához szükséges mértékben pihentek vagyunk, megfelelő mennyiségű és minőségű táplálékot vitünk be a szervezetbe, fizikai és egészségi kondícióink kielégítőek, akkor azt mondhatjuk, fiziológiailag az optimumon vagyunk. Ebből következően a fiziológiai indítékok közé sorolhatók mindazon motivációk, amelyek közvetve, vagy közvetlenül ennek az optimális állapotnak az elérését célozzák. A szervezet folyamatos, sokszor megszakítás nélkül hónapokon át tartó fizikai megterhelésből származó következmények kezelése, a pihenés passzív és aktív módon is megvalósulhat, előbbi az üdülés, utóbbi különféle mozgásos tevékenységek során realizáljuk. A táplálkozás önálló indítékként ritkán jelentkezik, azonban az utazás során biztosított rendszeres és bőséges ellátás mintaként is szolgálhat az otthoni életvitelre. Ezen túlmenően egy az időre tekintet nélküli, szállodai körülmények között eltöltendő, nyugodt reggelizés lehetősége motiválhatja is az utazást. A fizikai, egészségi kondíció megőrzése, visszaállítása fiatal és idős korban egyaránt érvényesülő fiziológiai indíték. A fiziológiai regenerálódás leghatékonyabban az otthonunktól távol valósulhat meg, így a kérdés tárgyalásánál nem hagyhatjuk figyelmen kívül az egyén pszichikai igényeit sem. Ezek önálló indítékként is szerepelhetnek (türehel, egyébként jó módban élő menedzserek esetében elsősorban a pszichikai terhelés következtében kell oldani például a kalandturizmusban, az extrém sportokban való részvétellel), de az esetek többségében a fiziológiai indítékok kielégítését segítik elő. Tehát a pszichikai hatások általában beépülnek, jelen vannak a fiziológiában, gondoljunk csak arra az esetre, ami az előbb említett táplálkozással függ össze, mennyire másképp hat egy szállodában elöltött családi reggeli, mint otthon, a megszokott falak között rohamtempóban történő kávéfogyasztás. A fiziológiai indítéknál kell tárgyalni a mozgásigényt, amikor nem az előbbiekkben említett aktív pihenés, hanem a versenyszerű fizikai megterhelés szándéka, a sportolás váltja ki az utazást.

Tekintettel arra, hogy az ember társas lény, akinek viselkedését, gondolkodását jelentős mértékben meghatározza a kulturális környezete, így az utazási indítékok második csoportját a kultúra által determinált közösségben való eligazodás és az intellektuális élmények megszerzésének igénye befolyásolja. A szociokulturális indítékok között meghatározó helyet foglal el a különböző szintű emberi kapcsolatok megteremtése és fenntartása. A kevésbé mély kontaktusoktól, az ismerősökkel való kapcsolatok ápolásán keresztül, egészen a legmélyebb barátság és a családi szálak fenntartásáig számos utazás kötődik ehhez az indítékhoz. A világtörténelem egyik következménye, hogy egymásnak fontos emberek, családok földrajzilag elszakadtak, és a kapcsolattartásuk csak utazások révén valósulhat meg. A széles értelemben vett kulturális indítékok közül a műveltség megszerzése, kislelésítése, az autentikus környezetben történő megismerés élménye tekinthető elsődlegesnek. Ugyanakkor nem szabad megfeledkezni a vallás gyakorlásának fontosságáról sem, mivel számos egyház előírja híveinek a zarándoklatot. Korunk nagy kihívásának mondható a nyelvtanulás, az idegen nyelvek elsajátításának kérdése, anyanyelvi környezetben ez sokkal eredményesebben folytatható. Egyre nagyobb hangsúly helyeződik a szexuális igények utazások során történő kielégítésére, különösen, ha az egy másik kultúrkörbe tartozó partnerrel valósulhat meg.

Az utazási indítékok harmadik csoportja az egzisztenciális tényezők által körvonalazódik. Egzisztencia alatt a legszűkebb értelmében a létezéshoz, a háztartás fenntartásához és fejlesztéséhez szükséges anyagi erőforrások biztosítása értendő. Alapvetően a hivatástudat részét vevő egyének utazása sorolható ebbe az indítékkörbe, azok, akiknek a munkájuk végzése elengedhetetlenül együtt jár az utazással. A vállalatok tulajdonosai, menedzserei, a legkülönbözőbb kereskedelmi ügynökök, értékesítők, politikusok nap mint nap elhagyják a lakókörnyezetüket, hogy távoli vidékeken teremtsék meg önmaguk és családjuk egzisztenciáját. De az alkalmazotti szféra képviselői is utazhatnak egzisztenciális okokból, ha egy szakmai (tanulmányi) vagy egy incentive úton vesznek részt. Itt kell megemlíteni a bevasárlóturizmusban tetten érhető egzisztenciális indítékokat is, amikor a külföldön történő vásárlás révén megszerzett áru továbbértékesítése teremti meg a szükséges mértékű jövedelmet. A presztízből való utazás indítéka is egzisztenciális, azért utazunk, hogy környezetünkben elismerté váltsunk ki. Ez közvetlenül együtt járhat a szakmai megteremtéssel, amely versenyképesebb elemekből építkező életrajz megteremtését

segíti elő, de vannak olyan szakmák, amelyekben az utazás nem könnyű szer, azonban elősegítheti a karrier építést (művész, kurató). A presztízis okokra visszavezethető környezetváltózkodás olyan társadalmi körökben való könnyed eligazodást is lehetővé tesz, ahol az utazás jelentős értéket képvisel.

Az indítékok tárgyalásánál nem szabad megfeledkeznünk az utazási döntést gátló, a kereslet oldaláról fakadó tényezőkről sem, mivel azok sokszor a döntést elősegítő tényezők elégtelen mivoltából fakadnak. A kedvezőtlen egészségi kondíciók (valamilyen fogyciklusosság, rendszerezési orvosi felügyelet igénye), a sajátos mentális állapot (félelem az utazástól, különböző főbiák), egyes családi kötelezettségek (idős rokon ápolása, gyermekek felügyeletének megoldhatatlansága), az egyén ki- vagy beutazását korlátozó állami intézkedések (egy külföldi ország részéről nemkívánatossá történő nyilvántartás, személyi szabadság átmeneti megvonása), egyéb tényezők (házi állatok elhelyezésének nehézségei) egyaránt kedvetlenül befolyásolják az utazási döntést, de akár egy egész életre elodázhathatják azt.

A turisztikai kereslet megtestesítője: a turista

4.1. A turisták tipizálása

A világ turizmusában zajló folyamatokat tekintve legkevesebb információk magáról a turistáról van. A statisztikákból természetesen megtudhatjuk, hogy milyen nemzetiségű, milyen szálláshelyet vesz igénybe, vagy mennyi ideig tartózkodik az adott desztinációban, de a vele kapcsolatban ezeket meghaladó információk feltárása esetleges. Ennek okát abban látjuk, hogy a szociálpszichológia eddig szerepéhez képest kevesebb hangsúlyt fektetett erre a témára. A turisták tipizálásának szükségességét az motiválja, hogy az egyes típusokon keresztül közelebb juthatunk a kereslet által támasztott igényekhez, azokhoz igazíthatjuk a kínálat bizonyos elemeit. Elviekben, ha tudjuk, hogy milyen az átlagos turista, akkor abból kiindulva már könnyebb kategóriákat alkotni. De létezik-e átlagos turista? Statisztikai értelemben ugyan beszélhetünk átlag turistáról, akit a sokaságot jellemző változók és azok attribútumaira vonatkozóan mért mutatók matematikai átlaga jellemez, azonban az átlagos turista definíciója mindaddig ismeretlen.

A turisták tipizálására számos, a turisztikai tevékenységük által deteminált jellegzetesség áll a rendelkezésre. Leginkább kézenfekvőnek a motivációk alapján való tipizálás tűnik. Ebből kifolyólag ahány motiváció, annyi turistatípus írható le. Ezek szerint létezik konferenciaturista, gyógyturista, bevásárlóturista és még sorolhatnánk. De melyek lesznek a típusalkotás attribútumai? Vegyük példaként a bevásárlóturistát? Az illető a célállomásra egy igen rossz állapotban lévő, tetőcsomagtartós, kombi személygépkocsival érkezik, amelyben a hátsó ülés is lehajtott állapotban vanak, távozáskor pedig hétköznapi ember számára felfoghatatlan módon megpakolva hagyja el a terepet. Az árubeszerzés során szabadidőruhát visel, amit fröccsöntött műanyagból készült sportcipő egészít ki, derekán

enyhén lógó, kopottas övtáskáival. A helyiek számára érdektelen, köznapí árucikkékből nagy tételben vásárol, ezeket szupereros polisztirol táskába helyezi el. Ez a kép elsősorban Kelet-Közép-Európában az egzisztenciáját a turistavásárlásokból fenntartó egyének archetipusát tükrözi. Még ha bizonyos közös elemek esetleg tetten is érhetők, távol áll a nyugat-európai, vagy az ázsiai eseteiktől. Akkor talán a nemzetiség jelenhet eligazodási pontot a tipizálásnál? Arra a kérdésre, hogy milyen a japán turista, az idegenvezetők többsége azonnal azt válaszolná: minden attrakcióra kíváncsi, mindent lefényképez, mindenhova közösségekben megy, hálás mindent, persze ezek nem vonatkoztathatók a Japánból érkező hivatásturistára vagy az ifjúsági turizmusban részt vevőkre. Tehát láthatjuk, hogy a leginkább kézenfekvőnek tűnő tevékenységi elemekre vagy nemzeti karakterológiai jegyekkel összefüggő típusalkotás nem vezet a kívánt eredményre. Ezeket a korlátokat is szem előtt tartva a téma iránt érdeklődő kutatók a turista pszichikus jegyeiből, illetve az új környezetével, elsősorban a helyi társadalommal kialakított viszonyából kiindulva próbálták meg levezetni az egyes turistatípusokat. Azt vették alapul, hogy a turisták többsége utazása során a biztonság és az orthonosság együttes érvényesülését tartja elsődlegesnek. Ez azért fontos, mert minden környezetváltozás során szerezett élmény egyaránt tartalmaz új, ismeretlen és megszokott elemeket, ezek befogadásának aránya fontos változót képvisel a tipizálás során. E mellett azt is figyelembe kell venni, hogy minden turista magával viszi az ügynvezett környezetet, amit azokból a viselkedési normákból, értékekből, rendszerekből épít fel, amit az otthoni kultúra befolyásol és amelyeket a szocializációja során magáévá tett. A különböző turisták eltérő mértékben képesek kilépni ebből a burokból. Ha a turistát utazása során számos honfirtása veszi körül, akkor ennek a környezeti buroknak a lebontása még nehezebbé válik, így az öt éro turisztikai élmény is eltérő mértékű lesz. Plog, Cohen és Smith tipológiája közül az európai – különösen a hazai valósághoz – és gyakorlatához Smith eredményei állnak a legközelebb. Ő a turisták motivációja és a célállomás kultúrájához való igazodás alapján hét típust különített el. Minden típusra érvényes az, hogy az egyes turisták által keresett élményekben eltérő arányban keveredik az orthonosságra való törekvés és az újdonság keresése. Smith felfedezőnek nevezi azokat a turistákat, akik képesek beolvasni a helyi társadalom mindennapjaiba, közvetlen közéleti megismeri azok életmódját, kultúráját. A felfedező igyekszik elkérülni azokat a helyeket, amelyeket ma turistagetterónak nevez-

Turisztikai magatartás alatt egy adott desztinációnban a turisták által végzett – térben és időben értelmezhető – cselekvéssor, valamint a helyi társadalommal folytatott interaktív kommunikáció összessége értendő.

4.2. A turisztikai magatartás

tömegek et találatunk.

nek. Azáltal, hogy személys kapcsolatot alakít ki a helyvilálakossággal, fókuszaz az út élménysszerűségét. Mivel alig van olyan terület, amely ne került volna a turizmus által feltárásra, így a felfedező típus kihálóféiben van, helyettük inkább profi kultúranthropológussokkal lehet találkozni. Az elit turisták már betárták a fél világot, ennél fogva kevesek számára elérhető, egzotikus célterületeket keresnek. Remegnek attól, hogy beosztott jállak, vagy ismerősseikkel összefusssanak a nyaralás alatt, mert az jelentős presztízsvesszeséssel járna, ezért mérgezdrga utakra fizetnek be. Képeselek alkalmazkodni a helyi környezethez, de csak az utazási program erejéig. Már gyakkraiban találkozhattunk vagy magunk is beléphettünk az off-beat turista szerezbe, aki az angol elnevezés magyar fordításából kiindulva igyekszik letérni a turisták számarára kijelölt csapástól, megpróbálja elke- rülni a többi turistával való találkozásrt, képes alkalmazkodni a helyi körülményekhez, törekszik a helyiek által kínált szálláshelyek és szolgál- tatások igénybe vételére. A nem mindennapi turista már szervezett úton vész részt, azonban az előírt programot képes átmenetileg módosítani annak érdekében, hogy közvetlenül kapcsolatba kerülhessen a helyi kultúrával, ez történhet egy szabadnapon is, amikor önálló kalandokba bocsát- kozik. Majdnem tömegturistának nevezhetjük azokat az utazókat, akik viszonylag jól kiepzettek, ugyanakkor még nem domináns turizmussszektor- ral rendelkező céllallomásra utaznak, nyugati színvonalú szolgáltatásokat keresnek, de képések elfogadni azok hiányát is. A tömegturista, akir csak egy hajszál választ el a charterturistától, elvárja, hogy a nyugati szolgál- tatások rendelkezésre álljanak, de még van energiája a helyi értékekért is koncentrálni. A charterturista számúra már a hely földrajzi elhelyezkedése is lenyegetlen, ő már csak az üdülőhelyeken végzehető rutínok sorozatat tartallmazó semmittevésre koncentrál. Smith tipizálásaa alkalmas arra, hogy a típusokat összerfűggsbe hozza az egyes kategóriákban érintettek száma- val, így a felfedezőből már csak hirtmondó, a charterturistából viszont-

A turisztikai magatartás tehát magában foglalja a látogatók mindazon tevékenységét, amely az általuk felkéréselt helyen turistaként való viselkedésből erednek, illetve azokkal szoros összefüggésben állnak. A turisztikai magatartás csoportspecifikus fogalom, amiből következik, hogy elméletileg ugyan lehatárolhatók a célállomásra érkező átlag turista (korábban tisztáztuk, hogy ilyen a valóságban nem létezik) magatartásának elemei, azonban azt a küldő országtól a motiváción keresztül egészen az életkorig számos módosító tényező befolyásolhatja. A turisztikai magatartás vizsgálataból nem csupán a „Mit csinál a turista?” típusú kérdésekre kaphatunk választ, hanem azt jelentős mértékben meghaladón, a tervezés, a marketing és az üzemeletetés által egyaránt jól hasznosítható, a versenyképesség megőrzése és fokozása szempontjából értékes információ nyerhető. Ezért a hagyományos értelemben vett turista-cselekvések sorozatának feltáráshoz képest mélyebb és széleskörűbb megközelítésekre van szükségünk. Az észlelés, a kommunikáció, a véleményalkotás, a cselekvések tér- és időbeli kiterjedtségének, gyakoriságának a megállapítása elengedhetetlen elemét kell, hogy képezze a turisztikai magatartással kapcsolatos vizsgálatoknak.

A turisztikai magatartás manifestálódását, vagyis a turistának a célállomáson folytatott alapvető cselekvéssorozatát leginkább annak motivációja határozza meg. Annak ellenére, hogy nincsenek standardok, az eddigi kutatások arra engednek következtetni, hogy egy adott desztinációra vonatkoztatva jó közelítéssel tipizálható a motivációból eredő tevékenység. A konferencia-vendég például a tartózkodási idejének nagy részét valamilyen tanácskozáson való részvétellel tölti, ezt követően szervezett, vagy egyéni formában keresi fel a település és annak környékének legfontosabb nevezetességeit, az adott helyen elérhető legmagasabb minőségű szálláshelyet veszi igénybe. A bevásárlóturista kizárólag a kiskereskedelmi üzleteket, áruházakat látogatja, esetleg személyes szolgáltatásokat vesz igénybe, nem mutat érdeklődést a település más nevezetességei iránt és a legritkább esetben száll meg. Anélkül, hogy folytatnák az egyes motívációkhoz tartozó tevékenységek leírását, megállapíthatjuk, hogy a turista magatartását elsősorban az elsődleges motívációjából fakadó cselekvések határozzák meg (tanácskozáson való részvétel, vásárlás, gyögyfürdőzés, kerekpárolás stb.). Természetesen a turisztikai magatartás feltárása során a turista közvetlenül végzett tevékenységén túlmenően számos, az adott település turizmusának szempontjából releváns tényezőt is figyelembe kell

venni. Ilyenek lehetnek például a szálláshely és vendéglátó egységek igénybevételével kapcsolatos, a településen történő helyvaltoztatást elősegítő (vagy éppen az odautazást biztosító) közlekedési eszközökre vonatkozó információk.

Tekintettel arra, hogy a turizmus számos jellemzője mellett leginkább egy bevétel-orientált iparág, így a turista magatartásában kiemelt szerepet játszik költségek nagysága és struktúrája. A turista költséset alapvetően négy nagy csoportra oszthatjuk: a szállásra, a vendéglátásra, a tevékenységeink folytatásához igénybe vett létesítményekre és a helyi közlekedésre, továbbá az árvaszállásra fordított kiadásokra. Ezek az átlag turista teljes költséi struktúrájából egyenként 25-25 százalékkal részesednek. Természetesen a költségek szerkezete szoros összefüggést mutat a turista motívációjával. Egy rokonlátogatásra érkező turista esetében feltételezhető, hogy a szállásra és vendéglátóipari szolgáltatásokra fordított költségek infinitezimális, miközben a közlekedésben és az árvaszállásban jelentkező kiadásai számottevőek. A költséi struktúráján túlmenően nem szabad figyelmen kívül hagyni a turista összes kiadásának volumenét sem, mert az abból származtatható adóbevételek elősegíthetik a helyi költségvetés bevételi oldalának megerősítését. A költséi nagysága összefügg a turista elsődleges motívációjával, bár ez a reláció nem annyira szembevetendő, mint amit a szerkezetnél tapasztaltunk (Egy, az egzisztenciáját a bevásárlóturizmusban való részvételéből fedező látogató kiadása elérheti, egyes esetekben meghaladhatja a legmagasabb költséi szinttel rendelkező konferenciavendégét, bár ez nem tipikus).

A turista magatartásának elemzése során a kutatók mindaddig kevésbé hangsúlyozták a mozgással, a helyvaltoztatással kapcsolatos térbeliség szerepét, történetesen ritkán választ arra a kérdésre, hogy vajon a vendégban mekkora kiterjedésű teret hasznosít a vendég az adott desztináció meglatogatása során. Ez különösen a nagyobb területű településeken válik értelmezhetővé, mivel egy turistavárosnak titult területben a látogatói mobilitás gyakran csak az attrakciók környékén mutatható ki, miközben számos turisztikailag hasznosítani remélt terület kimarad a turizmus általól. Fontos tudni, hogy mely útvonalakat járja be a turista, melyek azok a városrészek, ahová az elsődleges motívációjával összefüggésben eljut és melyek azok, amelyeket ezen túlmenően keres fel. A koncentrációk legtöbb esetben turisztikai gettók kialakulásához vezetnek, így az érintett döntéshozónak arra kell törekednie, hogy differenciálja a turisták moz-

gását, a potenciális turisztikai tér legkülönbözőbb pontjain tegye lehetővé az élményszerzést és az ebből fakadó költséte.

A turisztikai magatartás térbeli mivoltától elválaszthatatlan annak időbelisége. Ennek három, a turizmus szempontjából jellemző tényezőjét kell megemlítenünk. Elsősorban a tartózkodás hosszát, mert az a regisztrált szálláshelyek és vendéglátóipari egységek igénybevételében közvetlenül tetten érhető, kedvező hatással jár. E mellett nagyon fontos szerepe van annak, hogy a turista az év melyik szakaszában érkezik, és ez hogyan hat a szezonális kihasználására vagy továbbberögzésére. Végül a turista érkezésének gyakoriságát kell megvizsgálunk, mert a turizmusban központi kérdésként vetődik fel, hogy a látogató költsége milyen időközönként realizálódik az adott desztinációban.

Napainkban a turisztikai magatartás elengedhetetlen részét képezi a környezettudatosság, vagyis a turistának az öt vendégül látó hely környezeti állapotának, értékeinek megőrzésére fordított figyelem. Ez megtestesülhet a programja során keletkezett szemét kezelésétől kezdődően az élő természettel való kapcsolatainak minőségén keresztül egészen a víz- és energiatartakáros szállás igénybevételéig.

A lokális társadalom képviselőivel való interaktív kommunikáció jelentősen befolyásolhatja a turisztikai magatartást. Azoknak a turistáknak, akik a már említett turisztikai gettókba érkeznek vagy a programjuk során elvétele kerülnék kapcsolatba a helyi társadalom reprezentánsaival, sokkal kisebb esélyük van arra, hogy az előre tervezetten túlmenő tevékenységeket is folytatthassanak, a többiekhez képest gazdagabb élménnyanyaggal távozzanak, mint akinél módjában áll kommunikálni. Ha sikerül szóba elegyedni a helyi lakosokkal, azok olyan kevésbé ismert attrakciókra is felhívhatják a turisták figyelmét, amelyek az útikönyvekből hiányoznak, olyan információkat is megoszthatnak a látogatókkal, amelyek elmélyítik a látogatás élményszerűségét. A párbeszéd révén nemcsak a helyi társadalom hétköznapi, gondolkodásmódja ismerhető meg, hanem kibővíthet a turista által hasznosított tér, meghosszabbodhat a tartózkodási idő, nem tervezett tevékenységek is folytathatóvá válnak, nem utolsósorban növekedhet a költés.

Mivel a turisztikai magatartás minden esetben egy konkrét desztinációhoz kötődik, ezért annak **mentális befogadása** vagy a hely által közvetített értékek megélése olyan fontos tényezőit jelentik a jövőbeli sikereknek, amelyek a turista ott tartózkodására vezethetők vissza. Amit a turista

tapasztal, átlát, a jövőben arra alapozza utazási döntéseit, így a turisztikai magatartás lényegi eleme a turista befogadása. Ez alatt egyrészt a szubjektív elégedettségét (jól érezte magát) és az objektív értékallokátát (saját maga tapasztalta, hogy rossz a közbiztonság), másrészt a tartózkodása során kimaradt lehetőségek tudatosulását, a hely körülmények feltérképezését értjük. Amikor egy adott desztinációból távozik a turista, akkor a vonzerők fograsszásából fakadó elmények mellett vagy azzal párhuzamosan a befogadás során elraktározott információkat is magával viszi.

A turisztikai magatartás kellő körültekintéssel összeállított kérdőívvel eredményesen mérhető. **A kérdőívet** – amely a tevékenység attribútumaira, a motivációból fakadó cselekvésre és a költségre, a tartózkodás tér- és időbeli sajátosságaira, az interaktív kommunikációra és a befogadás elemeire egyaránt kiterjed – úgy kell megtervezni, hogy az a hely sajátosságaira is figyelemmel legyen.

A turisztikai magatartás persze nem csak a desztináció révén derminálódik (a hely egyedi tulajdonságai jelentős mértékben befolyásolják a tevékenységet), hanem a turista jellemzői is meghatározó tényezők. Ebből következően a turisztikai magatartás egyrészt a célállomás jellegzetességeiből, másrészt a turista személyiségjegyeiből, kulturális és egzisztenciális háttérből, beállítódásából fakadnak. A turista magatartását gyakran azok az információk, tárgyi ismeretek határozzák meg, amivel a meglátogatott helyre érkezik. Ha például valakinek Amsterdamról csak a szex jut az eszébe, akkor hollandiai körutazása során nagy valószínűséggel egy éjszakára tervezi az ott tartózkodását és minden rá mosolygó hölgyben a prostituáltat véli felfedezni. Ha azonban az előképzettsége az átlagnál magasabb, akkor a Rijks Múzeum, vagy Anna Frank szülőházának meglátogatása, a csatornákon való hajókirándulás érdekében hosszabb időre tervez. A nyitott személységű turista könnyebben teremti kapcsolatokat a helyi lakossággal, elfogadja az elményeszerzésben újonnan felkínálkozó lehetőségeket, a kevésbé alkalmaszkodó vendég körömszakadtáig ragaszkodhat a programhoz. A turista egzisztenciális helyzete alapvetően befolyásolhatja a turisztikai tevékenységet, anyagi lehetőségei legközelebb az igénybevett szolgáltatások mennyiségi és minőségi elemeiben, végül soron a költségekben csapódnak le.

A turista fejében élő **sztereotípiák** számottevő mértékben hatnak az interaktív kommunikáció és a befogadás sikerességére. Ez abból fakad, hogy az embereket vélt vagy valós tulajdonságaik alapján csoportokba osztjuk,

amelyekhez empirikusan megalapozott igazságokat és értéktételeket rendelünk hozzá. Mindezt azért tesszük, hogy a világ észlelésekor megspóroljuk a megismerés fáradsálmait, szívesebben támaszkodunk a kollektíven elfogadottá vált, leegyszerűsítő képekre. A sztereotípa⁷ megismerő funkciója tehát a gyors tájékozódást, a felszínes eligazodás igényét hivatott kielégíteni. Az egy-egy társadalmi csoportról nagyfokú közmegegyezésen alapuló, szükségsszerűen torz képfüggő formáit képviselik az úgynevezett nemzeti araktérek. Ezek egyik fajtája a heterosztereotípa, vagyis, hogy másokat milyennek látunk, így jellegzetes viselkedésmintákat, reakciókat, kommunikációs stílust valószínűsítünk velük kapcsolatban. Heterosztereotípaink könnyen fogyasztható tömeghitté, csoporttudati tényezővé válhatnak és kihatnak turisztikai magatartásunkra. Ha Franciaországba látogatva azt feltételezzük a franciákról, hogy nem vendégszerező nemzet, akkor ebből a sztereotípiából akár emlékezetes konfliktusunk is származhat, mégha csak egy figyelmen kívül hagyás miatt, a kávéház teraszán miniket megvárakoztató pincérrel találkozzunk is. Ha pedig az olasz fiatalemberekről egy ifjú turista hölgynek az jut az eszébe, hogy ők a gyengébbik nem képviselőjének többségét a szerelem potenciális tárgyának tartják, akkor az olaszországi tartózkodása során azonnal hártani fog minden jó szándékú párbeszédet. A sztereotípa mellett a turisztikai magatartásnak a turista személynépszerűségeihez kötődő másik szociálpszichológiai tárgyú lényegi összetevője az **attitűd**. Az emberek attitűdjei az őket körülvevő, társadalmilag meghatározott világ dolgaival kapcsolatos, valamely értéktételten alapuló beállítódást, hozzáállást tükröznek. Az attitűdök mentális összetevőiből különböző viselkedési normák következnek. Amíg a sztereotípa a „mit gondolunk rólok”, addig az attitűd, a „hogyan viszonyulunk” hozzájuk típusú kérdésekre adja meg a választ. A turisztikai magatartásban az attitűdök elsősorban olyan jelenségekkel kapcsolatosan kapnak a befogadást befolyásoló szerepet, amelyek az adott desztináció társadalmának minidennapi életéből fakadnak. Ha például valaki elutasítással van az erotikahalószobában kívüli megjelenésével, akkor a már említett Amsterdammal

7 A sztereotípiát nem szabad összekeverni az előítéllettel, ami az irracionális megismerés és tudásra vezethető vissza. Amíg a sztereotípiáink fókuszosan lebonthatóak, az előítélletek – mintha genetikailag lemnének kódolva – tartósan ellenállnak a tapasztalatnak és a józan megfontolásnak. Így fordulhat az elő, hogy egy adott etnikummal kapcsolatos előítélleteink még akkor sem méréséklődnek, ha az országukban tett turisztait során alapvetően jól éreztük magunkat.

kapcsolatban, képviseljen a város bármely kulturális értéket, kedvezőtlen értéktételeter fog alkotni. Az attitűdök kapcsán olyan eset is elképzelhető, hogy valaki éppen a halálra vonatkozóan hordoz magában olyan gondolatokat, amelyek egy nemzetközileg híres panoptikum, egy mauzóleum vagy egy temető, esetleg egy katakomba felkeresésében gátolják.

4.3. Az utazási szokások

Utazási szokások alatt értjük azokat a térben és időben tetten érhető tevékenységeket, amelyek egy pontosan körülhatárolható társadalmi csoport multiban bekövetkezett utazásait jellemzi. Tekintettel arra, hogy az utazási szokások tényezői alapvetően a turisztikai magatartásból fakadnak, azok sok esetben megegyezők. Az utazási szokások számbavételekor alapvető kérdésként merülhet fel magának az utazásnak a ténye, mivel számos esetben előfordul, hogy a vizsgálatba bevont társadalmi szegmens bizonyos kritériumok alapján lehatárolt csoportjának az adott desztinációban végzett tevékenysége áll a fókuszban (ol körvonalalozható a német turisták turisztikai magatartás vizsgálatakor a turista vagy a turisták

Amíg a turisztikai magatartás vizsgálatakor a turista vagy a turisták célcsoport addigi (korábbi) utazásaira alapozva általánosabb információk megszerzésére koncentrálnunk. A turisztikai magatartás egy meghatározott, a települési szinten ritkán túllépő desztinációban, a turista tartózkodásának végző fázisában, az utazási szokás pedig a turista lakókörnyezetében, különbözőbb időbeli kötöttség nélkül, retrospektív módon mérhető a leghatékonyabban. A turisztikai magatartásra vonatkozó információk valóságközelsége, tartalmának mélysége sokkal inkább valószínűsíthető, mint az utazási szokásé, mivel az utazással összefüggő tevékenység bekövetkezése és a felmérés pillanata között előbbinél az időtényező lényegileg zéró, utóbbi esetében több hónap, de akár egy év különbség is lehet. A különböző piaci szegmensek utazási szokásainak ismeretében eredményesen prognosztizálható a desztináció iránt várható érdeklődés, illetve tervezhető a marketingkommunikáció.

Az utazási szokásokat nagyobb területi egységben (régio, ország) előlke vagy bizonyos egyedi célcsoportokra (orvosok, elspportolók) érdemes

vonatkoztatni. Ezek szerint egy reprezentatív felmérés során úgy is feltehető a kérdés, hogy milyenek a magyarok utazási szokásai, de azután is szokások absztrakt szintjét képviselik az utazási trendek, amelyek nem a pillanatnyi tevékenységre (turisztikai magatartás) és nem a múltban megtett utakra (utazási szokások), hanem a jövőre vonatkoztatva, számos társadalmi és gazdasági tényezőt figyelembe véve fogalmaznak meg legalább középtávon (2-5 évre) érvényesnek vélt elképzeléseket.

Az utazási szokások esetében minimálisan fel kell tárnunk a megvalósult utazások irányát (belföld, külföld), úticélját (ország, régió, megye, település), a mozgás formáját (oda-vissza, csillagútúra, körutazás), az utazás bonyolításának módját (magán, szervezett), az utazásban résztvevők számát (egyéni, családi), az igénybe vett szolgáltatásokat (szállítás, ellátás), a közlekedés módját (légi, vasúti, közúti, hajó) és nem utolsósorban a motivációt, illetve az abból fakadó tevékenységet, továbbá a költést. Ezek az információk már elegendőek ahhoz, hogy a vizsgált csoport utazási szokásaival kapcsolatban alapvető és általános ténymegállapításokat tehessünk. Természetesen nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy egy célcsoport utazási szokásai és turisztikai magatartása között lényegi eltérések is lehetnek, mivel az utazási szokásokat kevésbé determinálják a helysajátosságai.

4.4. Az elménykeresés pszichológiai alapjai

A turista pszichikumának egyik legbelső títka, hogy melyek azok a külső ingerek, amelyek a tudatban elményként kódolódnak. Az elmény tehát egy pszichológiai kategória, amelynek átélése, illetve annak reménye alapvető szerepet tölt be a turisztikai kereslet kialakulásában. Az elmény jelentős mértékben függ a szocializációtól, a pillanatnyi egzisztenciális körülményektől, az intelligenciától és a műveltségétől is. Erre legjobb példaként a társasutazások szolgálhatnak, ismert, hogy ugyanazon a programon részt vevő turisták számára más és más jelent az elményt. Az egyik csoport múzeumot kíván látogatni, a másik a városban szeretne vásárolgatni. A probléma központi elemének feltárásával kapcsolatban az elményilektan az egyéni, szubjektív elményeket tekintette a pszichológiai kutatás tárgyának. Ezzel szemben a viselkedésteoretikán alapvető szemléletű beal-

Ittódása az inger és az erre adott feleletek kapcsolataiban jellelhető meg, amelyet befolyásol a személyiség belső tartalma is. A külső viselkedést tehát csak abban az esetben lehetséges maradéktalanul és helyesen értelmezni, ha ebbe bevonjuk a belső tulajdonságokat is. Történeti előzményeit tekintve a művelvezet, a műalkotások értékelése volt az a jelenség, amelynek kapcsán az empátiát átélő ember lelkiallappotának első jegyeit megneveztek, és problématerületeként kezelték. Egyyszerűen magyarázatot kerestek arra, hogy miért csodálják az emberek a szép szobrokat és képeket, miért keresik ezeket fel messzi országokból. Arisztotelész a dráma kapcsán – mivel az nem volt elválasztható az előadástól – arra figyelte fel, hogy hatásának elemzésénél a befogadóval is kell foglalkozni. A dráma sajátos műfaja, a drámai előadás hevesessége, gondolkodásra és utólagos lelki feldolgozásra ingerlő effektusa ösztönözte Arisztotelészt, hogy észlelje, a néző szinte azonosossá válik a drámai hőssel, átveszi annak érzelmeit, képzeletében maga is annak a világában él. Az ismert okori gondolkodó katarziszelmélete arra vezethető vissza, hogy a drámat néző ember már nem az, aki hétköznapijában lenni szokott, az a valója átmenetileg megszűnik létezni. A néző által átélt érzelmek és szenvedélyek megérintették a lelket a benne felgyűlt különböző indulatoktól, feszültségektől, ez a katarzisz, amely elősegíti a színházi előadás megértését. Ha napjaink turistáinak csak igen kis százaléka éli át az arisztotelészi katarzist, mégis megállapítható, hogy az előadás nem nevezhető az észlelés mindennapi leképezésének, nem egy egyszerű megtapasztalás, hanem valaminek az átélése.

Az értékelés egy olyan lelki jelenség, amely a környezetből érkező nyomás hatására áll elő, és a valóság valamely aspektusától, mozzanatától informál. Az értékelést kiváltó külső hatások az ingerek. Ezek legelőször az ember valamely receptorára, érzékszervére hatnak, ami átalakítja őket ingerületté és az agyba továbbítja. Az értékelés a cselekvés elsődleges irányítója. A különböző ingerek különböző érzékelést keltenek. Az érzékel a leggyorsabb megismerési, kognitív előmunka. Amíg az érzékel elemi, tovább nem bontható előadás, addig az észlelés összetett jelenség. Az érzékel előmunka az információfelvételt jelenti, hanem az információfeldolgozás eredménye is.

Cselekvéseinket mindig valamilyen érzelmi kíséri. Az érzelmi motívum, aktivitásra késztet. Az ember érzelmi hozzásegítik az értékeléshez, állásfoglaláshoz, erkölcsi, esztétikai értékelésnek kialakításához. Az ember

a valóság tárgyaival, jelenségeivel valamilyen kapcsolatot, viszonyt alakít ki. Az emocionális átélések – az örömtől az izgalmon át egészen a félelemig – pszichikus jelenségek formái. Az érzelmek forrása tehát maga az objektív valóság. Az érzelem a világ visszatükröződésének egyik fajtája. Azok a tárgyak, dolgok, jelenségek, amelyek valamilyen formában elősegítik az emberi szükségletek kielégítését, vagy a társadalom egyén iránt támasztott követelményeivel kapcsolatosak, érzelmi átélést okoznak. Amelyek ezt elősegítik, pozitív, amelyek gátolják, negatív érzelmi átélést váltanak ki. Ahogyan a valóság, úgy az érzelmi átélések is bonyolultak. Az érzelmi átélések különböző erejűek, intenzitásuk elsősorban attól függ, hogy az adott cselekvés vagy jelenség milyen szerepet tölt be az ember életében. A pszichológia különbözően tesz emóció és érzelem között, amelyek az alapvető szükségletek kielégítésével kapcsolatosak, azok emóciók (éhség, szomjúság, szexuális vágyak), ezek sokszor az érzékelést színezik. Amelyek társadalmi szinten mérhetők, azok az érzelmek, ezek az embe-
rek egymás között kialakult viszonyaival kapcsolatosak. Az emóció rövid idő alatt kialakul és gyorsan megszűnik, szemben az érzelmekkel, amelyek állandók vagy hosszúan tartóak is lehetnek, sőt létrejöhet állandósult érzelmi viszony is. Az érzelmek közül a turizmusban kiemelkedő szerepe van a szennvedélynek, ez egy hosszúan tartó érzelem, amely meghatározza az ember gondolatainak és cselekedeteinek az irányát. Esztétikai érzelmek a természet és a művészetek szépségeinek megértésekor jönnek létre. Ezek társadalmi megalapozottságúak. Intellektuális érzelmek az objektív igazság visszatükröződésének átélésekor keletkeznek, a megismerő tevékenység, az ismeretszerzésre irányuló érdeklődés folyamataiban jönnek létre. A régebben észlelt tárgyak, jelenségek képét és ezek összefüggéseit gondolatban fel tudjuk idézni anélkül, hogy az őket létrehozó ingeregységek éppen határnak ránk. Az emlékezés az objektív valóságnak a tudatban való visszatükröződése. Az emlékekpek műtbeli észleléseink reprodukciói. Az emlékezés az érzékeléssel és az észleléssel együtt a gondolkodás számára szolgáltat anyagot. Az emlékezés a valósághoz való viszonyulást segíti elő. Az észlelték megjegyzéséhez emléknyom jön létre, minél gyakorta az észlelés, annál erősebb a bevéódés. Az emléknyomok együttese az emlékkép. Az emlékkép felidézése történhet felidézó szándék hatására, de történhet önkéntelenül is. Felidézni csak valamilyen kapcsolat társtásával, asszociáció alapján lehet, ekkor az agykéregben különböző ingerületek keletkeznek. Hogy a sok-sok kapcsolat közül melyik jön elő,

az a személységtől, annak lelki állapotától függ. A társítás alapján egyik adat észlelése vagy felidézése lehetővé teszi a másik észlelést, felidézését. A képzet a tárgyak, jelenségek általános elemeket tartalmazó része. A vonat szóra nem lesz pontos emlékképünk csak általános képzetünk. Ha többször észleljük, egy idő után felismerjük.

A képzetet az a pszichikus működés, amelynek során régi képek elemeiből új képeket hozunk létre. A képzetet úgy terem új képeket, hogy a régi tapasztalatokból származó képzeteket szétbontja és újracsoportosítja. A képzeteti képek, a fantáziánk valamilyen módon a valóságot tükrözik. A reproduktív képzetet során újraépitjük a mások által elmondott észleléseket, elképzeléseket a magunk számára. Mások által elmesélt tájat, történelmi eseményt idézünk magunk elé. Alkoto képzetet új dolgoknak önálló létrehozása, minden olyan szellemi eredmény, amelynek a részletei sem voltak korábban ismeretek. Az ábrázolás kifejezetten a jövőre irányul, valamely óhajtott dologgal áll kapcsolatban.

Az ember életének vannak olyan ritka pillanatai, amikor vágyai, érsei és gondolatai tökéletes összhangba kerülnek egymással, vagyis a tudata harmonizáló eleményekkel töltődik fel. Ezeket a nem mindennapi eleményeket nevezi *Csikszentmihályi Mihály* *áramlatélményeknek*, „flow”-knak. Ez akkor következik be, amikor valaki világos célokkal és egyértelmű feladatokkal találja magát szemben. Azokat a tevékenységeket, amelyek ilyen eleményeket hoznak létre vagy önmagukban hordozzák az ilyen állapot kialakulásának lehetőségét, áramlattevékenységeknek nevezzük. Ebben az egyénnek próbára kell tennie képességeit, hogy egy feladatot megoldjon, amely a hétköznapiakhoz képest mélyebb involváltságot tetel fel. Az egyén tudatából kiszorulnak a figyelemelterelő gondolatok és irrelváns érzések, torzul az idő, egész lény, teste és lelke a tökéletes működésnek rendelődik alá. A tökéletes elemény elérése fáradtságos, energiatágyos feladat. A szabadidő eltöltése vagy a hivatás végzése során tett utazások alkalmával az egyén ilyen áramlatélményeknek válhat a részesevé.

A turisztikai kínálat központi eleme: a vonzerő

5.1. A turisztikai vonzerő értelmezése

A vonzerő a turizmus elméletének talán egyik legfontosabb és leginkább problematikus kategóriája. A szakirodalomban a *vonzerő* szinonimája-ként találalkozhatunk a *látvány*, a *nevezetesség*, a *vonzáspontosság* vagy az angol nyelvből átvett *attrakció* elnevezéssel. A vonzerő függetlenül attól, hogy absztrakc, vagy konkrét dologra utal, a turisztikai kínálatnak ugyan-azt az elemét kívánja kifejezni, történetesen valamit, ami a kereslet érdek-ldődését kívánja. Definíciójával ugyan többen megpróbálkoztak, de a mai napig nem sikerült olyan nemzetközi konszenzust kialakítani, amely például magával a turizmussal kapcsolatban megszülített. Turisztikai vonzerő alatt azokat a dolgokat és viszonyokat értjük, amely a helyi gazdaságra és társadalomra számottevő mértékben befolyásoló hatással levő turistaérkezést vált ki. Ennek a definíciónak azonban két olyan eleme is létezik, amely magyarázatra szorul. A dolog és viszony kifejezések fedik le leginkább a vonzerők sokféleségéből fakadó megfoghatatlanságot, mivel általánosságban nem lehet pontosan meghatározni, hogy a vonzerő az egy személy, egy tárgy vagy fogalom. Ha a vonzerő kapcsán egy konkrét épületre, egy kézzelfogható képzőművészeti alkotására vagy valóságos földrajzi helyre gondolunk, akkor kevesebb problémával találkozunk, mint a konferencia, a bevasárló út vagy a rokonlátogatás esetében. Utóbbiak kapcsán a vonzerő ritkán válik kézzelfoghatóvá, a presztízsből, az olcsóságban és a szerezetben manifesztálódik, tehát olyan viszonyok testesülnek meg bennük, amelyek bonyolultabb elemzéseket igényelnek. A vonzerő által motivált számottevő vendégerkezés kiváltságára azért van szükség, mivel ha a helyiek által vonzerőként feltételezett, és alмаikban „Eiffel-toronyként” ddelgetett objektum nincs hatással az adott település gazdaságának ered-ményeire, ha nem ad munkát a lakosságának, akkor az adott állapotában

nem emelhető a turisztikai vonzerő szintjére. A nemzetközileg érvényes definíció hiányát az is előidézheti, hogy ahány ember, annyi vonzerő, és a fejlődésnek csak a képzelőerő képessége szabhat határt (50 évvel ezelőtt senki sem gondolhatta, hogy egyszer majd valaki azért utazik messzi földre, hogy – zorbingozás gyanánt – egy felfújótörősi gumilabda belsejében legurítsák egy hegyről). Még egyszer hangsúlyozzuk, annak ellenére, hogy megfelelő marketinggel bármilyen idegenforgalmi vonzerővé tehető, turizmuselméletileg akként csak a látogatást releváns mértékben kiváltó vagy arra alkalmas attrakció értelmezhető (ebből a szempontból a világ első úrturistájaként számon tartott Denis Tito esete sajátos kivételt jelent, mivel egy maga több „idegenforgalmi” bevételhez juttatta az öt kirándulató NASA-t, mint amennyi Magyarország falusi turizmusából egy év alatt származtatható).

Az utazások története során a piac igényszintjének változásából fakadóan jelentős mértékben kiszélesedett azoknak az objektumoknak a köre, amelyek helytől függetlenül potenciális vonzerőt jelenthetnek a turisták számára. Azoknak a klasszikus turisztikai desztinációknak (legyenek azok országok, vagy települések), amelyek vonzerőjében elsősorban a földrajzi névhez kötődő pozitív gondolatok és képek a jellemzők, ma már verse nyezniük kell a területi identitással kevésbé rendelkező terekkel. Ebből kifolyólag az utazási irodák katalógusaiban a kínálat már nemcsak a hely, hanem a tevékenység szerint is tematizálódik. Ugyan még találkozhattunk olaszországi körutazásra vagy londoni hétvégre invitáló ajánlatokkal, de egyre nagyobb szerepet játszanak a kizárólag veszélyes helyként, nehéz terepként vagy szörnyű objektumként megjelendő desztinációk. A testi épség veszélyeztetésének tudatát kiváltó extrém sportok tere sziklavidekként, vagy nagyvesztű folyóként szerepel, így az utazási döntésben alig befolyásoló, hogy azok mely ország mely táján helyezkednek el, a lényeg, hogy a *trekkingre* vagy a *raftingra* biztositásnak alkalmas lehetőséget. Egy a Soca, a Salsa vagy a Hernád folyón önmagát kipróbáló turista számára nem fog tudatosulni, hogy Szlovéniában, Ausztriában vagy éppen Szlovákiában van, mert az élményszerzés kapcsán a tevékenységben rejlő örömek lesznek a meghatározóak. Az emberi fizikumot próbára tevő kalandtúrára alkalmas terek vagy a tematikus parkok esetében hasonló helyzettel találkozhatunk. Nem a hely átélése, hanem az önmegvalósítás, a gondtalan szórakozás a döntő fontosságú.

Ma a világ turizmusában meghatározó szerepet játszó turisztikai vonzerők többsége rendelkezik valamilyen fizikai kiterjedéssel, vagyis kézzel-

A tényyszerű információk és az érzelmek között helyezkednek el a legendák, ezek olyan sajátos alkotóelemeket képezik a turisztikai vonzerőknek, amelyek gyakran önállóan is hatással vannak a látogatók értékesítésére, kiválasztására, egyes esetekben pedig a fizikális megjelenés rögzítésének elmélyítését, elmenyiszerítést szolgálják. Az elsősorban irodalomtörténeti vonatkozású mítoszok, a görög vagy a római mitológiában megtalálható alakok élete egy-egy mozzanatának kiemelésével válnak idegenforgalmi attrakcióvá. Számos legenda fonódik valódi történelmi személyiségek, események köré, néhány homályban maradt elem színesíti a történetekkel. A különböző történelmi egyházak az idők során maguk is létrehozták, fenntartották a hit elmélyítéséhez nélkülözhetetlen legendákat, amelyek ma a zarándoklatok helyszíneinek igazolására szolgálnak. Sokszor különös természet jelenségeket is a legendákkal sikerül megmagyarázhatóvá, idegenforgalmilag értékesíthetővé tenni (Loch-Ness). E helyütt nem tárgyaljuk az idegenvezetők által, a vendégek érdekében felkeltesére kitalált legendákat.

5.2. A vonzerők csoportosítása és minősítése

A vonzerőket leginkább eredetük és potenciális hatóköriük szerint szokták csoportosítani. Az eredet vagy más néven genézis szerinti csoportosítás két alapvető kategóriát különböztet meg: az ember alkotott és a természet által alkotott csoportját. A természet által alkotott vonzerők vizsgálatakor az eredet két vonzerő felvetése eleve irreleváns, mivel azok a Föld belső és külső erői munkájának eredményeként jöttek létre, egyesek pedig az univerzum kialakulásához kötődnek. Az ember alkotott vonzerők esetében azonban meg kell állapítani, hogy számos olyan frekventált vonzerő létezik, amelynek létrehozásában a szabadidő eredendően szerepet kapott. E szerint az ember alkotott vonzerőket három nagy csoportba sorolhatjuk, a mesterséges (szabadidőpark), a genézisükkel fogva szabadidő-orientált (görög színház, római amfiteátrum) és a fejlődésük során turisztikai szerepet kapott (várak, kastélyok) vonzerőkre. Ezekben a csoportokon belül ugyan létezhetnek átfedések, de a bennük való gondolkodás elősegítheti a vonzerők rendszeres megközelítését.

A vonzerők hatóköri csoportosítása során abból a földrajzi térből kell kiindulnunk, amelyből potenciálisan számottevő vendég érkezése

Várható. Csoportosításunk során a földrajztudomány bevett térkéategóriáit használjuk, így beszélünk regionális, országos és nemzetközi vonzerókról. Ugyanakkor ismét hangsúlyozzuk, hogy kategorikusan elzárkózunk a helyi vonzeró kifejezés alkalmazásától, mivel az éppen a turizmus egyik lényegi összetevőjével, a környezetértelmezéssel szemben nem állja meg a helyét. A lakóhelyen zajló szabadidős tevékenységek többek között a közművelődés és a rekreáció keretében vizsgálhatók (senki sem vállhat turistává a saját lakókörnyezetében!). A regionál kisebb területi egységek mint a kistérség vagy a megye olyan hatókörök, amelyek a kis távolságból fakadóan számottevő mértékben nem befolyásolják a vizsgált vonzeróra épülő turizmust. Amikor regionális vonzerókról beszélünk, akkor azokat a számottevő turistatérképezést kiváló attrakciókat vesszük számba, amelyek tény-szerűen és/vagy potenciálisan a megyehatáron túlról vonzanak turistákat, de még a régió belüli elők érdeklődésére tarthatnak számot. Az országos vonzerók esetében az ország bármely részéből érkezhetnek az érdeklődők. A nemzetközi vonzerók a határokon túlról is képesek vendégtérképezést ki-váltani, ez jelentheti a környező országokat, Európát vagy akár a tengerentúlt is. Ismert az abszolút nemzetközi vonzeró kategória, amely azt az attrakciót jelöli, amelyik önmagában is képes a világ bármely pontján élő emberek utazását ösztönözni. Az adott vonzeró fejlesztése révén bármely kategóriából átléphet a következőbe, azonban ehhez az infrastrukturális fejlesztés mellett megfelelő marketingre is szükség van. Ha egy településen belül elhelyezkedő vonzerókat vizsgáljuk, akkor láthatjuk, hogy ott mind a négy kategória képviselője megtalálható, azonban magának a településnek a vonzerójét a legmagasabbal szoktuk minősíteni. Magától értetődően verődik fel a kérdés, minek az alapján lehet lehatárolni az egyes kategóriákat. A szálláshely-statisztika, illetve az egyes idegenforgalmi létesítmények vendégforgalmi adatai mellett a társadalomtudományi kutatásokban elterjedt kérdőíves megkérdezés is lehetőséget biztosít erre. Ezen objektív tényezők mellett a mindennapokban a szubjektív, gyakran torzító tapasztalatás vezet a besoroláshoz. Ehhez persze az is hozzájárul, hogy az ember alkotta vonzerók látogatottsága sokkal egyszerűbben mérhető, számba vehető, a nagyobb kiterjedésű természeti vonzerók esetében a mérés gyakran megoldhatatlan probléma elé állítja a kutatókat.

A vonzerók csoportosításán túlmenően jelentős problémát okoz a vonzerók minősítésének kérdése. Minősítés alatt azt értjük, hogy egy objektív szempontrendszer szerint bizonyos értékeket rendelünk a vonzeró

alkotó egyes tényezőkhöz és az azt feláró létesítményekhez (a későbbiekben látni fogjuk, hogy a kettő sokszor elválaszthatatlan egymástól), majd sorrendbe állítva megpróbálunk következtetéseket levonni a térségen belüli szerepéről, a fejlesztés lehetőségéről. A vonzerők ilyen jellegű minősítése részét képezi a turisztikai potenciálnak, amely már az egész település (nagyvárosok esetében a városrészt) értékelését hivatott megadni. Magyarországon 1997-ben készítették egy úgynevezett vonzerőlétárt, amely ugyan minden gyermekketegséget magán hordozott, de abban a tekintetben korszerű volt, hogy megpróbálta megadni azokat a kereteket, amelyek alapján értékelhetővé válik egy vonzerő. A vonzerő minősítésnek sajátos, az értékvédelem és a marketing révén manifestálódó kategóriáit képezik a világörökségek és a nemzeti parkok.

5.3. Az ember alkotta vonzerők

Ha rápillantunk a Francia Nemzeti Idegenforgalmi Statisztikai Intézet által közreadott, Franciaország szempontjából potenciális piacnak számító 12 országból összegyűjtött adatokra (1. táblázat), akkor szembeötlő, hogy a világ leglátogatottabb vonzerőit nem a kulturális örökségek, hanem a mesterségesen létrehozott szabadidőparkok alkotják (csak olyan helyeken készítették adagyűjtést, ahol nem okozott problémát a látogatók megszámolása). Az első három helyen nem a világörökség részét képező csodálatos építmények, hanem amerikai és francia szabadidőparkok találhatók, az Eiffel-torony csak a Versailles-i kastély harmincadik, a Tower Londonban a harmincödödik, a római Colosseum pedig a harminchatodik a listán. Ez a sorrend többek között híven tükrözi napjaink egyik legdinamikusabban terjedő kulturális jelenségét, a diznifikációt, ami a posztmodern értéktranszformáció eklatáns példája. A gyáran hasonló örleten és tematikán nyugvó szabadidőparkok könnyedén válnak a lokálitás által értékként, egyes esetekben nemzeti kincsként számoltak tartott attrakciók versenytársai. Sokan már nem is kíváncsiak a Disneylandekben bemutatásra kerülő építmények eredetijére, szívesebben szemlélük azok mesevilágba illesztett műanyag változatát.

Az alábbiakban a teljességre való törekvés igénye nélkül azokat az ember alkotta vonzerőcsoportokat mutatjuk be röviden, amelyek jelentékenyen hozzájárulnak a világ turisztatforgalmának kiváltságához.

1. táblázat A világ leglátogatottabb vonzerői, 2001

Hely	Megnevezés	Helyszín	Látogatószám
1	Disneyland	Orlando, Florida, USA	15 200 000
2	Disneyland	Anaheim, Kalifornia, USA	13 400 000
3	Disneyland	Párizs, Franciaország	12 500 000
4	Notre-Dame Katedrális	Párizs, Franciaország	12 000 000
5	Nemzeti Repülési Múzeum	New York, USA	9 400 000
6	Blackpool Elménypark	Blackpool, Nagy Britannia	7 200 000
7	Nemzeti Természeti Múzeum	Washington, USA	7 000 000
8	Eiffel-torony	Párizs, Franciaország	6 400 000
9	Fantázia szíger	Nagy-Britannia	5 800 000
10	Nemzeti Amerika-történeti Múzeum	Washington, USA	5 700 000
11	British Múzeum	London, Britannia	5 500 000
12	Szabadagszobor	New York, USA	5 400 000
13	Louvre Múzeum	Párizs, Franciaország	5 300 000
14	Sacré Coeur Székesegyház	Párizs, Franciaország	5 000 000
15	Lourdes-i Notre-Dame	Lourdes, Franciaország	5 000 000

Forrás: *Espaces* 183, 2001

- **Történelmi korokat idéző épületek:** Olyan, egész településeket vagy azok bizonyos részét alkotó, utcákat, tereket övező, az előző generációk által létrehozott épületek, épületegyüttesek, amelyek a társadalom által nekik tulajdonított értéküknél fogva valami fajta védettséget élveznek. Eredeti rendeltetésük szerint lehetnek lakóépületek, közintézmények, hivataloknak is. Elsősorban építészeti stílusuk, technikai megoldásaiik, díszítettségük, esetleg funkciójuk révén valának érdekessé, híressé.
- **Egyedi építészeti alkotások:** Itt tárgyaljuk mindazon építményeket, amelyek az emberiség kialakulásától kezdve elsősorban nem lakó, vagy munkahely-teremtés, esetleg közfeladatok ellátása céljából, hanem egyéb okokból hoztak létre. Lehetnek modernek (Atomium Brüsszel-ben), de visszanyúlhatnak akár az őskorba (Stonehenge), szolgálhatják a közlekedést (Golden Gate San Franciscóban) vagy akár egykori te-mekkezési helyként (Piramisok) is funkcionálhatnak.
- **Köztéri műalkotások:** Szemben a zárt épületekben található gyűjtemé-nyekkel, a köztereken legtöbbször egyedül álló szobrok vagy szoborcso-portok, esetleg szoborparkok képviselik a művészet ezen szegmensét.

- A közéleti műalkotások különböző funkciójúnak lehetnek, impozáns szobrokúként (Trevi kút Rómában), egyszerűbb faliképként (Manneken Pis Brüsszelben), szent ereklyeként (Mária szobor), valamint esemény vagy személy emlékének a megőrzésére, de a hatalom jelképeként demonst-rálására is szolgálhatnak (II. Viktor Ernáuel emlékműve Rómában).
- **Különleges gyűjtemények:** Közismert alkotók életútjához vagy műve-lődéstörténeti korszakokhoz kötődő (festmények, szobrok, textíliák, bútorok, nyomtatványok), történeti relikviának számító (történelmi korokkal vagy személyiségekkel kapcsolatos tárgyak), a legkülön-bözőbb hobbitévkönyvek (ásvány-, bélyeg-, babagyűjtes) eredménye-ként létrejövő, esetleg régészeti feltárások során megjelenő (használati-eszközök, ékszerek) tárgyak, amelyek állandó vagy ideiglenes kiállítá-sok alapjait képezik. E mellett meg kell említeni a kimondottan pre-zen-tációs céllal létrehozott kollektciókat is (panoptikum).
 - **Történelmi események színhelyei:** A történelem átélésének lehetősége fizikailag attraktív vagy külsőre kevésbé érdekes helyszínekre csábítják a látogatókat. Leginkább az iskolai tanulmányok során elsajátított, a kollektív tudás részét képező, a nemzeti vagy kontinentális, esetleg a világtörténelmet befolyásoló mozzanatoknak (csaták, békekötések, trónfosztások) emléket állító helyszínek valnak ehhez a csoporthoz tartozó vonzerevé.
 - **Híres emberek életútjának állomásai:** Vannak esetek, amikor egy hely-szín (legtöbbször épület) önmagában nem feltétlenül jelent különleges-séget, valójában alig tér el a környezetben megtalálhatóktól, de benne egy ismert, történelmi, irodalmi személyiség vagy művész született, élt, alkotott, és e tény minden kétséget kizáróan bizonyítható, akkor ez az információ akár kulturális zarándokhelyként is hasznosul.
 - **Legenda:** Megtörtént események, valaha élt személyek, különös ter-ritóriák, mitológiai alapotottságu történetekhez kapcsolódó helyszínek. A társadalmi munkamegosztásból fakadó életterek (városok, falu-kép): Az emberek tagabb lakókörnyezete, a társadalmi munkameg-osztás és a helyi kultúra lenyomatait képviselő, évszázados fejlődés-eredményeképpen megjelenő települések önmagában is izgalmas ka-lándokra ad lehetőséget.
 - **Kulturális tradíciók:** A kultúra immateriális megjelenési formáit képví-selik azok a tradíciók (falusi lakodalom, húsvéti locsolás), amelyek élet-

- **lokhoz kötődő fesztiválok, versenyek megátogatása során.** A gasztro-nómia része a borkultúra, amely idegenforgalmi értelmezésben a bor-vidékek, borpincék, borfeszítvályok, borutak látogatásában ölt testet. **A termelés, a munka világa:** A hivatásturizmuson túlmenően a szabadidős turizmusban is megtalálhatók azok a programok, amelyek a különböző termelőüzemek, gyárak, szövetkezetek hétköznapi ember számára ritkán látható életébe engednek bepillantani. Ez kibővíthet a szolgáltatatóipar legkülönbözőbb szegmenseivel való megismerkedéssel, vagy oktatási intézmények, kutatóhelyek megátogatásával. Ezekben az esetekben a vonzerőt valójában az a misztikum jelenti, amely az adott szakmát, az azzal kapcsolatban végzett tevékenységet és annak környezetét övezi (egy skóciai whisky-üzem, egy német sörgyár vagy egy hazai szalámiagyár).
- **Eroitika:** Ebben az esetben leginkább az emberi létben leledző, szexuálisához kötődő mozzanatok állnak az utazás fókuszában, amelyek a litáshoz kötődő kirakatokban való nézegetésétől az erotikus kiállítások megtekintésén keresztül egészen a prostitúciókkal való nemi aktusig leginkább a társadalom férfi tagjainak utazási igényét motíválja. Sajnos, a turizmusban megjelent az erotika egyik extrém formája, a gyermekprostitúció iránti kereslet kielégítése, amelyet mint bűncselekményt minden lehetséges idegenforgalmi fórum elítélt.
- **Vásárlás:** Ha a különböző termékek és szolgáltatások ellenértékének – a földrajzi távolság áthidalására fordított költséget is kalkulált – különbözőzete eléri azt a szintet, amely a keresletet a kedvezőbb árú kínálat iránti igény felmozdulásra motíválja, akkor a bevásárló-turizmus vonzerőjével állunk szemben. A vásárlási célú utazásokban a különböző mértékű hiányból fakadó kényszer vagy a vásárlás paradi-csomi körülményeiben való megmártózás lehetősége, esetleg a márkás termékek beszerzésének vágya is szerepet játszik.
- **Szerencsejátékok:** Ez esetben valójában a játékszenvedély jelenti a vonzerőt, amely a nyereség kellemes érzésében ölt testet, de már annak illúziója, a sors kegyében való hit, a szerencse kiszámíthatatlansága, az álmok könnyű valóra válásában való bizakodás is özönlő. A szerencsejátékok a kaszinók, lóversenyek, fogadóirodák, lottók, kínálta játékokban öltöttek testet.
- **Rajongás:** A rajongást turizmuselméletileg a kulturális kötődés extrém kifejeződésékként értelmezzük és a legkülönbözőbb kulturális rendez-