

Tóth Benedek

Helyi kultúrák újratöltve: a turizmus késő modern mediatizációja és a tér értelmezésének modern fordulata

Bevezetés

Ez a szöveg pontosan annyiban szól a turizmusról, amennyiben „turistának lenni a »modern« tapasztalat egyik jellemvonása” (Urry 2012: 44). Egy olyan mély és alapvető változást kíván bemutatni és a turizmus példája által is érzékeltetni, amely a társadalom (a kultúra) mediatizációjából következik, és a tapasztalat (a jelentésképzés) imaginárius és empirikus szférái közötti viszony átrendeződéseként írható le. A szöveg első fele a turizmus, az utazás desztinációi és az utazás élménye kapcsán mutatja be és fejt ki ezt a fordulatot: a turizmus gyakorlatának egyfajta médiaelméleti olvasatát kívánja összefoglalni. A kritikai turizmus-kutatás általános szemléletét (amennyiben ilyesmiről egyáltalán beszélhetünk) alapvetően jellemzi az a megközelítés, mely szerint „a turizmus egy folyamat, amely magába foglalja a gyakorlat és a tér közös kontextusban való folyamatos újraalkotását” (Enderson 2012: 241). Jelen szöveg első fele pontosan ezt az állandó újraalkotási folyamatot elemzi, méghozzá a *mediatizáció* szempontja szerint: olyan alapvető változásokra igyekszik rámutatni, melyek a szocialitás (az értelemképzés és -elrendezés) radikális mediatizációjából következnek (és a turizmus gyakorlataiban mindössze hatásukat érzékeltetik).

A szöveg második fele az Urry által említett „modern” tapasztalat genealógiájához kíván hozzászólni. Valódi *exkurzus*: kivezet a turizmussal kapcsolatos diskurzus szokásos szempontjai és témái közül, amennyiben olyan 19. századi folyamatokat ír le, amelyek – meggyőződésem szerint – a tapasztalat fordulatának mintáit kialakították és meghatározzák. Egyszerűen fogalmazva, jelen szöveg tézise szerint az „egzotikus”, a „távoli” megtapasztalásának (és átélésének) társadalmi gyakorlataként meghatározható turizmus a 20. század második felében olyan minták alapján szerveződik át, melyek a tér értelmezése kapcsán jöttek létre a 19. század második felében.

A jelen tanulmány második felét képező szövegrész (az exkurzus) az MTA Bölcsészettudományi Kutatóközpont Médiatudományi Kutatócsoportja által támogatott kutatásaim eredményeként készülhetett el. A támogatásért ezúton is szeretnék köszönetet mondani.

Összefoglalóan két előzetes megjegyzést tartok fontosnak hangsúlyozni. Egyrészt (meggyőződésem szerint) nem elsősorban a turizmus változásáról van szó, hanem a társadalmi valóság konstrukciójának olyan alapvető átalakulásáról, amely a turizmus területén is megjelenik, másrészt pedig olyan változásról, amely gyökereit tekintve nem késő modern, hanem jellegetesen modern, 19. századi jelenség.

Helyi kultúrák és kozmopolita kultúrák: a turizmus mediaticizációja

Ulf Hannerz egyik szövegében (Hannerz 2004) részletesen elemzi „helyi” és „kozmpolita” kultúrák különbségeit. Eszerint a helyi kultúrák meghatározott térhez kapcsolódnak, egyedi, ha úgy tetszik, jól integrált rendszerként ragadhatóak meg, éppen konkrét terükhöz kötöttségük definiálja őket. Ezekkel szemben léteznek az úgynevezett kozmopolita kultúrák, melyek kulturális kontextusuk által alkotott határaik mentén definiáltak: *képletszerűek*, amennyiben több különböző helyhez kötődve is létrejöhetnek (hiszen a kulturális kontextust illető határhúzás momentuma és logikája, nem pedig a helyhez kapcsolódó referencia definiálja őket elsődlegesen). Valójában „valós” és kulturális terek jelszerű összekapcsolódásának különböző formáiról van szó: az első esetben a valós tér elsődleges és kizárólagos, amely meghatározza az általa hordozott szimbolikus, kulturális teret; a második esetben pedig a szimbolikus, kulturális tér képződése elsődleges, melyhez konkrét helyi vonatkozások csak másodlagos és kontingens módon kapcsolódnak.

A Hannerz által kozmopolitaként megjelölt kultúrák csakis reflektív módon működtethetőek, vagyis alapvető, meghatározó jegyük az önreferencia. A kozmopolita kultúrát alkotó kulturális gyakorlatoknak tudatosan kell meghúzniuk a saját határaikat (mivel ezek semmilyen értelemben nem tapasztalhatóak meg adott határokként), vagyis környezetük döntő szerepet játszik meghatározásukban, szemben a megélőik/hordozóik által nem feltétlenül tudatosan definiált, tradicionális, „helyi” kultúrákkal. Egyszerűen kifejezve, a *kontingencia* a helyi kultúra esetében nem feltétlen, a kozmopolita kultúrák esetében viszont alapvető eleme a jelentésképző gyakorlatoknak.

Hannerz a következőképpen mutatja be a helyi és nem helyi meghatározottságú kultúrák kapcsolatát:

A világ (...) kapcsolatok egyetlen hatalmas hálózata lett, melyben a különböző területek között jelentések, emberek és áruk folyama figyelhető meg. Ez a világkultúra a különböző helyi kultúrák egymásba fonódása és az olyan kultúrák fejlődése révén alakul ki, amelyek nem kapcsolódnak egyértelműen meghatározott térhez (Hannerz 2004: 178).

Némi leegyszerűsítéssel azt mondhatjuk, a „világkultúra” a helyi kultúrákhoz képest metaszinten leírható kozmopolita kultúra. A képbe a kulturális gyakorlatként felfogott turizmus a következőképpen illeszthető be: desztinációs helyi kultúrák – vagy legalábbis érdekességüket éppen az adja, hogy „helyi”-ként jelennek meg, maga a *turizmus* azonban nagyon erősen „kozmpolita” kulturális gyakorlat, a globális világkultúra szerves része, mely a helyek közlésére, megjelenítésére – és egyáltalán, jelentéssel való ellátására – alapvetően a világkultúrára jellemző médiatechnikákat használja. Ahogyan Pusztai Bertalan fogalmaz:

Az involúciós nézetel szemben a kulturális erózió támogatói úgy vélik, hogy a helyi kultúra újjáéledésének látszó jelenségek valójában a turisták fejében létező, a helyi kultúráról alkotott téves elképzeléshez történő helyi alkalmazkodást jelentik. Azaz, e megközelítésben egy kívülről diktált alapvető kulturális változás ügynöke a turizmus. A helybeliek alkalmazkodását a turista tudatában lévő képzetekhez Errington new age primitívségnek nevezi. Lanfant a beindított folyamatot (a turisták egy elképzelt Másságot keresnek, a helyiek ehhez alkalmazkodnak, a turisták megkapják az elképzelt Másságot, a „valóságos” helyi kultúra pedig senkit nem érdekel továbbá) „kölcsonös félreértelmezésnek” nevezi. MacCannell az így létrejövő „helyi kultúrát” az „idealizált primitívek késő modern ürességének” látja. Az érvelés szerint mindezek nyomán könnyen megérthető, miért fogyasztják nemcsak a turisták, de a helyiek is szívesen a turizmus kontextusában ezen lokalitásokban megjelenő identitásportékákat, amelyek nemcsak a helyi kultúra igézetét adják a turistáknak, de identitáspótlékot az elveszett kultúra helyett a helybelieknek. A kulturális erózió szerint tehát tulajdonképpen a turizmus által a helyi kultúra megszűnik és helyette egy globális monokultúra jön létre. MacCannell ezek nyomán a turizmust kannibálként aposztrofálja (Pusztai 2011: 23–24).

A turizmus korai, „klasszikus” gyakorlata (talán pontosabban: *ideológiája*) szerint elsődlegesen *helyekről* szól, a fő üzenet a helyi kultúrák felkeresése, autentikus, csak *ott* beszerezhető élmények megszerzése. A jelentéseket valójában vezérlő és előállító mediális vonatkozások láthatatlanok, elfedettek, az utazások a desztinációkról szólnak. Manapság olyan fordulatnak lehetünk tanúi, melynek során az utazások egyre inkább önmagukról, vagyis *az utazás élményéről* szólnak, a turizmus szolgáltatásai, a különböző élménycsomagok pedig – felfedve ezáltal a turizmusipar „metaszintjét” – összehasonlíthatóként jelennek meg. Lényegében ugyanazt az élményt kapjuk (és keressük) meg mindenhol, legyen szó hétfégi wellnessprogramokról különböző szállodákban, legyen szó tengerparti all inclusive nyaralásokról, vagy legyen szó akár hasonló téma szerint, de különböző helyeken tematizált élményhelyekről (amilyenek például a kalandparkok, vidámparkok, Disneylandek).

Ez a fordulat – ahogyan korábban is hangsúlyoztuk – nem magában áll (és végképp nem értelmezhető pusztán a turizmus kontextusában), hanem a társadalom mediatizációjának szélesebb trendjeibe illeszkedik. Jelen szöveg elsősorban ezeket a trendeket szeretné röviden összefoglalni, és a turizmus ezekben elfoglalt helyét jelezni.

Általános tézisként állítható, hogy a médiatársadalom a szocialitás olyan formációja, melyben a globális médiakultúra formájában kifejeződő „világkultúra” elsődlegessé válik a helyi kultúrákkal szemben, vagyis a Hannerz által (is) rögzített viszony megfordul. Egy másik terminológiát bevezetve pedig úgy foglalthatjuk össze mindezt, hogy a helyi kultúrák úgynevezett első rendbéli, a kozmopolita kultúrák (vagy világkultúra) pedig második rendbéli, az önreflexiót szükségszerűen tartalmazó *megfigyelésekként* írhatók le.¹ A reflektálatlan közvetlen tapasztalat, vagyis az első rendbéli megfigyelés világában (kultúrájában) környezetünket konkrét dolgok összességeként tapasztaltuk meg. Ha ezektől a dolgoktól távolságot akartunk teremteni, az absztrakció művelete állt rendelkezésünkre, vagyis ebben a világban az absztrakció a dolgoktól a nem dolgok (formák: modellek, szimbólumok) felé tartó tudatos mozgás volt. Más szóval a dolgoktól a dolgok *jelentése* felé tartó mozgás (Flusser 1997: 185).

1 Első és második rendbéli megfigyelések különbségeiről, illetve a kultúra fogalmának ezzel kapcsolatos értelmezéséről másutt részletesen írtam: vö. Tóth (2012, 2014: 80–89).

A világ értelemtelisége tehát – tehetjük hozzá – egyfajta vertikális kettősségben volt megragadható, a jel-jelentés alapvetően *denotatív*ként elgondolható sémájában. A közvetlen tapasztalat világában a materialitás (az empirikusan hozzáférhető „dolog”) irányítja az értelemképzést. Ha mindezt, vagyis a jelentés „mozgását” vektorszerűen képzeljük el, akkor az nyilvánvalóan a dolog (jel) felől az információ (jelentés) felé mutat. Az absztrakció pedig, ismételjük meg, mindezt tudatossá és nyilvánvalóvá tevő kulturális művelet. A szocialitás kortárs mediatisztált formájában a dolgok elsődlegességét átveszik az őket megjelenítő médiatartalmak, azaz a technikai képek: ezek válnak a tapasztalatszerzés elsődleges eszközeivé (melyek a reprezentáció helyett a projekció gesztusa által állítják elő jelentésségeiket). A mediatisztált szocialitás szemantikájában a „dolgok” kikerülnek az érdeklődés középpontjából, és az információ marad ott:

Mindaddig, amíg a fotó még nem elektromágneses, az első marad az összes posztindusztriális tárgy közül. Bár még tapadnak hozzá a dologság maradványai, értéke nem a dologban van, hanem a felületén lévő információban. Éppenséggel ez jellemzi a posztindusztrialitást: nem a dolog értékes, hanem az információ. (...) a fotó világosan demonstrálja a dolog és a „tulajdon” fogalmának hanyatlását (Flusser 1990 [1983]).

Lényeges változás ez az értelemképzés alapszerkezetében (vagyis a kultúrában). Az értelemképzés korábbi alapmintája, a materiális (empirikus) és imaginárius szférák egymásra mutató, azaz *denotatív* rendjében megadható (és így a közvetlenül megragadhatónak az imagináriusban történő reprezentációját kifejező) kód, vagyis a jelöllet-jelentés formájában kifejeződő *jel* elveszíti elsődleges mivoltát. Egy olyan világban, ahol a cipő élvezete konkrétabb, mint maga a cipő, ahol a *dologmorál* (a dolgok birtoklása, létrehozása, tárolása) helyét átvette az *információs morál* (élmény, élvezet, tudás, tapasztalat) (Flusser 1997: 186), kizárólag reflektív módon, vagyis tudatosan található meg az út vissza az (immár másodlagossá vált) konkrét dolgokhoz (és helyekhez). Az absztrakció többé nem a „dolgoktól el” jelentésben értendő, hanem a nem dolgoktól a *tárgyak* felé való mozgásként. A tárgyak (Sachen) a dolgokhoz (Dinge) képest egészen más tapasztalatban adóttak. Minden esetben közlik saját előállítottságukat és jelentés általi meghatározottságukat, nem fedik el többé azt a kontextust, melyben állva értelmet nyernek: ezek már a második rend tárgyai. Annyiban is azok, hogy minden esetben megfigyelőjüket is közlik: „Nem az asztal, és nem is én magam, hanem az én-asztal *viszony* a tárgy (*Sache*)” (Flusser 1997: 189).

Egy olyan kultúra (szemantika) tárgyai tehát ezek, mely pontosan tudatában van saját előállítottságának és kontingenciájának; egy olyan kultúra tárgyai, mely második rendben figyel meg, vagy – husserli terminussal élve – nem birtokolja többé a természetes beállítódás jótékony takaróját.

A turizmus tekintetében azt mondhatjuk, hogy a desztinációként megjelenített, felkínált „helyi” kultúrák egyre inkább ilyen rekurzív módon jönnek létre, tárgyként, melyek élményeket hordoznak, pontosabban élmények által definiált tárgyként. Hogy világossá váljon, ezek az élmények mennyire nem magából a tárgyból következnek, elég egymás mellé állítanunk például egy tunéziai és egy török all inclusive szálloda szolgáltatásomagjait (animátorok, vezetett túrák stb.) és azok hirdetéseit. A szolgáltatásokban definiált élmény elsődleges magához a konkrét helyszínhez képest.

A dolog → információ (mutatis mutandis: jel/jelöllet → jelentés) képlet (mely többek között a „helyi kultúra” képlete is) vertikális rendje átadja az elsődlegességet az egymáshoz (ha

nem is kizárólagosan, de mindenképpen *elsődlegesen* egymáshoz) kapcsolódó információk lezárhatatlan „horizontális” *kontextusának* (melyből a tárgyak pusztán származtatottak).²

Tehát a jelentés vektora többé már nem mutat magától értetődően a denotáció megnyugtató rendje szerint dolgoktól információk (jelentések) felé. A térkép átveszi az elsődlegességet a terület felett, ahogy Baudrillard fogalmaz, vagy – a turizmus kutatásban Boorstin által bevezetett terminussal szólva (vö. Urry 2012: 45) – a *pszeudoesemények* átveszik az elsődlegességet a valódi eseményekkel szemben. Ahogyan John Urry fogalmaz (2012: 44), „[a] [turista] tekintet jelek révén jön létre, és a turizmus jelek gyűjteményét hordozza magában”.

Vilém Flusser szerint a világhoz való hozzáférésnek – jelenlegi gondolatmenetünk szempontjából legalábbis – két alapformáját érdemes elkülöníteni. Egyik a lineáris, processzuális, történeti tudat (vagy kultúrforma), mely az íráshoz kapcsolódik, a másik pedig a formális, kalkulációs gondolkodást kifejező tudat (vagy kultúrforma), mely eszközszerűen leginkább a számítógéphez kapcsolódik. A történeti tudat linearitásának az értelemképzés fentebb bemutatott denotatív, vertikális szerkezetű alapegységeinek narratívákba szerveződése felel meg leginkább. Ez az értelemképzés diszkrét egységeiben gondolkodik: releváns metaforája a helyi kultúra. Ezt Flusser *processzuális* gondolkodásnak nevezi, és szembeállítja a formális vagy kalkulációs gondolkodással, mely mindig is pontelemekből indult ki alapvető művelői során, melyek a *kalkulálás* (analízis: a világ részekre bontása) és a *komputálás* (szintézis: a részek újra összeillesztése) (Vö. Flusser 1995). A kalkulációs gondolkodás tehát nem leírja vagy megérti, hanem *projiciálja* az univerzumot, és *tudja*, hogy tetszés szerinti hasonlókat is tud projiciálni. Ez nem diszkrét egységekben, hanem kontextusokban gondolkodik, azaz az értelemképzés releváns metaforája a „kozmpopolita kultúra”. A digitalizáció logikájában is kifejeződő kalkulációs gondolkodás szükségszerűen reflektív. A korábban taglalt, megfordított absztrakciós irány szerint hoz létre tárgyakat, melyek esetében a kontextus, ami értelmet, jelentést ad nekik, mindig elsődleges magukhoz a tárgyakhoz képest. Az egyre inkább ezen logika szerint működő turizmus esetében is ezt láthatjuk: az élménykontextusok elsődlegessé válnak a helyekhez képest. Igaz lehet ez mind a tömegturizmus all inclusive formáival, mind pedig a lokalitásokat gyakorlatilag egységes logika és értelemkontextusok mentén újraalkotó helyi fesztiválokkal kapcsolatban (vö. Pusztai 2007).

Visszatérve absztraktabb, elméleti gondolatmenetünkhöz: a processzuális (vagyis nem digitális) gondolkodáshoz rendelhető értelemképzésbeli alapforma, a *szöveg* mint referenciaszerkezet világosan elválasztja (és egyúttal egyben tartja) a jelet és a jelentést, vagyis a jel és a jelentés egyértelműen *nem* egy szinten van. A szöveg zárt narratívája, mint az értelemképzés alapszerkezete azonban változásban van:

A regény, majd a filmművészet a narratívában látta a modern kor kulturális kifejezőmódjának kulcsfontosságú formáját, a számítógépes korszak pedig elénk tárta saját kifejezőeszközét, az adatbázist. (...) Sok újmédia-objektum nem mesél történetet; nincs kezdetük vagy végük; valójában nem fejlődnek sem tematikusan, sem formálisan vagy bármely más olyan módon, amely az elemeiket sorrendbe rendezné. Inkább egyéni elemek gyűjteményének tekinthetők, ahol minden egyes elem egyenértékű jelentőséggel bír (Manovich 2009 [2001]).

2 Itt csak jelezni szeretném, hogy az imént bemutatott folyamat rendkívül közel áll ahhoz, amit Walter Benjamin *auravesztésnek* nevez, ahogy azt is csak jelezni szeretném, hogy a turizmus szemiotikai alapú megközelítése ezt a problémát némileg más hangsúlyokkal és kiindulóponttal ugyan, de már a hazai szakirodalomban is felvetette; vö. Pusztai (2010).

Az egységes szövegnek, mint a tartalomképzés, a kultúraalkotás alapegységének (vagy alapvető metaforájának) koncepciója a radikálisan mediatisált szocialitás új szemantikájában dekonstruálódik. Alapvető kulturális (vagyis az önleírásban megjelenő általános értelemképzési módok tekintetében vett) változást regisztrálhatunk: a láthatóvá és folyamatosan jelenlévővé váló *mediatechnika* (főként a digitális képernyők formájában) láthatóvá teszi a jelentésképzések kontextusaként elgondolt médiumot magát (tulajdonképpen a „világkultúrát”), általánosabban jelenvalóvá, mint az így hozzá képest esetlegessé váló formaképzéseket (tulajdonképpen a „helyi kultúrákat”). Ami itt valójában történik, az a szemantikának az önreferenciára való átállása, vagyis hangsúlyosan és kizárólagosan *második rendbélivé válása*. Pontosan ezt fejezi ki a „jelentésvektor megfordulása”, illetve a képnek és jelentésének egy szintre kerülése Flussernél, akinél – ahogyan láthattuk a megelőzőekben – élesen szembenállóként jelent meg az egydimenziós kódon alapuló processzuális, történeti, lineáris tudat (vagyis az értelemképzést narratívákban végző, lineáris időkonceptióra épülő szemantika, önleírás, kultúrforma) és a kétdimenziós, felületi kódon alapuló, kalkuláló, projektív tudat (vagyis az értelemképzést technikai képek formájában végző, új időkonceptióra épülő, hangsúlyosan *második rendbélként* működő szemantika, önleírás, kultúrforma).

A turizmus medialitásának explikációja, láthatóvá válása így nem magában álló folyamat, hanem a médiakultúra második rendbéliségének megfelelő átállás. Az önreferencia láthatóvá váló metaszintje jelenik meg a turizmus, mint a jelentés- és élményképzés egyik legfontosabb területének esetében is.

Exkurzus: a tér értelmezésének fordulata a 19. század második felében

A „helyi” és „kozmpolita” kultúrák jelentés- (pontosabban: értelem-) termelési gyakorlatai közötti fentebb elemzett különbség, illetve ezek egymáshoz fűződő viszonya nagyon hasonló ahhoz, ahogyan a társadalomtudomány viszonyba állítja egymással a *hely* és a *tér* (turizmus-kutatásban is alapvető szerepet játszó) fogalmait.

A modern társadalomtudományokban a tér (Raum) elsősorban viszonyfogalom: legtöbbször a hellyel szemben definiálódik... (...) A helyeken olyan tárgyakkal találkozhatunk, amelyek a hely törvényszerűségeinek engedelmeskednek. (...) A tér a stabilitás, az állandóság mentén megragadott helyhez képest definiálódik, s azzal szemben a mozgás, a folyamatos átalakulás jellemzi” (Szijártó 2003: 21).

A hely geográfiailag, a tér társadalmilag meghatározott: a hely a *jel(test)*, a tér a *jelentés* felől. (Felsejlik itt a korábban bemutatott flusseri „Ding” és „Sache” különbsége is.) Az alábbi exkurzus a tér és hely differenciájából eredő problémák genealógiájához kíván adalékot nyújtani. Meggyőződésem szerint John Urry fentebb idézett mondata, miszerint „turistának lenni a »modern« tapasztalat egyik jellemvonása” (2012: 45), pontosan ezen probléma fényében érthető meg a maga mélységében, ugyanis a „modern” tapasztalat (érzékelés- vagy észlelésmód) éppen hely és tér felismert különbségében artikulálódik, méghozzá a 19. század második felétől kezdve.

Társadalmi rend és tér/hely általánosságban vett összefüggései, egészen pontosan ezek egymásra jelentést sugárzó viszonyai ugyanis már ekkor tudományos elemzések és viták

tárgyává váltak. Friedrich Ratzel 1897-ben megjelent *Politische Geographie* című művében a társadalmak konkrét terének, területének a társadalom szerkezetére és fejlődésére gyakorolt hatásáról értekezett. Émile Durkheim szintén fontosnak tartotta az egymásra hatás tanulmányozását, ám ő (szintén 1897-ben) szociális morfológiáját éppen fordított viszonyra alapozza: szerinte a tér nem korlátozza/meghatározza, hanem *kifejezi* a társadalmi formákat (Dünne és Günzel 2006: 289).

Durkheim ezen álláspontja mögött természetesen az egész munkásságát átfogó és meghatározó sui generis módon, a másból nem levezethető *társadalmi tények* médiumaként felfogott *társadalmi tér* képzete áll. Többé-kevésbé ezt az álláspontot radikalizálja Georg Simmel a századforduló környékén. Simmel általánosságban a térrel, és specifikusan a nagyvárosi térrel kapcsolatos elemzései tartalmi gazdagságuk és elméleti kidolgozottságuk mellett amiatt is különösen fontosak jelen gondolatmenet szempontjából, mert dokumentálják, hogy a 19. század végén már meglehetősen explicit módon volt jelen a tér kontingenciájának, illetve – Endersonnal szólva – „folyamatos újraalkotottságának” (vö. Edensor 2012: 241) problémája.

A tér tapasztalat közvetlenből közvetetté (közvetítetté) válását Simmel többek között *A pénz filozófiája* című híres munkájában is rögzíti:

A modern embereket a környezetükhöz fűző viszonyokban az a fejlődés játszódik le, hogy az ember eltávolodik a hozzá legközelebb eső köröktől, így próbálván közelebb kerülni a távolabbiakhoz... a messzi távoli iránt érdeklődünk, s gondolatilag olyan körökkel vállalunk közösséget, amelyekhez kötődésünk pótol minden térbeli közelséget. (...) A nagyvárosi érintkezés tolvakvó jellege és tarka kavargása egyszerűen elviselhetetlen volna az említett lélektani távolságtartás nélkül. (...) Hogy oly hatalmas számú emberrel ennyire testközelbe kerülünk, mint a mai városi kultúra kereskedelmi, szakmai és társasági érintkezése nyomán, a modern, érzékeny és ideges embert teljesen kétségbe ejtené, ha az érintkezés jellegének említett tárgyi-asulása nem hozna magával belső határokat és tartózkodást. (...) A viszonyok pénzszerűsége láthatatlan, funkcionális távolságot teremt az emberek között, amely belső védelmet és kiegyenlítődést nyújt e kulturális életünkre jellemző túl szoros közelséggel és sűrűlódással szemben (Simmel 2004 [1900]: 602–604).

A modern ember a *közeli* (közvetlen) helyett egyre inkább jellemzően a távoli (a csak közvetve elérhető) iránt érdeklődik, az emberi kapcsolatok pedig ennek megfelelően a valós tér helyett egy szigorú társadalmi jelentéseket hordozó *szimbolikus médiumban*, a pénz médiumában definiálódnak és szerveződnek újra.

Simmel óriási jelentőséget tulajdonít a szociális létezés mediális meghatározottságának (és mediális átalakulásának), és ezzel szorosan összefüggő problémának tartja tér és társadalom (különösen a modern nagyváros formájában artikulálódó) viszonyát is. Határozott meggyőződése, hogy térbeli szerveződések észlelése kizárólag azokat megelőző szociális szerveződések alapján lehetséges (Dünne és Günzel 2006: 289).

Mikor térformálás és szociális folyamatok viszonyáról van szó, olyan hatásokról szokott szó esni, melyeket a terület szűkossége vagy tágassága (...), a territóriumok hegyes vagy lapos karaktere gyakorol a társadalmi csoportok formájára és életére. A következő vizsgálódás tárgya éppen fordítva, az a hatás vagy befolyás, melyet a csoport szociális megformáltsága és energiái gyakorolnak térbeli meghatározottságának tapasztalatára (Simmel 2012 [1903]: 304).

Simmel szerint tehát a tér „mint olyan” (azaz mint geográfiaileg adott hely) nem férhető hozzá, csak annak társadalmilag meghatározott jelentése, tapasztalata, amely természetesen mindig kontingens. Minden látott térformát előzetesen ismert társadalmi formák szerint vagyunk képesek észlelni és értelmezni: az érzékelt tér nem más, mint társadalmilag előállított jelentések kifejeződése. Mindez a – látszólag – legérzékletlenebb természeti térformákkal kapcsolatban is így van: „a hegyek fenségességét személyek fenségességének következményeként és kifejeződéseként látjuk meg” (Simmel 2012 [1903]: 304). A tér tapasztalata *társadalmi* tapasztalat: a szocialitásban meghatározott, általa rendelkezésünkre bocsátott értelemstruktúrák (jelentések és azok viszonyainak rendjei) teszik hozzáférhetővé és artikulálják. Nem arról van szó, hogy a valamilyen formában eleve rendelkezésre álló tér formáihoz a társadalom jelentéseket rendel, hanem sokkal alapvetőbb összefüggésről: a társadalom határozza meg a tér tapasztalatát egyáltalán lehetővé tevő formákat. (Vagyis a tér által a társadalom nem „valamit” fejez ki, hanem legelső sorban önmagát.)

Simmelnél a társadalom elsősorban értelem-összefüggésként értendő, amely mindig valamilyen elsődleges, az *objektum*, a *szubjektum* és a *viszony* alapvető kategóriáit meghatározó és megjelenítő *médiium* által fejeződik ki. Ilyen elsődleges médiuma a modern társadalomnak a pénz, és ilyen (nem reflektált) médiuma korábbi társadalmi formációknak a konkrét *hely*; vö. Simmel 2012 [1903], melynek tapasztalatát aztán a modern társadalomban a pénz felül is kódolja, nyilvánvalóvá téve a tértapasztalat szimbolikus társadalmi konstrukció mivoltát és kontingens jellegét, reflektív módon újraformálva az objektum, szubjektum és a viszony említett alapvető kategóriáit. (A megváltozott tértapasztalat sűrítetten a *nagyváros* formájában és képzetében fejeződik ki: Simmel írásaiban a pénz, a modernitás és a nagyváros szorosan összetartozó, szerves egységként jelennek meg.)

Ebben a (Simmel felől is rekonstruálható) értelemben válnak a(z) immár közvetett) tértapasztalat médiumaivá például a különböző menetrendek a 19. században, és ebben az értelemben válik a turizmus is a tértapasztalat *közegévé* (médiumává), amennyiben a maga sajátos gyakorlatai által folyamatosan definiálja, jelentéssel látja el az utazások desztinációit jelentő helyeket. A szöveg első felében elemzett késő modern mediatiszációs folyamatok – meggyőződésem szerint – alapvetően ebben a Simmel által is rögzített modern tértapasztalatban gyökereznek.

Hivatkozott irodalom

- Dünne, Jörg és Stephan Günzel (szerk.) (2006): *Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Edensor, Tim (2012 [2001]): Performatív turizmus, színre vitt turizmus. A turisztikai tér és gyakorlat (újra)alkotása. In *Túl a turistatekinteten. A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Bódi Jenő és Pusztai Bertalan (szerk.). Budapest – Pécs – Szeged: Gondolat – PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék – SZTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 241–269.
- Flusser, Vilém (1990 [1983]): *A fotográfia filozófiája*. Budapest: Tartóshullám – Belvedere – ELTE BTK. Interneten: <http://www.artpool.hu/Flusser/flusser.html#foto>.
- Flusser, Vilém (1995): Digitális Schein. In *uő Lob der Oberflächlichkeit. Für eine Phänomenologie der Medien*. Mannheim: Bollmann, 272–286.
- Flusser, Vilém (1997): Auf dem Weg zum Unding. In *uő Medienkultur*. Frankfurt am Main: Fischer, 185–190.
- Manovich, Lev (2009 [2001]): Az adatbázis mint szimbolikus forma. *Apertúra* 5(1). Interneten: <http://apertura.hu/2009/osz/manovich>.

- Pusztai Bertalan (2007): „Bajászlé”. Identitás, kanonizáció és márkázás a bajai népünnepélyen. In *Fesztiválok, turizmus és helyi identitás. Halászléfőzés Baján – Feasts, Tourism and Local Identity. Fish Soup Cooking in Baja, Hungary*. Neill Martin és Pusztai Bertalan (szerk.). Edinburgh: University of Edinburgh – SZTE Néprajzi és Antropológiai Tanszék, 7–25.
- Pusztai Bertalan (2010): Nemzeti és turisztikai táj kapcsolata. Turizmusszemiotikai megfontolások a látványosság és a táj jelentésének konstrukciójáról. *Tabula* 13(1): 3–18.
- Pusztai Bertalan (2011): Paradigmaváltások a kultúrakutatás autentikusság értelmezésében. In *Színre vitt helyek*. Fejős Zoltán (szerk.). Budapest: Néprajzi Múzeum, 18–32.
- Simmel, Georg (2004 [1900]): *A pénz filozófiája*. Budapest: Osiris.
- Simmel, Georg (2012 [1903]): Über raumliche Projektionen sozialen Formen. In *Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*. Jörg Dünne és Stephan Günzel (szerk.) Frankfurt am Main: Suhrkamp, 304–317.
- Szijártó Zsolt (2003): Szimbólumtermelés – élményfogyasztás. A tér szerepe a turizmusban. In *Helye(in)k, tárgya(in)k, képe(in)k*. Fejős Zoltán és Szijártó Zsolt (szerk.). Budapest: Néprajzi Múzeum, 19–40.
- Tóth Benedek (2012): Az értelem mint a kultúra médiuma. A kultúra értelme. Az „értelem” és a „kultúra” rendszerelméleti fogalmairól. In *Médiumok, történetek, használatok. Ünnepi tanulmánykötet a 60 éves Szajbély Mihály tiszteletére*. Pusztai Bertalan (szerk.). Szeged: SZTE Kommunikáció és Médiatudományi Tanszék, 334–351.
- Tóth Benedek (2014): Médiumok és valóságai. Egy rendszerelvű médiaelmélet vázlata. Budapest: MTA Bölcsészettudományi Kutatóközpont.
- Urry, John (2012): A turistatekintet. In *Túl a turistatekinteten. A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Bódi Jenő és Pusztai Bertalan (szerk.). Budapest – Pécs – Szeged: Gondolat – PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék – SZTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 41–61.