

Az utazás, mint életforma a posztindusztriális társadalmakban

Travel as a way of life in post-industrial societies

Szeverényi András PhD-hallgató

ELTE BTK

szeverenyiandras@gmail.com

Initially submitted Augustus 6, 2024; accepted for publication Sept.12.2024

Abstract

This study concerns the background factors of our contemporary phenomenon of "travel fever". Why the travelling became a philosophy of life for many people? I started my research with analysing the age of romanticism, paralleled with our contemporary tourism. In the background of the explored phenomenon, there has an important role the post-industrialism too, which transformed the consumers' behavior and the social morality too by spreading the individualistic social mentality. This spirit reflects the travel related experiences as well. Travel is a contemporary path of individual and subjective pursuit of happiness as a mass phenomenon. Its essence is pondering the value of human life by the number of experiences gained during our earthly lifetime. Thus, traveling is not a mere hobby, rather a kind of duty if we want to live a full and happy life.

Kulcsszavak: Petrarca, utazás, természet, Byron, élmény, Daniel Bell, boldogság, posztindusztrializmus

Key Worrrds: Petrarca, travel, nature, Byron, experiece, Daniel Bell, happiness, post-industrialism

Napjaink nyugati társadalmában, ahol a gazdaság legdinamikusabb eleme a harmadik szektor, vagyis a szolgáltatások, egyre több ember érez késztetést arra, hogy bizonyos időközönként útra keljen és világot lásson. A jelenség korántsem újszerű, hiszen a modern turizmus kezdetei a 19. század elejére tehető, sőt tágabb értelemben véve már a reneszánsz Trecento időszakában is volt precedens arra, hogy tehetős emberek felkeresnek kulturális vagy természeti szépségeket; vagyis nem praktikus okokból változtattak helyet, hanem pusztán kedvtelésből, szórakozásképpen.

Újdonság tehát nem fedezhető fel a jelenségben. Milyenségében illetve méreteiben azonban van változás: a 2020-as világjárvány két éves visszaesését követően a turizmus soha nem látott méreteket öltött és jelenleg is a világgazdaságban évről évre minden tekintetben újabb történelmi csúcsokat ér el.¹ A turizmus fejlődése és iparaggá válása egy folyamatos és fokozatos expanzió eredménye, melynek következtében ma már nem csak hogy intézményesült és infrastruktúrájában világszerte kiépült, hanem a fejlett nyugati társadalmak életének alapvető részét képezi. A nemzetközi utazás lehetősége az elmúlt száz évben nagyban demokratizálódott a világszerte kiépült turisztikai infrastruktúrának köszönhetően

¹ <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (utolsó elérés: 2024. 09. 25.)

(légitársaságok, szállodák, repterek, autópályák, turistavárosok stb.). Általánosságban kijelenthető, hogy sosem volt még olyan könnyű és olcsó utazni, mint manapság.

Napjaink társadalmi életében könnyen kitapintható a szabadidős turizmus jelentősége, amelyet mindnyájan tapasztalhatunk szociális érintkezéseink során. De mégis mi vesz rá bennünket, hogy felkerekedjünk és útnak induljunk más kontinensekre? Azt láthatjuk, hogy az utazás a felfedezés öröme mellett posztindusztriális társadalmainkban már-már követelmény, amelynek teljesítésére a minket körülvevő világ minden csatornán biztat bennünket. A következőkben arra a kérdésre keresem a választ, hogy mi ennek az általános vélekedésnek az alapja? Miért tekintik sokan szenvedélyüknek vagy hivatásuknak az utazást és miért építenek köré sokan életmódot, életfilozófiát? E kérdés körüljárása során figyelmen kívül kell hagyom a globalizáció ide kapcsolódó, de témámhoz szorosan nem tartozó tárgyait, vagyis a munka, tanulás vagy más praktikus, gazdasági célból történő utazást és csak a kedvtelésből történő szabadidős turizmusra fókuszálok. Dolgozatom keretei azt sem teszik lehetővé, hogy a kortárs turizmus jelenségeit részletesen is be tudjam mutatni (pl. a filléres utazók vagy a digitális nomádok mozgalmát), hanem helyette inkább a jelenkori turizmust és „utazási lázat” általánosságban vizsgálom és így kísérem meg szempontjaim alapján értelmezni.

A modern tömegturizmus „eszmei alapjai” a romantika korában keresendők. Az utazás, idegen tájak felfedezése vagy történelmi, irodalmi helyszínek felkeresése összefügg azzal a felfokozott életérzéssel, amelyet a korszak reményvesztettsége, világfájdalma, gazdag érzelmvilága kifejez. Az épített (művészet) és teremtet világ (természet) iránti rajongás veszi rá a korszak tehetős és költői lelkű embereit, hogy például Egyiptomba utazzanak és megmásszák a gízai piramisokat, Amerikába hajózzanak és megtekintsék a Niagara vízesését vagy – hogy egy hazai példát is említsek – Huszt várának romjai felett verset írjanak. A történelmi regény műfajának megszületése mellett nagy mennyiségben jelennek meg a távoli, egzotikus vidékeken, kultúrákban, egzotikus szereplőkkel játszódó fantáziadús, kalandos, szövevényes történetek.

A romantika e jellemzőinek azonban fontos előképe Petrarca és a hozzá kapcsolódó *Familiare*s kötetben található *A Mont Ventoux megmászása*.² Az 1336-os provance-i túra azért különleges, mert Petrarca saját elmondása – és Burckhardt kommentárja – szerint ez volt az első eset az ókor óta, hogy egy ember felmászott egy hegyre pusztán a kilátás miatt. A történet közismert: Petrarca bátyjával és két szolgájával útnak indul, hogy megmássza a Ventoux hegyet. A hegy lábánál lévő Malaucène faluból indulnak, ahol a helyi lakosok elmondják nekik, hogy bár ott laknak a hegy mellett, soha senkinek nem jutott eszébe megmászni azt. A hegy tetejére feljutva Petrarca elmereng, majd kinyitja Ágoston vallomásait és a következő sorokra bukkan:

*Íme, összevissza csavarognak az emberek, hogy megcsodálják a hegyek csúcsait, a tenger iszonyatos taréjait, a folyók roppant kanyargásait, az óceán tágas tereit, a csillagok futását, de magukra ügyet sem vetnek.*³

Petrarca ezek után a lefelé vezető úton, és az emberi kívánságok hiúságán és a romlatlan emberi gondolkodás nemességén elmélkedik.

² <https://sourcebooks.fordham.edu/source/petrarch-ventoux.asp> (utolsó hozzáférés: 2024. 09. 25.)

³ Augustinus 1974. 126. (X.8.15.)

E 14. századi történet példátlanul modern; Petrarca ugyanis szórakozásból, élvezetből, pusztán a kirándulás során megélt élmények elérése végett indult el hegyet mászni – a helyben lakók e feletti értetlenségétől kísérve – és nem objektív útleírásként írja le történetét, hanem minden átélt élményt saját személyére vonatkoztatva vet papírra, beleértve a hegytetőn való Szent Ágoston olvasást is, mely mozzanatban esszenciálisan összekapcsolódik a külvilág (a táj, mint szépséges látvány) és a belső, személyes szféra (a könyv olvasása által megélt önreflexió). E történet sok közös vonást mutat a fentebb már megemlített romantika ideáljával.

Az angol romantika egyik legmeghatározóbb alakja Byron, aki nemcsak költészetével, de közmondásos életmódjával és kalandos életútja minden mozzanatával képviselte a romantika eszmeiségét. A költő egyik leghíresebb alkotása Childe Harold alakja, aki az ő tükörképe, hasonmása is egyben: a világfájdalmas, kiábrándult, individualista byroni hős első nagy megszemélyesítője. Childe Harold a mű 1812-ben kiadott első két kötetében a bűnöktől, gyönyöröktől és kicsapongó életmódtól megcsömörlött hős, aki úgy dönt, hogy Angliából Portugáliába, Spanyolországba, Albániába és Görögországba utazik. A mű további kötetében pedig Childe Harold folytatja utazásait Belgiumba, majd a Rajna-vidékre és az Alpokba.

Childe Harold saját utazásait úgy értelmezi, mint egyfajta menekülést önmaga és megoldatlan problémái elől, melynek során mégis kénytelen elviselni önmaga társaságát. Ugyanakkor az utazások során állandóan elmélkedik, töpreng és minden látott szépségben vagy megélt kalandban önmagára reflektál:

*Elfutni vágyom enmagamtól!
Messzire vinném átkomat,
De sarkon űz egy vad kalandor,
A lét-űszök – a Gondolat.
(...)*

*Száz új vidéken kell törődnöm,
S bűt látok a megjárt úton;
Csak az vigasztal, hogy a földön
A legszörnyűbbet már tudom.⁴*

Childe Harold alakjában kikristályosodik a romantika korának egyik – témánk szempontjából – legfontosabb tulajdonsága: a szubjektivitás. Akárcsak az előkép Petrarca hegymászós története esetében – Byronnál is az utazás szubjektivitása teszi sajátossá Childe Harold kalandjait: a romantika embere ugyanis önmagát szeretné megismerni és a benne lévő rejtett érzelmeket akarja felszínre hozni az utazás során átélt kalandok segítségével. Az utazások során látott szép tájaknak, természeti szépségeknek és nagy történelmi korok romjainak önmagukban nincsen semmilyen értékük és jelentésük. Egyrészt a romantika embere – az olyan byroni hős, mint például Childe Harold, Anyegin vagy akár a fiatal Szentirmay gróf – nem törekszik arra, hogy másokkal is megossza az utazások során átélt élményeket ezáltal objektív síkra helyezve azokat, másrészt nem a maga valójában akarja megismerni az idegen tájak csodáit, hanem szubjektív módon igyekszik megragadni azokat; saját szubjektivitását észleli bennük, ahogyan a megélt látványok, élmények megragadnak benne.

A romantika szubjektivitása, melynek filozófiai kidolgozását Fichte végezte el az „Én – nem Én” distinkció megtételével és az „önmagát korlátozó Én” fogalmával, valójában nem

⁴ Részlet az Első énekből. Kosztolányi Dezső fordítása.

csak a romantika szellemiségének jelenti szellemi alapját, de kiváló magyarázó elvnek bizonyul a tulajdonképpeni témánkat adó kortárs turizmus jelenségének magyarázatához is. Korunk posztindusztriális nyugati társadalmában az utazás (és általánosabban megfogalmazva az „élménygyűjtés”) a szubjektívitás szférájába tartozik, amennyiben életmóddá és életfilozófiává válik. A személyesen megélt utazás, mely a ténylegesen (a fizikai térben) megtett úttal párhuzamosan a saját pszichénkben játszódik le, mélységesen hasonlít a romantika emberének utazásaihoz.⁵

A jelenkori „utazási láz” értelmezéséhez a „romantikus szubjektívitás” mellett a másik szempontot a *posztindusztrializmus* fogalma adja meg. A közgazdaságtudomány a gazdasági tevékenységek osztályozására hagyományosan három gazdasági szektort különít el: a primer szektorba soroljuk a mezőgazdaságot és bányászatot; a szekunder szektorba elsősorban az ipari tevékenységek tartoznak; a terciér szektorba pedig a szolgáltatásokat soroljuk (olyan gazdasági tevékenységeket, mint például a szállítmányozás, kereskedelem, könyvelés, oktatás stb.).⁶

Jelen sorok írásával egyidőben a KSH adatai alapján Magyarországon jelenleg 4 695 600 munkavállaló van; ennek a számnak 4,3 százaléka dolgozik a mezőgazdasági szektorban, 31,2 százaléka az ipari szektorban és 64,5 százaléka a szolgáltatói szektorban.⁷ Vagyis elmondható, hogy Magyarországon a társadalom döntő többsége a terciér szektorban tevékenykedik és valamifajta szolgáltatói tevékenységet végez. Daniel Bell nyomán az ilyen társadalmat *posztindusztriális társadalom*nak nevezzük. Az 1970-es évek folyamán a nyugati (OECD) világban nagy átalakulás ment végbe a gazdaság területén: a második világháború utáni évtizedekben rekordokat döntő ipari foglalkoztatottság lassan hanyatlani kezdett és az ipari szektor helyét fokozatosan elfoglalta a szolgáltatói szektor.⁸ 1980-ra az OECD országokban az összes foglalkoztatás több mint 50 százaléka a szolgáltatások szektorába tartozott és ez az arány azóta is folyamatosan nő. Azonban a fogalom többet jelent a foglalkoztatás domináns formáinál: nem pusztán arról van szó, hogy egy adott ország lakosságának többsége szolgáltatói munkát végez és hogy az indusztriális, termelői társadalmat leváltotta egyfajta szolgáltatói társadalom. A posztindusztriális jelző Dahrendorf szerint ennél többet jelent: azt az eszmét közvetíti, mely szerint „változás történt az értékekben, ami együtt jár a foglalkoztatási modellek változásával.”⁹

Ez a Dahrendorf által is idézett értékrendbeli változás legfőbb vonása az individualizmus: a munkavégzési és fogyasztási szokások megváltozásával együtt egy új társadalmi attitűd kezdett kiépülni, amelynek ideálja az „önmegvalósító”, „önmenedzselő”, „kreativitását kibontakoztató” egyén. Ahogy Bell fogalmaz – „a megtakarítás, kemény munka és késleltetett öröm protestáns etikája, ami meghatározta a gazdasági növekedést a korábbi évszázadok során, végül beadta a derekát az azonnali élvezeteknek”. Noha a gazdaság továbbra is hatékonyságon és észszerűségen alapul, a kultúrát a laza élvezetszerzés jellemzi: elsősorban hedonisztikus lett; tartalma a játék, a móka, a látványosság és az élvhajhászás.¹⁰

⁵ Hasonlítsuk csak össze Byron Childe Haroldját például Szerb Antal *Utas és holdvilág* című regényével vagy Tarkovszkij *Nosztalgia* című filmjével.

⁶ Clark 1940. 84.

⁷ Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/mun/hu/mun0079.html (Utolsó elérés: 2024. 09. 25.)

⁸ A mezőgazdasági foglalkoztatás 1980 után a legtöbb OECD országban 5-10% alá esett, az ipari foglalkoztatás az NSZK-ban 50%-ról 44%-ra, Angliában pedig 34%-ról 27%-ra esett vissza.

⁹ Dahrendorf 1994. 218.

¹⁰ Bell 1976. 70.

Azáltal, hogy a fogyasztás gazdasági tevékenység lett, a posztindusztriális társadalmak tagjai minden létező szociális felületen – reklámok, média, filmek, internet, állami hirdetések, magazinok stb. – bátorítva vannak arra, hogy az előbb felsorolt attitűdöket elsajátítsák és ezen elvek szerint éljék mindennapjaikat. A posztindusztriális társadalmak embere ugyanis már akkor is GDP termelő, vagyis gazdaságilag hasznos, produktív tevékenységet folytat, hogyha nem dolgozik, nem termel semmit, hanem pusztán fogyaszt, hiszen ezáltal forgalmat generál és keresletet teremt a piaci szereplőknek, valamint adóbevételt produkál az állam számára. A fogyasztásnak pedig kiemelten fontos szektora a turisztikai ipar, hiszen az utazások során az emberek általában hatványozott mértékben költenek és fogyasztanak.

Az utazás tömegjelensége azonban túlmutat a fogyasztás serkentése céljából felkeltett mesterséges szükségleteken, amiket a posztindusztriális ember elsajátít a tömegkultúra, a közösségi média és az általános közvélekedés egyéb médiumain keresztül. Valójában ennél többről van szó, hiszen sok olyan szerény anyagi körülmények között élő ember is felkeres távoli tájakat, aki nem engedheti meg magának a féktelen költségeket. Nagyon elterjedt a filléres utazás, vagyis a turizmus azon formája, amely nem a tömegturizmus helyszíneit keresi fel, nem a turistáknak épült szolgáltatásokat és intézményeket használja (pl. utazási irodák, hotelek, éttermek stb.), hanem helyette igyekszik az élmények maximális megélése mellett visszafogott lenni és keveset költeni.¹¹

Az utazásnak ezt a formáját is tömegek űzik napjainkban: a turistaparadicsomok kényelme helyett a természeti szépségeket és az autentikus helyi kultúrát keresik és ebben találják meg az utazás során olyannyira vágyott élményeket. Nagyon elterjedt – többek között hazánkban is – a „low budget utazók” vagy a „digitális nomádok” mozgalma, amelyek egy sajátos mentalitást és életformát közvetítenek követőiknek; ennek tételmondata a következőképpen foglalható össze:

Az élet rövid és véges, ezért az a dolgunk, hogy minél több élményt gyűjtsünk mielőtt meghalunk.

A posztindusztriális társadalmainkban tehát az utazás nem elsősorban a kézenfekvő válasznak tűnő fogyasztással függ össze – hiszen ahogyan azt láhattuk, ez egyáltalán nem szükségszerű korunkban, amikor soha nem látott mértékben olcsó és egyszerű utazni a legtöbb társadalmi réteg számára – hanem a posztindusztrializmus individualista ethosza teremti meg az igényt emberek tömegeiben arra, hogy felkerekedjenek és világot lássanak. Az individualizmus imperatívuszai – vagyis az „élvezd az életet”, „valósítsd meg önmagad”, „bontakoztasd ki a benned rejlő kreativitást” stb.¹² – veszik rá a posztindusztriális társadalmak tömegeit, hogy hivatásként, életmódként vagy egyenesen életfilozófiaként tekintsenek az utazásra.

A posztindusztriális társadalmakra alapvetően jellemző szekularizáció és a 20. századi nagy politikai eszmékkel szembeni bizalmatlanság, illetve a kollektív hitek és célok általános relatívvá válása és elsorvadása. Ez a folyamat jó táptalaja az individualista életfilozófiáknak, amelyek a boldogság egyéni szinten való elérésére törekednek. Az idegen tájak, természeti

¹¹ Az utazásnak ezt a formáját sokan nem is szűkös anyagi kereteik miatt választják. Vannak felsőközéposztálybeli, jó anyagi körülmények között élő utazók is, akik – bár megtehetnék – mégsem drága hotelekben szállnak meg, hanem olcsó hosteleekben vagy saját kocsijuk hátsóülésén alszanak és nem turisták által látogatott éttermekben étkeznek, hanem a helyi lakosság által látogatott olcsó kifőzdéket vagy szupermarketeket keresnek fel.

¹² Hankiss 1999. 26.

vagy kulturális szépségek megismerése során átélt élmények megtapasztalása egyfajta életcélá válik és napjainkban tömegek a boldogság elérésének eszközeként tekintenek rá. Azok számára, akiknek az utazás az életfilozófiájuk, nincs túlvilág és nem létezik a lélek halhatatlansága, ezért ebből a földi életből kell a lehető legtöbbet kihozni az élmények megélése által; vagyis ez a felfogás szerint minél több tájat kell megismernünk, minél több várost kell felkeresnünk és minél több élményt kell gyűjtenünk, hogy sikeresnek, beteljesedettnek és boldognak érezzük saját életünket.

Ez az életfilozófia nagyfokú hasonlóságot mutat a romantika emberének fentebb tárgyalt attitűdjével. Az ún. „low budget utazók”, vagy a „digitális nomádok” sokban hasonlítanak a 19. századi *Kalandor* figurájához: ahhoz a híres byroni hőshöz, aki a korabeli szalonok és úri társaságok népszerű, körülrajongott személye volt. A romantika szubjektivitása él ugyanis tovább az utazás, mint életforma kortárs jelenségében, megtámogatva az előbbieken tárgyalt posztindusztrializmus individualista ethoszával. A *Kalandor* alakjának megkülönböztetett, polgári konvenciókat elutasító különc szerepe, ami a romantika korában a kevesek kiváltsága volt, a posztindusztriális korban általános jelenséggé vált.

Tömegek gondolkozásmódját befolyásolja a kultúrában és a közösségi média csatornáin keresztül ez a nézet, amely nemcsak hogy életfilozófiává, hanem egyenesen szoteriológiai szintre emeli az utazás és élménygyűjtés tevékenységét és egyfajta megváltástant épít köré. A posztindusztriális korban tömegek számára ugyanis az utazás valójában nem csak a felüdülés, a szabadidő, a szórakozás és a kedvtelés fogalmaihoz kapcsolódik, hanem – ahogy korábban már utaltam rá – a beteljesedett, sikeres, boldog élet eszköze. Vagyis ez a felfogás szerint az utazás, világlátás, kaland és élménygyűjtés egyfajta kötelesség, hogy ha nem akarjuk az életünket elvesztegetni és „csalódottan”, „szürkén”, „unalmasan” befejezni.

Dolgozatomban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy mi állhat a mai tömegturizmus és korunkban tapasztalható „utazási láz” jelenségének hátterében? Mi sarkallja az embereket arra, hogy bizonyos időközönként útra keljenek és idegen tájakra látogassanak? Miért lett az utazás sokak számára életforma, sőt életfilozófia? Összefoglalva az előbbieket megállapítható, hogy a romantika korában – sőt egyfajta előfutárként már Petrarcanál is – létezett az felfogás, ami rokonítható a jelenkori utazásra és világlátásra sarkalló motivációkkal: közös pont a szubjektivitás, az utazás során megélt folyamatos önreflexió és az élmények folyamatos önmagunkra vonatkoztatása. Erre a romantika által közvetített szubjektivitására utal az a jelenkori attitűd is, amely az élmények megélését (vagyis azok bensőnkben való lecsapódásának) fontosságát hangsúlyozza és helyezi előtérbe.

Ahogy láthattuk, jelenkori turizmus jelenségének magyarázatában a romantika korának öröksége mellett fontos szerepe van a posztindusztrializmusnak is. Az 1970-es évek nagy gazdasági modellváltása az értékrendbeli közvélekedést, fogyasztói magatartásokat és a társadalmi ethoszt is átalakította: a korábbi szigorú, fegyelmezett, protestáns etika jelszavával fémjelzett világot felváltotta egy individualista társadalmi mentalitás, amely a kemény munka és a késleltetett örömök értékrendje helyett egy „önmegvalósító”, „önmenedzselő”, „kreativitását kibontakoztató” kultúrát hozott magával. Ennek szellemiségét tükrözik az utazás terén tapasztaltak is; a posztindusztriális társadalmakra jellemző szekularizáció, relativizmus és a nagy 20. századi ideológiákkal szembeni bizalmatlanság az egyéni boldogságkeresés és életfilozófiák irányába terelik e társadalmak tagjait.

Az utazás, mint életforma tehát nem más mint az individuális és szubjektív boldogságkeresés kortárs útja, amelyet tömegek követnek; életfilozófia, amely az evilági élet keretein és az individuum szintjén valósítható meg. Ez az életfilozófia lényege pedig az, hogy az emberi élet sikerességét, értékét, teljességét az határozza meg, hogy mennyi élményt éltünk át, mennyi új tapasztalatot szereztünk és mennyi kalandban volt részünk földi pályafutásunk során. Ezáltal az utazás nem pusztán kedvtelés, hanem egyfajta kötelesség hogyha teljes életet akarunk élni. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy az utazásnak megváltó szerepe van, amely – akárcsak Childe Harold esetében – kiemel bennünket a hétköznapiakból, segít bennünket az önmagunkra találásban és végül megigazulunk általa.

Felhasznált irodalom

AUGUSTINUS: *Szent Ágoston vallomásai*. (Ford. Városi István.) Budapest: Ecclesia. 1974.

BELL, Daniel: *The cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books. 1976.

CLARK, Colin: *The Conditions of Economic Progress*. London: Macmillan Press. 1940.

DAHRENDORF, Ralph: *A modern társadalmi konfliktus*. (Ford. Ecsedy Csaba.) Budapest: Gondolat. 1994.

HANKISS Elemér: *Proletár reneszánsz. Tanulmányok az európai civilizációról és a magyar társadalomról*. Budapest: Helikon. 1999.