

TURIZMUS, FENNTARTHATÓSÁG ÉS AZ ÉRTÉKEK SZEREPE

DOI 10.35402/kek.2024.3.19

Absztrakt

A tanulmány célja, hogy kérdéseket vessen fel a fenntarthatóság, a fenntartható turizmus és az értékek összefüggéseivel kapcsolatban. Mára a fenntarthatóság egyre fontosabb témává válik, és a klímaváltozás egyre fokozódó hatásai miatt az élet egyre több területén jelenik meg a fenntarthatóság iránti igény. A mai élmény- és rizikó alapú társadalmakban pedig a fenntartható tevékenységek egyrészt új élményeket jelentenek, másrészt pedig a környezettudatosabb magatartás segítheti az általános közérzet javítását, sőt akár a klímaszorongás érzetének csökkentését is, azzal, hogy úgy érezzük, saját lehetőségeinkhez mérten teszünk a természetért. Kiemelendő azonban, hogy a mai társadalmakban a fogyasztás központi szerepet játszik, Pine és Gilmore (1999) munkássága alapján pedig az élménygazdaság korában bizonyos élményekért hajlandóak vagyunk többet is fizetni. Éppen ezért azt gondolom, hogy a turizmus kapcsán jól vizsgálható, hogy a fenntarthatóság mennyire jelenik meg értékként a turisták körében.

Kulcsszavak: lassú turizmus, fenntartható turizmus, fogyasztás és értékek

Abstract

The aim of the study is to raise questions about the connections between sustainability, sustainable tourism and values. Today, sustainability is becoming an increasingly important topic due to the ever-increasing effects of climate change, and the demand for sustainability is appearing in more and more areas of life. In today's experience- and risk-based societies, sustainable activities mean new experiences on the one hand, and on the other hand, more environmentally conscious behavior can help improve the general well-being and even reduce the feeling of climate anxiety, by feeling that we are doing whatever we can for nature. It should be emphasized, however, that consumption plays a central role in today's societies, and based on the work of Pine and Gilmore (1999), in the era of the experience economy, we are willing to pay more for certain experiences. That is why I believe that

this topic can be examined through tourism where the question is if sustainability appears as a value amongst tourists.

Kulcsszavak: slow tourism, sustainable tourism, consumption, values

Témafelvetés

Jelen tanulmányban doktori kutatásom elméleti keretét foglalom össze (részben). Kutatásom keretében lehetőségem nyílik a Társadalomtudományi Kutatóközpont által végzett 2020-as adatfelvétel¹ elemzésére, amely arra fog fókuszálni, hogy a lassú turizmus hogyan jelenik meg hazánkban, és kik lehetnek a magyar lassú turisták, továbbá megvizsgálom, hogy a környezettudatosság mentén kialakult-e egy jól elkülöníthető csoport a turizmus kapcsán. Mindezek mellett – a vendégházak szemszögéből közelítve – interjúkat fogok készíteni szállásüzemeltetőkkel valamint turistákkal, amely egy mélyebb megértést ad majd a téma szempontjából, és arra is lehetőséget kínál, hogy feltárjam, mennyire jelenik meg értékként a fenntarthatóság és a környezettudatosság a magyar turisták körében, valamint, hogy mennyire tudatosak a magyar turisták és szállásadók, ezzel is reflektálva a lassú turizmus helyzetére hazánkban. Jelen írás célja tehát a lassú turizmussal kapcsolatos kérdések és a téma sokszínűségének megvilágítása, továbbá a téma további (általam tervezett) kutatási megközelítéseinek bemutatása, amely szorosan kapcsolódik az értékek témaköréhez.

Bevezetés

A turizmus a közelmúltban a gazdaság fontos ágazatává, míg az utazás és az élmények gyűjtése

¹ Az adatfelvétel során 800 fő töltötte ki a kérdőívet a NetPanel felületén keresztül, így alakult ki a minta, amely reprezentatívnak tekinthető kor, nem, településtípus, régió és az iskolai végzettség mentén. A minta kialakítását továbbá egy szűrőkérdés is segítette, amely arra irányult, hogy csak hazai és belföldön utazó turisták kerüljenek a mintába. A kérdőív, kifejezetten a belföldi turizmushoz és a vidéki turizmushoz kapcsolódott, az adatfelvétel pedig 2020 november és december között zajlott.

bizonyos társadalmi csoportok életmódjának meghatározó részévé vált (Munt 1994). Eközben, ahogy a tevékenység egyre divatosabb, elterjedtebb és elérhetőbb lett, úgy derült fény a turizmus negatív, externális hatásaira, amik adott helyeken (a turisták megjelenésével) és globális szinten is (pl. a légszennyezésen keresztül) jelentősek. John Urry (2008) szerint a turizmus hétköznapivá válásához jelentősen hozzájárult a vasút fejlődése, majd az autók, később pedig a repülés elterjedése, azonban vélhetően a turizmus negatív hatásainak is köszönhetően megjelent az igény a fenntartható turizmus iránt.

A fenntarthatóság, a fenntartható életmód egyre inkább mint érték jelenik meg bizonyos rétegek számára, kérdés azonban, hogy a turizmus aspektusában is hasonló folyamatról lehet-e szó. A téma kapcsán fontos szerepet tölt be a lassú filozófia – amely akár az élet minden területére kiterjeszhető szemléletmódot jelent –, viszont kiindulópontnak mégis az élménytársadalom koncepció (1992) és az ezt tovább gondoló élmény gazdaság koncepció (Pine – Gilmore 1999) tekinthető, azonban fontos kiemelni, hogy hangsúly minden esetben a fogyasztáson van.

Mindezek mellett, ahhoz, hogy a fenntarthatóság fontos szerephez kezdett jutni a mindennapi élet során, szükség volt arra is, hogy társadalmi igény mutatkozzon iránta. Ez az igény feltehetőleg a klímaváltozás egyre fokozódó és egyre realisabb veszélyeihez köthető, ez pedig jól illeszkedik Beck (1986) kockázattársadalom koncepciójához, melynek központi kérdése, hogy a társadalmak hogyan tudnak alkalmazkodni, és főleg fellépni az aktuális kockázatokkal szemben. Véleményem szerint egy ilyen megküzdési stratégiának tekinthető a fenntarthatóság és a fenntartható életmód iránti igény megjelenése. Kérdés viszont, hogy az utazásaink során, ahol a központban a fogyasztás áll, képesek vagyunk-e valóban fenntartható formákat kialakítani? Ez azért is központi kérdés, mert a szakirodalom (Pusztai 2013; Kiss 2014) is rávilágít, hogy a turizmus iparágát is a kereslet-kínálatához fűződő igények alapján alakítják a szolgáltatók. Mivel a turisták mint fogyasztók pedig elsősorban az általuk konstruált képpel szeretnének találkozni – amely saját értékeiket, bourdieui értelemben vett habitusukat tükrözi –, így a gyűjtött élmények csak a konstruált autentikusság jegyeit hordozzák. A felvázoltak alapján kérdés tehát, hogy a fenntartható turizmushoz köthető utazási formák milyen értékek mentén alakulnak és mennyire találkozhatnak a turisták autentikus élményekkel?

„Lassúság” és a fenntarthatóság találkozása – a lassú életmód előfutárai, kialakulása

Slow Food Movement

A „slow” mozgalom történetének kezdete a nyolcvanas évekre datálható. Először a *Slow Food* mozgalom jelent meg, majd idővel kiterjedtek más területekre is a mozgalom alapelvei, és létrejött a Slow Movement. Az általános lassú filozófia és az ezzel kapcsolatos gyakorlatok a Slow Food mozgalomnak köszönhetik eredetüket. Az Associazione Ricreativa Culturale Italiana (ARCI), az olasz baloldali szabadidős egyesülete indította el a Slow Food mozgalom előfutárát, 1986-ban. Carlo Petrini vezetésével a mozgalom egy tervezett McDonald's étterem létesítése ellen tiltakozott, többek között úgy, hogy egyes aktivisták tésztát ettek a létesítmény előtt, minél lassabban (Lindholm – Lie 2012). Három évvel később Párizsban aláírták a Slow Food Kiáltványt. A kiáltvány esztétikai és etikai állításokat is megfogalmazott. Manapság a Slow Food globális kiterjedésű és intézményesített: több mint 100 000 taggal büszkélkedhet, kb. 160 országban. A mozgalom hatásai naponta láthatók például a termelői piacok elterjedése és a kézművesség újjáéledése formájában. A mozgalom honlapja alapján kb. egy millióan támogatják a kezdeményezést.²

A mozgalom célja alapvetően a helyi kis- és közép vállalkozások védelme a nagyvállalatokkal szemben, legyen szó gazdaságokról, beszállítókról vagy éttermekről. A Slow Food Mozgalom legfontosabb céljai, hogy lehetővé tegye az emberek számára, hogy nyitottak legyenek az érzékszervi örömökre, mások társaságára, és figyeljünk önmagunkra és a környezetünkre, a lassúság koncepciója tehát nemcsak az ételre vonatkozik, hanem az élet többi területére is (Parkins – Craig 2006).

„Città Slow”

A Slow Food sikere nyomán megszületett a „lassú város”, vagyis a Città Slow mozgalom, amely megkísérli kiterjeszteni a Slow Food filozófiáját a városi élet minden aspektusára. 1999-től a mozgalom autonóm szervezetként működik, melyet tíz polgármesterről álló választott gyűlés irányít, amelynek egy elnöke, három alelnöke és egy operatív igazgatója van (Knox 2005). A hagyományos ételek,

² A Slow Food Movement-el kapcsolatos információk a mozgalom honlapján találhatóak: <https://www.slowfood.com/> (Letöltve: 2024. 03. 29.)

borok védelme, vállalkozások fejlesztése és a helyi piacok népszerűsítése mellett a Città Slow számos várostervezési és közlekedési intézkedést hajtott végre, mint például a forgalom csökkentése, a parkok fejlesztése, a régi épületek helyreállítása.

A Città Slow honlapja³ alapján jelenleg világszerte 33 ország 297 városa csatlakozott a szervezethez. A legtöbb város Európában található, értelemszerűen főleg Olaszországban, de a mozgalom Ázsiában is népszerű, főleg Kínában és Dél-Koreában. Magyarországról csak egy város csatlakozott eddig a szervezethez: Hódmezővásárhely. Ahhoz, hogy egy város csatlakozhasson, meg kell felelni bizonyos paramétereknek. A városoknak 72 minőségi követelménynek kell megfelelnie, hét makroterületen⁴.

Mind a Slow Food mozgalom, mind a Città Slow a tudatos életmódot ösztönzi, amelynek legfontosabb eleme a helyi vállalkozások segítése. Ez pedig erősíti a környezettudatos magatartást és a fenntartható megoldások előnyben részesítését, hiszen a lokális kis élelmiszerek leginkább helyi, önálló gazdaságoktól szerzik be az alapanyagokat.

Lassú életmód – a lassú filozófia kiterjesztése

A posztmodernitás egy kritikájaként jelent meg a társadalomkutatók felől (pl.: Boulding 1978; Jameson 1984), hogy az egyének számára terhesé, kimerítővé válik, hogy folyamatosan lépést

³ A Città Slow honlapján található friss információ a jelenlegi tagokról, működésről, csatlakozási feltételekről: <https://www.cittaslow.org/> (Letöltve: 2024. 04. 10.)

⁴ A követelmények az alábbi makroterületeket érintik: energia- és környezetvédelmi politika (parkok, zöldterületek, megújuló energia, közlekedés, újrahasznosítás stb.); infrastruktúra-politikák (alternatív mobilitás, kerékpárutak, utcabútorok stb.); a városi élet minőségére vonatkozó politikák (peremterületek átminősítése, újrahasznosítása, kábelhálózati város – száloptika, vezeték nélküli megoldások stb.); mezőgazdasági, turisztikai és kézműves politika (a GMO használatának betiltása a mezőgazdaságban, a munkatechnikák és a hagyományos mesterségek értékének növelése stb.); a vendéglátással kapcsolatos, tudatosság növelése és edukálása (jó fogadtatás, az üzemeltetők és a kereskedők tudatosságának növelése: az ajánlatok és az árak, tarifák átláthatósága stb.); társadalmi kohézió (fogatékmal élők, szegények, diszkriminált kisebbségek integrációja stb.); Partnerségek (együttműködés más természetes és hagyományos élelmiszereket népszerűsítő szervezetekkel stb.).

próbálnak tartani a rohanó világgal, főleg az egyre gyorsabb technikai fejlődéssel és emiatt megjelent az igény a lassulásra, amelyet ki lehet terjeszteni az élet minden területére. Fontos kiemelni azonban, hogy a lassúság iránti igény jelen volt a társadalmakban korábban is – mikor gyors fejlődés volt tapasztalható –, amely a nosztalgia-érzet keresésében manifesztálódott. A 19. században például népszerűvé vált a romantikus művészet, melynek központi témája volt a csendes, vidéki tájak ábrázolása, amely az első ipari forradalom korszakában megnyugtatónak hatott és nosztalgiaérzetet adott az egyének számára (Thrift – May 2001).

A mai gyorsulásra válaszként elsőként a már bemutatott Slow Food Movement jelent meg, melyből kiindulva egy egész életmód, életstílus is kirajzolódott: a „*slow living*”. A fogalomról Parkins (2004) adott pontos leírást. Szerinte lassan élni azt jelenti, hogy figyelmes és nem meggondolatlan gyakorlatokba kezdünk, amelyek arra készítetnek bennünket, hogy mérlegeljünk minden olyan feladat örömet, vagy legalábbis célját, amelyre időnk szánjuk. A lassú életmóddal kapcsolatos legnyilvánvalóbb gyakorlatok közé tartozik a főzés és az étkezés megosztása családdal, barátainkkal stb. Mindez magában hordozza, hogy a gyorsétel vásárlása helyett, sőt, ahelyett, hogy szupermarketekből vásárolnák meg az alapanyagokat, lehetőleg az egyének maguk termelik meg őket (lehetőségeikhez mérten), továbbá a bevásárlások során igyekeznek környezettudatos megoldásokat alkalmazni, például ahelyett, hogy autóba szállnának, kerékpárral vagy gyalog mennek boltba, de még inkább (termelői) piacra. Az idő tudatos felhasználása ezen lassú gyakorlatok révén a mindennapokat jelentéssel és értékkel ruházzák fel, mivel az egyének meg akarják különböztetni magukat a sebesség uralkodó kultúrájától.

Az idődimenziót tovább elemezve fontos kiemelni, hogy a lassúság nem a hagyományos értelemben vett időérzékelésre utal. A lassúság azt jelenti az életmódot követők számára, hogy az időhöz igyekeznek egy minőségi faktort kapcsolni, ezzel a megélt események, élmények időtlenné válnak, ezek alapján tehát az idő és az időnk kezelése, beosztása értékévé válik. Ahhoz viszont, hogy eljussunk ehhez a fajta időérzékeléshez, elengedhetetlen a tudatosság, amely a lassúfilozófia ismeretével és annak kiterjesztésével érhető el, melynek alapja a környezet, a kultúra, az állatok és az emberek, közösségek kölcsönös védelme. Maga a lassúság inkább, mint attitűd fogható meg, melynek szerves eleme

a társadalmi felelősségvállalás és az egymás iránti törődés fontossága. Ez az az attitűd, gondolkodásmód, amelyet az élet minden területén alkalmazni kellene ahhoz, hogy kialakítsuk a lassú életmódot, melynek során azáltal is figyelünk egymásra, hogy nem károsítjuk a környezetet (Tam 2008), így egyéni szinten teszünk a klímaváltozás ellen. Ez a fajta attitűd pedig identitásképző erővel is bír (Sari – Lukito 2017). Látható tehát, hogy a lassú életmód kapcsán a környezetvédelem és a társadalmi felelősségvállalás, mint érték jelenik meg, amely az identitás kialakításának alapjául is szolgál.

Mivel a lassúság központi eleme a vidék, a vidéki élet, ezért fontos megvizsgálni, hogy jellemzően mely társadalmi csoportokra jellemző a városból vidékre vándorlás, továbbá, hogy milyen motivációk mentén döntenek sokan a városból vidékre költözés mellett. A szakirodalom alapján úgy tűnik, hogy jellemzően középosztálybeliekre jellemző a jelenség, hazánkban pedig már kijelenthető, hogy a vidékre vándorolt középosztálybeliek a vidékfejlesztés kulcsfigurái lettek azáltal, hogy a vidék uralkodó rétegévé váltak és főleg igényeik alakítják a vidéki tereket (Csurgó, 2013).

Míndez jól köthető az előbb felvázolt „lassulási” kerethez, hiszen a középosztálybeliek döntően azért költöznek el a városokból, mert a vidéki élettel kapcsolatban egy idealizált kép él a fejükben, melynek fókuszában az idilli, vidéki élet megvalósítása áll (Cloke 1997; Short 2006; Csurgó 2007). Ennek az életmódnak az elemei pedig nagyban hasonlítanak a Parkins (2004) által felvázolt lassú életmód összetevőjéhez. Csurgó (2013) vizsgálatai rámutatnak, hogy a városból kiköltöző középosztálybeliek megváltoztatják a vidéki életet, a kistelepülésekre jellemző életstílus a középosztály megjelenésével megváltozik. További eredménye, hogy az ingatlanárak és személyi jövedelemadóból származó bevételek emelkedése arra utalnak, hogy a városból jellemzően a tehető, jó anyagi háttérű családok érkeznek vidékre, motivációjuknak pedig leginkább természeti értékek és a vidéki élet romantizálása tekinthető. Megjelenik továbbá a vidékkel kapcsolatos retraditionalizáció, ez egyrészt manifesztálódik a közösségi élet iránti igény megjelenésében és a hagyományok újraeledésében, másrészt a mezőgazdasághoz köthető tevékenységek kapcsán is, amely a helyi termelők számára kedvez.

Míndez arra mutat rá véleményem szerint, hogy hazánkban is megjelent az igény egy „lassabb” életforma, életstílus iránt, amely főleg a középosztálybeliek körében nyilvánul meg. Sok értelmiségi,

középosztálybeli számára identitás- és értéképítő jellegű lehet, hogy milyen a viszonya, a hozzáállása a környezethez és a környezettudatossághoz. Véleményem szerint, azok a családok költöznek jellemzően városból vidékre, vagy töltenek jelentős időt vidéken nyaralótulajdonosként vagy turisztikai vállalkozóként, akik számára fontos lehet a környezetvédelem és a környezeti értékek.

Fogyasztás és fenntartható turizmus

A mai társadalmakban az utazás státusszimbólummá vált (e.g. Urry 1990; Pappas 2014), és nemcsak az számít, hogy ki, hova utazik, hanem az is, hogy ki, mit és hogyan fogyaszt. A fogyasztói társadalomhoz köthető szakirodalomból Bauman (2005) gondolatait tartom egyrészt relevánsnak. Bauman a fogyasztást a társadalmi rétegződés felől közelíti meg. Munkája alapján a mai fogyasztói társadalomban, amelyben élünk, az egyének betöltik a fogyasztó szerepét, a fogyasztáson keresztül pedig felvázolódik a normális élet ideája.

A fogyasztás és a társadalmi státusz összefüggései mára kutatott területnek számít a szociológiában. A témához kötődve kiemelném még Veblen és Bourdieu munkásságát. A fogyasztás és a társadalmi státusz összefüggéseivel elsők között foglalkozott Veblen (1975), akinél a fogyasztás a társadalmi státusz demonstrálásával egyenlő, a legfontosabb pedig, hogy a gyűjtött státusszimbólumok segítségével a szereplők kifejezzék a felsőbb társadalmi pozíciót, mindezek mellett pedig a felsőbb osztály szerepe az ízlés és divat kontroll alatt tartása.

Mára a turizmushoz is kapcsolódik státuszjelző funkció, ugyanakkor, mivel széles körben elterjedt és sokak számára elérhető, már nem mint kiváltság jelenik meg, hanem a szabadidőfelhasználás egy fontos formájává vált. Azonban ez nem volt mindig így: a 17-19. században az utazás a nemesek kiváltsága volt, az úgynevezett „Grand Tour”-ok formájában. Ennek keretében a fiatal nemesek bejárták Európát, céljuk pedig a műveltségük bővítésén túl a kapcsolatok építése és idegen kultúrák megismerése volt. Ezután megkezdődött a tömeges személyszállítás kiépítése, egyre több vasútvonalat építettek és az országúthálózatok is fejlődésnek indultak, ezzel utat nyitva a mai tömegturizmus kialakulásához (Schanze, 1984).

A turizmus témájához jól kapcsolható az ízlés és a habitus kérdése is. Az ízlés pedig központi fogalom Bourdieu (1984) fogyasztással kapcsolatos munkásságában: szerinte az ízlés a fogyasztáson keresztül

fejeződik ki, melynek kulcsfontosságú szerepe van az osztályszerkezet fenntartásában, hiszen az nemcsak társadalmi és gazdasági tényekből következik, hanem azok szimbolikus és kulturális szinten történő újratermelődéséből is. Ide köthető továbbá a habitus fogalma is, amely az életkörülményekből és az objektív életfeltételekből fakadó gondolkodásmódot, viselkedést jelenti, amelyet az emberek tudattalanul, a megszokás útján internalizálnak. A mindennapokban a habitus diszpozíciók útján van jelen, ami gyakorlatilag az élet minden területére hatással van, befolyásolja például döntéseinket, mozgásunkat és a fogyasztást is. Ebből következik a habitus egy másik megjelenési formája, az ízlés (Bourdieu 1984).

Az ízlés pontos meghatározása pedig nem más, mint annak a képessége, „*hogyan kulturálisan osztályozott tárgyak és gyakorlatok egy bizonyos részét magunkévá tesszük*” (Simányi 2005: 169). Az ízlésünk pedig alapjaiban meghatározza, hogy mit fogyasztunk az élet minden területén, például, hogy mit olvasunk, milyen műsorokat, termékeket kedvelünk, hova utazunk. Kialakulására pedig hatással van osztályhelyzetünk, ami azt is jelenti, hogy a hasonló osztályhelyzetűek ízlésében hasonlóságok is mutatkoznak (Simányi 2005).

Utazás, mint élmény

A turizmus a mai társadalmakban fontos rekreációs funkciót is betölt. Utazásaink során fontos tapasztalatokat, élményeket gyűjtünk. A tömegturizmus megjelenése pedig a jóléti társadalmaknak köszönhető, ahol teljes iparágak épülnek a fogyasztásra és az élményszerzésre. Ehhez a problematikához kapcsolható Schulze (1992) élménytársadalom koncepciója.

Schulze élménytársadalomra vonatkozó munkáihoz kapcsolható a már említett szerző, Bauman (2005), aki szerint az élmény mérőeszközzé válik, hiszen a szabadidő és az élmények hajszolása a nyolcvanas évekre már nemcsak a felsőbb, privilegiált csoportok sajátossága, hanem minden társadalmi csoportnál jelen van és az élet minden területén megjelenik, nem csak a szabadidő aspektusában. Egy másik előfutárnak tekinthető Simmel (1973) *A divat* című írása, melyben arra a következtetésre jut, hogy akik hasonló divatot követnek, hasonló ruhákat hordanak hasonlóan is viselkednek. A divatnak pedig egyszerre egy összetartó és elkülönítő szerepe van, hiszen a divat segítségével kifejezhetjük egyéniségünket, közben pedig kifejezhetjük azt is,

hogy mely csoporthoz tartozunk, ahogy erre rámutat Veblen és Bourdieu is. Hasonló megállapításra jut Schulze is az esztétika kapcsán (Éber 2008).

Schulze az élménytársadalommal kapcsolatos munkájának érdekessége, hogy hatással volt rá kortársa, Beck is, akivel közös kiindulópontjuk az említett II. világháború utáni életszínvonal változás, Németországban. Beck (1986) viszont a „hiánytársadalmat” és a kockázatokat máshogyan megélt „kockázattársadalom” elkülönítéséből indul ki, ezzel szemben Schulze a „szűkösség társadalmát” állította szembe az „élménytársadalommal” (Éber 2008). Ebben az élménytársadalomban az egyének célja a „szép” élet elérése, ami egy élményekben gazdag életet jelent, tele izgalommal, érdekességekkel. Az élményeknek viszont meg kell felelniük az egyén preferenciáinak, tehát nem elég, ha részt veszünk egy drága utazáson, az utazásnak meg kell felelnie az egyén elvárásainak, hangulatának. Schulze azonban felhívja rá a figyelmet, hogy ez a fajta élményorientáltság csak azokban a társadalmakban jelenik meg, ahol már nem a mindennapi túlélés a legnagyobb probléma, ezekben a társadalmakban az élmény, a „szép” élmény csak melléktermék (Schulze 2000).

A szép élet „projektjének” megvalósításához önreflexióra, önértékelésre is szükség van, ez az önreflexió pedig félelemhez, bizonytalansághoz vezethet. Az alapp probléma az életöröm, az örök kérdés bennünk az, hogy megéri-e élni? A bizonytalanság pedig abból keletkezik, hogy nem tudjuk, mit akarunk. Az értelemválság és bizonytalanság a felsőbb társadalmi csoportok életében is jelen van, hiszen már elérték céljukat, szinte bármit megtehetnek, viszont sok élmény, amit az alsóbb csoportok átélnek, ismeretlen számukra. A „szerencsések” tehát azért boldogtalanok, mert nem tudják, mit akarnak. Ezért is fontosak a közösségi minták, mert útmutatásuk nélkül bizonyos emberek számára túl nagy kihívást jelentene filozófiai szempontból, hogy tetszésüknek, preferenciáiknak megfelelő életet éljenek (Schulze 2000). Továbbá ez azért is fontos, mert az, hogy milyen értékek számítanak fontosnak aktuálisan a társadalmakban, nagyban alakítják a bourdieu-i értelemben vett ízlésünket és habitusunkat is és hozzájárulnak, hogy megtaláljuk a „szép életet”, beilleszkedjünk a társadalomba.

Az élménygazdaság

Pine és Gilmore (1999), Schulze munkásságából kiindulva felvetették, hogy az élményszerzésre már iparág épül, így gazdasági előnyöket kezdtek

tulajdonítani az élményszerzésnek, és élménygazdaságról beszélnek. A szerzők úgy gondolják, hogy ezekben a jóléti társadalmakban fogyasztás szempontjából az egyik legfontosabb elem az élményszerzés, melynek akkora értéke van, hogy más, leértékelődőben lévő szolgáltatásokkal, árukkal szemben az egyének hajlandóak többet is fizetni. Erre a legjobb példa a turizmus, melynek során egy passzívnak tekinthető szubjektumra lehet hatást gyakorolni, az utazások során megszerezhető „szép élményeken” keresztül (Éber 2007:40). Pine és Gilmore (1999), továbbá értékteremtő szerepet is tulajdonít az élményszerzésnek, hiszen az élményeinken keresztül igyekszünk megmutatni, kik vagyunk, milyen értékek fontosak számunkra. Igyekszünk önazonos élményeket keresni, és azért hajlandóak vagyunk akár többet is fizetni.

Mindezek alapján jól látható, hogy Schulze gondolatai a fogyasztással és az élményorientáltsággal kapcsolatban jól tetten érhetőek a turizmus kapcsán. Miután egyre szélesebb rétegek számára elérhetővé vált az utazás lehetősége, egyre inkább megjelent az igény arra, hogy minél több desztinációt meg lehessen látogatni. Ma már egyértelmű cél, hogy minél több helyszínt meglátogassunk, ott minél többet fogyasszunk és minél több élményt szerezzünk. Mindezek mellett újra visszautalnék a baumani, vebleni és bourdieui gondolatokra, melyek alapján rá lehet világitani a turizmus és a társadalmi státusz demonstrálása közötti kapcsolatra, hiszen a turizmus globalizálódása és expanziója azt is jelentette, hogy az utazások mennyisége és az elért desztinációk státusz-reprezentáló erejűvé váltak, továbbá – ahogy már kifejtettem –, véleményem szerint a turizmus mára egyenlőtlenségi dimenzióként is funkcionál. Ez az egyenlőtlenségi dimenzió az élmények fogyasztása közben is reprezentálódik, hiszen az élménygazdaságban az, hogy milyen élményeket fogyasztunk, meghatározza, hogy kik is vagyunk és mennyire vagyunk egyediek, milyen értékeket közvetítünk. A turizmus szempontjából ez azt is jelentheti, hogy a tömegturisták a legnépszerűbb, híres desztinációkat kedvelik, azonban vannak úgynevezett alternatív turizmusformák, ahol a turistáknál megjelenik például a környezettudatosság mint érték, és ezáltal tudatosabb fogyasztással lesznek jellemezhetőek.

Fenntartható turizmus

A fenntarthatóság gondolata egyre szélesebb rétegeknél fogalmazódik meg, és a turizmus kontextusában

is megjelentek a fenntarthatóság jegyeit hordozó turizmusformák, részben a túlturistasodás⁵ jelenségére válaszul. A következőkben így néhány, a fenntartható turizmushoz köthető utazási formát mutatok be. A téma érdekessége, hogy nincsenek éles határok az ide köthető turizmusformák között, azonban fontos megindokolnom, hogy miért is a lassúságot és az ahhoz köthető lassúturizmust tartom a legjobb kiindulópontként a téma szempontjából.

Ezekben a turizmusformákban közös a fenntartható utazás iránti vágy, a helyi vállalkozások támogatása és a természethez köthető programok preferálása. Az ökoturizmus legközpontibb eleme a természet védelemének szem előtt tartása és a helyi sajátosságok, hagyományok megismerése. Az ökoturisták fő célja, hogy utazásaik a lehető legminimálisabb környezeti terhelést okozzák. Az ökoturizmus pozitív hatással lehet a helyi közösségekre, nemcsak gazdasági szempontból, hanem edukációs szempontból is, hiszen a turisták felhívhatják a figyelmet a klímatudatosság fontosságára a helyiek körében is (Nistoreanu – Dorbantu – Tuclea 2011).

Az ökoturizmussal szemben a felelős turizmus központjában főleg etikai kérdések állnak. Fontos a társadalmi és a környezeti szempontok integrálása, amely magába foglalja a környezetvédelmet, a tisztességes munkakörülményeket és közösségi érdekeket is (Lund – Durlacher 2015). A felelősturizmus alapvetően filozófiai alapokon nyugszik és a felelősturisták nagy figyelmet fordítanak arra, hogy igazodjanak ezekhez az etikai kérdésekhez köthető filozófiai alapokhoz és értékekhez. A filozófia alapértéke a társadalmi felelősségvállalás, amely a turizmus szempontjából azt jelenti, hogy etikuss szálláshelyeket és szolgáltatásokat részesítünk előnyben, ahol megbecsültek a közösség tagjai (Fennell 2008).

A lassúturizmus úgy tűnik, jól ötvözi az ökoturizmus és a felelősturizmus központi elemeit. A témával kapcsolatos tanulmányok csak az utóbbi években jelentek meg a szakirodalomban. A fogalmat még mindig értelmezik a kutatók (pl. Guiver – McGrath 2016), és egy új lehetséges paradigmáról is beszélnek (Polyxeni – Mylonopoulos – Kondoudaki 2017). Egységes definíció hiányában a kutatók inkább a lassúturizmus jellegzetességeit

⁵ A kifejezést a Harold Goodwin (2016) is definiálta egy, a Responsible Tourism Partnership oldalán megjelent cikkben. A definíció szerint akkor beszélhetünk overtourism-ról (túlturistasodásról), mikor az adott desztináción élők és az oda látogatók úgy érzik, hogy a túl sok turista miatt az élet, valamint a vakáció élménye elviselhetetlenné válik.

igyekeznek feltárni. Dickinson és Lumsdon (2010) például arra kereste a választ, hogy mik a legjelentősebb különbségek a túrturistasodás és a lassúturizmus között. Munkájuk alapján a lassúturizmus kedvelői igyekeznek megismerni a helyi sajátosságokat, míg a tömegturizmus során minél több attrakciót szeretnének megnézni a turisták, minél rövidebb idő alatt. Ez feltehetőleg azt is jelenti, hogy az utazáshoz nagyobb anyagi forrásra van szükségük, mint a lassú turistáknak, illetve utazásaik során magas szén-dioxid kibocsátással jellemezhetőek. A lassú turizmus szintén etikai és filozófiai alapokon nyugszik. Kiindulópontjának tekinthető a „*Slow Food Movement*”, mely kinőtte magát az élet minden területére kiterjedő lassúfilozófiává. Ahogyan a fenntartható fejlődés, úgy a lassúság filozófiájának kezdetei is az 1980-as évekre datálható.

A mozgalom célja alapvetően a helyi kis- és középvállalkozások védelme a nagyvállalatokkal szemben, legyen szó gazdaságokról, beszállítókról vagy éttermekről. A Slow Food Mozgalom legfontosabb céljai, hogy lehetővé tegye az emberek számára, hogy nyitottak legyenek az érzékszervi örömekre, mások társaságára, és figyeljenek önmagukra. A lassúság tehát nemcsak az ételre vonatkozik, hanem az élet többi területére is. A szervezet megalakulása óta sokat fejlődött és sok változáson ment keresztül, éppen ezért inkább már ökológiai mozgalomként definiálja magát (Parkins – Craig 2006). Az előbbieken felsorolt, a mozgalomhoz köthető célok továbbá jól illeszkednek a korábbiakban felvázolt élménytársadalom alapú szakirodalmi keretrendszerbe is.

A lassú turizmus tehát a helyi kultúra, örökség és természeti erőforrások megbecsülését hangsúlyozza (Le Busque – Mingoia – Litchfield 2021; Serdane – Maccarrone-Eaglen – Sharifi 2020). Ez azt jelenti, hogy a lassú turisták utazásaik során figyelnek arra, hogy minél környezetkímélőbb módon ériék el úticéljukat (pl.: tömegközlekedéssel, biciklivel stb.), továbbá célpontjaik jellemzően vidéki városok, kistélepülések. Fontos számukra, hogy megismerjék a helyi sajátosságokat és támogassák a helyi vállalkozásokat, melynek egyik megjelenési formája, hogy szállodák, hotelek helyett inkább, jellemzően a helyiek által üzemeltetett apartmanokat, vendégházakat keresik fel.

Mindezek alapján azt gondolom, kimondható, hogy a lassú turizmus jól ötvözi az ökoturizmus és a felelősturizmus alapelemeit. A lassú turisták számára központi érték a környezetvédelem, de éppúgy az etikus utazás is. Így elmondható, hogy

a lassú turizmus a környezettudatosságot ideológiai, filozófiai elemekkel ötvözi, melynek fókuszja a fenntartható turizmus megvalósítása: ezért tartom a legmegfelelőbb kiindulópontnak a turizmus és az értékek összefüggéseinek vizsgálatakor.

„Slow Tourism” – a lassú turizmus jellegzetességei

A lassú turizmusnak mára egyre kiterjedtebb a szakirodalma, viszont Oh és munkatársai (2014) felhívják a figyelmet, hogy annak ellenére, hogy az élet minden területén egyre fontosabbá válik a fenntarthatóság és a lassúság megvalósítása, a lassú turizmussal kapcsolatos szakirodalomban egyelőre kevés szisztematikus kutatás található. Különösen a lassú turizmus és a látens folyamatok szempontjából még váratnak magukra az olyan empirikus kutatások, amelyek segítenek megérteni, hogy az utazók hogyan hozzák meg a döntéseket, miért választják ezt az utazási formát és miért fontos ez nekik, ha fontos egyáltalán (Dickinson – Lumsdon 2010). A lassú turizmussal kapcsolatos jelenlegi kutatások nagy része leíró vagy kvalitatív jellegű, ezért még mindig hiányoznak az empirikus adatok ahhoz, hogy kiterjedt betekintést nyerhessünk a lassú turizmus dimenzióba és pontos folyamatába (Groenendaal 2012). Az ilyen jellegű kutatások hiányának egyik oka egyszerűen a viszonylagos újdonságnak tudható be. Egy másik lehetséges ok pedig a szkepticizmus, a kritikusok – köztük aktív turizmuskutatók is – részéről, akik nem értenek egyet azzal, hogy a lassú turizmus új utazási forma lenne (Oh – Assaf – Baloglu 2014).

Mindezen nehézségek miatt meglehetősen nehéz definiálni, hogy mi is a lassú turizmus. Dickinson és Lumsdon (2010) például nem is definiálni próbálta a jelenséget, hanem megvizsgálta, milyen különbségek vannak a tömegturisták és a lassú turisták között. Munkájuk alapján a lassú turizmus kedvelői igyekeznek megismerni a helyi sajátosságokat, míg a tömegturizmus során minél több attrakciót szeretnének megnézni a turisták, minél rövidebb idő alatt. Ez azt is jelenti, hogy az utazáshoz nagyobb anyagi forrásra van szükségük, mint a lassú turistáknak, illetve utazásaik során magas szén-dioxid kibocsátással jellemezhetőek. A lassú turisták számára tehát feltehetőleg fontosabbak a fenntartható és környezettudatos megoldások, viszont az kérdéses, hogy a fogyasztói magatartásuk valóban környezettudatos-e az élet többi területén is. Természetesen a jelenségnek több összetevője

van, például a személyek, családok társadalmi státusza, gazdasági tőke stb. Lipman és Murphy (2012) a lassú turizmus kulcsfontosságú összetevőjeként ismeri el a fenntartható fogyasztást, a „lassabb” közlekedés és termékek, a csökkenő helyváltoztatás és a kevesebb utazás előnyben részesítése révén.

Vidék mint a lassú turizmus helyszíne – *Lassú turizmus (?) Magyarországon*

A lassú turizmushoz kapcsolható szakirodalomban úgy tűnik, hogy a lassú turisták elsődlegesen a vidéki desztinációkat preferálják, ahol hosszabb időt töltenek el (Dickinson – Lumsdon 2010). Hazánkban még nem születtek átfogó kutatások a lassú turizmussal kapcsolatban, amelyek arra irányulnak, hogy megismerjük, pontosan kik a lassú turisták és milyen motivációk mentén döntenek az utazási forma mellett, azonban megemlítenék két tanulmányt a magyar lassú turizmus kapcsán. Ernszt és Márton (2021) megkísérelték felmérni, hogy milyen is lehet a magyar emberek percepciója a lassú turizmusról. A kutatás keretében egy online kérdőívet készítettek, melyet összesen 386-an töltöttek ki, a kitöltőket pedig egyszerű alanyok felkeresésével és hólabda módszerrel érték el. Így reprezentativitásról nem beszélhetünk, viszont egy előzetes képet kaphatunk arról, hogy mit gondolnak a magyarok erről az utazási formáról.

A válaszadók 98 százaléka bevallása szerint évente legalább egyszer utazik, így volt rendelkezésre álló turisztikai élmény, tapasztalat. A válaszadók döntő többsége nő volt (71,2%), legtöbbször a fiatal korosztályból (18-25 évesek: 69,9%). Azért is fontos, hogy többségében fiatalok töltötték ki a kérdőívet, mert a szakirodalom alapján úgy tűnik, hogy ők a leginkább fogékonyak a környezettudatos életmód és megoldások iránt. Az eredmények azt tükrözik, hogy a mintában szereplők számára nem a lassú turizmus a cél. A vizsgált négy aspektus közül (társadalmi jóllét, lokalitás, fenntarthatóság és élmény alapú megközelítés – Pécsek, 2018-as munkája nyomán), leginkább csak a lokalitás tűnik fontosnak, tehát a hely-specifikus ételek, termékek megismerése és a desztináció autentikussága. Megjelent továbbá, hogy az élmény elmélyítése érdekében, ha valami számukra érdekelt vette észre a kitöltők, hajlamosak voltak letérni a tervezett útvonalról, tehát jelen van az élményorientáltság is. Összességében viszont úgy tűnik, hogy a mintában szereplők nem voltak fogékonyak a lassú turizmus iránt, mindezt erősíti, hogy a válaszadók csupán

21,5%-a kerüli szándékosan a zsúfolt helyeket utazásai során, továbbá a fenntarthatóság sem tűnt fontosnak a számukra (Ernszt – Márton, 2021).

Pécsek egy korábbi, 2016-os tanulmányában Mezőkövesd városában vizsgálta a turistákat és a lassú turizmus jelenlétét, kérdőív segítségével, melyet 132-en töltöttek ki. Az eredmények az alacsony elemszám és a reprezentativitás hiányában nehezen értelmezhetők tágabb kontextusban, azonban figyelemre méltó, hogy a szerző már 2016-ban foglalkozott a témával. Eredményei alapján a válaszadók csupán 17 százaléka nem hallott még 2016-ban a „slow city”, „slow food”, „slow tourism” fogalmakról és a válaszadók fele hallott legalább a „slow city” fogalmáról. A turisták viszont alapvetően nem tűntek lassú turistáknak, hiszen főleg átutazóban voltak és nem volt jellemző a környezetbarát utazási eszközök használata. Sőt, azok a turisták, akik autóval érkeztek a városba, a városon belül is az autós közlekedést preferálták. Pozitív eredmény volt viszont, hogy a város meglátogatásának főleg kulturális motivációi voltak, a helyi folklór, népművészet megismerése, amely a lassú turizmus egy fontos eleme, azonban a fenntarthatósággal kapcsolatos értékek nem jelentek meg az eredményekben.

A bemutatott két kutatás bár nem reprezentatív, fontos eredményeket mutatnak be a magyar lassú turizmus kapcsán, annak ellenére is, hogy általános következtetések, összefüggések nem vonhatók le az eredmények alapján. Előzetes képet kaptunk általuk a magyar turisták általános tudásának és hozzáállásának helyzetéről a lassú turizmus kapcsán, éppen ezért elengedhetetlen a téma további vizsgálata, mely egy átfogó kép megalkotására törekszik a magyar lassú turizmus helyzetéről.

Falusi és vidéki turizmus hazánkban

Molnár és Remenyik (2017) munkája alapján kirajzolódott, hogy a falusi és vidéki turizmus során a vidéki helyszíneken több időt töltenek el a turisták, jellemzően több éjszakát is eltöltenek adott helyen, érdeklődnek a helyi sajátosságok és hagyományok iránt, továbbá preferálják a helyi termékeket, helyi termelőktől, kézművesektől. Mindezek mellett megjelenik a vidék idealizálása, értéklik a helyi környezetet, jellemző tevékenységeik közé tartozik a túrázás, továbbá, hogy a helyszínen preferálják a környezettudatos közlekedési megoldásokat, például a biciklizést, gyaloglást. Jellemző még a helyi kulináris sajátosságok iránti

érdeklődés, ennek kapcsán a szerzők kiemelték, hogy a fiatalok körében a bulizás helyett vidéken inkább a minőségi szórakozási programokat preferálják, mint például a borvacsora. Ezek alapján úgy gondolom, hogy a vidéki turizmus egyes jegyei jól összecengenek a lassú turizmus bizonyos jegyeivel, sőt megjelenik a már említett időfelfogás kapcsán, hogy az időtöltést a turisták az élményszerzés során minőségi jegyekkel gazdagítják, amely a lassúfilozófia, lassú életmód egy fontos eleme (Parkins 2004; Tam 2008).

Véleményem szerint fontos kiemelni az autentikussággal kapcsolatos gondolatmenetet, mely szerint a desztinációk autentikussága társadalmi konstrukció (Pusztai 2013). A turisták körében, akik a vidéki desztinációkat preferálják, feltehetően létezik egy percepció a vidékről, amely egy nagyon pozitív képet jelent és azon alapszik, hogy a vidéki élet szép, egyszerű, közel áll a természethez. Éppen ezért a turisták annak érdekében, hogy minél jobban megismerjék a vidéket, ahol járnak, az autentikus élmény reményében igyekeznek helyiekkel, elsősorban vendégházakban megszállni és fogyasztásaik során a helyi szolgáltatókat preferálni. Molnár és Remenyik (2017) említett munkája is erre a gondolatmenetre erősít, hiszen a falusi és vidéki turizmus mint húzóágazat jelenik meg, ahol a legfontosabb szereplők a szállásadók, továbbá fontos szereplők még a helyi hagyományokhoz, termékekhez köthető helyi vállalkozók, akiket fogyasztásaik során preferálnak a turisták, és ide tartoznak a szabadidős programokhoz köthető tevékenységek üzemeltetői és a helyi termelők is. Annak ellenére, hogy a szállásadók ilyen fontos szereplői a vidéki turizmusnak, körükben még nem készültek hazánkban kutatások. Disszertációmban éppen ezt az aspektust igyekszem minél behatóbban feltárni, a lassú turizmus vonatkozásában. Ez azért is fontos, mert Szőke (2023) tanulmánya szerint a lassú turizmus hazánkban egy piaci rést fedhet le, így érdemes minél behatóbban, minél több szemszögből vizsgálni a területet.

Záró gondolatok

Jelen tanulmányban reményeim szerint sikerült felvázolnom, hogy hazánkban is bizonyos rétegek számára egyre fontosabb értéké válik a környezettudatosság és a fenntarthatóság. Ez - Csurgó (2013) munkásságára alapozva – egyelőre úgy tűnik, hogy a jó szocioökonómiai háttérű, középosztálybeli egyénekre, családokra lehet igaz, akik számára a

vidéki élet ideájában manifesztálódik a fenntartható és környezettudatos életmód.

Mára azáltal, hogy az utazás széles körben elterjedté vált és már nem számít luxusnak, mégis azt gondolom, hogy a tudatos lassú turisták köre az előbb felvázolt társadalmi rétegből kerülhet ki. Mindezek mellett azt gondolom, hogy a lassú turizmus értékei között a környezettudatosság mellett szerepet játszik a költséghatékonyság is, így lehetséges, hogy léteznek olyan turisták, akik, bár nem tudatosan, de a lassú turizmusra jellemző jegyeket mutathatják utazásaik során. Mivel a hazai lassú turizmussal kapcsolatban reprezentatív felmérések még nem készültek, így egyelőre csak feltevéseket, hipotéziseket lehetséges felvázolni. Mindenképpen pozitív változást jelent, hogy általánosságban - még ha csak bizonyos rétegek számára is - de a fenntarthatóság mint érték jelenik meg, melynek elemeit érdemes beépíteni életmódunkba. Mindent összevetve tehát azt gondolom, hogy a magyar középosztályhoz tartozókban egyre erősebben jelenik meg az igény a posztmaterális értékek felé, melyek közül egyre nagyobb teret kap a fenntarthatóság.

Felhasznált irodalom

- Bauman, Zigmunt 2005 *Work, consumerism and the new poor*. Second edition, OUP, Maidenhead. 2005.
- Beck, Ulrich 1986 *Risikogesellschaft*. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. 1986. (Magyar kiadásban: Beck, Ulrich (2003): A kockázat-társadalom – Út egy másik modernitásba. Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság– Századvég Kiadó, Budapest. 2003.)
- Boulding, Elise 1978 The Dynamics of Imaging Futures. *World Future Society Bulletin*. 12(5). 1–8.
- Bourdieu, Pierre 1984 *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge & Kegan Paul, London. 1984.
- Cloke, Paul 1997 Country backwater to virtual village? Rural studies and 'the cultural turn'. *Journal of Rural Studies*. Vol. 13. No. 4. 367-375.
- Csurgó Bernadett 2007 Vidékképek a politikában a parlamenti beszédek tükrében. In: Boda Zsolt; Kovács Imre; Szoboszlai György (szerk.): *Hatalom, közbeszéd, fejlesztéspolitikai Elemzések politikai jelenségekről*. MTAPTI. Budapest. 2007. 90-103.

- Csurgó Bernadett 2013 „VIDÉKEN LAKNI ÉS VIDÉKEN ÉLNI” A városból vidékre költözők hatása a vidék átalakulására: a város környéki vidék. MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Argumentum. Budapest. 2013.
- Dickinson, Janet – Lumsdon, Les 2010 *Slow Travel and Tourism*. Earthscan. London. 2010 (Letöltve: 2024. 04. 09.)
- Ernszt Ildikó – Márton Zsuzsanna 2021 An Emerging Trend of Slow Tourism: Perceptions of Hungarian Citizens. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 2021. Vol.: 19 Issue 2. 295-307.
- Éber Márk Áron 2007 Bourdieu és Luhmann „között”: Gerhard Schulze élménytársadalom-konceptiójáról. In: *Tavaszi Szél 2007. konferenciakiadvány – Társadalomtudományok*. Doktoranduszok Országos Szövetsége, Budapest. 2007. 60–66.
- Éber Márk Áron 2008 Túl az élménytársadalmon? Avagy az élménytársadalom másfél évtizede. *Szociológiai Szemle* 2008/1, 78–105. <https://szociologia.hu/dynamic/0801eber.pdf> (Letöltve: 2024. 04. 10.)
- Fennell, David A. 2008 Responsible Tourism: A Kierkegaardian Interpretation. *Tourism Recreation Research*. Vol. 33. Issue 1. 2008. 3-12.
- Goodwin, Harold 2016 OverTourism: What is it and how do we address it? <https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/> (Letöltve: 2024. 04. 12.)
- Groenendaal, Esther 2012 Slow Tourism Initiatives: An Exploratory Study of Dutch Lifestyles Entrepreneurs in France. In: Fullagar, S.; Markwell, K.; and Wilson, E. (szerk.): *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Channel View. Bristol, UK, 2012. 201-13.
- Guiver, Jo – McGrath, Peter 2016 Slow tourism: Exploring the discourses. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*. Vol. 27. 11-34. <https://www.dosalgarves.com/index.php/dosalgarves/article/view/84> (Letöltve: 2024. 04. 10.)
- Jameson, Fredric 1984 The Politics of Theory: Ideological Positions in the Postmodernism Debate. *New German Critique*. 33. (Fall) 3–6.
- Kiss Márta 2014 A „turisztikai táj” kollektív megteremtése és fönntartása. PhD értekezés. Online: https://phd.lib.uni-corvinus.hu/836/1/Kiss_Marta.pdf (Letöltve: 2024. 03. 31.)
- Knox, Paul L. 2005 Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World. *Journal of Urban Design*, 2005. Vol. 10 Issue 1. 1–11.
- Le Busque, Brianna – Mingoia, John – Litchfield, Carla (2021): Slow tourism on Instagram: an image content and geotag analysis. *Tourism Recreation Research*, Vol. 47. Issue 5-6. 623-630.
- Lindholm, Charles – Lie, Siv B. 2012 You eat what you are: Cultivated taste and the pursuit of authenticity in the Slow Food movement. In N. Osbaldiston (szerk.): *Culture of the slow: Social deceleration in an accelerated world*. Palgrave MacMillan, London. 2012. 52–70.
- Lipman, Margo B. – Laurie Murphy 2012 ‘Make Haste Slowly’: Environmental Sustainability and Willing Workers on Organic Farms. In: Fullagar, S.; Markwell, K.; Wilson, E. (szerk.): *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Channel View. Bristol, UK, 2012. 84-98.
- Lund-Dulracher, Dagmar 2015 Corporate Social Responsibility and Tourism. In: Moscardo, Gianna; Benckendorff, Pierre (szerk.): *Education for Sustainability in Tourism - A Handbook of Processes, Resources, and Strategies*. Springer. 2015. 59-73.
- Molnár Csilla – Remenyik Bulcsú 2017 A falusi turizmus fejlesztési lehetőségei. *Studia Mundi – Economica*. Vol. 4. No. 5. 44-59.
- Munt, Ian 1994: The „Other” Postmodern Tourism: Culture, Travel and the New Middle Classes. *Theory Culture Society*. 1994.
- Nistoreanu, Puiu – Dorobantu, Maria Roxana – Tuclea, Claudia Elena 2011 The trilateral relationship ecotourism – sustainable tourism – slow travel among nature in the line with authentic tourism lovers. *Journal of Tourism*. No. 11., 2011. 34-37.
- Oh, Haemoon – Assaf, A. George – Baloglu, Seyhmus 2014 Motivations and Goals of Slow Tourism. *Journal of Travel Research*, 2014. Vol. 55 Issue: 2. 205-219.
- Pappas, Nikolaos 2014 The effect of distance, expenditure and culture on the expression of social status through tourism. *Tourism Planning & Development*. 11(4), 387-404.
- Parkins, Wendy 2004 Out of Time – Fast Subjects and Slow Living. *Time & Society*. 13 (2/3). 363-382.
- Parkins, Wendy – Craig, Geoffrey 2006 *Slow living*. Berg, Oxford. 2006.

- Pécsék Brigitta 2016 Revitalizing tourism in small regional towns through folklore-driven slow tourism: The example of Matyó land, Hungary. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*. No. 27. 2016. 94-119.
- Pécsék Brigitta 2018 *A lassú turisztikai desztinációk fejlesztésének fenntartható alternatívája – Doktori (PhD) értekezés tézisei*. Online: https://real-phd.mtak.hu/1581/2/pecsek_brigitta_tezis.pdf (Letöltve: 2024. 03. 31.)
- Pine, Joseph B. – Gilmore, James H. 1999 *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press. Boston. 1999.
- Polyxeni, Moira – Mylonopoulos, Dimitrios – Kondoudaki, Aikaterini 2017 The Application of Slow Movement to Tourism: Is Slow Tourism a New Paradigm? *Journal of Tourism and Leisure Studies* Vol. 2 Number 2. 1-10.
- Pusztai Bertalan 2013 A turista jóllét forrása – Találkozás az autentikus látnivalóval vagy igazi önmagunkkal. In: Michalkó Gábor; Rác Tamara (szerk.): *Jó(l)lét és turizmus – Utazók, termékek és desztinációk a boldogság és a boldogulás kontextusában*. Kodolányi János Főiskola, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár – Budapest. 13-20.
- Sari, Shinta Ardiana – Lukito, Yulia Nurliani 2017 Slow living as an alternative response to modern life. *UI Proceedings* 1.
- Schanze, Rosmarie 1984 Az idegenforgalom térhódításának szakaszai. In: Fejős Zoltán (szerk.): *Cultours. Folklor, Társadalom, Művészet*. Népművelési Intézet Házi Nyomda. Budapest. 11-17.
- Schulze, Gerhard 1992 *Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main–New York. Campus Verlag.
- Schulze, Gerhard 2000 Élménytársadalom. A jelenkor kultúrszociológiája. A hétköznapi élet esztétizálódása. (Részlet az első fejezetből – ford.: Mezei György.) *Szociológiai Figyelő*, 2000. 15. 1–2. 135–157.
- Serdane, Zanda – Maccarrone-Eaglen, Agata – Sharifi, Sudi 2020 Conceptualising slow tourism: a perspective from Latvia. *Tourism Recreation Research*. Vol. 45. Issue 3. 337-350.
- Short, Brian 2006 Idyllic ruralities. In: Paul, Cloke; Terry, Marsden; Patrick, Mooney (szerk.): *Handbook of rural studies*. Sage. London. 133-148
- Simányi Léna 2005 Bevezetés a fogyasztói társadalom elméletébe. *Replika*, 2005. 51-52. 169; 165-195. <https://www.replika.hu/system/files/archivum/replika%2051-07.pdf> (Letöltve: 2024. 04. 01.)
- Simmel, Georg 1973 A divat. (Ford.: Berényi Gábor.) In: *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Gondolat Kiadó, Budapest. 1973. 473–507.
- Szőke Tünde Mónika 2023 Hungarian destinations affected by slow tourism - present and future. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*. XX. évf. 4. szám. 110-125.
- Tam, Daisy 2008 Slow Journeys – What Does It Mean to Go Slow? *Food, Culture & Society*. Vol. 11. Issue 2. 207-218.
- Thrift, Nigel – May, Jon 2001 *Timespace Geographies of Temporality*. Routledge. New York
- Urry, John 1990 *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Sage. London. 1990.
- Urry, John 2008 Globalising the Tourist Gaze. In: Babu S., Sutheeshna; Mishra, Sitikantha; Parida, Bivraj Bhusan (szerk.): *Tourism Development Revisited – Concepts, Issues, Paradigms*. Response Books. 2008.
- Veblen, Thorstein 1975 *A dologtalan osztály elmélete*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest. 1975.