

*Dr. Rátz Tamara*¹

A turizmus katalizátor szerepe az európai integráció folyamatában személyes hálózatok kialakulásán keresztül²

Bevezetés

A tanulmány témája egy Bolyai ösztöndíjjal támogatott szélesebb kutatási projekthez kapcsolódik, amelynek alapvető célja annak vizsgálata, hogy a turizmus fejlődése milyen hatást gyakorolt az európai integrációs folyamatra. A kutatás alaphipotézise szerint a turizmus mint helyváltoztatást generáló jelenség egyúttal integráló tényezőnek is minősül Európán belül, hiszen mind fizikailag, mind pedig társadalmi, kulturális és gazdasági síkon megvalósítja a személyek, vállalatok és ideák közeledését és összekapcsolódását.

A projekt keretében európai integráción nem kizárólag az Európai Közösség, illetve az Európai Unió kialakulását értjük, hanem azt a folyamatot, amelynek következtében az elmúlt évezredek során létrejött a mai értelemben vett Európa. Ez a folyamat egyrészt magában foglalja a gazdasági és politikai egymásrautaltság erősödését, az európai belső piac kialakulását, az európai nemzetgazdaságok és a nemzetgazdaságok feletti multinacionális gazdasági hálózatok együttműködésének egyre szorosabb kapcsolódását, tehát a globalizációs folyamat gazdasági dimenziójának az európai kontinensen való érvényesülését. Másrészt az európai integráció folyamatának szerves része a kultúrák kölcsönhatása, az egyéni és a közösségi szintű interkulturális kommunikáció, az Európát jellemző diverzitás, valamint az európai civilizáció közös örökségének kialakulása, dinamikus változása és tudatos megőrzése.

1. Integráció és turizmus

A turizmus olyan nemzetközi gazdasági-társadalmi jelenség, amely természetéből adódóan mind jelentős fizikai mobilitással jár, mind pedig erőteljes kultúraközi kommunikációt indukál, így fejlődése egyúttal mind fizikai, mind pedig virtuális – üzleti, kulturális, személyes – hálózatok kialakulását is eredményezi. A kutatási projekt keretében korábban elsősorban a turizmushoz kapcsolódó közlekedési hálózatok és az európai szálláshelyszektorban érvényesülő horizontális és vertikális integrációs folyamatok részletesebb vizsgálatára került sor (például RÁTZ, T. – KÁTAY, Á. 2007; RÁTZ T. – VIZI I. 2007). Jelen tanulmány célja annak elemzése, hogy az Európán belül létező személyes hálózatok kialakítása, illetve fenntartása milyen módon és milyen mértékben kapcsolódik a turisztikai folyamatokhoz.

Bár az integráció, s ezen belül az európai integráció fogalma számos különböző szemszögből közelíthető meg, maga az általános elméleti fogalom alapvetően részek együttműködésére, működésük összehangolására, egymásra hatására és összekapcsolódására utal, azaz olyan egyesülési folyamatról van szó, amelynek során „részeknek egésszé való összeolvadása, egységesülés, beilleszkedés, beolvasztás vagy hozzácsatolás” történik meg (PALÁNKAI, T. 2004:18). A II. világháborút követően végbemenő európai integráció olyan politikai, gazdasági és egyben társadalmi folyamat, amelynek során többé-kevésbé megvalósult a kontinensnyi méretű gazdasági keretek kialakítása, az intézmények és a jog harmonizációja, s lényegesen megváltozott Európa földrajzi és társadalmi dimenzióinak

¹ **Dr. Rátz Tamara** *Kodolányi János Főiskola, Turisztikai Intézet, Székesfehérvár* E-mail: tratz@uranos.kodolanyi.hu

² A kutatást a Magyar Tudományos Akadémia Bolyai János Kutatási Ösztöndíja támogatta.

észlelése. Bár az integrációs folyamat során – különösen a kezdetben – némiképp háttérbe szorultak az európai szellemi örökséggel, az európai identitással, az európaiság mibenlétével foglalkozó kérdések, a közelmúlt jelentős változásokat hozott ezen a területen is (például KANTNER, C. 2006; GRUNDY, S. – JAMIESON, L. 2007).

A turizmus mind a keresleti, mind pedig a kínálati oldalt vizsgálva integráló tényezőnek tekinthető Európában. A keresleti oldalon a turisták fizikai áramlása elősegítheti más kultúrák megismerését és az egyének közötti kapcsolatteremtést, az állandó lakóhelyen kívüli desztinációk felkeresésével együtt járó tudásgyarapítás és a megváltozott környezethez való – bár kétségtelenül ideiglenes – alkalmazkodás kényszere pedig hozzájárulhat az európai turisztikai-kulturális-társadalmi szférán belül a heterogenitás mérséklődéséhez. A kínálati oldalon különösen érdemes kiemelni a turisztikai infra- és szuprastruktúrának a globális keresleti igényekhez való alakításából adódó egységesedési tendenciát s ehhez kapcsolódóan az uniformizált minőségi sztenderdek nemzetközi szintű elterjedését, valamint a globális piaci verseny méretgazdaságossági elvárásainak a turisztikai vállalati szférára gyakorolt integrációs hatásait (MICHALKÓ G. 2005).

2. Hálózatok az európai turizmusban

A szabadidős és hivatáshoz kapcsolódó, turisztikai motivációjú utazások évente százmilliós nagyságrendű, korábban elképzelhetetlen mértékű nemzetközi turisztikai mobilitást eredményeznek, jelentős gazdasági és társadalmi hatást gyakorolva helyi, regionális, nemzeti és nemzetközi szinten egyaránt. A globális turizmus rendszer egyszerre a következménye és dinamikus előidézője a világpiacok és a nemzetközi szolgáltatáskereskedelem összetett hálózatokon és kapcsolatokon alapuló integrációjának.

A hálózatok kutatásának empirikus és elméleti alapokon nyugvó tudománya alapvetően az elmúlt ötven évben fejlődött ki, elsősorban annak a felismerésnek köszönhetően, hogy az egyre nemzetközibbé váló társadalmi-gazdasági rendszerek fenntartása elképzelhetetlen fokozatosan egyre komplexebbé váló hálózatok hatékony működése nélkül. A társadalmi hálózatok elmélete alapján (FREEMAN, L. C. 2004) a hálózatok személyek, vállalatok és egyéb társadalmi szereplők által alkotott csomópontokból, illetve a kapcsolati struktúra mintázatát kialakító, például barátságot, partnerkapcsolatot, együttműködést reprezentáló kapcsolódásokból állnak. Megfigyelhető, hogy szerte a világban nagyon különböző rendszerek épülnek fel hálózati alapon: társadalmi, biológiai vagy információs rendszerek csakúgy, mint közlekedési hálózatok, pénzügyi struktúrák, vállalati együttműködések vagy akár személyes kapcsolatrendszerek.

A turizmus olyan térben működő jelenség, amely nagyszámú szereplő mobilitása révén, különböző hálózatok keretében jön létre (JÓHANNESON, G. T. 2005). A turizmus rendszerének elemzése több szempontból is kiváló lehetőséget nyújt hálózatelméleti megközelítésre: egyrészt informális hálózatot alkotnak maguk a turisztikai desztinációk és az azokat a turisták mobilitásán keresztül összekapcsoló áramlások (MIGUÉNS, J. I. L. – MENDES, J. F. F. 2008), másrészt magának a turisztikai rendszernek a működéséhez szükséges különféle fizikai és együttműködésen alapuló hálózatok kialakítása és működtetése (RÁTZ T. – VIZI I. 2007). Harmadrészt számos személyes hálózat alakul ki a turizmusban való egyéni részvételhez kapcsolódóan, mind az utazást megelőzően és azt inspirálva (például virtuális közösségek vagy nemzetközi baráti/rokonai kapcsolatrendszerek formájában), mind azt követően (kapcsolattartás az utazás során szerzett új ismerősökkel, legyenek azok szintén turisták vagy a felkeresett desztinációk lakosai) (például STEPHENSON, M. L. 2002; WANG, Y. – FESENMAIER, D. R. 2004).

3. A kutatás módszertana

A tanulmány alapja egy 600 fős lakossági mintán 2008 első félévében elvégzett kérdőíves felmérés. A felmérést az ország lakosságának nem és életkor szerinti megoszlását figyelembe vevő kvótás mintavétellel kiválasztott résztvevők bevonásával végeztük el. A felmérésben való részvétel életkor szerinti alsó határát 15 évben határoztuk meg, mivel ebben a korban már stabilnak tekinthetők a kognitív képességek (APTER, A. et al. 1998 in PORIA, Y. et al 2003). A feldolgozás során a 600 kitöltött kérdőív 3,2%-a értékelhetetlennek bizonyult, így az adatok elemzését 581 válasz alapján végeztük el. A válaszadók életkor és nem szerinti megoszlását az 1. táblázat foglalja össze.

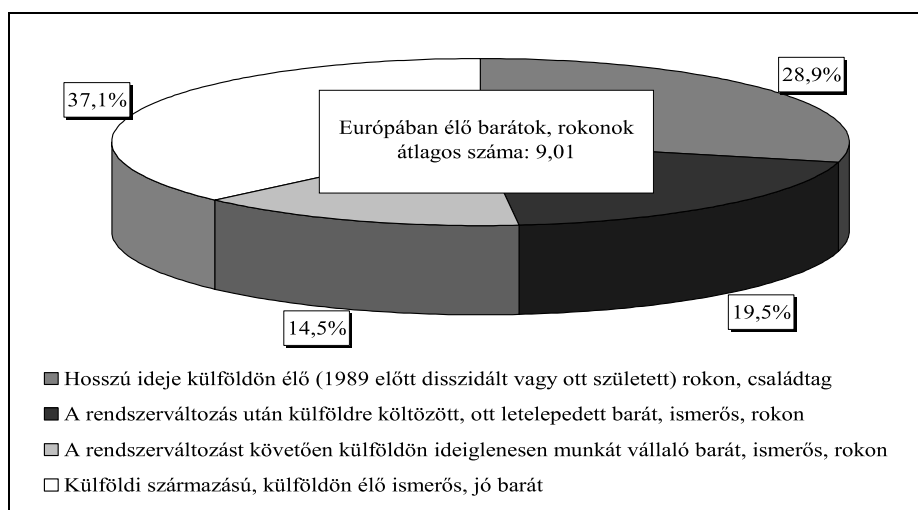
1. táblázat. A válaszadók életkor és nem szerinti megoszlása (%) (Forrás: saját kutatás)

Életkor \ Nem	Férfi	Nő	Összesen
15–19 év	10,8	9,6	20,5
20–34 év	12,2	10,0	22,2
35–44 év	8,8	10,2	18,9
45–49 év	10,0	9,5	19,4
60 év vagy idősebb	9,6	9,3	18,9
Összesen	51,5	48,5	100,0

A kérdőíves felmérés során vizsgált témakörök magukban foglalták a válaszadók Európában élő barátainak, rokonainak és közeli ismerőseinek számát és a kapcsolat jellemzőit, külön figyelmet szentelve a megkérdezettekhez legközelebb álló ismerősök közül a legfontosabb három személlyel kialakított kapcsolat sajátosságainak.

4. A kutatás eredményei

Amint azt az 1. ábra mutatja, a megkérdezettek átlagosan mintegy 9 Európában élő ismerőssel vagy rokonnal rendelkeznek, akik között domináns a külföldi származású és a hosszú ideje külföldön élő személyek részaránya. A megoszlást magyarázhatja többek között a magyar lakosság viszonylag alacsony nemzetközi mobilitása (GKIE NET Kft. 2006), a külföldi munkavállalás gyakran tervezetten ideiglenes jellege, illetve a rendszerváltozás óta eltelt idő korlátozott időtartama.

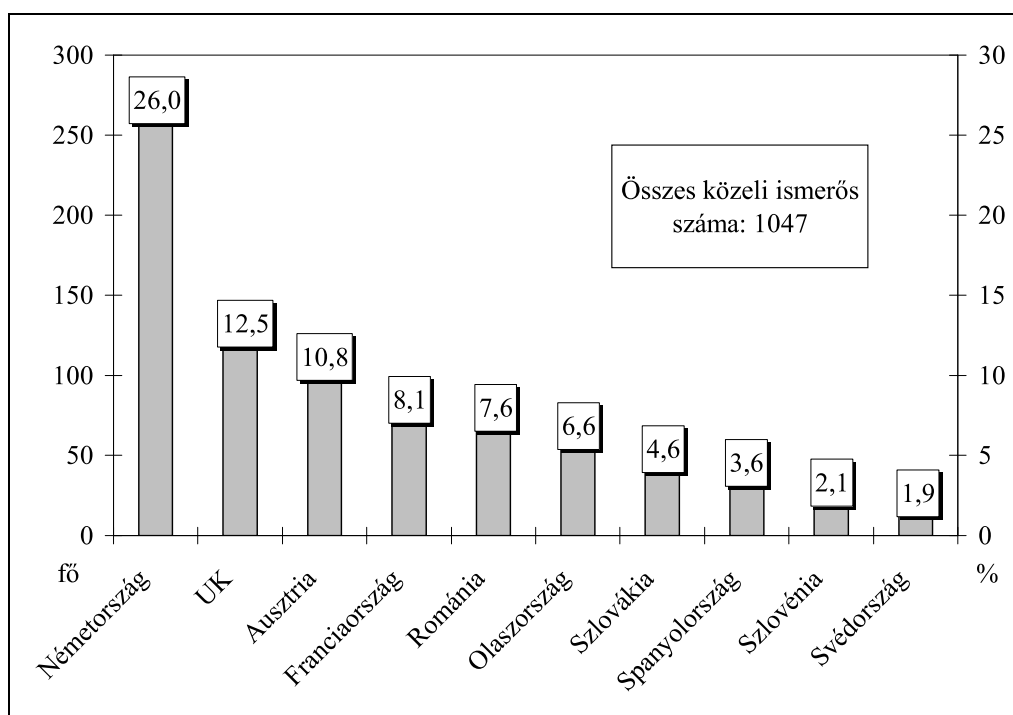


1. ábra. Európában élő barátok, ismerősök, rokonok megoszlása (%) (Forrás: saját kutatás)

Nem volt statisztikailag kimutatható összefüggés a megkérdezettek összes Európában élő barátjának és rokonának száma, illetve a válaszadó szociodemográfiai jellemzői – életkora, neme, foglalkozása, jövedelmi szintje – között. Azok között azonban, akik az átlagosnál gyakrabban utaznak, az Európán belül kialakított személyes kapcsolatok száma is az átlagosnál magasabbnak bizonyult ($F=2,903$; szig. $=0,005$), különösen a külföldi származású ismerősök számát tekintve ($F=3,479$; szig. $=0,000$).

Némiképp meglepő módon a nyelvtudás egyáltalán nem befolyásolta az Európában élő ismerősök, barátok számát, annak ellenére, hogy minél többet utazik valaki, annál valószínűbb, hogy képes idegen nyelven kommunikálni ($F=23,618$; szig. $=0,000$), s az idegen nyelvtudással rendelkezők nagyobb valószínűséggel válnak gyakori turistává ($F=93,082$; szig. $=0,000$). Ennek oka lehet az is, hogy bár saját bevallása szerint a megkérdezettek 76,1%-a beszél valamilyen idegen nyelvet (az összes válaszadó 61,6%-a képes angolul, 44,4%-a pedig németül kommunikálni), az átlagos nyelvtudás szintje mindkét nyelven csak közepes (1–5 skálán mérve 3,4 és 3,1).

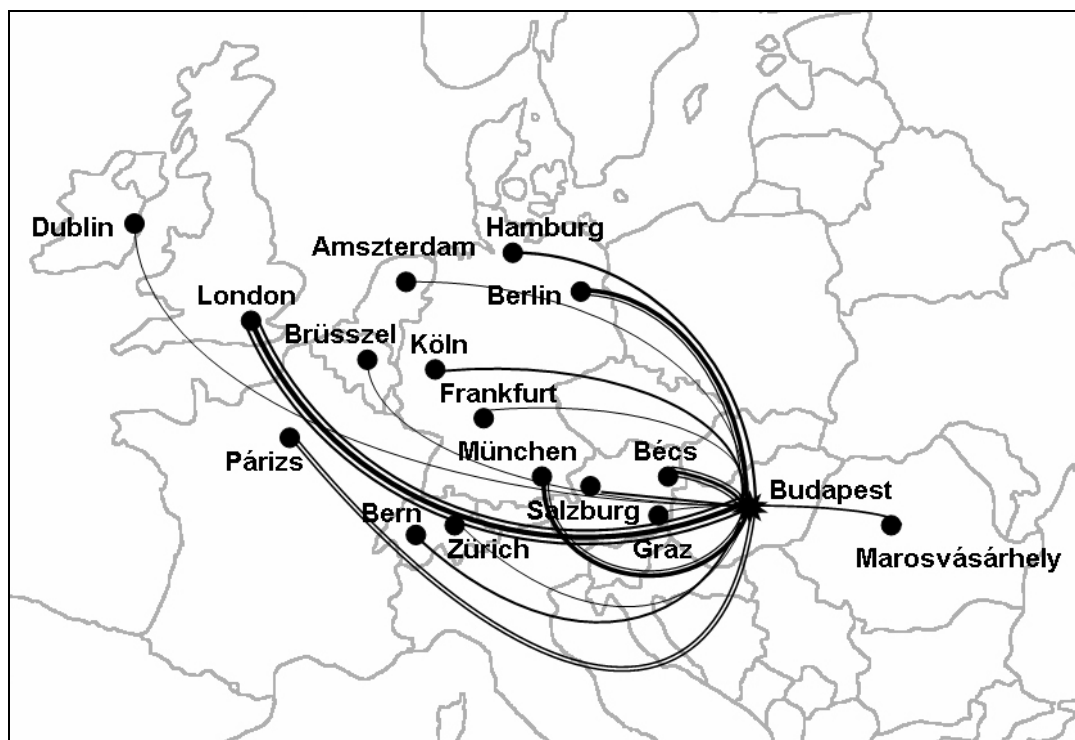
Az Európában élő barátok, rokonok közül a megkérdezettekhez legközelebb állók több mint negyede Németországban lakik (2. ábra), viszonylag jelentős azonban az Egyesült Királyság, Ausztria és Franciaország részaránya is. Némiképp meglepő a szomszédos országok relatíve alacsony részesedése (ami szignifikánsan nem változott akkor sem, ha kizárólag a rokon kapcsolatokot vizsgáltuk s figyelmen kívül hagytuk a baráti, ismerősi szálakat).



2. ábra. Az Európában élő legközelebbi ismerősök lakóhelye (ország) (fő és %) (Forrás: saját kutatás)

A megkérdezettek külföldön élő közeli rokonainak és barátainak 61,4%-a magyar, a külföldi származásúak 29,5%-a német, 10,0%-a francia, 9,0%-a angol, 8,2%-a osztrák, 6,7%-a pedig olasz. A 3. ábra bemutatja a megkérdezettek európai személyes kapcsolati hálózatának legfontosabb csomópontjait, azaz az Európában élő legközelebbi ismerősök lakóhelyeként leggyakrabban említett városokat, amelyeket a leegyszerűsített térképen Magyarországot reprezentáló fővárossal kötöttünk össze (a válaszadók összesen 321 települést soroltak fel). London egyértelműen dominál, de nagyon jelentős a német

nyelvterület viszonylag könnyen megközelíthető fővárosainak és gazdasági központjainak (Bécs, Berlin, München, Bern, Hamburg), illetve Párizsnak, azaz a nemzetközi migrációban a „kapu” funkcióval rendelkező városoknak (MICHALKÓ G. 2007) a szerepe is. A 3. ábrán kirajzolódik a válaszadók kapcsolati hálójának nyilvánvaló nyugat-európai irányultsága (az egyetlen számottevő említést elért és Budapesttől keletre található városban, Marosvásárhelyen, a megkérdezettek legközelebbi barátainak és rokonainak 4,0%-a él, szemben a londoni ismerősök 29,9%-os részarányával).



3. ábra. Az Európában élő legközelebbi ismerősök lakóhelye (város) (Forrás: saját kutatás)

Az Európában élő legközelebbi ismerősök és rokonok 70,3%-át a válaszadók Magyarországon ismerték meg, 27,1%-át külföldön (túlnyomórészt abban az országban, ahol az illető most él), 2,6%-át pedig az interneten, ami jelzi, hogy a virtuális közösségépítés egyelőre viszonylag kis jelentőséggel bír a megkérdezettek személyes hálózatainak kialakításában. A Magyarországon létrejött kapcsolatok kétharmada olyan magyar származású ismerősökhöz vagy rokonokhoz fűződik, akik a megismerkedést követően költöztek külföldre.

A külföldön megismert barátokkal való kapcsolatok kialakítására elsősorban turistaúton (34,2%) vagy rokoni látogatás keretében (26,8%) került sor, de a diákcsera-programok (15,8%), a külföldi munkavállalás (11,8%) és a konferenciákon vagy egyéb hivatalos utakon való részvétel (11,4%) is elősegítette a külföldön történő kapcsolatépítést.

A megkérdezettek legalább évente egyszer (25,2%) vagy többször (26,1%) találkozik közelinek érzett külföldön élő ismerőseivel vagy rokonaival, még hozzá nagyobb valószínűséggel abban az országban, ahol az illető él (58,5%), mint Magyarországon (41,5%): az európai szintű személyes kapcsolatok tehát inkább a kiutazó VFR-turizmus ösztönzéséhez járulnak hozzá. A rokonok és barátok meglátogatását célzó kiutazások jelentősen megélénkültek a rendszerváltozást követően, többek között az utazási piac megnyitásának és utazási könnyítéseknek, majd pedig a fapados légitársaságok 2004-es piacra lépésének köszönhetően: 2004-ben vagy azt követően realizálódott a válaszadók VFR-célú

kiutazásainak 63,8%-a, míg 1944 és 1990 között a megkérdezettek által tett külföldi VFR utak mindössze 3,7%-ot képviseltek az elmúlt 64 év hasonló utazásaiból.

A személyes kapcsolati rendszer kialakításának és fenntartásának érzelmi előnyei mellett fontos szerepet játszhat a széles nemzetközi baráti körnek a turisztikai fogyasztásban megnyilvánuló azon előnye, miszerint a VFR-turisták döntően a rokonaik, barátaik lakásában szállnak meg (jelen esetben a közeli ismerősöket hazájukban felkeresők 63,8%-a vette ezt a szállástípust igénybe).

5. Összefoglalás

A személyes hálózatok kiterjedtségének mértéke jelentős hatással lehet egy desztináció turisztikai keresletének idő- és térbeni struktúrájára, valamint az odalátogató turisták motivációjára is: a VFR-turizmusban ugyanis a desztináció vonzerői jóval kevésbé befolyásolják a fogyasztó utazási döntését, mint általában a szabadidős turizmusban, s a résztvevők között kialakuló szorosabb kapcsolatok nagyobb valószínűséggel teszik lehetővé a kultúraközi kommunikációt. Az ismertetett felmérés válaszadóinak nemzetközi kapcsolatrendszere döntően a külföldön élő magyar ismerősökre terjed ki, viszonylag jelentős azonban a baráti-rokoni hálózatok által indukált utazási aktivitás. A jelenleg csekély szerepet játszó virtuális turisztikai közösségek jelentősége a jövőben várhatóan növekedni fog, az így kialakuló személyes kapcsolatok pedig további változásokat eredményezhetnek az európai utazási piac struktúrájában.

Irodalom

- FREEMAN, L. C. (2004) *The Development of Social Network Analysis: A Study in the Sociology of Science*. BookSurge, LLC, North Charleston, 205. p.
- GRUNDY, S. – JAMIESON, L. (2007) European Identities: From Absent-Minded Citizens to Passionate Europeans. *Sociology* 41(4) pp. 663–680.
- JÓHANNESON, G. T. (2005) Tourism Translations: Actor-Network Theory and Tourism Research. *Tourist Studies* 5(2) pp. 133-150.
- KANTNER, C. (2006) Collective Identity as Shared Ethical Self-Understanding: The Case of the Emerging European Identity. *European Journal of Social Theory* 9(4) pp. 501–523.
- MICHALKÓ, G. (2007) Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 288. p.
- MICHALKÓ, G. (2005) Turizmusföldrajz és humánökológia. Kodolányi János Főiskola – MTA FKI, Székesfehérvár-Budapest, 215. p.
- MIGUÉNS, J. I. L. – MENDES, J. F. F. (2008) Travel and Tourism: Into a Complex Network. *Physica A* 387(12) pp. 2963-2971.
- PALÁNKAI, T. (2004) *Az európai integráció gazdaságtana*. Aula Kiadó, Budapest, 502. p.
- PORIA, Y. – BUTLER, R. – AIREY, D. (2003) Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess. *Current Issues in Tourism* 6(4) pp. 340-363.
- RÁTZ, T. – KÁTAY, Á. (2007) The Network Approach in International Tourism Marketing: An Analysis of Vertical and Horizontal Integration Processes in the European Accommodation Sector – In: Hammam, A. ed.: *Proceedings of the 3rd International Conference on “Tourism Future Trends”*. October 6 University, Giza, pp. 183-196.
- RÁTZ, T. – VIZI, I. (2007) A turizmus szerepe az európai közlekedési mobilitás és integráció folyamataiban. *Földrajzi Közlemények* 131(3) pp.133-145.
- STEPHENSON, M. L. (2002) Travelling to the Ancestral Homelands: The Aspirations and Experiences of a UK Caribbean Community. *Current Issues in Tourism* 5(5) pp. 378-425.
- WANG, Y. – FESENMAIER, D. R. (2004) Modeling Participation in an Online Travel Community. *Journal of Travel Research* 42(3) pp. 261-270.
- GKIENET KFT. (2006) *Kutatás a munkavállalók mobilitásával kapcsolatban Magyarországon 2006*. GKIE NET Kft., Budapest, 62. p.