

Utazási ideológiák mediális formálódása¹

Pasi Hannonen tanulmányának címe, a „Tourists Are Tourons and Travelers are Very Different” (2003) a hátizsákos utazók magyarra lefordíthatatlan szójátékával operál. Hannonen a magukat másként, nem turistaként definiáló „utazók” attitűdjére próbál rámutatni: a szójáték lényege, hogy a „tourist” (turista) és a „moron” (szellemileg visszamaradott) szavak összeolvasásából megszületik a „touroon”, vagyis az idióta turista.

Kutatásomban az alternatív turizmus egyik jellegzetes képviselőjének, az úgynevezett „utazónak” az alakját kívántam elemezni a Hospitality Exchange Network (továbbiakban: HEN) vizsgálatán keresztül. Ezeknek a hálózatoknak az elsődleges funkciója az utazók szálláskeresésének segítése. Ennek során az utazó specializált honlapokon megkeresi az utazási célállomásán élő regisztrált tagokat, akik adatlapjukon bejelölték, hogy szívesen fogadnak ingyenvendégeket. Amennyiben az így felkeresett személyek el tudják és el is akarják szállásolni az utazót, annak további szálláskeresésre már nem lesz gondja. A HEN egyik legfontosabb építőköve ily módon az önkéntes és ingyenes segítségnyújtás.

Terep és módszer

A kutatás terepül szolgáló, 2003-ban létrejött CouchSurfing.com oldal a legnépszerűbb HEN-ként több millió hasonlóan gondolkodó utazót gyűjt egybe. Az oldalon zajló kommunikáció elemzése kiválóan alkalmas az utazók típusainak megismerésére. A HEN mint terep nemcsak a turizmusantropológia, de az internet társadalmi és kulturális aspektusait kutatók számára is értékes forrás lehet. Jelen írásban igyekszem mindkét terület szempontjait alkalmazni, és olyan téziseket igazolni, amelyek a későbbiekben hozzájárulhatnak a turizmus internetes reprezentációinak további vizsgálataihoz.

Kutatásomban énikus és étikus nézőpontból egyaránt vizsgáltam. Étikus megközelítésből (a kutató szempontjából, kívülről) a turizmuskutatás ismert turistatipológiai szerint

¹ A dolgozat alapja a szerző „CouchSurferek – A tipológiai és ideológiák között” című, a 2011. évi XXX. OTDK-n a kulturális és szociális antropológia szekcióban 2. helyezést elért dolgozata. Témavezető: Pusztai Bertalan.

igyekeztem azonosítani a HEN-használókat. Az émikus perspektívát követve ugyanakkor törekedtem a vizsgált alanyok öndefinícióinak megértésére is. A kettő közötti különbségek érdekes tanulságokkal szolgáltak.

Az 1970-es évektől kezdve a turizmus szociológiai és antropológiai kutatása során egyre népszerűbbé vált a különféle turistatipológiák megalkotása. A HEN-ek tagjai viszonylag könnyedén elhelyezhetők e tipológiák által. Ugyanakkor kutatásomban a tagok öndefinícióinak, kommunikációjának vizsgálata során az őket összefogó, újmediális környezetben formálódott ideológiákat szerettem volna részletesebben megismerni. Az ideologizálás, az idealizálás és a normatív szempontokat szem előtt tartó viselkedés mind felfedezhető magatartásukban. Jelen kutatásban tehát elsősorban az öndefiníciókat és ezek online megjelenését és formálódását vizsgálom az ideologizálás, idealizálás és normativitás kontextusában.

Elsődleges terepnek a CouchSurfing.com felületét választottam. A 2003-ban indult közösségi háló alapítója a San Franciscó-i születésű Casey Fenton. Az oldal „Rólunk” rovatában (About Us, CouchSurfing.com 2016) olvasható a történet, mely szerint Fenton az egyik utazásának szervezése során gondolt először az oldal megalapítására. Amikor izlandi útja során hostelek keresgelése helyett véletlenszerűen szétküldött 1500 barátságos e-mailt az egyik izlandi egyetem hallgatóinak, több mint 50 pozitív választ kapott. A tanulók biztosították arról, hogy náluk nyugodtan tartózkodhat egy-két éjszaka erejéig. Fenton számára így könnyen megoldódott a szállás kérdése, és pozitív élményekben volt része. Útban hazafelé kezdte el kidolgozni a CouchSurfing.com tervét, melyet nem sokkal később megvalósított. A főoldalon található mottó a következő: „Participate in Creating a Better World, One Couch at a Time”, azaz: a kanapészfőfőt egy szebb világ elősegítőjeként definiálják.

Az oldalon a szempontunkból legfontosabb nyilvános kommunikáció a fórumokon és a tagok adatlapjain zajlik, éppen ezért vizsgálatom kiemelt terei is ezek voltak. Az oldal aktív közösségi tér, és a fórumon valóban különféle kultúrák képviselői reprezentálhatják magukat, politikai nézetekről és egyéb ideológiákról vitatkozhatnak, illetve az utazásaik során ért élményeikről számolhatnak be egymásnak. Az adatlapokon történő megnyilvánulások vizsgálata is kiemelten fontos, hiszen ahhoz, hogy valaki ismeretlenként elnyerje a másik bizalmát, csupán a bemutatkozó kérdésekre adott válaszai vannak a segítségére. Az adatlapok az egyes tagok öndefiníciójának, illetve az oldalról alkotott véleményének fontos forrásai.

Gyűjtési és kiválasztási módszerem véletlenszerű volt. Egyrészt a „hólabda” módszerrel különböző kategóriájú és témájú fórumok között böngészve találtam rá a profilokra, másrészt a kereső segítségével, földrajzilag egymástól távol eső városok lakói között tallózva jutottam el a tagokhoz. Idézeteimben a tartalom mellett az eredeti stílus és megfogalmazás is fontos jelentéseket hordozhat, ezért angolul olvashatók, valamint a szövegek eredeti formájához való hűség érdekében az esetenkénti helyesírási hibákat nem javítottam. Anonimitásukat védve aliasokkal jelöltem alanyaimat a felhasználónevek helyett; a magyar fordítások a lábjegyzetekben találhatók.

Kutatásomat az oldalon található adatok elemzése mellett kérdőíves adatfelvétellel is kiegészítettem. A 100 elemzett kérdőívet úgy választottam ki, hogy azok minél szélesebb korosztályt, foglalkozást és utazási aktivitást fedjenek le. Igyekeztem egymástól távol eső térségekbe a legeltérőbb témákkal foglalkozó fórumok tagjainak kiküldeni kérdőívemet.

Céлом annak alátámasztása, hogy a kanapészfőfősök számára a kalandos vagy éppen nomád utazókörülmény tudatos választássá és ideállá válik: a turizmusipar lehetőségterének

kibővülésével egy időben a CouchSurfing.com egy kockázatokkal megtoldott „élményprojekt” alternatíváját kínálja, ami az élménykeresés sajátos formája. Ily módon a kanapészörfös a Gerhard Schulze német társadalomkutató által diagnosztizált élménytársadalom jellegzetes figurája, aki élményt és kockázatot keres (vö. Éber 2007: 32).

A kanapészörfösök a turistatipológiák alapján

A turistatipológiák tudományos formában a turizmusipar 20. századi fellendülésének idején jelentek meg először, azonban jó néhány előzményük is volt. Pusztai Bertalan Mark Twain *The Innocents Abroad or the New Pilgrims' Progress* című művét hozza példának, amelyben az amerikai szerző saját tapasztalatai alapján már 1869-ben bemutatta a „műveletlen, felületes élményekre és szuvenírekre vadászó turista” profilját (Pusztai 2012: 367) (kiemelés: B. E.). Konrad Könstlin cikkében egy 1873-ból származó korai turizmuskritikával is találkozhatunk: Theodor Fontanét idézi, aki a korabeli elit megdöbbenését és kritikáját fogalmazta meg, amikor a polgárság körében a tömegutazások kezdtek népszerűvé válni (Köstlin 1996). Ezek alapján megfigyelhető, hogy a mainstream turizmussal szembeni ellenérzés nem csupán a turistatipológiák születésének idejéhez, az 1970-es évekhez köthető, bár ekkortájt kétségkívül különösen erős volt a tömegturizmus-ellenes attitűd, például a nonkonformista fiatalok kultúrájában.

Jelen kutatásban Stanley Plog (2001) és Erik Cohen (2004) 1970-es években kialakított elméleteit használtam fel. Általánosságban a turistatipológiák fő célja, hogy felmérjék a különböző anyagi vagy társadalmi háttérű személyek utazással kapcsolatos preferenciáit és motivációit, s így módon magukat a turistákat is osztályozzák. Magyarázatot kívánnak adni az egyének viselkedésére, továbbá támpontokat arra vonatkozólag, hogy miként jelezhető előre a magatartásuk. A Plog és Cohen által felállított tipológiát azért találtam kutatási témám szempontjából relevánsnak, mert előzetes megfigyelésem szerint a kanapészörfös közösség értékrendjében a „turista” és az „utazó” típusok közötti – Plog és Cohen alapján jól értelmezhető – ellentét igen éles. E tudományos osztályozások jelentik vizsgáldódom etikus vonatkozását.

A Stanely Plog által felállított tipológia öt elemből áll. Két szélén az úgynevezett *pszichocentrikus* és *allocentrikus* karakterű turisták csoportja található. A két szélső típus közti különbség leginkább a kalandvágy és rugalmasság mértékében figyelhető meg. A pszichocentrikus turista „magába forduló, ideges, nem kalandvágyó”, utazásai során az ismerős dolgokat, kényelmes helyeket keresi. Az allocentrikus ellenben „magabiztos, társaságkedvelő, szeretne új dolgokat látni és tapasztalni, felfedezni a világot” (Plog 2001: 13). E tipológia szerint a „turista” korábban említett típusának a pszichocentrikus, míg az „utazó” figurájának az allocentrikus turista feleltethető meg. A két végpont között köztes típusok találhatók. A *közel-pszichocentrikusok* a pszichocentrikus pólushoz állnak közel, ám már rendelkeznek önállósodási igényekkel. Vegyes képet mutat a *midcentrikus* típus, melyben a két szélső eset jellemzői egyenletes mértékben keverednek. Őket a tudatosan felfedezésre törekvő és óvatos spontaneitásra hajló (*közel*)*allocentrikus* típus követi a szélsőséges *allocentrikusság* irányában. A két véglet közötti ellentét a preferált úti célok tekintetében is tetten érhető, továbbá tény, hogy az utazók (azaz az allocentrikus pólushoz közeli turisták)

gyakran változtatják úti céljaikat annak érdekében, hogy évről évre bővíthessék és gazdagíthassák a tapasztalataikat; a pszichocentrikus és (közel)pszichocentrikus turistákkal ellentétben ritkán utaznak el ugyanarra a helyre (vö. Plog 2001: 15).²

Erik Cohen modellje nagyban hasonlít Plogéhoz, tekintve, hogy a skálája két végén található karakterek alapvetően ugyanazokkal a jellemvonásokkal bírnak. Cohen a következő négy turistatípust állapította meg: az első, a kényelmes szolgáltatásokat kedvelő *szervezett tömegturista* esetében a helyiakkal kialakított kapcsolat időtartama minimális. Az *egyéni tömegturista* már szívesen szervez maga is egyéni programokat. A *felfedező* esetében már jóval nagyobb a szokatlan iránti vágy és a helyiakkal való ismerkedés igénye, de biztonságérzete visszatartja a „legnagyobb kalandoktól”. Végül a *vándor* áll legintenzívebb kapcsolatban a helyiakkal, továbbá ő rendelkezik a legnagyobb kalandvágygal és az ismeretlen iránti legerősebb vonzalommal. Igényei kielégítése érdekében pedig hosszú és nehéz utakat vállal. Ezt a négy típust Cohen a turisztikai szolgáltatások igénybevétele szerint két csoportba tömörítette. Az első két típus *intézményesült turisták* csoportjába tartozik. A felfedezőt és a vándort *nem intézményesült turistákként* emlegeti Cohen, mivel kevésbé veszik ki a részüket abból, amit a professzionális szolgáltatók nyújtanak, és inkább alternatív megoldások vagy a saját ötleteik felé hajlanak (Cohen 2004: 38–45).

Az elemzett kérdőívek alapján világossá vált, hogy a tipológiák bizonyos kategóriái, a (közel)allocentrikus és a nem intézményesült turisták típusai számos olyan tulajdonsággal rendelkeznek, amelyek pozitív és kíváncsos karakterjegyek a kanapészőrfősök értékrendjében. Ilyen például a talpraesettség, a határozott fellépés, az alkalmazkodóképesség, a kötetlenség, a szokványostól való könnyed eltérés. Fontos eredménynek tartom, hogy az álom-úticélokra vonatkozóan a kérdőívkitöltők a (közel)pszichocentrikus utazókkal ellentétben nem a turistaparadicsom-jellegű helyekre vágnak.³ Plog allocentrikus turistája a szokatlant, a váratlant keresi, és nem érdeklődik a divatosabb látnivalók iránt, ahová egy városnéző busz vinné – ennek megfeleltethetem a kérdőívkitöltők aspirációit is, ugyanis többen megemlítették, nem elég az, hogy „autentikus környezet”-ben legyenek a programjaik és a szállásuk; arra vágnak, hogy az adott város életét is autentikusan éljék meg a saját felfogásuk szerint, azaz nem turistaként. Szerepel még Plog modelljében a turisták vonzására előre elkészített színjátékok, a „staged authenticity” tudatos elkerülése is (MacCannell 1973). Ezek helyett a vendégfogadók által kedvelt helyekre kíváncsiak inkább a kitöltőim is. Az eredmények alapján megállapítható végül az is, hogy a legegységesebben a helyi lakosokkal való beszélgetéseket tartják fontosnak az utazás során. Ez megelőzi az olyan szempontokat, mint a tengerpart, klubok vagy a vásárlási lehetőségek könnyű elérése. Az úti célokat tekintve látható, hogy a regisztrált tagok előnyben részesítik a távoli, egyedi helyszíneket, és a professzionális turisztikai szolgáltatások helyett az alternatív módszereket kedvelik (pl. stoppolás, egyedül utazás, spontán szervezések).

2 A közel-allocentrikus úti cél közül néhány: Oroszország, Lengyelország, Ausztrália, Új-Zéland, Thaiföld, kínai nagyvárosok, Egyiptom, Jordánia, Skócia, Írország. Láthatjuk, hogy jellemzően ezek nem felkapott turistaparadicsomok, de még nem is annyira veszélyes vagy extrémításba hajló területek. Az allocentrikus úti célok azonban már annak nevezhetők, ilyen például Alaszka, Guam, Fiji, Antarktika, a brazil esőerdők, Kína belső részei, Tibet, Nepál, Vietnam.

3 Ázsiát 33-an jelölték be, s ebbe számos közel-keleti és belső-ázsiai ország tartozik, továbbá sokan írták Indiát, Kína belső részét és Oroszországot is. Nagy népszerűségnek örvend még Latin-Amerika: 28-an írták, hogy valamelyik közép- vagy dél-amerikai ország a távoli álom-úticéljuk. Ausztráliát 13-an, az Antarktiszat hárman írták, szintén hárman pedig magát a Holdat jelölték be.

A kanapészfőfősök és a tipológiák karakterei közötti hasonlóság a kutatásom émikus oldalához is nagy segítséget nyújtott. Azért vélem hasznosnak ezeket az eredményeket, mert a „turista” és az „utazó” közötti ellentét és „a másik”-tól való elkülönülés az öndefiníciók és ideológiák megfogalmazására bátorítja a felhasználókat. A CouchSurfing.com terepén számos lehetőségem volt kultúraspecifikus vizsgálódásra, és bár végig figyelembe vettem az előzetesen megállapított osztályozást, már az egyedi történetekre és önreflexiókra voltam elsősorban kíváncsi.

Törzsi jelleg a közösségi oldalakon

Azon túl, hogy a közösségi oldalak felhasználói számára a kommunikáció egyik fő mozgatója az önkifejezés és önmaguk másokhoz való hasonlítása, további szabályszerűség mutatkozik meg. Megfigyeléseim között volt, hogy normatív viselkedésükkel maguk a tagok alkotják meg az oldal valódi szabályzatát annak ellenére, hogy van hivatalos felhasználási szabályzat a menüsorban. Az Adams és Smith által bemutatott törzsiségmetafora alkalmazható a CouchSurfing.com oldalra is. A szerzők elektronikus törzsként (*electronic tribe*) értelmezték a virtuálisan létrejött közösségeket, s működésük leírására a törzsiség metaforáját tartották alkalmasnak. A törzs e késő modern értelmében közös tulajdonsággal rendelkező emberek összefogása, történjék ez a foglalkozásuk, érdeklődésük, családi állapotuk vagy egyéb tényezők alapján; ezenkívül szokásaik, hasonló hiedelmeik, vágyaik és értékeik is fenntartják a kohéziót. A törzs teret ad az emberek szociális interakcióinak, és abban különbözik a közösségtől, hogy kisebb, fragmentáltabb, specifikusabb – tehát a közösségen belüli egységekről van szó. Az internet funkciója mint szociális tér azt implikálja, hogy elektronikus formában is jelen lehet ez a törzsiség (Adams és Smith 2008).

A CouchSurfing.com tehát az online törzs tökéletes példája: egy közös cél érdekében jött létre, s aki csatlakozott, elköteleződött iránta, és egy meghatározott érték- és szabályrendszer szerint vesz (elvileg) aktívan részt a közösség fenntartásában. Ezt az érték- és szabályrendszert a kérdőívek eredményei, illetve az adatlapokon és fórumokon megfigyelhető normatív megnyilvánulások alapján vizsgáltam. Hogyan formálhatnak az interneten létrejött „törzsek” saját szabályrendszereket? Kik azok, akik ezeket a regulákat megalkotják, és hogyan viszonyulnak a „nem helyénvaló” viselkedéshez?

A felhasználók normatív jellegű megnyilvánulásai – melyek segítségével egy egész eszmrendszer alkotnak a kanapészfőföls köré – sok esetben megadják az ideális vendég vagy vendégfogadó paramétereit. Azok a tagok, akik aktívan használják az oldal szolgáltatásait, többségében komolyan veszik annak ideológiai háttérét és szabályait, és ennek hangot is adnak. Azonban mi ez a háttér valójában, és melyek ezek a szabályok?

Kutatásom során a CouchSurfing.com-on több olyan helyet fedeztem fel, ahol szabályozás, ideologizálás és idealizálás történik. Ez megfigyelhető például az adatlapokon található értékelésekben, ahol a véleményt írók kifejtetik, hogy új ismerősük mennyiben felelt meg a tökéletes vendégfogadó (*host*) vagy utazó/vendég (*surfer*) képzetének. Emellett a legfőbb kommunikációs csatornán, a fórumon is találtam ideologizálást, ahol alakultak speciálisan olyan csoportok, amelyek mások kritizálására irányulnak, kihangsúlyozva, hogy milyen az elítélendő vagy a sorból kilógó utazó. E helyeken tehát a szabályok és értékek rejtett, önkéntelen hangoztatása és ezek megerősítése figyelhető meg.

A „CouchSurfing spirit” mint ideológia

A kanapészfőrfi kapcsán megfogalmazott elvek és filozófiák egy viszonylag koherens eszmerendszer elemei, s kiválóan példázzák az utazási ideológiák mediális formálódását. Sokat emlegetik a tagok a kanapészfőrfi lelkületet, a „CouchSurfing spirit”-et, amelyet a következő példákkal illusztrálhatunk:

Couch Information: (...) Thank you for reading all what is below; last detail: request my couch if you have the couchsurfing spirit, i. e. if you want to experience the unique cultural exchange provided by this great project (Spirited 1, 2010 – kiemelés: B. E.).⁴

And all the people I've hosted so far were truly special. I mean *that everybody that has the „couchsurfing-spirit” has to be* open minded, spontaneous, fun, optimistic and so on. And it's always a pleasure to spend time with such a person (Spirited 3, 2010 – kiemelés: B. E.).⁵

Martin you are a really good host and by the way the couch is GREAT! *Keep on sharing the couchsurfing spirit* because you are pretty good in it! mil besos para ti (Spirited 4, 2010 – kiemelés: B. E.).⁶

Ming is truly a couchsurfing spirit. It was a great pleasure to host her. She is open-minded, conversationable and intelligent. It's great fun to share stories with her, in both ways listening and telling. *Stay as you are and spread the spirit of Couchsurfing.* We stay in touch ☺ (Spirited 5, 2010 – kiemelés: B. E.).⁷

Ahhoz, hogy a kanapészfőrfi lelkület pontos jelentését feltárjam, nem volt elégséges a fentiekhez hasonló megnyilvánulásokat elemezni, még ha néhol meg is magyarázzák, hogy mit értenek alatta. Kutatásomban a továbbiakban bemutatandó fő vezérelvekre koncentrálni próbáltam megragadni a kanapészfőrfi lelkület lényegét. Az oldalon végzett gyűjtés és a kérdőív eredményei alapján fellelhetők azok a normák és elvek, amelyeket jól láthatóan propagálnak a tagok. A következő vezérelveket látom elsődlegesnek: az anyagiasság elvetése, az egyéni tanulás előtérbe helyezése, új tapasztalatokra és a nem szokványos élményekre való nyitottság (ezt az embertípust jellemzően „openminded”-ként jellemezték), a „valóság” megtapasztalása helyi lakosokkal (a kultúrájukkal való találkozás által), egy tényleges csere (*exchange*) létrejötte.

Új emberek, más kultúrák megismerése – nyitott kérdéseimre sokan fogalmazták, indokolták meg ezzel, miért kanapészfőrfiznek. A pénzhíányt és a praktikus szempontokat (pél-

4 Információ a kanapéről: (...) Kösz, hogy elolvastad, ami az adatlapomon volt; egy utolsó tudnivaló: akkor írd nekem kanapékérélemt, ha kanapészfőrfi lelkületű vagy, ha tehát meg akarod tapasztalni ezt a különleges kulturális „adok-kapok”-ot, amit ez a remek lehetőség biztosít.

5 Az összes személy, akit elszállásoltam, különleges volt. Ezalatt azt értem, hogy *mindenkinek, aki rendelkezik a CS-lelkülettel, nyitottnak, spontánnak, viccesnek, optimistának kell lennie.*

6 Martin, te egy nagyon jó vendéglátó voltál, és csak úgy mellékesen: remek a kanapéd! *Folytasd csak a kanapészfőrfi lelkület terjesztését, mert nagyon jól csinárod! Milliós csók neked!*

7 Ming igazi kanapészfőrfi lelkületű. Nagy megtiszteltetés volt vendégül látni. Nyitott természetű, jó társalgó és intelligens. Nagyon vicces volt sztorizgatni vele, hallgatni és mesélni neki egyaránt. Maradj ilyen és terjeszd a CS-lelkület igéjét! Tartsuk a kapcsolatot :-)

dául szükséghelyzet) mindössze a válaszadók 12%-a említette, sőt nemegyszer ellene beszéltek. Elemzésem során is tapasztaltam, hogy a spórolásra hivatkozás fennhangon elítélendő vagy legalábbis bírálendő, holott véleményem szerint sok leendő felhasználónál csatlakozásra ösztönző tényező lehet a spórolás. Ez egy markáns és letagadhatatlan tény, viszont nem az értékrend része, így disszonanciát okozhat. Jól jelzi ezt az az eset, amikor egy regisztrált tag felemlgette a kanapészfőfőlés anyagi előnyeit, és egy újonc felhasználóknak létrehozott fórumban „tanúságtételt” tett a következőképp:

My first message I ever sent out was to an ambassador in Canada (Toronto I think) and went something like this... „I wanna try out couchsurfing, both for the experience and for the money saving. Can you help?” (I forget the exact message) He replied with, „No, couchsurfing is not about saving money, and my house is not a free hotel! *Couchsurfing is about a lot more than saving money*”. So I wondered what it was really about... My next message was a bit different (Newby 2010 – kiemelés: B. E.)!⁸

Semmi kihasználó jellegű célzás nem volt Newby üzenetében, azonban megemlítette csatlakozása anyagi vonzatát is. A vendéglátó, aki nem melleleg a CouchSurfing.com „nagykövete” volt,⁹ azonnal reflektált a kényes kérdésre: szerinte nem azért van ez a lehetőség, hogy pénzt spóroljunk, hanem mindez „sokkal többről szól”.

Az anyagias hozzáállás elítélése valószínűleg a kihasználás problémáiból ered. Érthető módon sok helyen olvasható rosszállás az olyan tagokkal kapcsolatban, akik pusztán utazási költségeiket akarják csökkenteni a kanapészfőfőléssel. Kihasználják vendéglátójuk jóindulatát, cserébe viszont nem töltenek időt vele. Ezt a viselkedést a kanapészfőfőlések közösségében az „ingyenhotel” jelzővel illetik. Az alább bemutatott esetben negatív értékelést hagyott egymásnak a két fél. A konfliktus fő oka a „Ne használd ingyenhotelként a lakásomat!” szabályának megszegése volt. Ami az egyik fél számára elfogadható viselkedés volt, azt a másik kihasználásként értelmezte.

Negative

Sorry to say this but what an awkward experience. Chock it up to miscommunication or personality clash but this encounter left me feeling confused and nervous. After 20 minutes he was accusing me of *treating his place like a hotel*. Nice host! I left immediately and stayed elsewhere. I am sure he is a nice guy as others seem to have enjoyed their stay, but I would not recommend his at if your goal is to have a FUN time in Amsterdam (American girl 2009 – kiemelés: B. E.).¹⁰

8 Életem első üzenetét egy kanadai nagykövethet küldtem (azt hiszem, Torontót képviselte), és valahogy így hangzott: „Ki szeretném próbálni a kanapészfőfőlést, egyrészt, hogy megtapasztaljam, milyen, másrészt, hogy pénzt spóroljak. Tudsz segíteni?” (elfelejtettem a pontos megfogalmazást). Ő így válaszolt: „Nem, a kanapészfőfőlést nem a pénzspórolásról szól, a házam pedig nem ingyenhotel! A kanapészfőfőlést sokkal többről szól, mint a pénzspórolás”. Úgyhogy el is gondolkoztam, hogy miről is szólhat... A következő üzenetem már kicsit más volt!

9 Nagykövet az a tapasztalt felhasználó, aki egy várost vagy bizonyos területet képvisel, az oldal üzemeltetőivel kapcsolatot tart, felelős a rendszeres CS-találkozókért vagy bármilyen helyi szintű rendezvény megszervezéséért.

10 Bocsnát, hogy ezt mondom, de ez egy kellemetlen élmény volt. Betudhatjuk a rossz kommunikációnak vagy személyiségbeli különbségeknek, de ezt a találkozást nagyon zavartan és idegesen élt meg. Fogadom 20 perccel az érkezésem után azzal gyanúsított meg, hogy hotelként használom az otthonát. Milyen kedves vendéglátó! Azonnal otthagytam, és máshova mentem. Biztos vagyok benne, hogy kedves srác és mások élvezték a nála töltött időt, de nem ajánlanám őt, ha jól akarod magad érezni Amszterdamban.

Holly arrived at my place at around 21h. After 5 minutes she needed to use my cell phone to call a guy – not from Amsterdam – but who was on a conference in the city and staying in some hotel. She was very eager to meet him. My impression was she was following him on a romantic journey. After using my phone several more times to make arrangements for the same evening, I told her my impression. *My feeling is, you cannot stay at my place, use my phone, leave after 15 minutes to meet somebody else.* I also didn't care to join as „three is a crowd”. On top of that it would become a very late night experience and she demanded the keys to return alone. This gives me the feeling *I am used as a hotel, which I don't like.* I offered to fix her up with a different place to stay, but she had backup arrangements, so I left it at that. *Of course one can meet other people while staying, but I think you should make some time for me as well especially upon arrival* (Dutch guy 2010 – kiemelés: B. E.).¹¹

A fenti összeütközés a jellembeli különbségek mellett az eltérő elvárásoknak is betudható. Megtörténhet, hogy különböző tagoknak mást jelent a kanapészfőfős lelkület, és ez konfliktust okozhat. *American girl* ugyanis, miután megérkezett a vendéglátó otthonába, azonnal továbbsietett, hogy valaki mással találkozzon. *Dutch guy* viszont elvárta volna, hogy beszélgessenek vele, vagy legalábbis mutassanak felé némi érdeklődést. Ezek szerint a vendéglátó számára ezek a napok különlegesnek számítanak, s az élő kapcsolatot a vendég és a vendéglátó között fontos része a kanapészfőfős lelkület eszméjének.

A turistatipológiák megállapításait jól alátámasztja többek között az utazó és a helyi lakos közötti kapcsolat fontossága is. A kérdőívre válaszolók 97%-a úgy nyilatkozott, hogy a jó utazásnak fontos alkotóeleme a beszélgetés a helyiekkel. Cohen és Plog modelljében a (közel)allocentrikus és a nem intézményes turista számára szintén fontos, hogy minél többet érintkezzen a helyi lakosokkal, s így autentikus élményekre tegyen szert, majd új ismeretekkel térjen haza. Megnyilvánulásaikban a vendégek néha egészen egyedi módon értelmezik az autentikusságot. Egyik válaszadóm így fogalmazott: „I joined CS because I want to meet REAL people and help out REAL people”¹² (Real 2010). A valódit nagybetűkkel emelte ki, jelezve, hogy az autentikusság itt, a CouchSurfing.com-on megtalálható, szemben azzal, ha az ember az utazás során hotelben száll meg, és a turizmusiparban dolgozó személyekkel találkozik (MacCannell 1978; Pusztai 2011). Tehát az autentikus tapasztalat a vendég számára a „valósággal” egyenlő: a színfalak (a turizmusipar) mögött zajló mindennapi cselekvéssel. A valós tapasztalat iránti vágy fő oka, hogy felértékelődik a vendég és a vendéglátó közötti viszony a kanapészfőfős normarendszerében, hiszen a vendéglátó az, aki ezt a valóságot be tudja mutatni. Így a kanapészfőfős tapasztalatnak ez is fontos részévé válik.

11 Holly 21 óra körül érkezett meg. 5 perccel később már használnia kellett a mobilomat, hogy felhívjon egy srácot (nem amszterdami), aki egy konferencián vett részt a városban, és az egyik hotelben szállt meg. Nagyon szeretett volna találkozni vele. Nekem az volt a benyomásom, mintha romantikus okokból követte volna őt ide. Miután jó párszor használta a telefonomat, hogy egyeztessenek ugyanarra az estére, elmondtam neki, hogy mit gondolok. Úgy érzem, hogy nem tartózkodhat nálam, ha használod a telefonomat és 15 perccel az érkezésed után elmész, hogy mással találkozz. Nem volt kedvem csatlakozni sem hozzá és az ismeretlen ismerőséhez. Mindezen felül ez egy késő esti program lett volna, és ő elkérte volna a kulcsaimat. Ezzel már végképp azt éreztettem velem, hogy hotelként használ, amit nem szeretek. Felajánlottam, hogy segítek neki másik helyet találni, de volt B terve, így ebben maradtunk. Persze hogy találkozhat másokkal is, amíg nálam vagy, de szerintem szánj időt rám is, főleg az érkezéskor.

12 Azért csatlakoztam a CS-hez, mert VALÓDI emberekkel akarok találkozni és VALÓDI embereken akarok segíteni.

Visszatérve *Dutch guy* és *American girl* egymásnak címzett negatív értékeléséhez, láthatjuk, hogy az ideológia alapján nemcsak a vendég ragaszkodik ahhoz, hogy megismerje a vendéglátóját, annak városát és az ottani kulturális életet, hanem a vendéglátó is kíváncsi a vendégére. Néhányuk még külön kéri is: maradjon a vendég 2–3 napnál tovább, hogy ne csak felületesen ismerjék meg egymást. Az alábbi idézet egy vendéglátó adatlapjáról, a *Couch Information* rész alól származik:

we want people to stay more then some days, a week at least is prefered. we take hosts not guests, nomads who take initiative, so if your requesting to stay one or two nights then try to find somewhere else unless your totally fucked and sleeping outside in the rain. usually it sucks having someone stay one or two nights only then leaving without getting to know each other, although i understand because sometimes i needed to do the same myself. but its great when people unerstand that *couchsurfing shouldnt be another lame way for people to travel cheap* trying to benefit themselves only. we all have different reasons for traveling. this has to be an EXCHANGE OF HOSPITALITY if you are hosting people and/or staying in their home (Host 1, 2010 – kiemelés: B. E.).¹³

Host 1 bírálja az olyan személyeket, akik csak 1–2 napra lagnának nála. A leglényegesebb szerinte, hogy ténylegesen „exchange”, azaz csere, kölcsönösség jöjjön létre az utazó és a vendéglátó között.

Miről szól ez a csere valójában? A bevezetésben már bemutatott Hospitality Exchange Network definíciója alapján az *exchange* arra utal, hogy a vendég és a vendéglátó közötti kapcsolat legjobb kimenetele az, ha a vendéglátás előbb-utóbb kölcsönössé válik. Azonban ez egy másfajta reciprocitásként is értelmezhető, illetve értelmezendő. Ugyanis nem csak a vendég utazik, hanem átvitt értelemben a vendéglátó is – a vendég univerzumába. Tehát a kölcsönösség azt jelenti, hogy a köztük zajló kommunikáció nem más, mint kulturális csere, a másik nézőpontjának megismerése, és a tanulás egymástól. A hajlandóság erre és az őszinte érdeklődés tehát a kanapészfőfős lelkület elengedhetetlen alkotóelemei.

A schulzei élménykereső modern ember az ideálok megfogalmazása közben is visszaköszön. Gyűjtésemből látható, hogy az ideális kanapészfőfős egy élményorientált történetmesélő, aki szabad választással (magát tudatosan elkülönítve a könnyebb, szállodai lehetőségtől) kerül ahhoz a vendéglátóhoz, akihez kerül (Éber 2007: 30). A közöttük létrejövő „exchange” kétoldalú kimenetelét szemügyre véve megállapítható, hogy az élményracionális cselekvés következtében az izgalmas tulajdonságok idealizálása néhol már-már élményt kínáló eszközzé redukálja a másikat.

13 Azt szeretnénk, ha vendégeink néhány napnál hosszabb ideig maradnának, legalább egy hetet. Mi is vendéglátókat, nomád kezdeményezőket várunk, és nem passzív vendégeket. Tehát ha 1–2 éjszakára keresel szállást, jobb, ha másnál próbálkozol, kivéve, ha nagy gázban vagy és az esőben kellene aludnod. Általában béna érzés, ha pár nap után el kell köszönnünk, anélkül, hogy megismertük volna egymást rendesen, bár megértem, ha néha erre szorulunk, mert jómagam is megéltem már ezt. De az a jó, ha megértjük, hogy *a kanapészfőfős más, mint az utazás olcsó módja, amivel csak az utazó nyer*. Mindenkinek mások a céljai az utazással. Ennek a fajtának arról kell szólnia, hogy ADUNK is valamit a kapott kanapéért.

A kérdőívekre adott válaszok, a fórumhozzászólások és az adatlapokról vett idézetek mind azt mutatják, hogy a pénzspórolás lehetőségének elvetése, a vendéglátó és vendégének különleges kapcsolata és a kulturális csere a legfontosabb elemei a kanapészörfös lelkületnek, ideológiának. Ez a normarendszer bizonyos cselekedeteken keresztül mutatkozik meg. Értelemszerűen a hálózat minden tagja törekszik arra, hogy a lehető legjobb vendég, illetve vendéglátó benyomását keltse. A kutatott oldal *Terms of Use* menüsora főleg jogi és oldalhasználati információkat tartalmaz, így a kezdő és haladó kanapészörfös ideális tulajdonságairól már csak „szájhagyomány” útján értesül a felhasználó. A tagok a profiloldalukon a *Types of people I enjoy* című szekcióban kifejezhetik, hogy milyen típusú emberekkel érzik jól magukat. A *Couch Information* kapcsán a leendő vendéglátó azonkívül, hogy megoszthatja lakásának paramétereit, írhat az elvárásairól is, ami sokat elárul a normákról és a szabályokról. Természetesen az értékelések itt is fontos támpontok. Végül néhány kritizáló fórumtopikban találtam hasznos információkat az ideális kanapészörfös ellentettjeiről – a szankcionálást érdemlő, „nem közénk való” tagokról.

A kérdőív válaszadói döntően a nyitottság, barátságosság, tolerancia és alkalmazkodóképesség fogalmaival határozták meg a tökéletes kanapészörföst. Érdekes azonban idézni néhány egyedi választ. Egy magyar nyelvű válaszoló így fogalmazott: „Szimpatikus, szórakoztat, tanít, főz, takarít és be lehet vele rúgni – abból a különleges finom tömény szeszből, amit otthonról hozott” (Magyar host 2010). „The host should want you there, and not act like he’s doing you a favor” (Guest 2010) – tehát az a vendéglátó az ideális, aki valóban szeretne vendégül látni, és nem azt érzékelteti, hogy szívességet tesz neked; „Someone who just lives with me” (Host 3, 2010) – az a vendég a jó vendég, akivel csak úgy együtt élünk; „someone who makes you miss them” (Host 4, 2010) – valaki, aki hiányozni fog neked. Kutatásom során arra is rákérdeztem, hogy tudnak-e olyan, a kanapészörfhöz kapcsolódó élményt felidézni, amely rossz kimenetelű volt. Sok vendéglátó természetesen ismét az „ingyenhotel” problémáját hozta fel: akadt olyan vendégük, aki kihasználta őket, akit nem érdekelt az ő személyük, nem akart időt tölteni velük, csak az ingyenszállás és -étel miatt volt ott. Továbbá felsoroltak olyan eseteket is, amikor az egyik fél egy idő után megszakította a kapcsolatot vagy egyáltalán nem jelent meg a megbeszélt időben. Lopásról vagy szexuális közeledési szándékról elenyésző mennyiségű említést kaptam.

Számtalan helyen szerepelnek az „openminded, easy going” szavak, amelyek a könnyed, nyitott természetre utalnak. Az alábbiakban idézett bővebb leírások a preferált embertípusról a „Types of People that I Enjoy” (Ezeket az embereket kedvelem) című részből tovább árnyalják a tökéletes kanapészörfös profilját.

I enjoy intelligent people who can converse well. People who have a sense of humour and are good to each other. People you can rely upon and are capable of empathy with others and not just sympathy for themselves (Intelligent 2010).¹⁴

14 Az intelligens embereket kedvelem, akikkel jó társalogni. Akiknek van humorunk, és jók egymáshoz. Akikre számíthatasz, és empátiával közelednek egymáshoz, nem csak saját magukra gondolva.

I like fun, friendly, playful and silly, uncomplicated, open-minded people who can have nice conversations. I also like people who shower. Smelly greasy travelers aren't really my thing. But most importantly, I like good hearted, honest, respectful and considerate people (Uncomplicated 2010).¹⁵

A fenti idézetek szerzői jól bemutatják azt a véleményt, hogy akár vendég, akár vendéglátó valaki, legyen könnyen megközelíthető, könnyen társalogjon, ne legyen túl bonyolult és komplikált személyiség, és legyen mindig vidám. Fontos továbbá az alkalmazkodóképesség és a türelem. A CouchSurfer-ek számára lényeges élményközpontú motiváció pedig a szubjektív, érdekes élettörténetek, minták meg tapasztalása, csereberéje által valósul meg. A következő pozitív értékelések tükrözik ezt az ideális állapotot:

Johanna and her friend were *ideal guests* & I enjoyed talking with & learning from them. Thanks to Jo I now make the best sprouted chickpea hummus in town (Hummus-maker 2010 – kiemelés: B. E.)!¹⁶

Our stay at Anna's place is what I would call a *perfect CS experience*. We really ended-up having experienced a wonderful Hungarian familys life (Visitor 2010 – kiemelés: B. E.).¹⁷

A közvetlenséget, az egymástól való tanulást és a különleges tapasztalatokat hangsúlyozzák az idézetek. Azonban nemcsak pozitív, hanem az olyan negatív értékelések alapján is módomban állt idealizáló attitűdökre következtetni, amelyek azt fejtik ki, hogy miként nem viselkedhet a kanapészőrfős. Az előzőkből következően értelemszerűen rossz tulajdonságnak számít a rugalmatlanság és a túlérzékenység vagy a félreértések feszült kezelése. A következő két idézet negatív értékelésekből származik. Mindkét panasz ugyanannak a vendégként érkező személynek szölt; szállásadói nehéz és érzékeny természetére tesznek utalásokat.

I was very stressed. She is not someone who is laid-back and I found that she cannot adapt to a place that is not hers. You cannot expect to find the same things in Palermo that you find in Poland--nor should you be adamant about it. Traveling is about experiencing new places, people, cultures, and things. Kasia complained that she couldn't find the logic in Palermo, and that Poland was better. Then why come here? (...) It is very important to respect the person who hosts you, and also to have respect for your guests--despite differences culturally, and philosophically. I think that when we travel we shouldn't bring our troubles and preconceptions, but only our luggage and our smile (Palermo-guy 2010).¹⁸

15 Szeretem a vicces, barátságos, játékos és bohókás embereket, akik nem bonyolítják túl a dolgokat, nyitottak, és akikkel jókat lehet beszélgetni. Azt is kedvelem, ha néha zuhanyoznak – a büdös és zsíros hajú utazó nem az én világom. De a legfontosabb, hogy jószívűek, őszinték és tisztelttudók legyenek.

16 Johanna és a barátnője *ideális vendégek voltak*. Szerettem beszélgetni velük és hogy tanultam tőlük. Jónak köszönhetően most már én készítem a legjobb csicseriborsó-hummust a városban!

17 Tartózkodásunkat Annánál a *tökéletes CS-élménynek* nevezném. Igazán kellemes időt töltöttünk nála, amíg bepillantást nyerhettünk egy magyar család életébe.

18 Nagyon feszült voltam. Ő nem laza személy, és rádöbbentem, hogy nem tud mások otthonához alkalmazkodni. Nem várhatod el, hogy Palmóban ugyanazt találod, mint Lengyelországban, és talán nem kellene erről panaszkodni. Az utazás arról szól, hogy új embereket, helyeket, kultúrákat ismersz meg. Kasia elpanaszolta, hogy nem látja át Palmót, és hogy Lengyelország jobb. Akkor miért jött ide? (...) Nagyon fontos, hogy tartsd tiszteltben a vendéglátót és a vendégedet, még akkor is, ha kulturális és filozófiai különbözőségek akadnak. Azt hiszem, hogy utazásaink során a gondjainkat és előítéleteinket otthon kellene hagyni: csomagunk mellett csak egy mosolyt vigyünk magunkkal.

You succeeded in making myself, another guest and my neighbours feel uncomfortable in my own home. Please tell me as an open smoker how many cigarettes I can smoke in my own house and I will tell you as a closeted vegan how many (and which) vegetables you can eat (Smoker 2010).¹⁹

Az értékelések írói azt emelték ki, hogy a hölgy túlságosan komolyan veszi s helytelenül kommunikálja a dohányzásellenességét és egyéb elvárásait, negatív gondolatait a meglátogatott helyekkel kapcsolatban, illetve hogy mindezzel kellemetlen helyzetbe hozta a vendéglátót a saját otthonában.

Végül a „kritizáló” fórumokban is találhatunk példákat az idealizálásra. A *Funny negative references* elnevezésű csoport tagjai abból a célból alapították meg klubjukat, hogy saját szórakoztatásukra összegyűjtsék a legmeghökkenőbb, legviccesebb negatív értékeléseket, és a fórumon elemezhessék a félreértésbe keveredett felek kommunikációját. A célpontok általában azok a „kakuktktojások”, akik nagymértékben kívül esnek a kanapészfőfős ideáltípusától, mert megnyilvánulásaik szokatlanok, illetve az értékelésben a negatívumot alátámasztó érvek értelmetlennek vagy nevetségesnek tűnnek. Hasonló csoport az *Interesting, original, funny profiles* nevet viselő. Annak ellenére, hogy a nevében nem szerepel semmi rosszálló, az itt idézett adatlapok főként negatívan jelennek meg: sokakat furcsa viselkedésük miatt találnak figyelemre méltónak, valamint érdemesnek arra, hogy egy külön fórumtéma induljon róluk. (Itt találtam rá az előbb bemutatott kanapészfőfősre, akiről a nehéz természete miatt sok negatív értékelés érkezett.) Találhatók még olyan kibeszélt felhasználók is, akik szokatlan, meghökkenítő képeket tölthettek fel, akik valamilyen furcsa nézethez ragaszkodnak vagy meglepő hóbortjuk van. Mindegyik eset kapcsán megfigyelhető, hogy ezeken a felületeken akaratlanul is megfogalmazódnak olyan szabályok, amelyek betartását a többség elvárna. Azáltal, hogy kritizálják a másik tagot, megerősítik a szabályokat és a kialakult értékrendet.

Végkövetkeztetések

1996–97 fordulóján néhány Latin-Amerikában utazgató hátizsákos világjáró Pasi Hannonen kutatásának főszereplőjévé vált. A hosszasan utazó, bizonytalan anyagi háttérrel rendelkező alanyok magatartásáról a mélyinterjúk alapján a következőket állapította meg Hannonen: valóban létezik a turistatipológiákban fellelhető hierarchia a turisták és az utazók között; a luxusimádó turista és a hátizsákos között. Természetesen az „utazók” mindezt meg is erősítik. A CouchSurfing.com azt támasztja alá, hogy ez az „othering” attitűd nem változott az azóta eltelt lassan két évtized alatt. Azonban elgondolkodtató, hogy Hannonennek el kellett mennie egészen Ecuadorig, hogy eredményekre tegyen szert, míg jelen kutatás pusztán a számítógép előtt ülve is kivitelezhető volt. Ez nem csak azt jelenti, hogy a kutatónak a kommunikáció könnyedsége miatt kedvez a világháló, hanem a CouchSurfing.com-nak és általában a kanapészfőfős jelenségének hála, ma már egy virtuális helyen él többszáz ezer hasonló szokással és attitűddel rendelkező utazó, az összes kontinensről, különböző korcsoportokból. Egymás számára könnyen láthatóvá válnak, könnyedén képesek kommuni-

19 Sikertől elrémled, hogy én, egy másik vendég és a szomszédjaim is rosszul érezzék magukat az otthonomban. Kérlek, homályosítsd már fel arról, hogy olyan emberként, aki nem titkolja, hogy dohányos, hány cigarettát szívhatsz el a saját otthonomban, és cserébe én is felvilágosítalak téged, a vegánságát titkolót, hogy mennyi és milyen zöldséget ehetsz.

kálni. Ez nagyban segíti az utazót az igazi, autentikus utazással kapcsolatos elképzeléseinek formálásában. Ezeket a kommunikációs folyamatokat vizsgáltam kutatásomban, s általuk közelebbről megismerhettem a kanapészfőfős alakját – anélkül, hogy a számítógépem mellől elmozdultam volna. Remek lehetőséget adott az online közeg, hogy a mediális formálódást vizsgáljam – azonban kutatásom további, lehetőleg offline mélyinterjúkkal való kibővítése társadalomelméleti, azon belül is cselekvéseméleti értelmezésre is alkalmas lehet a jövőben.

A Stanley Plog és Erik Cohen által felvázolt turisztipológiákat vizsgálva megállapíthatjuk, hogy az ő „utazójuk” nem sokban különbözik a kanapészfőfősöktől, hiszen a kanapészfőfősök is szívesen különböztetik meg magukat a hagyományos turistáktól. A kanapészfőfősök szerint a legfontosabb komponens a jó utazáshoz a helyi lakosok megismerése s a velük folytatott aktív kommunikáció. Vajon azok a technológiai változások, amelyeknek a HEN-ek is köszönhetik a létüket, elősegítették, hogy ez jobban megvalósuljon, mint régen? Vajon egy 1960-as évekbeli stoppos hátizsákos számára megvalósulhatott, hogy szinte minden alkalommal rokonszenves helyi lakosok kanapéján szálljon meg, és mélységeiben kitérőgyalja velük a helyi kulturális szokásokat? Erre nem tudunk egzakt választ adni, de abban biztosak lehetünk, hogy a mai kanapészfőfős ezen igénye zökkenőmentesen megvalósulhat, mert csak néhány kattintás választja el ettől. Bár az oldalt böngészve láthatóvá válhat nem egy negatív hangvételű végkimenetel is, mindezek esetében is bármikor adott a közösség vagy a vezéregyéniség (lásd: nagykövet) regulázó attitűdje. Az online kommunikáció lehetőséget teremt e törzsies csoport normarendszerének kidolgozására, melynek létezése nélkül dezintegrálódna a csoport. Nem elég a másik iránti vak bizalom, emellett meg kell felelni a normarendszernek, követni kell az ideológiát, hogy a tagok megmaradhassanak kanapészfőfősöknek és fenntarthatassák a turisták egészéhez képest csekély számú, de annál összetartóbb csoportjukat.

Források

Primer források (minden személyazonosságot álnévre cseréltem, az eredeti források saját gyűjteményemben megtalálhatók).

CouchSurfing.com: <http://www.couchsurfing.com>

Kérdőíves válaszok idézése az alábbi személyektől: Guest, Host 3, Host 4, Magyar host, Real

Alanyok, akiktől adatlap-kitöltéseket és fórumhozzászólásokat idéztem: Spirited 1 2010, Spirited 2 2010, Spirited 3 2010, Spirited 4 2010, Spirited 5 2010, American girl 2009, Dutch guy 2009, Host 1 2010, Host 2 2010, Hummus-maker 2010, Intelligent 2010, Newby 2010, Palermo-guy 2010, Smoker 2010, Uncomplicated 2010, Visitor 2010, Welcommer 2010.

Hivatkozott irodalom

Adams, Tyrone L. és Smith, Stephen A. (2008): *Electronic Tribes. The Virtual Worlds of Geeks, Gamers, Shamans, and Scammers*. Austin: University of Texas Press.

Cohen, Eric (2004): *Contemporary Tourism. Diversity and Change*. Amsterdam: Elsevier.

Couch Surfing (é. n.): Gyakran Ismételt Kérdések. Interneten: www.couchsurfing.org/media_faq.html (letöltve: 2016. 01. 19.).

- Éber Márk Áron (2007): *Élménytársadalom. Gerhard Schulze koncepciójának tudás- és társadalom-eméleti összefüggéseiről*. Budapest: ELTE TÁTK.
- Hannonen, Pasi (é. n.): „Tourists are Tourons and Travellers are Very Different”. *How Budget Travellers Distance Themselves from Mainstream Tourists?* (Kézirat.)
- Köstlin, Konrad (1996): Utazás, régiók, modernség. *Café Babel* (22): 117–124.
- MacCannell, Dean (1978): Staged Authenticity. Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *The American Journal of Sociology* 79(3): 589–603.
- Plog, Stanley (2001): Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 42(11): 13–24.
- Pusztai Bertalan (2011): Paradigmaváltások a kultúrakutatás autentikusság értelmezésében. In *Színre vitt helyek*. Fejős Zoltán (szerk.). Budapest: Néprajzi Múzeum, 18–32.
- Pusztai Bertalan (2012): Isten nem kellemes alkotása vagy a művelt emberiség nemes hajtása? Turisták a Vasárnapi Újság hasábjain (és ’bérczein’). In *Médiumok, történetek, használatok. Ünnepi tanulmánykötet a 60 éves Szajbély Mihály tiszteletére*. Pusztai Bertalan (szerk.). Szeged: SZTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 366–380.