

MAGYAR AFRIKA TÁRSASÁG
AFRICAN-HUNGARIAN UNION



AHU MAGYAR AFRIKA-TUDÁS TÁR
AHU HUNGARIAN AFRICA-KNOWLEDGE DATABASE

A. GERGELY András

Maghrebi turizmus – Goytisolo „mediterránuma” ürügyén (Tunéziai kalandozás)

Eredeti közlés/Original publication:

(más címmel) Maghreb-turizmus – antropológiai olvasatban: Tunéziai kalandozás, in: Sebestyén Éva – Szombathy Zoltán – Tarrósy István szerk.: *Harambee: Tanulmányok Füssi Nagy Géza 60. születésnapjára*, 2006, Pécs, Publikon Könyvek – Budapest, ELTE BTK, pp. 16-35.

Elektronikus újraközlés/Electronic republication:

AHU MAGYAR AFRIKA-TUDÁS TÁR – 000.000.197

Dátum/Date: 2013. január/January

Az elektronikus újraközlést előkészítette

/The electronic republication prepared by:

B. WALLNER, Erika és/and BIERNACZKY, Szilárd

Hivatkozás erre a dokumentumra/Cite this document

A. Gergely András: Maghrebi turizmus – Goytisolo „mediterránuma” ürügyén, *AHU MATT*, 2012, pp. 1–26. old., No. 000.000.197, <http://afrikatudastar.hu>

Eredeti forrás megtalálható/The original source is available:

Országos nagy közkönyvtárak

Kulcsszavak/Key words

nemzetépítés Tuniszban, kulturális eredetiség Tuniszban, Maghreb és Tunisz, a hagyományos formák újraélése Tuniszban, helyi turisztikai gyakorlat, Maghreb múltja és a mai idegenfogalom, iszlám survival, etnobusiness, akkulturáció, nation buiding in Tunisia, cultural authenticity, Maghreb and Tunisia, revival of traditional forms in Tunisia, local practice in tourism, past of Maghreb and the tourism today, Islam survival, acculturation

AZ ELSŐ MAGYAR, SZABAD FELHASZNÁLÁSÚ, ELEKTRONIKUS,
ÁGAZATI SZAKMAI KÖNYV-, TANULMÁNY-, CIKK- DOKUMENTUM-
és ADAT-TÁR/THE FIRST HUNGARIAN FREE ELECTRONIC SECTORAL
PROFESSIONAL DATABASE FOR BOOKS, STUDIES,
COMMUNICATIONS, DOCUMENTS AND INFORMATIONS

* magyar és idegen – angol, francia, német, orosz, spanyol, olasz és szükség szerint más – nyelveken készült publikációk elektronikus könyvtára/ writings in Hungarian and foreign – English, French, German, Russian, Spanish, Italian and other – languages

* az adattárban elhelyezett tartalmak szabad megközelítésűek, de olvasásuk vagy le-
töltésük regisztrációhoz kötött/the materials in the database are free but access or
downloading are subject to registration

* Az Afrikai Magyar Egyesület non-profit civil szervezet, amely az oktatók, kutatók, diákok és érdeklődők számára hozta létre ezt az elektronikus adattári szolgáltatást, amelynek célja kettős, mindenekelőtt sokoldalú és gazdag anyagú ismeretekkel elősegíteni a magyar afrikaisztikai kutatásokat, illetve ismeret-igényt, másrészt feltárni az afrikai témájú hazai publikációs tevékenységet teljes dimenziójában a kezdetektől máig./The African-Hungarian Union is a non-profit organisation that has created this electronic database for lecturers, researchers, students and for those interested. The purpose of this database is twofold; on the one hand, we want to enrich the research of Hungarian Africa studies with versatile and plentiful information, on the other hand, we are planning to discover Hungarian publications with African themes in its entirety from the beginning until the present day.

MAGHREBI TURIZMUS – GOYTISOLO „MEDITERRÁNUMA” ÜRÜGYÉN (Tunéziai kalandozás)

A. Gergely András

Tanulmányom tárgya egy térségi nemzetépítési gyakorlat, melynek alapja az *eredetiség*, a turizmusban forgalmazható „autentikus” világélmény, továbbá az életvezetés kölcsönvett, újrakeresett „mintha-eredeti” formája, s ennek találkozása a nagytérségi vagy regionális *identitás* építésének eszméjével. Egyszóval olyasvalami, ami az antropológiai gondolkodásba is bekerült immár, s a kortárs turizmuselméletek között is helye van. Az alább következők nem hosszabb terepkutatás anyagára épülnek, hanem kaland-értékű jelenlétre és részvevő megfigyelésre, ugyanakkor építenek arra is, amit a kézre eső szakirodalom kínál.¹

Tunéziában a legszokványosabb francia minta szerint minden „nemzeti”: a foci-tól a sajtig, a kókuszkonzervtől a parkoló-óraig, a főterek nevétől a bazári szötte-sekig minden ott fityeg a nemzeti jelképek valamelyike, s a turizmus sodrására építő cserépedénygyártástól az óriásplakátokig, múzeumi belépőtől a vörösborig a legtöbb termékre rákerül a nemzeti öntudat lenyomata. E nemzeti jelképek meghatározható súlyosabb tartalma nyilvánvalóan a politikatörténet és nemzetformálás egyes kemény korszakaihoz kötődik, nem kis hányada azonban ahhoz a napjainkban egyre uralkodóbbá váló haszonszerzéshez asszociálható, melynek alapja az idegenforgalom láza, az *eredetiség* forgalmazhatósága, és a nemzeti kultúra revitalizációja. Mindezeknek pedig látványos kísérő jelensége a turizmusban hangsúlyosan forgalmazható *önértékesítés*, a szimbolikus *imázképzés* és a térség piacosíthatóságát minduntalan kísérő *vállalkozás-képesség* kinyilvánítása. Persze, a turizmusban (Marc Augé kifejezésével) nemcsak a „nem-helyek”, az egyértelmű jelentéstartalommal nem rendelkező teresedések „jelentéssé” alakítása zajlik egyre intenzívebben, hanem ezek hatására a *vizuális hatások* nagytömegű termelése, forgalmazása és elfogadtatása, továbbá a *tárgy-identifikációs* eljárások kibontakozása is.

Amennyiben a „kaland” oldaláról, az egzotikum iránti vágyak laikus olvasatában közelítünk a tájhoz, már a TunisAir fedélzetén nemzeti jelképekkel ellátott reklámfilmel élvezhet a magyar turista, optikai kóddá alakíthatja a száguldó gazella figuráját, melyet az ország kiemelt üdülőhelyeinek enigmatikus sablonjai vesznek körül, és szinte kézhez kapja a tunéziai „csikós–gulyás–paprikás” vizuális megfelelőit: cse-

¹ Minthogy nem kívánnék a Maghreb-országok szakértőjeként tündökölni, az alapvető *elméleti* irodalmat egyrészt a térségről szóló etnográfiai, ismeretterjesztő, politikai és földrajzi-történeti munkákból merítem, másrészt (Clifford Geertz megközelítései mellett) nagymértékben támaszkodom a mediterrán térség egyik legkiválóbb ismerőjére és kultúrájának következetes interpretátorára, Juan Goytisolóra.

répedények, szőttesek, beduin pásztorok, karthágói mozaikok és kuszkuszhegyek formájában. A reklámok és turistacsalogatók hordozta üzenet egyértelmű: élvezetek, élmények, emlékek, érzelmek. ... – egyszerűen az életvezetés kölcsönvett, újrakeresett „mintha eredeti” formái kínálkoznak itt, beteljesíthetetlen ígéretként felmutatva az „autentikus” piac kínálta örömeit, a jól tájékozottság, a beavatottság és a sikerélmény választékosan kikevert együttesét.

Olyan világélményt kap tehát ajándékba, amelynek kínálatába be van építve a turista találkozása a nagytérégi vagy regionális *identitás* építésének eszméjével. Úgyannyira, hogy az időleges lézengő és az elszánt vándor is folytonosan átélheti, hogy a szolgáltatások nemcsak kifejezetten őt magát szolgálják, de azok igénybevételeivel közvetlenül besegít a helyi prosperitásba, s az „elmaradott, viszont fejlődőképes” országot juttatja az európaihoz hasonlatos életminőség közelébe. Azaz: a rendszer úgy van kiépítve, hogy mindenki jól járjon, de felkínálja a másoknak a győzedelmességet, a sikeresség méltóságát. E felkínálás „csele” éppúgy beépül egy pincér hangos-látványos tálalási gesztusába, mint egy piaci napszemüvegárus alkudozási rutinjába, a tuniszi buszsofőr tempóválasztásába és a hammameti „plázson” szabadon „maszekoló” gyümölcs- és ezüstárusok tolakodó rábeszélőkéjébe, meg a városi bazárok csáb-stratégiáiba is.

Nem lehet kétséges, hogy egy állomásozó terepmunka lehetséges összképéhez képest csak egy „látványos” szeletet tudok egy bonyolult és ígérő identitásforma *interdiszciplináris* körképéből bemutatni. Kevésbé menthető azonban, hogy megközelítésemben kevés a terepkutatás, amit a rövid megfigyelés (egyhetes turistáskodás) intenzitása sem pótolhat; de nem tekintem témámat lezárt, „kitárgyalt” problematikának. Vállalt témakörömben nem törekszem lehetetlenre, ezért nem próbáltam meghaladni a turizmusfelfogások már meglévő, igen gazdag ismertetését (Fejős-Szijártó 2000), meg hát inkább valamiféle alkalmazó szándék motivált, semmint az, hogy a Maghreb-kutatások széles szakirodalmi bázisára támaszkodtam volna a térségi turizmus helyi rendszerének kritikája formájában. Ha nem lenne szakmai szempontból védhetetlen, nyugodtan állíthatnám, hogy antropológus-napszemüveggel „turistáskodtam” Tunéziában.

Ez indíttatásnak egyszerre sok és kevés is: elsőként is az idő tartalma szempontjából. Pierre Bourdieu éveket töltött az algériai parasztok figyelemmel kísérésével, s a tuniszi központú Maghreb Kutatóintézet is kíváncsi szakembereknek ad helyet, akiknek terepismeretét egymagam semmiképpen sem pótolhatnám. Illő lenne bevezetésként feltálatni az elmúlt évtizedekben zajló társadalmi változásaira reflektálva mindazon egzotikum-generáló és élménynyelvező rendszer feltárását is megkísérelni, amelynek nyomán immár tudományos kutatások legitim témájává vált a turizmus. Azután, kellene vagy két-három jókora mélységi merítéssel kidolgozott érték-térkép, amelyen jól láthatóvá tehetném a nyugati Mediterráneum déli partjáról indult arab kultúra nagytérégi kihatását, civilizációs egységét, amelynek megnevezése nélkül természetesen nem lenne érdemben tárgyalható a marokkói, algériai, spanyolországi, gibraltári, dél-olasz és szigetvilági közvetítő funkciók, sajátos átvételek részletes bemutatása. Ezt is, ezeket is kénytelen vagyok a szakirodalomból pótolni (lásd forrásként Bourdieu 1978, 203–212; Goytisolo 1995; 1996; Roque 1996; Geertz 2000, Cubertafond 2001; Charaffeddine 1994), ám az arab nyelvismeret kel-

lő fokától is éppúgy el kell tekintenem, ahogy a Földközi-tenger keleti térségének, a török, a szaúdi, egyiptomi, izraeli vagy akár arab emirátusi turizmusváltozatok ismertetésétől.

Egy másik, nagytérégi integrációs vonásra, a *rai zenei irányzat*² kulturális közlekedésre kiható sajátosságára egy másik tanulmányban már kitértem,³ de a *földrajzi nagytájat* karakteresen jellemző számos (politikai, gazdasági, fejlődésdinamikai, katonai, stb.) vonás közül sem ragadhatok ki egynél-kettőnél többet. Mivel kizártam azt, hogy a turizmust csupán gazdasági vonzereje miatt lenne érdemes vizsgálni, de nem is próbálom e jelenséget a késő-modern korszak komplexitásának tükrében felmutatni, ezúttal inkább kiemelem a turizmus értelmezhető kulturális horizontját, divatszéljárás szerinti *mechanizmusát*, illetőleg a politikai-gazdasági függésrendek módosulását a *maghrebi nagytérégi integrációk* változása közepette.⁴ Úgy értelmezem magát a turisztikai univerzumot, mint valamely nemzeti történeti kánon és a nemzeti táj tudat nyomában kialakuló rendszert, amely a világfelismerésre és élményelbeszélésre fókuszált európai fogyasztói magatartásban megkonstruálni engedi a naiv és mediatizált egzotizmust, ezzel pedig visszahat magára a megélhetési stratégiákat kereső helyi világra. . .

Maghreb és Mediterránium között: Tunézia, mint átmeneti táj

Maghreb neve (Rocque áttekintése szerint) 'Nyugat'-ot jelent az arab geográfusok műveiben. Metaforikusan értve, avagy az arab költészetben és a klasszikus mediterrán gondolkodásban ez a régió 'Nyugati Sziget'-ként ismeretes, amit identitás-egységként az afrikai földrészen éppúgy vállalnak, mint Európa déli vagy délnyugati tájain; a térség gazdasági, kereskedelmi, politikai vagy épp zenei-poétikai tartalmai a Szahara végtelensége és az Atlasz ormai között élő, népes kultúrát és belsőleg rétegzett populációt szimbolizálják. Közelebbről – avagy földrajzi értelemben, ahogy *Hérodotosz IV. könyvében* szerepel – négy nemzettel, köztük két bennszülöttel és két

² A *rai* a melhún-ból (az andalúz énekelt költészetből), a beduin kultúrából és a flamenco spanyol örökségéből, az elfajult egyiptomi-libanoni érzelmes dalokból, az orani kocsmazenéből eredő, és a hagyományos arab költészet polgári romantikus elemeit a szabad élet lírai-ritmikus recitálásává alakító műfajként lett a Maghreb „zenei örökségének” populáris nyelve. Megjelent benne a „fennkölt” és az „illedelmes” sláger-nyelvnek, a szertartásos társadalmi események zenei poétikájának is tudatosan ellentmondó csapodárság, szabadszájúság, csakazértis-indulat, erkölcpukkasztó kihívás együttese, nemegyszer olyan kulturális mintakeveredés formájában, stílus-csavarítás vagy átköltés és parafrázis alakjában, amely mindennemű korábbi morális és spirituális sztereotípiával szakított. Röviden: egy interkulturális térről van szó, amelyben az identitás-zavarok és a modernizációs kihívások egyszerre járulnak hozzá egy nagytérégi kommunikáció sajátos módjához, e zenei beszédesemény megjelenítésének új irányzatához. Bővebben lásd: A. Gergely András: *Nagytáji identitás / etnokulturális integritás: a rai*. Elektronikus kiadás: Terebess Ázsia E-Tár, (<http://www.terebess.hu/keletkultinfo/index.html>)

³ A. Gergely 2002, 241–253. old.

⁴ Benblidia et al. 1998; Epalza 1996; Louafi 2002; Haj Salem 1998.

jövevénnel találkozhatunk itt: líbiaiakkal és etiópokkal, illetve föníciaiakkal és görögökkel.

A római birodalmi fennhatóság alatt Tunéziában (egykor Ifriqiya, melyből *Afrika* neve is származtatható) 2,5 milliós lakosság élt, a régió igen népesnek számított, noha természeti környezetének java részét sivatagok tették ki.⁵ Természetesen a Maghreb megnevezés jóval nagyobb embertömegre, megannyi etnikumra, életmódra és értékrendre volt érvényes, de lényegében már Ibn Khaldún idejében is használták: a spanyol partok és térségi identitás felől nézve a berberek („barbárok”) földje volt a 8-10. századig, az arabizálás kezdetéig. A görög szigetvilág felől nézve a Maghreb a „Kairó után következő ismeretlen és távoli tájak” neve volt. Az iszlám történetírásban pedig elsősorban a római-latin adminisztráció által uralt észak-afrikai területet fedte. Jelentéstörténete a Közel-Kelet számára is sajátos, hisz a Maghreb – lakosai, a berberek („Hám fiai”) révén – a földrajz- és a történettudósok számára az iszlám birodalmi központot szimbolizálta.^{**} Az iszlám hívei pedig az iszlám adminisztráció és politika önfenntartó központját tudták itt, a városok és a mecsetek sűrűre épített hálózatát, a helyi dialektusokra tagolódó maghrebi-arab (berber) beszélt nyelvi környezetét.

S így maradt ez egészen a 20. századig, amikor azonban a Korán szent nyelvét népszerűsítő univerzalista vallási mozgalmak elvitatták a maghrebi nép szimbolikus egységét is, mondván: a berber entitás nem más, mint a gyarmatosítás eredménye, amely immár nemcsak a spanyol, andalúz, szárd, görög, latin, szicíliai és levantei kulturális hagyományokkal keveredett, de aligha maradhatott érintetlen azoktól az össz-mediterránumi hatásoktól, amelyekben belül viszont szükségképpen eltérő maradt a tenger mellé és a homokszívi életmód, a városi és az agrár-szféra, a szigeti (Djerba) és a szárazföldi életvitel, továbbá eltért egymástól az Atlasz párásabb lejtőin érlelt citromok és narancsok övezete, a datolya- és a banánültetvények tájéka, a hófedte hegyek és a Szahara, a tengeri kikötők és a katonai garnizonok belső világa is.

Jogosnak vélem a kérdést: érdemes-e tanulmányt szentelni a mediterrán turisztikai attrakciók egyik (újabb) kiemelt célpontjának, Tunéziának. Meglátásom szerint igen, s éppen azért, mert a térség lenyűgöző dinamikával tolakszik előtérbe, de a látványos idegenforgalmiság a helyi világok versengése során roppant tanulságos szociokulturális átalakulást is eredményez, amelynek éppen az antropológia „olvasatában” vannak izgalmas összefüggései. A turizmus-tipológiák merev alkalmazásától tartózkodva, de a jelentések és történések világára építve úgy látom, hogy amíg a spanyol vagy itáliai partszakaszok vagy szigetek kurrens turizmusa elsősorban a *tömeges* (első vagy másodosztályú, de lényegileg a középszintű, feltörekvő elitet kiszolgáló) népboldogítás kínálatára épül („plage” melletti szállodai medencék, world-music éjjel-nappal, európai típusú kiszolgálás és ellátás, tekepálya és uniformizált butikturizmus, „all inclusive”), addig az *alapjaiban másféle* tunéziai turisztikai attrakciók főként a *lokális kultúra* rugalmas alkalmazkodó-képességét mutatják. Ez többnyire lehetővé teszi a *tradíciók* lényegi változás nélküli másodlagos és rejtett to-

⁵ Rocque 1996, 11–23. old.

^{**} Itt köszönöm meg Szombathy Zoltán írásomhoz fűzött szakmai észrevételeit.

vábbélését – a konzumkínálat szezonon kívüli „szüneteltetése” biztosítja azt, hogy a turizmus totális térnyerése dacára meg tud maradni az „autentikus”, megszokott, történeti gyökerű „helyi tudás”. De a felületi és kulturális folytonosságbeli jelenségeken túl az is figyelemre méltó, hogy a 20. század totalitárius (vagy katonai–félkatonai) rendszereihez, továbbá a nemzeti és ideologikus ortodoxia érvényesüléséhez, az autarkia törekvéséhez, a gyarmati önfelszabadításhoz, az idegenek (újabb keletű) elutasításához, meg a modernizációs újítással szembeni ellenségesség mindenütt jelenvalóságához csupán igen nehezen illeszthető a *turizmus nyitottságra készítő konstrukciója*.⁶

Tunéziában a megkövesedett értékekhez való visszatérés, a francia befolyástól függetlenedni próbáló autonómiaigény, az „ellenség” fertőzésétől való kényszeres félelem,⁷ valamint a női emancipációs törekvések elleni dacolás hatékonyan hozzájárult ahhoz, hogy a piaci szemlélet, a turisztikai érdekek saját tempójú szolgálata nehezen gyökerezett meg, s ezen „elmaradottságnak” a turizmus nemzetközi piacán még mindig igen rossz a „vásárlóértéke”.⁸

Mégis, miféle alapon lehet integrációs folyamatokat keresni egy dezintegrációval jellemezhető térségben, amelyben az integráló erő részint a sokféle iszlám „survival”, másrészt a „parlamentarizálódási” folyamat,⁹ emellett a globalizáció betódulása,¹⁰ s végül a megélhetési kényszerek mentén alakuló piaci orientáció által meghatározott?¹¹ Nem lesz-e szinte érvénytelenül meghatározhatatlan, átmeneti ez a tájegység? S vajon elegendő-e a térség integrációs folyamatában ama remény szerepe, hogy a turizmus majd „jövőt terem”? (Utóbbi szerzők felvetik azt a kérdést is, hogy teherbíró-e, időtálló-e a tradíciók szerepe, melynek fontosságát legalább annyian képviselik, mint ahányan vitatják, s szinte együttesen aggódnak azon is, hogy a változások folytonossá válása a turizmus, mint piaci terület hatására korántsem befejezett, nem belátható, s még kevésbé jelent immunitást a nemzetközi szintéről beáramló hatások ellenében).

⁶ A részletekről lásd Kovacshazy 1998, 56–63. old.; Goytisolo 1996.

⁷ Miközben Tunéziában a lakosság nagyjából fele írástudatlan, a 90-es évekre a felsőoktatásban részt vevők egynegyede a nők köréből kerül már ki! Ez a nagymértékű iskolázottsági növekmény nemcsak a tradicionális női szerepeket, életút-vezetési szokásokat és normákat bontja meg, de a nemek közötti hagyományos munkamegosztás, a nemi identitás, a társadalmi aspirációk, sőt az (egyre inkább nemzetközivé váló) mobilitás változásától is kísért. Forrás: Memissi 1996, 131. old.; valamint Maitre Alya Cherif Chamari: *Etat des discriminations à l'égard des femmes en Tunisie*, UNESCO, 1995, 74. old.

⁸ Lásd még Benblidia et al. 1998, 9–11. old.; Kovacshazy 1998, 47–63. old.; Memissi 1996, 125–127. old.

⁹ Benseddik 1987; Charaffeddine 1994.

¹⁰ Stora–Ellyas 1999; Nourredine 1988.

¹¹ Louafi 2002; Miran 1999; Chevalier – Kessler 1988.

Piacképes archaizálás és turisztikai felszín

„A villa minden szeglete mór stílusban épült. Hófehér félgömb alakú kupolákkal, belső udvarral, kék zsalus ablakkal. A hatalmas parkban, a pálmák alatt nem hivatkozott méreteivel, de ha valaki belépett a nyaralóba, abban a pillanatban felfedezte: utánozhatatlanul pazar.”

(Bux 1987, 9. old.)

Tunézia csupán az elmúlt fél évtized turisztikai fősodrában vált „soros” kegyhellyé, hiszen korábban sem fogadókészége, sem utazási irodái, sem gazdasági stratégiái nem tették lehetővé vagy kívánatosá, hogy a tömeges turizmus egyik kiemelt célhelyszíne legyen. Napjaink egyik globalizációs trendjeként azonban a helyi turisztikai ipar kivonta magát abból a tradicionalista elmaradottságú földrajzi térből és válságból, amelyben az

„egyes kormányok és fegyveres fundamentalista–iszlamista mozgalmak »démonizálják« a domináns és elbizakodott, gyakran csak a saját neokolonialista érdekeivel törődő Nyugatot”.¹²

Ennek a Spanyolországtól Szaúd-Arábiáig terjedő „iszlám” földrajzi–politikai–gazdasági térnek domborzati- és időtérképére felrajzolhatók azok a felívelési és depressziós korszakok, amelyek kizárták, vagy éppenséggel elősegítették a különböző kultúrák univerzumainak helyi találkozását, az idegenek sétafikálását, a lokális értékredek megzavarását, az új piaci–szolgáltatási igények megjelenését. A földrajzi tér használatában és a turisztikai „kiaknázási térkép” ábrázolásában – az adriai, ión, itáliai, spanyol és Azúr-parti turizmus fokozódó áremelkedését követően – programszerűen vettek részt, és ebből is következően rekordsebességgel kerültek fel az utazási irodák plakátjaira a tunéziai nyaralóhelyek: a tengerparti szálláshelyek, sivatagi kalandtúrák és poliszlátogatási programok. Történt mindez annak ellenére, hogy a mediterrán világ arab őslakossága mind vallási meggyőződését, mind idegenellenes attitűdjét, mind termelési–szolgáltatási fegyelmét és „kasztgőgjét” illetően távol állt a turizmus által megkövetelt nyitottságtól és szolgáltatási színvonalától, továbbá a tömeges fogyasztási–hedonisztikus beállítottságú habitustól is.

Igy Tunéziában hagyni kellett megváltozni az alapvető társadalomszervezési elveket (cserealapú gazdálkodás, tulajdonhoz való viszony, manuális tevékenységek munkamegosztása, időbeosztás, hithűség, nemi szerepek stb.) ahhoz, hogy létrejöjjön a *turizmus divatjelleget kiszolgáló infrastruktúra, normarend és kommunikációs háló*. Ez a Maghreb-országok közül legelőször, s talán a leggyorsabb tempóban Tunéziában sikerült, abban az országban, amelynek nyersanyag-kiaknázási, agrártermelési, urbanizációs mutatói még a 20. század harmadik harmadában sem voltak éppen fényesek.¹³

¹² Goytisolo 1996.

¹³ Bár az utóbbi évtizedekben megháromszorozódott a városok lakosság-létszáma; a részleteket lásd Benblidia et al. 1998; Miran 1999; Geertz 2000.

A turizmus megjelenése azonban intenzív változásokat indukált a térségben. A kormányzat, s főként a hangadó piaci szereplők rájöttek arra, hogy tradicionális termelési feltételekkel, intézményrendszerrel, normákkal, vallási kötelemekkel régóta *tagolt társadalom* lassan átalakult a belső és külső támadásoknak egyaránt kitett, a Nyugat megalázó jelenlétét kénytelen-kelletlen elviselő, a testvérháborúk és belső rivalizálások konfliktusától megosztott, sőt a nagy muzulmán közösség eszméjének egészében egyre kevésbé megfelelni akaró népességből.

„A nacionalista és szocialista – valójában katonai jellegű – rezsimek bukása, amelyek képtelenek voltak megoldani társadalmuk problémáit, és amelyek önkénnyel és korrupcióval járatták le magukat népeik előtt, megkönnyítette az iszlám fundamentalizmus széles körű elterjedésével párhuzamosan az elnyugatiasodott elitek létrejöttét, amelyek azelőtt többé-kevésbé együttműködtek a korábbi rezsimekkel, és most abban a helyzetben találják magukat, hogy vagy védelmére kelnek a bukott rendszereknek, vagy el kell fogadniuk egy olyan társadalmi modellt, amely határozottan szemben áll a Nyugattól átvett kulturális és politikai értékeikkel”

– hangzik a térség kiváló ismerőjének véleménye.¹⁴ S tegyük hozzá: nemcsak a Mediterránium, de a Maghreb sem tudott egészében mentesülni a korábban „két világrendszer” közé szorított geopolitikai vagy geostratégiai huzavonától, miként a gyarmatosítás és gyarmati felszabadító háborúk rendszerint hangos-látványos formaváltozásaitól sem (példaként elegendő talán a francia–algériai csetepatékra utalni, vagy a de Gaulle és a francia politikai mesterkedések más képviselői által lebonyolított játszmákra, belső és nemzetközi erőviszonyokat is átrendező diplomácia-történetére emlékeztetni).

Tunézia már éghajlati szempontból is jelen lévő belső tagoltsága (az Atlasz lábainál igencsak változékony termelési zónák és műveléstípusok váltják egymást) eltér a gazdasági, a politikai vagy urbanizációs korszakok és változó identitások kínálta regionalizálódástól. A Maghreb, mint nagytérségi egység éppúgy a homokzivatarok, mint a gibraltári közők, óceáni viharok és sanyargató szárazság miliője. Ez az éghajlati instabilitás (nem mintha közvetlen összefüggések az analógián túl is okvetlenül érvényesek lennének) társult egyfajta ideológiai–vallási tájolásváltással is. Észak-Afrikában

„az iszlám annak köszönheti erejét és formáját, hogy alkalmazkodott a mezőgazdasági lakosság vágyaihoz, miközben e vágyakat szüntelen tranzakciókkal asszimilálta”, úgyhogy már „ugyancsak nehéz meghatározni, mi csakugyan az iszlámé, és mi a helyi szokások tartozéka. A (»hagyományörző« vagy »elnyugatiasodott«) város lakó polgárság vallásossága [...] minden ponton szemben áll a parasztok ritualizmusával, akiknek fogalmuk sincs e dogma és a teológia finomságairól”.¹⁵

A fejlesztési térségek, az önmagukat megépítő vagy újrakonstruáló kulturális mikrouniverzumok akarva-akaratlan bekerülnek abba a besorolásba, amelyet csak

¹⁴ Goytisolo 1996; továbbá ugyanő 2001.

¹⁵ Bourdieu 1978, 211–212. old.

részben vallanak magukénak, illetve amelyet meglehetősen sokan elutasítanak: a *Maghreb, mint entitás* inkább csak a kívülállók számára szolgál értelmezési keretként, maga a térbeliség tudata, ennek algériai, marokkói vagy tunéziai olvasata nem okvetlenül harmonizál a kollektív entitás hirdetőinek vízióival. Ez az entitás (vagy sokszor inkább identitásréteg, alkalmanként pedig politikai érdekszövetség) kevésbé tekinti érvényesnek a nagytérsgéi (maghrebi) összetartozást, mint a vallásit, kevésbé fogadja el a frankofon integrációt, mint a hagyományos helyit, de mind hajlamosabbnak látszik befogadni a *turisztikai látványosságként kínált eredetiséget*.¹⁶

Röviden: a *Maghreb, mint entitás* inkább többé-kevésbé *virtuális egység* maradt, mintsem valóságos; *térben megjelenő* identitásformává vált, ahelyett hogy történeti zárvány maradt volna. Túlélési programot (is) csinált magának ebből, ami majdnem olyan sikerképesnek teszik, mintha többféle „algériai háborút” csinált volna. . . S ha nem tekintjük az arab–mór kultúra hét évszázadát (vagyis a déli Mediterráneum hódításait északon, spanyol földön), valamint a francia dél és közép (az okszitán térség) befogadó attitűdjét, akkor is a 20. században már a *Maghreb-jelenség* földrajzi-kulturális dinamikus *továbbterjedéséről* lehet beszélni.¹⁷

A Maghreb világában, s főképp az onnan európai tájakra vándorolt tömegek között e látszatra homogén univerzum *a tér s az idő társadalmilag átélhető egysége maradt*, annak ellenére, hogy ez az egység (mint kisebbségi sorsra redukált tömegek vagy menekültek ideiglenességét kifejező jelenség) a *marginalitásba szorultak egysége* a Maghreben kívüli térben. A maghrebi identitás ennek az elzártágnak hangos-látványos kifejezője és megfogalmazója; emlékeztetőjegyei a költészettől a konyháig, a *rai* zenétől a politikai mintaválasztásig sokféle formában megtalálhatók.¹⁸

Az észak-afrikai kultúrák, ha szociológiai-antropológiai értelemben „iszlám” vagy „arab” jelenségeknek tekintjük őket, igen meghatározóan jelenítették meg a *nemzeti önépítés* értelmiségi diskurzusát, elsősorban a gyarmatosítókkal szembeni *ellenállás* nevében, illetve egyszerre lettek a diakronikusan és szinkronikusan is értelmezhető értékek újra-megfogalmazói, ami elsőként az ideológiai karakterű *tagadásban* jelentkezett: mégpedig a sokféle kultúrát „civilizálni” és így összetartani próbáló (főként francia) érdekek ellenében.¹⁹

S ha az arab kultúrában végbement hanyatlás ellenére ez az *önkereső bátorság* olyan régi és gazdag, tökéletesen kialakított és komplex alapokra támaszkodhat, ahol maga az identitást adó vallási mag nem változott – akkor a nemzeti kultúraépítés hiába vár megújulási impulzusra, az nem jöhet kívülről. A Mediterráneum (és maga a mediterránizálódás) egyfajta sajátos „szociológiai tőkévé” vált (Edgar Morin

¹⁶ Eredetiségnek itt a szó etnikai–kulturális szinten megjelenő, lokális, tehát valóban a szűkebb körű térségre jellemző életmódot, életvezetési elveket, normákat, szabályokat nevezem, ugyanakkor tudatosítani igyekszem mindezeknek azt az aspektusát, amely a *helyit* a turisztikai piacon értékesíthetőségében méri, egy szóval abban, ahogyan az minden kívülálló számára egyértelmű módon jelzi a saját, egyedi jelleg értékességét vagy értékelhetőségét, ennek vonzó hatását az autentikusra vagy egzotikusra vadászók számára.

¹⁷ Bővebben lásd A. Gergely 2002.

¹⁸ Kchir-Bendana 1993.

¹⁹ Roque 1996, 16. old.

kifejezésével élve), mely nélkül a kortárs Európa, Ázsia és Afrika izgalmas sok-sok változását sem lehet megérteni.

De a saját kultúra megértése olykor egyszerűen a falu és a város, a Kelet és a Nyugat, az Észak és a Dél másságának tudomásulvételével kezdődik, s a határok közé nem szorítható lokális másságok elismerésével folytatódik, legyenek ezek különösen a maghrebi népek paraszti eredetű városlakói attitűdjei, vagy éppen a sivatagi létformák, amelyek alapeleme a mozgás és változás. Ebben a lokális kultúrában épp azért, mert a szociabilitás, a csoportkohézió, a letelepedettség régóta létező normái időben párhuzamosak a rokonsági kapcsolatháló széles és meghatározó körével, a nemzetiégi összetartozás azonban meggyengül a városba költözéssel, az értékrendváltással, s azzal, hogy minden egyén személyes sikere visszaháramlik a családra és a rokonságra. Vagyis a turizmus vonatkozásában az individuális haszonszerzésre való beállítódás, amely közvetlen cél lehetne, épp háttéréből fakadóan a családok presztízse alapján mért „értékesítés” lehetőségére megy vissza, így az alapvetően városi jellegű turisztikai attrakciók sikere valahová a vidéki térbe forog vissza, a zárt faluközösségekbe, ahol már nincs értéke az individuális „sikernek”, s így nem kerül be újra a turisztikai fejlesztésben elért eredmények hajtóerői mögé.

De ezenfelül is hordoz konfliktust az egykor volt értékrend-modell és a modernizált világ spontán hatásai–folyamatai (vagyis a tradíció és a modernitás) között, valamint az ifjúság problematikáját illetően, nevezetesen a boldogulási perspektívák és az ősi normarend rigiditása közötti különbség szempontjából. Jellemző ugyanez a konfliktushelyzet, a „vének hatalma”, erkölcsi irányító szerepe, továbbá a fiatalok intellektusa és személyiségük önvédelme között is, akik számára a *mereven szabályozott értékrend*, a tudás és az érvényesülési stratégiák nem véletlenül a kimenekülés, a térbeli mobilitás, a migráció útját kínálják.²⁰

A turizmus, mint a maghrebi világban oly sok minden, valamifajta régi és gazdag kultúrára épül rá, így a térségi identitást adó *vallási alapokra* is, hiszen az iszlám hitvilág alappilléreiként elfogadott egyik kötelezettség éppen a „zakát”, vagyis az isten nevében való kötelező ajándékozási gesztus, mely a saját mecsetek és a szegények ellátása mellett a vándort, a mindenkori utazót is hivatott segíteni, s amely mögött az áll, hogy a hívő ember a maga tulajdonából éppen azért köteles ajándékot adni, mert akkor, ha továbbra is vallási és kulturális közössége hű tagja akar maradni, el kell kerülnie az önzést, a nyereségvágyat, a privát érdekű vagyongyarapítást. Vagyis értéktartalma alapvetően ellentétes *a turizmusban, mint haszonszerző vállalkozásban* rejlő „hatékonysággal”.

Így a turizmus szempontjából és az ősi szokásjogok értelmében a Maghreb-vidék nem piacképes, illetve nem lehetne az; sőt a turisztikai felszínen „elrendezettnek” tűnő politika, a társadalmi szegénység/gazdagság belső egyensúlya, a megélhetés és reménytelenség dichotómiája szempontjából alapvetően ellentmondásosnak minősíthető mindaz, ami Tunéziában történik.

²⁰ Roque 1996, 29–31. old.

Az autentikus lét, mint illúzió és az inautentikus életmód

„De azt hiszem, nemcsak neki köszönhettem, hogy elvarázsolt
 s boldoggá tett ez a tér. Úgy éreztem, mintha egy más világban járnék,
 s ez a más világ lett volna utazásom célja. Úgy éreztem,
 sehová sem kíváncszom innen, ismerem ezt a helyet évszázadok óta,
 csak elfelejtettem, és most, hogy visszatértem, minden eszembe jutott
 megint. Az életnek ugyanolyan sűrűsége és melege tárul itt látható formában elém,
 mint amit magamban érzek. Én voltam ez a tér, amint ott álltam.
 Azt hiszem, mindig is az a tér vagyok én”.
 (Elias Canetti: Marákkes hangjai)

Divatközpontú önidentifikáció

Ha a túlpolitizálódás és a gazdasági hanyatlás ellenére olyan régi és gazdag, olyan tökéletesen kialakított és komplex kultúrával állunk szemben, mint amilyen a maghrebi térségé, akkor feltételezhető, hogy hiába vár kívülről jövő megújulási impulzusra, ha az identitása központjának számító vallási magban nincsenek átalakulást előidéző tényezők.²¹ Neki magának kell impulzusokat generálnia saját erejéből, saját komplexitásán belül, külső hatásokat felhasználva. A maghrebi identitás éppen az ellenállások, elutasítások terén maradt erős entitás – ebből következőleg azonban épp itt a legnehezebb a kultúra rendszerébe beilleszteni azokat a külső hatásokat és kihívásokat, amelyek a gazdaság, a nemzetközi politika, a migrációs folyamatok vagy a térségi kapcsolatok révén jelentkeznek. Még nehezebb befogadnia a turizmussal együtt járó komplexitást, amely a divatjelenségekhez hasonlít leginkább, vagyis időleges, efemer, feltételes, ismeretlen célú és rendeltetésű, kétes hatású és következményű.

Miként azt Roland Barthes-tól jól tudjuk: a divat földrajza két „másuttot” tartalmaz: egy utópisztikus–egzotikus–kulturálist és egy valóságos–gazdasági–mitikust.²² S a divatjelleg, amely a turizmus rendszerében lehetővé teszi a jelentések legújabb kori öltözetbe bugyolálását, nemcsak a hordató anyagokra (öltözetre) vagy jelképes tárgyakra vonatkozik, hanem a turisztikai attrakciókra is. Egy tájra, térségre, földrajzi egységre éppúgy érvényes lehet, hogy a „szépnek lenni” ígéretével és a „tökéletesen pihentető hiperaktivitás” örömeivel ajándékozza meg fogyasztóját: a turista, azáltal, hogy maga zarándokol a helyszínre, bekapcsolódik a kikapcsolódásba, átérzi a másság és pompázatosság élményét, beleéli magát az egzotikus máshollétbe, annak időlegessége dacára is, hiszen oly közel van ilyenkor...

Sousse vagy Tunisz főutcája mintha a századfordulós Bécs, Berlint, Bukarestet vagy Lemberget idéznék – szinte kézenfekvően romantikusak, csupán a társadalmi tempó vagy a szagok-illatok sűrűsége tér el. Akárcsak az öltözetek esetében, a nyaralóhelyek divatjára is érvényes az, hogy a luxusfantázia termékeként élnek önálló

²¹ Goytisolo 1995.

²² Barthes 1999, 163–178. old.

életet, és öntudatlan természetességgel az utazási piacok fogyasztói attitűdjét testesítik meg, ezáltal pedig a kitüntetett helyszínek nemcsak (új) szerepet kapnak, hanem a sztár-státusz fölidézőjévé is válnak, „társasági istenséggé”, sportos–avantgárd–etno–klasszikus kvázi-kivételesség beteljesítőjévé. „A divat átszeli azt, amit megcéloz, hiszen abszolútumként éli meg, lényege azonmód látható kell legyen; végcélja a táj/közeg/éghajlat álomszerű fölidézése és élvezete” – mondja Barthes ugyanott.²³

S a turisztikai divat is, mint a testünkön viselt vagy a kirakatokban megbámult termékek, azzal a „beszélt” kóddal teljeseedik ki, amely a jelentéshordozó rendszerben kétértelmű: egyszerre tárgy és jelentés. Hordozza is, célozza is a mobilitás és fogyasztás mintakövető rendszerét:

„...a számító társadalom arra kényszerül, hogy nem számítgató fogyasztókat hozzon létre, akik nem a tárgyak és értékek elhasználódásának függvényében »vásárolnak«, hanem egy kollektív, nem nemzet-függő, hanem univerzális igénnyé formált függő kultúra értelmében”

lesznek felvásárlói a (turisztikai) piaci kínálatnak. A tárgyak divatja éppúgy, mint (szerintem) az üdülőhelyeké is,

„két tudat különbözőségén alapul: az egyik idegen kell legyen a másik számára, a számító tudat a képek, érvek, étvágyszuverén rendszerét állítja az időbe, amely az évenkénti potlach²⁴ aktusában önmagát rombolja le egyetemes kényszerként, jelentésszerűségében a vágyakozást célozva, melyet nem a *tárgy*, hanem a *név* kelt”.

A helyek nevei, a hozzájuk fűződő képzetek, az élmény vágya és esélye univerzális fogyasztási késztetések hedonisztikus élményét kínálják. Az utazás öröme, eseménye, emléke kollektív, de nem nemzeti és nem is lokális beszédmód részévé válik, hanem bevett és szabályozott hangnemhez (ethoszhoz), környezeti visszajelzésekhez (fényképes útibeszámolók) és értékrendhez (nyári túlköltekezés az „ez nekünk jár!” nevében) alkalmazkodik, vagyis olyan kollektív vízióhoz, amely nem egy individuális többletértékre (tehetség, kivételesség, karizma stb.), hanem társadalmi

²³ Barthes 1999, 186–190. old.

²⁴ Potlach: a kwakiutl indiánok úgy írták le a főnököt vagy vezetőjüket: „az az ember, aki potlacht rendez a törzsek között”. Potlacs (angolul: potlach): „ajándékosztó ünnep. Bizonyos alkalmakkor (tiszttségválasztás, rangra emelkedés, stb.) egy-egy indián szertartásos keretek között megajándékozta faluja vagy a szomszédos települések lakosait” (Averkijeva 1982, 11. old.). Michael C. Howard értelmezése alapján „a potlach egy olyan ajándékozási forma, aminek során a felesleg széleskörű elosztását az egyén arra használja fel, hogy státuszát növelje; vagy pedig az északnyugati parti indiánok között egy olyan csoportok közötti formája a csere, amely aprólékosan kidolgozott és időnként nagyon dramatizált ünnepként és ajándékadó szertartásként jelenik meg. A versengő dózsölésnek és ajándékozásnak ilyen formái a kis mezőgazdálkodó és halászó társadalmakban jellegzetesek, és ezen társadalmakon belül a gazdasági cserefolyamat fókuszpontjaként működnek a különböző társadalmi csoportok tagjai között” (Howard 1986, 148. old.). A potlachon kívül a redistribúció formái közt fel lehet lelni az egyszerű ajándékozást és az adóztatást is. Bővebben lásd: Pálkás János: *A csere nem-piaci formáiról a gazdaságantropológiában. Kultúra és Közösség*, 2000.4/2001.1, 69–76. old.

modellre van fölépítve. Nem kell kiválónak lenni ahhoz, hogy valaki kiváltságosok közé képzelje magát, elég követni „a többiek” mintáját. . . S miként a divattárgyak rendszere, az üdülés kalandja is olyan tömegek kommunikációs üzenethordozó szerepjátékára, jelentésterére, mentális tartományára van hangolva, amely globális, szétszórt, egyenlőtlen képességek által átjárt, s „amely eszmék, képek és értékek hordozójaként, üzenetként strukturálódik”²⁵

Miként is lesz kevésbé mesterkélta a divat, mint viseleti darab, s *a divat, mint turisztikai normarend* összevetése egy konkrét természeti, földrajzi, társadalmi térben? A párhuzam nyilvánvalóan azáltal kínálkozik föl, hogy a fogyasztói piacon a még viselhető, de már tavalyi ruhadarabok éppoly értékcsökkentnek számítanak, mint a „már nem divatos” fürdőhelyek látogatása. Egy átlagos budai gimnázium diákjai kora tavasztól egymást hergelik nyári utazási várakozásaikkal, s iskolakezdés idején sorra jelennek meg a begyűjtött kincsekkel, emléktárgyakkal, fotókkal, ajándékokkal, továbbá az ezeket körüllegő irigységgel azok részéről, akik nem voltak az idén „Törökbe” vagy „Spanyolba”, Mallorcán vagy legalább az Adrián. A dicsekvők és a vágyakozók köre egy kölcsönös poétikai szuverént hoz létre, amely képes mozgósítani a képzelet és az értékrendek valamennyi formáját, szimbolikus tárgyát és mesei tartalmát is: a „meséld el, hol nyaraltál!” mondat ugyanúgy klasszifikál, társadalmi besorolást erősít, réteg- vagy osztály-hovatartozást erősít meg, ahogyan a hozottkapott ruhadarabok, testéktmények vagy más kultusztárgyak is kifejezik a kulturális hivatkozást, tekintélyt kölcsönöznek birtoklójának, élményközösségbe szervezik a másfajta aktuál-identitással nem rendelkezőket, és a földrajzi egzotizmus kategóriáival hitelesítik a szociokulturális viselkedést.

Barthes úgy véli, hogy a divat földrajzában minden helymegjelölés mélyén ott van a *hontalanság* – és a turizmus is többé-kevésbé erre épül, hiszen az utazás az ottlétet idézi föl, azt a létformát, amely nem kötelez, vagy kényszerít életforma- és életszínvonal-átvételre, hiszen az ottlét annyi, mint keresztülmenni rajta, de lényegi másságát nem vállalni. Azaz: „az utazás a divat nagy toposza – az ott-tartózkodás önmagában csak egy út végpontja”,²⁶ a hétköznapi életvitel, fogyasztás, élményvilág ellentétpárja. A turizmus normarendje a fogyasztás rendszerébe illeszkedik, helyszínei jelentésekkel és értékekkel töltődnek fel, függetlenül attól, mennyit is ér a helyiek, a környékeliek, az utazók vagy akár a történeti emlékezet számára – a norma maximája épp az lenne, mennyi egzotikum akkumulálódott, mennyi különlegesség-érték halmozódott föl egységnyi részében. . .

Tunézia épp ilyen kiruccanásokat kínál a turisták számára: sivatagi turnét légkondicionált autóbusszal, tevéitással, homokgödörökbe mélyen beásott troglodita „szegénylakások” megsejtelésével, Medina Tours városnézésekkel, bazárbeli csebecse-vásárlással, mentaszörppel, kuszkuossal és mézes-diós csemegékkel, történelmi emlékhelyek (Tunisz, Karthágó) vagy turistacsábító falucskák és kisvárosok (Sidi Bou Said, Hammamet, Sousse) futó vizitálásával. Mindez pontosan annyira távol zajlik a helyiektől, amennyire csak az idegenvezetők képesek megszervezni: a hajnali indulással és a késő esti érkezéssel pontosan azt az időszakot lehet kifogni,

²⁵ Barthes 1999, 5–7. old.

²⁶ Barthes 1999, 186–191. old.

amikor a turizmusra még rá nem szerveződött helyi társadalom tüskés kaktuszfarmjai és apácarácsos ablakai mögé, koszos bádög- és kartondoboz fedezékében megbúvó kocsmái-kávézói falai közé húzódik, a turizmusra beállított szolgáltatási és kereskedelmi aktivitás pedig teljes mozgásban van. Az utóbbiak épp az előbbieket árusítják ki „eredetiségként”: a maguk hasznát lelik meg a tétova gyűrűvásárlók, vízzipa-mustrálgatók, henna-festetők, kókuszszőnyeg-vadászok és nyüzsgő életet fényképezők körében.

A turizmus jelensége éppen azáltal lép ki a közhelyek köréből, ahogy a térségi turizmus rendszerébe illeszkedik, ahogyan ez a turizmusiparban dolgozó társadalmi szereplők rituáléin keresztül látható. Ahogyan egy fiatal szudáni pincér „letegezi” a német vagy amerikai vacsoravendéget a szállodai étteremben, ahogyan egy helyi „népművelő” szervezett tánctanítási program ürügyén meg-megéri a magányosan utazó delnők csípőjét a „szervezett kultúrprogram” során, ahogy a bazári hangulatban minden tizenéves kereskedősuhanc nyolc-tíz nyelven szólal meg, és jó érzékkel kerít elő egy „épp olyan”, hastáncosoknak való flitterezett túllt a házak és boltok rengetegéből, amilyenre a turista vágyik, s ahogyan egy taxisofőr a sietség látszatával már harmadszor kerüli meg a kisváros összes lehetséges kis utcáját, hogy szélesben és mégis késlekedve szolgálja meg a kialkudott ár többszörösét, vagy ahogyan a „törökmézárus” és a CD-kereskedő lépre csalja költségekben önkorlátozásra törekvő klienseit... – az mind arról vall, hogyan *kreálnak*, olykor kifejezetten alkotóan formálnak meg minden képzeletet felülmúló mértékben *hamis eredetiséget* egy voltaképp *eredeti közegben*, s hogyan változtatják meg autentikus létmódjukat a piacra vihető, látványosan tálalható és illúzióként áruba bocsátó kereskedelmi siker reményében...

Maga a kínált illúzió alig más, mint az eredeti, de ára „személyre szabottan” és „kivételesen” olcsóbb, mintha eredetit venne az ember. A hazatérő turistacsoportok köcsögdobokkal, plüssstevékkel, tuniszi múzeumi mozaikmásolatokkal megrakottan tülekednek buszaik vagy repülőgépük felé, amikor peregni kezd a műflitter a kenderőkről, hangjukat váltják a rohamtempóban szárított állatbőrök a hangszereken, elmaszatolódik a hennafestés a szemkörnyéken, ledörzsölődik az alkalmi porfesték a mozaikszemekről, barnulni kezd a tengervíztől az „ezüst” vagy „arany” ékszer... – akkor mutatkozik csak igazán a piaci bővli és a futó nyári kaland időlegessége, relatív értékessége.

A turista, mint élmény- és emlék vadász éppannyira közhelyes témája a turisztikai szakirodalomnak, mint amilyen nehezen megközelíthető mindez az antropológiai terepkutatás módszerei mentén. A divatossá váló új turisztikai helyszínek szakirodalma rendszerezi a turisták típusait, gazdasági rétegződését, helyválasztási motivációit, az iparszerű szolgáltatási univerzum egész rendszerét, azonban nem kitarotán tanulmányozza azt a miliót, amelyre a turizmus visszahat, amelyet a turisták maguk (is) építenek ki maguknak, s amelynek egész működési mechanizmusa nemcsak alárendeltje, de kiszolgáló és kiszolgáltató formája is az iparágnek. S még ritkább a turizmusüzlet „szalagmunkásainak”, „darabbéréseinek” kutatása: a pincéreké, boyfiúk, kiskereskedőké, csecsebecse-készítőké, hivatalszolga státusú hotelszemélyzeté, takarítónőké, büféseké vagy idegenvezetőké, noha az eredetiség forgalmazásában

épp ők végzik el a divatközpontú identifikáció-előállítás és imázsépítés legkomolyabb munkáját.

Az eredetiség, mint kulturális piaci árucikk

Az autentikus lét hiteles forgalmazása a *turisztikai másságpiac* egyik legfontosabb vonása. Az „eredeti” helyszín, az „eredeti érték”, az „eredeti és hamisítatlan természet”, mint romantikus ideál nem új felfedezés, már Sztrabón geográfiája vagy Goethe naplója is „pótlólag” rímelnék arra a hiteles, „ősi”, archaikus értéktartományra, mely utóbb a felvilágosult, korábban pedig a reneszánsz emberkép szerves része, formai alapja, elvonatkoztatott és eszményített értékevidenciája volt. Mi is lehetne tisztább a szaharai homoknál, a tenger hullámainál és a nap fényénél? S mi lehetne stabilabb meggyőzősi alap, mint a *hivatkozási bázis* arra a tájra, amely a berber pásztorok, föníciaiak, rómaiak, görögök vagy zsidók kultúrájából megmaradt. De a természeti táj szépségét éppen az emberlakta övezetekben rontja leginkább a modernizálódott (megélhetési) „kultúra” számos formája, így mindaz, ami maradt, fokozott minőségben minősül értéknek.

Egy palota romjai, amelyet tulajdonosa halálával nem szedtek szét a környék lakói, egy jól termő vidék, amelyet nem zsákmányoltak ki maximálisan, vagy egy tengeröböl, amely nem szennyeződik el az európai kontinens és a Földközi-tenger szeleivel jött szemét által, esetleg épp a hófödte Atlasz kérlelhetetlen pompája – jeles piaci értékke tehetők, kurrens piaci áron. A kelendőség azonban visszahat az értékteljesítési folyamatra, az értékrendre és a normákra is – kisebb, másolt, „mintha olyan lenne” termékekkel és szolgáltatásokkal helyettesíthető. S ez a turisztikai „mintha olyan lenne” része annak a küzdelemnek is, amelyet Tunézia a maga történetileg marginalizálódásra ítélt helyzetében, egy hagyományosan periferikus földrajzi és hatalmi-politikai státusban vív. E küzdelem része a társadalmi valóságról kialakult lokális tudás és az idegenek, vándorok, utazók tudatában kialakult társadalomkép dichotómiájának egymásra vetülése is: jelenkor-történetileg úgy tűnik, az előbbi az utóbbi felé alakul át, s ezen átmeneti állapotnak része a nemzeti szimbólumépítés, a nemzet- és országimázs, a nagytáji–regionális konvenciótól a souvenirre vagy a levelezőlapok feliratáig minden apró elem, amely a túlélés eszköze lehet.

Földrajzi nagytérségként Tunézia, s azon belül Tunisz, vagy a még védettebb-rejtettebb Hammameti-öböl az óceán felé tartó vagy onnan érkező kereskedelmi hajóutak utolsó előtti (vagy második) állomása volt, az Atlasz lábainál fekvő termékeny síksággal, délen már sivatagokkal, északnyugaton hegyekkel, a tengeri partvonalon számos olyan rejtekhellyel, amely a Szicília és Szardínia mögötti (Nápolyi-öbölre koncentrált) tengeri kalózkodás elől biztos menedéket is jelenthetett.²⁷ Ez a relatív védettségnek, de ugyanakkor a kultúrák mozgásának, össztüzének kitett, belsőleg is megosztott, társadalmilag, etnikailag tagolt, többrétű, időben változó tunéziai társadalom éppúgy végigjárta a maga hanyatlási folyamatát, akárcsak Algéria vagy Marokkó népei. Pusztulási folyamat ez, ha kívülről értékeljük, de egészében éppúgy értelmezhető reményteli változásként, átalakulásként, ésszerű vagy pragma-

²⁷ Braudel 1996, 17–117. old.

tikus alkalmazkodásként is, ahogy ezek a folyamatok a Földközi-tengeri térség más államaiban hasonlóképp lezajlottak:

„Párhuzam található az arab kultúra 14. században megkezdődött hanyatlása és a spanyol kultúra három évszázaddal későbbi hanyatlása között. Évszázadokig tartó virágkor után, amelyben mindkét kultúra fényel és ragyogással töltötte meg az akkor ismert világot – és mohón vetette rá magát Napkelet és Napnyugat, India és a Mediterráneum elsajátítható tudására –, meddővé váltak, és végeérhetetlen téli álomba szenderültek. Az iszlám nagy tudományos gondolkodóit, költőit és misztikusait ellenségnek kezdték tekinteni, kézírataikat máglyára ítélték, vagy por lepté be őket. Az arab kultúra elvesztette erejét és termékenységet. Ibn Khaldúnnak az iszlám társadalom hanyatlása feletti melankóliája Cervantesét előlegezi meg a spanyol hanyatlás láttán”.²⁸

Az elűzöttség, a meneküléskényszer, a más kultúrák erőszakos betolakodása miatti melankólia hasonlóképp tükröződik Salman Rushdie *A Mór utolsó sóhaja* című regényében is, de a klasszikus és kortárs arab líra ugyancsak tele van vele. A melankólia elleni „önkreatív” tevékenységkeresés egy új térségi öntudatfejlesztés felé lendítette tovább a térség lakóit: aki belülről tekinti ezt a nagytáji hovatartozást, könnyen átélheti az etnokulturális integráció egy sajátos formáját, szimbolikus egységét, a környezetétől sajátos jegyekkel elválasztott horizontját. Az egyének, attól függetlenül, hogyan szabadultak meg az egykori közösségtől, valójában a marginalitás körülményei között formálnak új közösséget a nyelvét, kultúráját, jogrendjét, szokásnormáit ebben a körben újra megtaláló csoportidentitásból.²⁹

A maghrebi identitás nagytáji-regionális alakzatban jelenik meg az európai társadalmakban éppúgy, mint az afrikaiakban vagy közel-keletiekben. Hagyományos értékei (akárcsak a mai turisztikai kalauzok) a beduin társadalom életmódját, nomádizmusát idézik, melynek régtől fogva része volt az arab *ellenállás* – még pontosabban az a *védekező* magatartás, amely előbb az ottomán, majd a francia fennhatóság, gazdasági és kulturális gyarmatosítás elleni folyamatos *oppozíció* formáját öltötte. Alapvető attitűddé vált a regionális öntudat, illetve az akkulturációval szembeni védekezés, s a múlt iránti vágyódást. A kulturális emlékezet övezte virtuális közösséget azok is fenntartották, akik Algír, Orán, Tunisz (vagy épp Toulouse, Marseille, Párizs) arab lakónegyedeiben próbálták megőrizni a tradicionális életmód és értékrend elemeit.

A maghrebi regionális kultúra exportja az 1930-as években kezdődött meg, és múltkeresésben, identitáskonstruálásban nyilvánult meg, kiterjesztve a voltaképp beduin (szunnita) kultúra határait Nyugat-Európa fővárosaira, s főként a frankofon kozmopolita kultúra fellegráinak külvárosai, rurális térségei felé; kelet felé pedig ezek a gyökerek Kairó külvárosaiig, Jeruzsálemig, Szaúd-Arábiáig vagy messzebbre nyúltak. A térbeli politikai-kulturális terjeszkedés rendszerint gyengíteni szokta a lokális identitás egységét – ez esetben azonban inkább megsokszorozta az integritás helyszíneit, a „helyek” mellett a „nem helyekre” is beköltözött,³⁰ hatásában pedig

²⁸ Goytisolo 1996.

²⁹ Arkoun 1993.

³⁰ Augé 1992.

főszerepet kapott a nagytáji identitás etnikulturális hangsúlyainak jellegzetes tónusa. Kétségtelen, hogy az identitásformálásban kevésbé a berber pásztoroknak, part menti halászoknak vagy falusi marginális csoportoknak jutott a főszerep, mint inkább a város lakó elitnek, amely azonban a tradicionális életmód és vallási-rokonsági kapcsolattrendszer mellé odaállította és fokozatosan túlértékelte a nyugati normákat.

„... Ez az alapállás – a saját (arab–muzulmán örökség) lebecsülése és az idegen (nyugati kultúra és értékek) olykor szolgálai utánzása – jellemzi az európaiasodott elitek szellemi életét és szokásait, megaláztatásuk és külsőleg antikolonialista retorikájuk fonákjaként”.³¹ Érdemes ezt például abban a posztgyarmati kontextusban szemlélni, amelyben Kairó vagy Orán olyasfajta fellegrárai voltak a nyugati kultúrának, ahol autótípusok és magatartás-ideálok, divatos öltözet és slágerkészlet, üzleti forgalom és értékrend egyaránt a francia vagy német, angol vagy holland mintaszolgáltatáshoz alkalmazkodott, mielőtt még mindezt előntötte volna egy amerikai stílusréteg. Amely ellen, s párhuzamosan minden más kulturális gyarmatosítás ellen is, elemi indulatok, tradicionális másként-gondolkodás erői kaptak lábra – olykor a pusztán túlélés reményében, vagy a legelemibb védekezés kényszerűségével. Így aztán az idegenektől való függés és az etnikultúra revitalizálásának esélyei között választani kényszerülő helyi elitek tagjai sorában még „muzulmán oldalról is vannak, akik azt állítják, hogy a konfliktus az iszlám fundamentalistákkal elkerülhetetlen, és a nyugati világ eszméinek és értékeinek védelmében lépnek föl”.³²

Talán az egyetlen közös felület, ahol bár az érdekek megütkezése folytonosan zajlik, de konszenzusok is kialakulhattak, éppen a turizmus volt. Részben a katonai diktatúra következményeként, részint a tömeges társadalmi elszegényedés nyomán az albán vagy román városi tájképeket jól ismerő utazó pontosan ugyanazokat a fejlődési jeleket és a kollektív felelőtlenség ugyanazon nyomait fedezheti fel Tunézia járható útjain: elmállott történelmi városok, félig iparosított külterületi tájak, lógó villanyvezetékek, elszennyeződött patakmedrek, védelem nélkül maradt „tanyák”, rangjuk vesztett polgári és kertvárosi övezetek meglehetősen vegyes új népességgel, koldusok és lerabolt egzisztenciák az egyik oldalon – s ugyanakkor a másikon kényűtásnyi távolságra szállodasor, impozáns lakópark-építések, „revitalizált” történelmi értékek, nemzeti jelképek környezetidegen anyagokból, megközelíthetetlenül erősített paloták, testőrök és védelmi rendszerek, csatahajó-méretű elegáns autók, exkluzív bárók, magánjachtok és magánrepülőgépek. Ez persze már nem az iszlám világa, nem a Koráné, s nem is a nemzeti kultúráké, hanem a globális elité, kereskedelmi tökehatalomé...³³

³¹ Goytisolo 1996, 25. old.

³² Goytisolo 1996, 22. old.

³³ „A társadalom (politikai) reiszlamosítási törekvéseiből mégis hiányzik az iszlám vallás társadalmilag forradalmasító hatású szemlélete, a szent szövegek szabad értelmezésének védelme, ami előkészítette a talajt a lelkiismereti szabadsághoz és a modern kapitalizmus kialakulásához. A beduin törzsi hierarchia világos munkamegosztásával társadalmi mozdulatlanságba rögzíti a fundamentalista iszlám államokat, amelyekben a gyarmatosítók uralma után még nem alakult ki szerves középosztály, ugyanakkor a modernizációs igény parttalan méreteket ölt” (Goytisolo 1996).

Noha az eredetiségnek az alkotó műfajokban, képzőművészetben, zenében, irodalomban központi jelentősége van, mégis ebben a korántsem csupán kulturális, sokkal inkább szimbolikus piaci–politikai harcban szintúgy megnövekszik a szerepe. Számos nemzeti és helyi kultúra az „etnobusiness” primer piaci sikerpályáitól függetlenül vagy gazdasági és kulturális piacok közötti tartományban tudja biztosítani a maga érvényesülését, s gyakran éppen a turizmus révén. (Csupán egyetlen kísérlet illusztrációként: most, tanulmányom írása közben begépeltem a Tunézia szót a francia felületeket vizslató Yahoo.fr keresőjébe, ahol a szokásos huszad másodperc alatt 8 millió 80 ezer találatra leltem, java részük persze turisztikai, s korántsem a tunéziai szociálpolitikával vagy kulturális örökségmegőrzéssel kapcsolatos...). A turizmusban, ahol egyaránt szerepet kap a helyek értéke, a nemzeti és lokális emlékezet, a „saját tudat”, és „mutatványként” forgalmazható kulturális blokkja mindannak, ami értéként megnevezhető, kezdve a természeti kincsektől és érintetlenségtől egészen a tovább élő hagyományok, fölmelegített rítusok, virtuálisan értékesíthető javak, vizuálisan áruba bocsátható „lenyomatok” körével, és zárva a demokratizálódás hatását éppen ebben a sikertüzetágban kamatoztató helyi politizálás honlapjaival. A fő konfliktus ma már nemcsak a hagyományértékek megmentésének, fizikai állagmegőrzésének, turizmuspiaci forgalmazásra alkalmassá tételének formájával van, hanem elsősorban azzal, hogy a turizmus piacán jól megélők számára megfordul az érdekeltség iránya: megindul a javak kulturális letarolására indított vállalkozás, és a vállalkozói elit európaizáló törekvései majdnem hasonló pusztításhoz és hamisításhoz vezetnek, mint az idegenforgalmi sáskajárások.

Az észak-afrikai piaci orientáció (véltetően) sosem csupán befelé, a földrész felé irányult, a középkor óta jelentős volt a spanyolországi exportja; így történetileg is szükségszerűen kialakulhatott a piaci–kulturális értékrend kettős természete, amely az arab–mór kultúra egyik lényegi vonása volt.

„Az oráni társadalmi valóságnak ez a jellemző vonása a muzulmán eredetű lakosságot érintő akkulturációs folyamatot bámulatos helyi öntudattá formálta át, amely kedvező talajul szolgált ahhoz, hogy viruló és termékeny zenei és költői formák sarjadjanak belőle. A rai nemcsak a források szabad és dogmáktól mentes keverékét jelenti, hanem ugyanakkor pontos kifejezője a régi életmód eltűnése, az elvándorlás, gyökértelenség, elvárosiasodás, és a különböző kultúrák összeütközése révén újraformálódó vagy széthulló valóságnak is”

– írja Goytisolo egy speciális mediterrán zenei műforma háttéréről,³⁴ s ez érvényesnek tűnik a turizmus piacára kerülő „eredetiségforgalmazásra” is.

Az eredetiség, mint kulturális piaci árucikk igen sokféle formát ölt. A mediterrán térség kulturális antropológusai az 1990-es évek végén kezdtek nagytérségi összehasonlító kutatásokba, föltárandó azt a diverzitást és egységet, amely az európai szempontból perifériális térségek és az afrikai földrész belső tagoltságát tekintve is „perifériák” között fennáll.³⁵ Ezek az antropológiai kutatások még nem hoztak „lezárt” eredményt sem az egyes nemzeti kultúrák, sem az interkulturális kölcsönhatások esetében, de a szempontok között fontos hangsúlyt kaptak a lehetséges cserefolya-

³⁴ Goytisolo 1995, 33. old.

³⁵ *L'anthropologie* 1997.

matok, a történeti struktúrák összhangja és eltérései, a reprezentációs formák episztemológiai tartalmai, miközben a kulcsszó a „tengerparti” kultúrák megértése, megismerése lett. Ezt követte az évente rendezett tematikus konferenciák a gazdaság, a társadalmi tagoltság és (2002-ben) a vallás térségi súlyát, interferenciáit feltáró érdeklődés, amelyben már részt vettek a térség „bennszülött” antropológusai, kutatói is, majd (2004-ben) a térség „egymás közt” illetve „együttélő” népeinek kulturális heterogenitását tárgyalták,³⁶ fő témakörként a kulturális megapoliszok szerepét, a munkamigrációk folyamatait, s kiemelve: a turizmus hatását az „elhagyott hegyi falvak turisztikai látványossággá válása utáni megváltozását”, amely a tömegmédiá és a virtuális valóság által frissen fejbekólintott helyi szellemiség megmentésére is kiterjedt. E helyszíneken immár nemcsak a Mediterráneum anyagi-régészeti, természeti-turisztikai, vallási-szakrális, örökségvédelmi-muzeológiai kincseit halmozzák föl, hanem közös problémaként taglalják a lokális kultúrák megmaradásának veszélyeit, s köztük a turisztikai fenyegetettséget is.

Nem meglepő, hogy a Tuniszban, Marseilles-ben, Aix-ben koncentrált kutatási kapacitás már a térségről évszázadokkal ezelőtt kialakult szakirodalomra építhet, s még kevésbé kérdés, hogy a valódi térségi identitásvédelem eszközeként kevésbé a repülőgépgyárak fejlesztőmérnökeinek vagy a Technopôle típusú európai Szilikonvölgyek megrendelői hatásának kell megfelelni, hanem inkább a nagytáji identitás védelmében még időszerűnek mondható programokra kell koncentrálni. A kutatók, konferenciák, publikációk tanulságos módon evidenciaként kezelik Bourdieu algériai esettanulmányait,³⁷ a Marokkóban letelepedett Goytisoló kulturális-területi védelmi programját is megismerésre és összehasonlításra méltónak látják, éppúgy, miként Clifford Geertz *Modernitásokról* írott Sefrou-i áttekintését,³⁸ amelyben fontos helyet kap az „Islam City” autentikus fogalma, annak képtelen vegyességével, áttekinthetetlen közttereivel, sűrűn hömpölygő tömegével, koncentrált kulturális tereivel, közvetlen térhasználati megoldásaival és a térbirtoklás egymásba simuló stratégiáival. Ez a mind kevésbé piac-centrikus, ám annál inkább kultúrakutatási megközelítésmód kimondatlanul is a térség túlélési érdekeire, az érintettek „bevonódásra” épül.

Ez érdekeltség vállalása a kutatók számára is nóvum még ma; Geertz éppen ezért hangsúlyozottan kiemeli, hogy a „revival”, amely az arab tradicionalisták politikai célképzeteitől függetlenül végbemegy, csak részben szolgálja a modern társadalom reiszlamizálására irányuló első mozgalom (elsősorban szocialista–szocialisztikus) programját, másik részében azonban jelen van az a fajta „refolklorizáció” is, amely látványos europaizálódással, amerikanizálódással jár együtt. Vagyis a *túlélő kultúra* és az *életre keltett kultúra* (survival, revival), amely adott esetben számos gazdasági, politikai, történelmi és kulturális sokk utáni periódusában átkerült az adaptációs folyamatokba, részint elő is idézik, de ugyanakkor szinte képtelenséggé is teszik az iszlám világ okoskodó „definiálását”, párhuzamosan azonban megjelení-

³⁶ *Entre autres*, 2004.

³⁷ Bourdieu 1978, 165–236; 311–335. old.; uő. 1990.

³⁸ Geertz 1996, 136–168. old.

tik és kibontakozni hagyják (segítik) a megjelenítésre méltó jelenségek életkiteljesítő fontosságát, párhuzamosan a biznissz-szféra markáns formakeresését is elősegítik.³⁹

Tunéziában a „show-biznisz”, mint önreprezentációs felület jelen van a városi utcák feliratait, cégtábláit között; betolakszik a reklámok, szervezett programok, telekspekulációs manőverek, tömegnyaraltatási attrakciók világába is. A nagyvárosi, sőt nagyvilági „eredetiség”, autentikusság át- meg átmossa a városi kultúrát és létmódot, reprezentálja a maskulin szexualitás, a test, a tájegységre jellemző attitűd, a nyilvános megszólalás komplexitását, olykor kiegészülve artisztikus vonásokkal is, amelyek nem pusztán „piaciak”, hanem a *térség kultúrájának teljességéhez* is hozzátartoznak. E „megértő antropológiai” állásponttal nem vagyok egyedül: az „arab világ” kutatói között immár évtizedes vita övezi az identitás kérdéskörébe vont etnikai-kisebbségi és kulturális integrációk ellentmondásosságát, ahol az arab lélek „létformái” nem önálló problematikaként jelentkeznek, hanem a lokalitás, a helyszínek tónusától is függő, a szociokulturális környezetbe mélyen beágyazódó jelenség-együttesként.⁴⁰

A turizmus tartományában persze jelen van a nemzedékek eltérő attitűdje is, kevésbé körmönfontan fogalmazva: a fiatal pragmatikus és üzletképes nemzedékek kiárúsítják az öregektől még megmaradt autentikus javakat, miliőket és atmoszférákat. Mivel a turizmus talán legfőbb kínálati terméke az eredetiség, az egzotizmus, amely a másságról való felszínes tudás tartományában (a Nyugat és a Más közti találkozási-érintkezési ponton) kevésbé az etnográfiai tényeket, inkább a „bennszülöttek” segítségével hasznosítható reprezentációkat vásárolja fel és rendeli (sőt rendezi!) meg. A turisztikai piac (ez esetben), mint mediterrán nemzedéki-kulturális önérvényesítési mező már kezdetektől valamiféle ellenkultúrát is hordozott, keretet adott az új generációk elszakadási kísérletének az előző nemzedék vallási hagyományainak, családi értéknormáinak, társadalmi jelrendszerének és szellemi örökségének komplex rendszerétől is, azaz a *múlttól*, hogy piacra vihessék a másságot abban a modernebb-dinamikusabb világban, ahol a reklámozott üdülőhelyek legalább annyi komfortfokozatot, nyugalmat, élvezeti szolgáltatást kínálnak, mint amennyi rejtett utalást az élmények esetlegességére, manipulált eredetiségére vagy a helyi társadalom alkalmazkodási kényszereire.⁴¹

A hagyományoktól való *mentális elszakadás*, érzelmi eltávolodás és a tudatos kilépés a tradíciók kötötte tartományból immár nemcsak a tradíciók elutasítását jelenti, egészséges szembeszállást egy terméketlen konformizmussal, a kultúrát lefokozó szemlélettel, vagy tabuvilággal, hanem a gazdasági siker esélyét is abban a nemzedéki világban, amelyben a társadalom (durván leegyszerűsítve:) „öreg fanatikus kisebbségre” és életképességét bizonyítani akaró többségi fiatalságra tagolódik. A konfrontáció légkörét nagymértékben táplálják a nyilvános beszédmódok is, melyek különféle sablonokat és címkéket használnak a szemben álló félnek címezve. A tunéziai társadalmi és politikai, kulturális és piaci modernizáció éppen ezért nemcsak olyasfajta apró allűrökben mutatkozik meg, hogy például a tengerparti hotelek közé

³⁹ Geertz 1996, 165. old.

⁴⁰ Marouf ed. 1995, 11–21. old.; Geertz 1996.

⁴¹ Böszörményi Nagy 2002.

ékelt apró utakon autóbuszpótló számárhintó közlekedik a hely szellemének és hagyományainak megfelelően,⁴² valamint a kéregető kiskamaszok apró csapata, midőn „munkába menet” a „plage-ra” taxival érkezik a városközpontból – így egyetlen apró térponton is pontosan elválík a turistáknak fenntartott és a helyiek által használt városi eszköztár!

Ezek az apró jelenség-regisztrációk, egyszeri helyzetmegfigyelések nyilván nem okvetlenül teszik lehetővé a turizmus vagy a kultúra és a *revival mozgalom, mint rendszer* összefüggő áttekintését. Erre nem is vállalkozom, csupán annyit szerettem volna lazán körvonalazni, hogy a regionális vagy nagytáji történelem s a kultúrák különböző szegmenseinek, sőt rendszereinek interferenciája nem valamely állandó ritmusba illeszkedik, s nem hatja át teljességgel a társadalmak komplexitását – mégis jelen van a maga kulturális ökonómiájával, sajátos ésszerűségeivel, látható és láthatatlan, nemzetközi és mikrotársadalmi intézményeivel, divatretorikájával, rugalmas arculatváltozásaiival a turizmus érdekköre révén is. Látszatra a turizmus kívül marad a történelmen, pusztán a felszínt érinti – ám talán éppen belső struktúrája, külső forrásháttere és a lokális világra ráépülő eredetiség-felhozatali kínálata kedvez (alkalmilag vagy időlegesen) az éppen újrastrukturálódó társadalmaknak s köztük az egykori gyarmatbirodalom fejlettebb szféráinak is. Ez az „újdonságminta” (Roland Barthes szavával) olyan gazdasági, modernizációs, urbanizációs és fejlesztési struktúra formálója, ahol az egykori társadalmi és kulturális alrendszer a szétagolódás állapotában van, s (ha nem is az egyetlen, de utolsó) hivatkozási alapként szinte felkínálja az eredetiség értékét a turizmus kreátorainak. A turizmus a maga „rászervező” természetével egyfajta praktikus felhasználási ütemet, idői rendszert (sőt: rendszerességet, rendformát, rendszerezettség-látszatot) visz abba a közegbe, ahol csak megjelenik. Ezáltal nemegyszer „antropológiai funkciójúvá” (kulturászervezővé, értékrend-formálónak, kiszámíthatóvá, piacgenerálónak) teszi a véletlenszerűségek széles skáláját, felszínesen átláthatóvá teszi a szisztematikusan még nem ismert, „mintegy” érthetővé teszi a tradicionálisan „érthetlent”, és eladhatóvá teszi az alulfejtett, a „divatjamúltat”. Olyan „rendet” teremt, amelyből a helyi világ megalkotja a maga rendetlenségét, vagyis a *másik rendjét*, érvényes funkciókkal, fogyasztási kínálattal, el nem évülő aktualitással. S amikor „kifut” a szezon, befordul újra a maga kommunikációs terébe, becsomagolja a „mítoszt”, és elrakja másnapra, megszámlolja a „világtársadalom” látogatásának aznapi hasznát, lehántja magáról az elhasználódás rétegét, s visszatér a formaváltozásoktól alig-alig áthatott saját világába, hogy előkészítse az eredetiség másnapi kínálatát...

Utóhang

A nagytáji kulturális önidentifikáció formájaként a Maghreb-országok turizmusa a gazdaságtudomány, a hit, a művészetek, az erkölcs, a jogok, a szokások és más ele-

⁴² Vesd össze: hagyományos termelési kultúra és új adaptációs formák, „saját célra” vagy „piacra” készülő tárgyak a kettős kultúrában, amelynek „nappali” és „éjszakai” változata a régi és az új, az ócska és a szakrális közötti különbséget is hordozza (bővebben Boglár 1995).

mek komplex egységeként szövődik egybe, egyszerre vidéki és városi, pasztorális és rurális, familiáris és intézményes, dinasztikus és modern, berber és kabil, törzsiesen hagyománykötött és arabo–muzulmán módon, átmeneti fenoménként formálódik ki.⁴³ Ugyanakkor a társadalmi reform és modern iszlámizmus konfliktusa és konfúziója több arab országban is megkezdődött, főképp az identitás primátusára és a kulturális nacionalizmus felélesztésére épülve. A nyugati kultúra-elemek elleni védekezés egyfelől egy vallási szeparatizmust tesz szükségessé a szereplők számára, másik oldalon ugyanezt a konfúzus hatást egy nemzeti érzelmű politikai ideológiával (reformista nacionalizmussal) és a frankofon/félfrancia/arab/muzulmán másságok ki egyezésének, koegzisztenciájának biztosításával remélik megvalósítani – néhol ugyanazok, akik az előbbi szférában is jelen vannak, néhol pedig épp az ellenérdekelt tábor szereplői.

De mindezt és mindannyian egy *identitáskonvencióra építve* próbálják piacra vinni: a térségi nagypolitika, a helyi érdekpolitika, a földrész kulturális diplomáciája, vagy éppenséggel a turizmus-ipar kínálatába ékelve.⁴⁴ Tunézia ettől is egyre markánsabban van jelen a turizmus és a kultúra piacán, de még ama folyamat kezdetén tart, amely a *politikai modernizáció* igényével, és ezen belül (vagy ehhez mérten is) a társadalmi szabadságjogok, a közjó vállalása, a női emancipáció elősegítése révén kívánja univerzális szintre emelni a sokáig elnyomott, de alávetett nemzeti identitásból immáron felszabadult „populáció” öntudatát, melyhez a turizmus eredetiségforgalmazó programja is hozzájárul.

Arra, hogy mégsem a turizmus alkotja a helyi kulturális rendszer egészét (noha látszólag mindenben ezt a látszatot mutatja), egyebek közt épp az az érzékletes élmény a bizonyíték, ahogyan kialakul a szolgáltatások, készletek, szimbólumok, gesztusok szubkultúrája, s e transzformációban egyesül az értékesíthető eredetiség, a fejlődésképeség és a változatosság mellett is megmaradó *tradicionalitás*. De megmarad, vagy újraképződik a *védekező ellenállás, az akkulturáció elleni beállítottság* is, amely tünemények (nagyterségi szinten) külön-külön és együtt is a haszonvétel hatalmas erőivel szemben a túlélés és érvényesülés kényes egyensúlyát teremti meg. S talán mondani sem kell, hogy nem először és nem is utoljára e kulturális nagytáj históriájában...

IRODALOM

ALBERA, Dionigi – TOZY, Mohamed (dir.)

2005 *La méditerranée des anthropologues*. L'Atelier Méditerranéen. Paris, Maisonneuve & Larose.

(L')anthropologie

1997 *L'anthropologie et la Méditerranée: unité, diversité et perspectives*. Colloque international, Aix-en-Provence, 1997. 05. 14–17. old. Elektronikus forrás: <http://adam.mms.h.univ-aix.fr/adam/adam.htm>

⁴³ Djait 1996, 66–69. old.

⁴⁴ Roussillon 1998.

- ARKOUN, Mohamed
1993 *L'individu au Maghreb*. Colloque international de Carthage 1991. Préface.
<http://www.irmcmaghreb.org/corres/bendana.htm>
- AUGÉ, Marc
1969 Statut pouvoir et richesse: relations lignagères, relations de dépendance et rapports de production dans la société Alladian. In *Cahiers d'Etudes Africaines*, no 35.
1992 *Non-lieux*. Paris, Seuil.
- BARTHES, Roland
é.n. 1999 *A divat mint rendszer*. Budapest, Helikon.
- BENBLIDIA, Mohamed – MARGAT, Jean – VALLÉE, Domitille
é.n. 1998 Pénurie d'eau prochain en Méditerranée? *Futurible* 233:5–39.
- BENSEDDIK, Fouad
1987 La grève régulatrice des rapports sociaux et politiques au Maroc, 1970–80. In *Genèse du Nationalisme algérien/Grèves en Méditerranée Maghrébine. Parcours*, Cahiers du GREMAMO, Université de Paris VII., 4., 154–166. old.
- BOURDIEU, Pierre
1978 *A társadalmi egyenlőtlenségek újratemelése*, Budapest, Gondolat.
- BOURDIEU, Pierre
1990 Gazdasági gyakorlat és idő. Az algériai parasztok időkezelési attitűdjei. In: *Időben élni*, Gellériné Lázár Márta, szerk. 48–59. old. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- BOGLÁR Lajos
1995 Vallás és antropológia. Bevezetés, Budapest, Szimbiozis, Elektronikus forrás:
<http://netem.hu/szimbiozis/>
- BÖSZÖRMÉNYI NAGY Katalin
2002 Az eredetiség értékesítése – manipuláció a turizmus irodalmában. *Kultúra és Közösség*, 3, 95–99. old.
- BRAUDEL, Fernand
1996 *A Földközi-tenger és a mediterrán világ II. Fülöp korában, I.*, Budapest, Akadémiai Kiadó – Osiris.
- BUX, B. A.
1987 *Halottasház Hammametben*, Budapest, Babucs Éva kiadása, 9. old.
- CHARAFFEDDINE, Fahima
1994 *Culture et idéologie dans le monde arabe*, Paris, L'Harmattan.
- CHEVALIER, Agnès – KESSLER, Véronique
1988 *Les économies d'Afrique du nord face à leur démographie*. CEP II – CIREM, Rapport final pour le Commissariat Général du Plan.
- CUBERTAFOND, Bernard
2001 *La vie politique au Maroc*, Paris, L'Harmattan.
- DJAÏT, Hichem
1996 Les cultures maghrébines à travers l'histoire. In: *Les cultures du Maghreb*, Maria-Àngels Roque, ed., Paris–Montréal, L'Harmattan, 65–82. old.
Entre autres, 2004 [Entre Autres. Rencontres et conflits en Europe et en Méditerranée;](http://adam.mmsh.univ-aix.fr/entreautres/presentation/presentation.htm)
<http://adam.mmsh.univ-aix.fr/entreautres/presentation/presentation.htm>
- EPALZA, Mikel de
1996 Influence de la culture d'Al-Andalous sur le Maghreb. In: *Les cultures du Maghreb*, Maria-Àngels Roque, ed., Paris–Montréal, L'Harmattan, 157–170. old.
- FEJŐS Zoltán – SZIJÁRTÓ Zsolt szerk.
2000 *Turizmus és kommunikáció*. Tanulmányok. Budapest – Pécs, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék. (Tabula könyvek, 1.)

- GEERTZ, Clifford
 1996 *After the Fact*, Cambridge, Harvard University Press.
 2000 Kultúrák, *Magyar Lettre Internationale* 3, 28–34. old.
- A. GERGELY András
 2002 Arai azonosság- és régióképző szerepe, *Tabula* 5(2), 241–253. old.
- GOYTISOLO, Juan
 1995 Rai, a mediterrán fajkeveredés, *Magyar Lettre Internationale* 16, 33–35. old.
 1996 A mai iszlám és a régi spanyolok, *Magyar Lettre Internationale* 23, 22–26. old.
 2001 *Defending Threatened Cultures*, Elektronikus forrás:
www.unesco.org/opi/intangible_heritage/goytisoloh.htm
- HAJ SALEM, Mohamed
 1998 *Mouvement urbain et transformation socio-culturelle. Les immeubles collectifs dans la ville de Tunis*, DEA, Fac Sciences Humaines et Sociales, Université de Tunis.
- KCHIR-BENDANA, Kmar
 1993 *Etre marginal au Maghreb. Etudes de l'Annuaire de l'Afrique du Nord*, Paris, CNRS.
- KESZEI András
 2001 A megfoghatatlan nyomában. In: *Társadalmi önismeret és nemzeti önazonosság Közép-Európában*, Fedinec Csilla szerk., Budapest, Teleki László Alapítvány, 259–260. old.
- KOVACSHAZY, Marie-Christine
 1998 Le tourisme des seniors en 2010, *Futurible, Numéro* 233, 47–63. old.
- LAMCHICHI, Abderrahim
 1997 *Le Maghreb face à l'islamisme. Histoire et Perspectives Méditerranéennes*, Paris, L'Harmattan, 23–49. old.
 Le religieux en Méditerranée. *Théories et terrains anthropologiques*. Association d'anthropologie méditerranéenne (ADAM) et l'Institut de recherche sur le Maghreb contemporain (IRMC), Tunis, 1–2 novembre 2002. Forrás:
<http://adam.mms.h.univ-aix.fr/adam/adam.htm>
- LOUAFI, Selim
 2002 *Economie politique de la politique des prix céréaliers en Tunisie de 1970 à nos jours*, Thèse, dir. Alain Lipietz, Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier.
- MAROUF, Nadir, ed.
 1995 *Le Chant arabo-andalou. (Fondements anthropologique de la norme)*, Paris, L'Harmattan.
- MERNISSI, Fatima
 1996 Femmes du Maghreb, partenaires incontournables de l'équilibre méditerranéen. In: *Les cultures du Maghreb*, M.-A. Roque, ed., Paris, L'Harmattan, 123–132. old.
- MIRAN, Patrice
 1999 *Intensification de l'agriculture méditerranéenne: analyse et perspective*, Nizza, Sophia Antipolis, Plan Bleu, 53 p.
- NOURREDDINE, Abdi
 1988 Islamisme, étatisme et transition au niveau mondial. In: *Méditerranée tanulmányok II.*, Szeged, JATE, 100–118. old.

ROQUE, Maria-Àngels

- 1996 Les cultures, éléments vitaux des civilisations. In: *Les cultures du Maghreb*, M.-À. Roque, ed., Paris, L'Harmattan, 11–33. old.

ROUSSILLON, Alain

- 1998 *Réforme sociale et identité. Essai sur l'émergence de l'intellectuel et du champ politique modern en Egypte*, Casablanca, Édition Le Fennec.

STORA, Benjamin – ELLYAS Akram

- 1999 *Les 100 portes du Maghreb. L'Algérie, le Maroc, la Tunisie, trois voies singulières pour aller islam et modernité*, Paris, Editions de L'Atelier.