

## Rezümék

Francia Dóra (SZTE Herman Ottó Kollégium)

### **A turisztikai attrakció alternatív formájaként megjelenő utcai művészet**

A turisztikai attrakció alternatív formájaként megjelenő utcai művészet mindeddig kevés figyelmet kapott a turisztikai szakirodalomban. Napjainkban viszont egyes turisták elkezdték átértékelni a turisztikai attrakció fogalmát. A jól bevált, kiszámítható látványosságok helyett olyan új, kulturális attrakciókat keresnek, melyek másképp mutatják meg a városi szövetet. Az „új” turisták belefáradtak a csomagolt és mesterkéltné kínálatba, és valami kihívást és egyéniséget keresnek, amiből a város igazi arcukat ismerhetik meg.

A technológiai lehetőségek növekedésének, valamint a mobilkommunikáció robbanásszerű fejlődésének köszönhetően az internet nagy szerepet játszik a mindennapi életben és a turizmusban is. A közösségi médiában megosztott bejegyzések hatással vannak mások fogyasztási szokásaira, turisztikai döntéseire. A street art mint viszonylag fiatal, progresszív művészeti forma egyre izgalmasabb az emberek számára, és egyre gyakrabban jelenik meg a közösségi oldalakon található tartalmakban.

A kutatás egyik célja feltárni olyan városokat, ahol az utcai művészet célpontként jelenik meg, és sikeresen vonzza a turistákat, valamint ezek a tartalmak milyen „reklámban” részesülnek a közösségi felületeken. A kutatás ezen belül Szegedre fókuszál. A cél feltárni az itt lévő köztéri alkotásokat, amelyek turisztikai potenciált rejtnek magukban, továbbá a közösségi felületen (Instagramon) elérhető street art-hoz kapcsolódó szegedi tartalmakat.

Izing Máté (SZTE Móra Ferenc Szakkollégium)

### **Kárpátalja turizmusa, különös tekintettel Viskre**

Kárpátalja ma a Kárpát-medence egyik legnagyobb gazdasági, politikai és társadalmi problémáival küzdő térség. A kárpátaljai, főként anyaországi magyarok által látogatott falusi turizmus az 1990-es években lendült fel, melynek egyik kiemelkedő települése a huszti járásban fekvő, a legközelebbi magyar határátkelőtől mintegy 100 km-re található Visk települése.

Kutatásom során megvizsgálom, hogy Kárpátalja jelen helyzetében hogyan tudja kihasználni a turizmus adta lehetőségeket, s hogyan változik mindez napjainkban. További fontos célkitűzésem, hogy feltárjam, miként alakult és fejlődött a viski turizmus jelenlegi képe, s hogyan tudott a kárpátaljai falusi turizmus egyik legnagyobb fellegrárává alakulni a település. A szakirodalom feldolgozása után a rendelkezésre álló statisztikai adatok alapján vázlatos képet adok Kárpátalja turizmusról, ezt követően térek át részletesen a Huszti Járás településének idegenforgalmára.

Annak érdekében, hogy bemutathassam a viski falusi turizmus jelen- és jövőképét, interjút készítettem a legfontosabb helyi turizmus legfontosabb szereplőivel: a helyi turizmusszervezővel, a 15 - állandó jelleggel vendégházat működtető - családdal, továbbá a Kárpátaljai Magyar Kulturális Szervezet (KMKSZ) helyi elnökével. Emellett 2018 tavaszán több alkalommal személyes kérdőíves felmérést végeztem a vendégek körében, mely a turisták elégedettségét hivatott felmérni.

Az eredmények feldolgozásával és kiértékelésével kívánok választ adni arra, hogy mely tényezők azok, amelyek vonzóvá tették a viski turizmust, s melyek azok, amelyek további fejlesztésre szorulnak, hiszen a falusi turizmus, véleményem szerint, jó lehetőség arra, hogy a helyi lakosság közvetlen bevételi forráshoz jusson. Mindezek következtében e gazdasági ágazat fejlesztése, bővítése a kárpátaljai magyar falvak legfontosabb célkitűzése lehet a következő időszakban.

Kovalcsik Tamás (Szegedi Tudományegyetem)

### **A hazai politikai diskurzus reprezentációi a globális virtuális térben**

A választási földrajz többek között az interperszonális információk áramlásával, és azok választási magatartásra ható befolyásának térbeliségével foglalkozik, a választókat befolyásoló társadalmi, és azon belül is a politikai témák feltérképezésének segítségével. Ehhez kötődik a részdiszciplína egy jól ismert fogalma, a szomszédsági hatás, amely szerint azok az emberek, akik közel laknak egymáshoz, sokat beszélgetnek, és a köztük felmerülő közös témákból fakadóan egy irányba is szavaznak. Ez alapján a lokális fizikai térnek elsődleges jelentősége van a választói magatartás magyarázásában. Ezt árnyalja az utóbbi évtizedekben megjelenő kibertér, amely a fizikai térrel kapcsolatban van, de attól merőben eltérő tulajdonságokkal rendelkezik. A közösségi média segítségével az információ a hagyományos csatornákhöz képest sokkal gyorsabban terjed, összekötve ezzel olyan embereket is, akik fizikailag nem feltétlenül kerülnének kapcsolatba egymással. A választási földrajz hagyományos elmélete (a szomszédsági hatás) tehát árnyalódni látszik a tekintetben, hogy nem feltétlen a fizikai távolság játszik elsősorban szerepet az információ áramlásában, és ezáltal a politikai vélemény kialakításában.

Kutatásomban a fentiek alapján egy esettanulmányon keresztül azt vizsgálom, hogy a kibertéren belül a közösségi médiában (Twitteren) a 2019-es európai parlamenti választásokhoz köthető hazai témák hogyan terjednek a virtuális térben, és ez hogyan képeződik le a fizikai térben.