

TURIZMUS ÉS TANULÁS
– EGY VIDÉKI VÁROS KÖZÉPISKOLÁSAINAK TURISZTIKAI
MAGATARTÁSA –

Értekezés a doktori (Ph.D.) fokozat megszerzése érdekében
a Neveléstudomány tudományágban

Írta: Simándi Szilvia, okleveles művelődési és felnőttképzési menedzser

Készült a Debreceni Egyetem Humán Tudományok Doktori Iskolája
(A nevelés és művelődés társadalmi-történeti összefüggései program) keretében

Témavezető: Dr. Juhász Erika

A doktori szigorlati bizottság:

elnök: Dr.

tagok: Dr.

Dr.

A doktori szigorlat időpontja: 20... ..

Az értekezés bírálói:

Dr.

Dr.

Dr.

A bírálóbizottság:

elnök: Dr.

tagok: Dr.

Dr.

Dr.

Dr.

A nyilvános vita időpontja: 20... ..

Én **Simándi Szilvia** teljes felelősségem tudatában kijelentem, hogy a benyújtott értekezés a szerzői jog nemzetközi normáinak tiszteletben tartásával készült. Jelen értekezést korábban más intézményben nem nyújtottam be és azt nem utasították el.

.....

Simándi Szilvia

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	5
1.1. Az értekezés tárgya és a téma aktualitása	5
1.2. A dolgozat felépítése és tartalma	7
1.3. A vizsgált téma megközelítése és a források értékelése.....	10
1.4. A dolgozat fogalmi kerete és a kutatás korlátai.....	13
2. A turizmus mint társadalmi jelenség	19
2.1. A turizmus jelensége.....	19
2.2. A turizmus alapfeltételei a turizmus alanyának oldaláról.....	26
2.3. A turizmus a fogyasztás és a társadalmi meghatározottság tükrében.....	37
2.4. A turizmus és az értékek.....	44
3. Fiatalok a turizmusban	47
3.1. Az ifjúság mint életszakasz főbb jellemzői és az ifjúsági korszakváltás.....	47
3.2. A szabadidő eltöltése és a fogyasztási szokások	52
3.3. Az ifjú korosztály turizmusban való részvétele	58
4. Tanulási lehetőségek a turizmus kontextusában.....	72
4.1. Tanulás a turizmus során	72
4.2. A turizmus során szerezhető élmény	77
4.3. A turisztikai szocializáció.....	84
4.4. Tanulási lehetőségek az ifjú turisták körében a turizmusban való részvétel során ..	90
5. Empirikus vizsgálat középiskolások körében.....	100
5.1. Az empirikus vizsgálat módszertanának főbb jellegzetességei	100
5.1.1. A minta kiválasztása.....	100
5.1.2. Helyzetkép az egri fiatalokról.....	103
5.1.3. A kérdőív felépítése	104
5.1.4. Hipotézisek	105
5.2. A minta általános elemzése	106
5.2.1. A minta társadalmi nem, illetve programtípus szerinti elemzése	106
5.2.2. Anyagi helyzet	113
5.2.3. Zsebpénz.....	116
5.2.4. Idegennyelv-tudás.....	118
5.2.5. Az internet használata.....	120

5.2.6. Szabadidő	122
5.2.7. A középiskolások értékvilága	123
5.2.8. Nyaralás 2007.....	128
5.2.9. Az ifjú korosztály egyénileg megszervezett utazásai.....	129
5.3. A turisztikai szocializáció.....	135
5.3.1. Az iskola hatása	135
5.3.2. A családi szocializáció hatása	137
5.3.2.1. A közös családi nyaralási szokások jellemzése	137
5.3.2.2. A családi utazás szocializáló hatása az egyénileg megszervezett nyaralásra	143
5. 4. A tanulás lehetőségei az ifjúkori turizmus kontextusában	145
5.4.1. A turizmusban való részvétel és a személyiségfejlődés	145
5.4.2. Szűkebb értelemben vett tanulás	150
5.4.2.1. Az utazás megszervezése, az utazással kapcsolatos döntések meghozatala	151
5.4.2.2. A nyaralás alatt végzett tevékenységek	156
5.5. Turistatipológia.....	161
5.5.1. Turistatípusok a középiskolások körében	162
5.5.2. A „szórakozásra, bulizásra vágyók” és „a kultúra iránt érdeklődők” csoportjának összehasonlítása a turizmus során megvalósuló tanulásuk szemszögéből.....	165
6. Összegzés	170
6.1. A dolgozat főbb eredményeinek összefoglalása	170
6.2. A téma lehetséges perspektívái.....	176
Felhasznált irodalom.....	179
A táblázatok jegyzéke	201
Az ábrák jegyzéke	202
Mellékletek	204
Summary	224
Resümee.....	226

1. Bevezetés

„A turizmus, az üdülés és az utazás sokkal lényegesebb társadalmi jelenségek mint amilyennek azt a legtöbb kommentátor tartja.”

Urry (2007a, 2)

1.1. Az értekezés tárgya és a téma aktualitása

Értekezésünk középpontjában a középiskolás korosztály áll, akiket a turizmus során zajló élményfogyasztásuk, turisztikai szocializációjuk és a turizmussal összefüggésbe hozható tanulásuk kontextusában vizsgálunk.

A **turizmus**¹ korunk egyik fontos szabadidős jelensége, a nyári hónapokban szinte kisebb „népvándorlás” jellemző, és csaknem „*turistaálmok uralják az év maradék 50 hetét is, amikor nem nyaralunk*” (Löfgren 2004, 217). Igaz, a 2008-as gazdasági válság a turizmus jelenségét is érinti, azonban ez a téma fontosságát nem rövidíti meg. A jelenségnek a lényegét napjainkban az élményszerzéssel járó – lakóhelyen kívül eső – szolgáltatások igénybevételében ragadhatjuk meg, és a posztindusztriális társadalmakban a mindennapi életben egyre nagyobb szerep jut az élményeknek (vö. Schulze 1992, 2000, 2003), mert a gazdaságban a szolgáltatói szektor kiemelt szerephez jutott, megteremtve ezáltal az „élménygazdaság” alapját (vö. Hunyadi 2005), amelynek a középpontjában az élmény és annak keresése áll (vö. Michalkó és Rátz 2005). Az élmény kérdése munkánkban azért is játszik fontos szerepet, mert „*a szubjektumok (egyebek mellett) az élmények formájában valósítják meg önmagukat*” (Schulze 1992, 46), és a turisták egy-egy attrakció felkeresésével élményekhez jutnak, amelyeket személyes tulajdonságaik alapján értelmeznek (vö. Bourdieu 1978, Puczkó és Rátz 2002, Seaton 2003), ezért „*aligha vitatható, hogy (...) az utazás az (ön)nevelés és az (ön)művelődés egyik látványos eszköze, e folyamat(ok) egyik fontos mozzanata*” (Éles 2007, 109) (vö. Durkó 2002). A témával való foglalkozás szükségességét az is mutatja, hogy a Felnőttképzési Lexikon (Benedek – Csoma – Harangi 2002, 551) már szerepelteti a turizmus szócikket, ezzel is jelezve az élethosszig tartó **tanulás**ban játszott szerepét². Napjainkban ugyanis egyre elterjedtebbé

¹ Hazánkban is jelentős szolgáltató ágazat épült a turizmusra, a magyar GDP-nek 8,5 százalékát adja a turizmus (Magyar Turizmus Zrt. 2009).

² A Pedagógiai Lexikonban a kirándulás (Báthory és Falus 1997, 230) és a tanulmányi kirándulás (Báthory és Falus 1997, 493) szócikk található meg, amelyeknek a tartalmát a szervezett, illetve az irányított tevékenységek oldaláról közelítik meg.

válik az a nézet, hogy a szabadidő eltöltése közben, a barátainkkal való találkozáskor, a különböző hobbik gyakorlása stb. során is nagyon sok új tudásra, és fontos készségekre lehet szert tenni (vö. Csapó 2005a, 8), hiszen a kompetens tudás meghatározásába nemcsak a formális tanulás, hanem a nem formális és az informális tanulás útján szerzett tudás is beletartozik (vö. Csoma 2003a), azaz az így szerzett ismeretek, készségek és kompetenciák szerepe sem elhanyagolható (vö. Forray és Juhász 2008b). Az egész életen át tartó, és az élet minden területén jelentkező tanulás közben az egyénben gyakran nem is tudatosul, hogy folyamatosan „tanul” valamit, hogy a szabadidő eltöltése közben – így a turizmus során is – megszerez valamilyen tudást, gazdagítja személyiségét, bővíti kompetenciáit, vagy erősíti készségeit (vö. Komenczi 2001, 122-132), amelyek hatásai főként műveltséghez és a mindennapi élethez kapcsolódnak (vö. Ferge 1976). Értekezésünk során a tanulást egyrészt a szocializáció mint szociális tanulás oldaláról vizsgáljuk, másrészt a turizmus során megvalósuló, szabadidőben történő tudásszerzést, kompetenciabővülést, és személyiséggazdagodást értjük alatta, amelyet szűk és tág értelemben is vizsgálunk.

Az **ifjú korosztály** számára különösen fontosak az élmények, mert az életkori sajátosságaikból fakadóan erősen jellemzi őket az élményorientáltság, az élményekre való nyitottság (vö. Schulze 1992, Scitovsky 1990), és az is figyelemre méltó, hogy nemzetközi viszonylatban az ifjú turisták teszik ki a turizmus keresleti oldalának a 20 százalékát (Gibb 2007, 2). A téma gyakorlati jelentőségét abban ragadhatjuk meg, hogy a turizmus az ifjú korosztály számára a mindennapitól egy eltérő tapasztalati helyzetet kínál, hiszen az éves iskolai kötöttség után turistaként egy „kötetlenebb” világba léphet át, amely alapul szolgálhat a személyisége további fejlődéséhez, a tapasztalaton alapuló ismeretszerzéshez, a személyes képességei alkalmazásához, és ahhoz, hogy új helyzetekben saját magát kipróbálhassa. Ezért az ifjú korosztály – értekezésünkben az egri **végzős középiskolai korosztály** – „turista szerepben” történő vizsgálata egy lehetséges kutatási terepet biztosít ahhoz, hogy még árnyaltabban megismerjük a szabadidős döntéseiket, annak eltöltési módjait, motivációjukat, amelyek összefüggésben állnak a szabadidőben történő tanulásukkal is. Vizsgálódásunk közvetett jelentősége pedig abban ölt formát, hogy a ma fiataljaiból lesznek a jövő turistái, amely az egész életen át tartó tanulás szemszögéből szintén nem elhanyagolható.

A témaválasztásunkat azzal is alátámasztjuk, hogy egyre inkább növekszik a fiatalok önállósága, és egyre meghatározóbb szerepet tölt be az életükben a fogyasztói ipar (vö. ifjúsági korszakváltás, Gábor 2000), amelynek következtében *„a fiatalok egyre nagyobb mértékben részesednek a felnőttek mindennapi élvezeteiben, a szolgáltatások*

igénybevételében (például a turizmus) és egyre nagyobb biztatást kapnak önmenedzselésükre” (Gábor 2000, 14), ezért reményeink szerint munkánk az ifjúságkutatók és más érdeklődők számára is hiánypótló lehet, és új eredményekkel tudjuk gazdagítani a neveléstudomány eddigi eredményeit.

Fő **kutatási kérdéseink** arra irányulnak, hogy a turizmus népszerű szabadidős tevékenységként³ – az élmények során szerzett tapasztalatok és tevékenységek formájában –, miként formálja az ifjú korosztály személyiségfejlődését és tudását, mit nyújt az ifjak számára, kiemelt figyelmet fordítva a középiskolások utazási jellemzőire. Munkánk során különös figyelmet szentelünk a turisztikai szocializációnak, a fogyasztásban való részvételnek, és a nyaralás alatti szabadidő eltöltésnek a tanulás kontextusában, amelyekkel összefüggésben tipológia megalkotására is kísérletet teszünk. A felsoroltak árnyaltabb megismeréséhez kvantitatív kutatást is végeztünk egri végzős középiskolai tanulók körében. Hipotéziseinket az empirikus vizsgálattal foglalkozó fejezetnél fogalmazzuk meg.

1.2. A dolgozat felépítése és tartalma

A dolgozat **tematikáját** tekintve két nagy részre – elméleti áttekintés, empirikus vizsgálat – osztható. Az első részben a szakirodalmat tekintettük át külföldi és hazai tanulmányokon, tudományos folyóiratokban publikált írásokon keresztül, ezen a téren elsősorban a turizmuselmélet társadalomtudományi vonatkozásai és a neveléstudomány szakkönyvei, illetve a tágabb témakör irodalmi megjelennek meg, rámutatva a dolgozat multidiszciplináris voltára. Emellett kísérletet tettünk a témához kapcsolódó empirikus vizsgálatok felkutatására. A dolgozat második része a saját empirikus vizsgálattal foglalkozik, amelynek a módszertanát az 5. fejezetben írtuk le. Az empirikus vizsgálatot egri végzős középiskolások körében végeztük kérdőíves megkérdezés keretében, és a felmérésből nyert adatokat az SPSS statisztikai programban dolgoztuk fel. Eredményeinket a lehetőségekhez mérten a rendelkezésre álló országos adatokkal is összevetettük.

A bevezető, **első fejezet** tartalmazza az értekezés tárgyát, a dolgozat felépítését, a források jellemzését, a turizmuselmélet kutatásával kapcsolatos kérdéseket, és a dolgozat fogalmi keretét, illetve a kutatás korlátait.

³ 2008-ban a magyar lakosság 36%-a tett legalább egy alkalommal többnapos belföldi utazást, és kettő-négy napig tartó utazáson a magyar lakosság több mint negyede vett részt legalább egyszer 2008-ban (KSH 2009a, 1-2).

A **második fejezetben** (A turizmus mint társadalmi jelenség) a turizmus jelenségét mutatjuk be, ahol nem hagyjuk figyelmen kívül a tömegturizmus kritikai megközelítését sem. Mivel a turizmuselmélet lényege a turizmus rendszerén keresztül ragadható meg (vö. Lengyel 2001), ezért röviden ismertetjük a turizmus rendszerszemléletű megközelítését (vö. Lengyel 2001, Tasnádi 2002, Puczkó és Rátz 2000), és a hangsúlyt a turizmus **alanyi oldalára** helyezzük. A fejezet során körvonalazzuk a turizmusban való részvételt befolyásoló alapfeltételeket: a motivációt, a szabadidőt⁴ és a diszkrecionális jövedelmet. A motivációnak az elemzése a turista-tipológiák árnyaltabbá tételéhez nyújt segítséget, a szabadrendelkezésű jövedelemmel összefüggésben pedig a fogyasztási szokásokat vizsgáljuk, amelyen belül a turizmus és a társadalmi státusz összefüggéseit keressük. Ennek elemzését azért is tartjuk fontosnak, mert az empirikus kutatás során kísérletet teszünk arra, hogy feltérképezzük azt, hogy a középiskolások családjainak az életmódjában mennyire van jelen a turizmus, és az hogyan hat a fiatal turizmusban való részvételére. Végezetül a fogyasztási szokásokkal összefüggésben a turizmus és az értékek változásának a kapcsolatát vizsgáljuk meg (vö. Hankiss 1998).

A **harmadik fejezet** (Fiatalok a turizmusban) célja, hogy az ifjú korosztályról mint turistákról képet alkothassunk. Mivel a turizmus a szabadidőhöz kötődik és maga is egyfajta fogyasztás, ezért először megvizsgáljuk az ifjúság életmódjának jellemzőit – a hangsúlyt a szabadidős és a fogyasztási szokásokra helyezve – az úgynevezett ifjúsági korszakváltás legfontosabb jegyeinek figyelembe vételével. Ezt követően taglaljuk az ifjúkori utazások előzményeit, majd nemzetközi és hazai kutatásokat ismertetünk, elemzünk.

A **negyedik fejezet** (Tanulási lehetőségek a turizmus kontextusában) során az élményfogyasztást, a szocializáció közegeit és a tanulás lehetőségeit vizsgáljuk a turizmus kontextusában. Mivel a 17-18 éves korosztályra kevésbé jellemzőek az iskolai szervezésű nyári szabadidős programok (vö. Trencsényi 1997, Mester 2008), ezért a szocializációs közegek közül figyelmünket elsősorban a családi utazások meghatározó szerepének szenteljük, ahol figyelembe vesszük a társadalmi tőke (vö. Coleman 1998, Pusztai és Verdes 2000) jelentőségét is, és kísérletet teszünk a magyar háztartások utazási jellemzőinek a megismerésére másodelemzés segítségével. Ezt követően a hangsúlyt a turistaélmények befogadásán keresztüli tanulásra, és a tapasztalatszerzésre helyezzük.

⁴ A szabadidőnek az életmód kontextusában való elemzésére az ifjúság szabadidős szokásainak elemzésekor térünk ki.

Minthogy az iskolai végzettség meghatározó szerepet játszik abban, hogy valaki önmagát képezi-e vagy sem (vö. Pordány 2006, Csernyák – Janák – Zaláné 2004), ezért megvizsgáljuk a kulturális tőke (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002) szerepét is a turizmus kontextusában.

Az **ötödik fejezet** (Empirikus vizsgálat egri középiskolások körében) az empirikus vizsgálatról foglalkozik, és elsőként a módszertan főbb jellegzetességeit mutatjuk be. Az empirikus kutatás a középiskolások turizmusban való részvételére, az ezzel összefüggésbe hozható tanulási lehetőségekre a megismerésére, illetve az azt befolyásoló és meghatározó tényezőkre a vizsgálatára tesz kísérletet. Célunk, hogy a fiatalok turisztikai jellemzőit alaposabban megismerjük (az utazás motivációját, az utazás megszervezését, az utazás alatt végzett tevékenységeket, az utazás hasznát, az utazás során szerzett tapasztalatokat, az utazás elmaradásának okát stb.), amelyeken keresztül az élményfogyasztásukat, a turisztikai szocializációjukat és a turizmus során megvalósuló tanulásukat vizsgáljuk, mindemellett feltárjuk a háttérben álló társadalmi-kulturális tényezőket.

A **hatodik fejezet** a dolgozat összefoglaló és összegzést nyújtó fejezete. A fejezetben a dolgozat főbb eredményeit foglaljuk össze, és a téma lehetséges perspektíváit gyűjtjük egybe, illetve ajánlásokat fogalmazunk meg az ifjúság turizmusban való részvételének a növelésére.

Az összegzés után az értekezés elkészítéséhez felhasznált **irodalmak jegyzéke** található meg. A téma feldolgozásához használt több mint kettőszáz irodalom megközelítőleg 65:35 százalékos arányban származik hazai és külföldi szerzőktől. A források körülbelül háromnegyed részét az elmúlt mintegy 10 esztendőben megjelent művek alkotják. Az irodalomjegyzékben szereplő tanulmányok közel egyötöde idegen nyelven (német, angol) olvasható. A felhasznált irodalom és a hivatkozások készítésénél a „*Pedagógiai informatika*” (Kozma és Sike 2004) útmutatása szerint jártunk el.

A **mellékletekben** többek között készítettünk egy jegyzetet a magyar háztartások utazási szokásainak jellemzőiről, hogy árnyaltabb képet kapjunk a hazai turizmusról. Szintén a mellékletben található meg az egri középiskolák 2006/2007. tanévének 11. évfolyamon tanuló diákjainak és osztályainak száma, illetve a kérdőív, amelyet az empirikus kutatáshoz használtunk. Végezetül pedig a szerző 2009 augusztusáig megjelent publikációinak, illetve konferencián elhangzott előadásainak a címeit soroljuk fel.

1.3. A vizsgált téma megközelítése és a források értékelése

A turizmuselmélet szakirodalma a turizmust többnyire mint gazdasági jelenséget vizsgálja (vö. Lengyel 2001, Mester 2008, Puczkó és Rátz 2002a, Tasnádi 2002), azonban a nemzetközi turizmuskutatókban „*az elmúlt évtizedekben egyre nagyobb hangsúlyt kaptak a társadalmi és a kulturális aspektusok is, és ennek a hangsúlyeltolódásnak a magyarázatát abban fedezhetjük fel, hogy a turizmus egy olyan komplex rendszer, amely szinte a világon mindenkit érint valamilyen formában, közvetve vagy közvetlenül*” (Rátz 1999, 9). Jenkei és megítélésünk szerint is a turizmuselmélet helye a **társadalomtudományok** körében jelölhető ki, mert a szabadidő szükségletek lakóhelyen kívül történő kielégítésével foglalkozik (Jenkei 2002, 14). Szijártó (2003, 19), aki szintén társadalomtudományi megközelítést alkalmaz, elméletében három kulcsfogalom köré csoportosítja a turizmus vizsgálatát: a tér (mobilitás, helyváltoztatás), az idő (szabadidő) és az idegenség (más/új környezet). „*Ez a három fogalom együtt konstituálja a turizmus társadalmi gyakorlatát, azaz a turizmus kapcsán sokkal szélesebb és általánosabb társadalmi-kulturális folyamatokról beszélhetünk, mint csupán egy speciális társadalmi alrendszer, az idegenforgalmi ipar működésének törvényszerűségeiről*” (Szijártó 2003, 19). Munkánk során tehát a társadalomtudományi megközelítésből indulunk ki, és a szabadidős tevékenységek közül a turizmust, illetve – többek között – az ahhoz kapcsolódó szocializációt, és tanulási lehetőségeket vizsgáljuk. Ezáltal a társadalomtudományok, és azon belül is a **neveléstudomány** (vö. Kozma 2001, 12-14), illetve a turizmus elméletének a szociológiai eredményeit kívánjuk munkánk során felhasználni.

Megjegyezzük, hogy a turizmussal foglalkozó szakemberek körében nincs egységes álláspont a turizmuselmélet diszciplinaritásával kapcsolatosan (vö. Jenkei 2002, Michalkó és Rátz 2003). Jenkei (2002, 14) interdiszciplinárisnak tekinti, amely véleménye szerint abban is kifejeződik, hogy a turizmuselmélet más területek eredményeit is felhasználja. Michalkó és Rátz (2003, 748-752) azonban azzal érvelnek, hogy a turizmuselmélet az egyes tudományterületeken belül **multidiszciplinaritást** mutat, és véleményük szerint „*a turizmus és egyes tudományágak kapcsolatának kifejezésére gyakran helytelenül használják az interdiszciplináris jelzőt* (vö. Jenkei 2002), *amely zsákutcat is jelenthet az önálló tudománnyá válás útján*”. Megítélésünk szerint is a turizmuselmélet multidiszciplináris jellege érvényesül, mert a helye a társadalomtudományok körében

jelölhető ki, és a turizmus alanyi oldalának a magyarázó vizsgálatához elsősorban a szociológia, a pszichológia, a neveléstudomány stb. eredményei nyújtanak segítséget⁵.

A **forrásokat értékelve** – meglátásunk szerint – ma még kevés magyar nyelvű tanulmány tűzte ki céljául, hogy a **turisták**, a potenciális turisták motivációit, utazási döntéseit, és a turizmus során végzett tevékenységeit társadalomtudományi megközelítésből vizsgálja, illetve azokat a megszerzett turistaélményeken keresztül elemezze (vö. Horváth 1999). A hazai – és a nemzetközi gyakorlatban is – többnyire a turizmus mérésére a szálláshelyi statisztikákat⁶, illetve az országok közötti idegenforgalom nagyságának és összetételének mérésére a határstatisztikát használják (GKI 1999, 9-14). „*A létszám a legegyszerűbb kategória, amivel a turistákat jellemezni lehet, ezért sok kutatásban ez az egyetlen alkalmazott jellemző a turistákat illetően*” (Rátz 1999, 33). Az elemzések szempontjából pedig Magyarországon a Magyar Turizmus Zrt., a Társadalomkutató Intézet (TÁRKI), a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) és egyéb intézetek, szervezetek (például UNWTO 2002, Mimikri 2007) tanulmányait, statisztikáit lehet főként megemlíteni. Kiemeljük, hogy kifejezetten a magyar fiatalok turisztikai szokásairól a Magyar Turizmus Zrt. készített vizsgálatokat, azonban a kutatások elsődlegesen marketing orientáltak (vö. Mester 2008). Összességében jóllehet jelentős számban találunk témával foglalkozó munkákat, azonban ezeknél elsősorban a leíró kutatások vannak túlsúlyban a magyarázó kutatásokhoz képest, és sok esetben hiányos az empirikus vizsgálatok mélyebb feldolgozása is (Michalkó és Rátz 2003, 450-452).

Jelenleg a turizmuselmélettel kapcsolatos, **tudományos célú** kutatások elsősorban a tudományegyetemeken⁷ és a doktori iskolák⁸ keretében folynak, illetve a Magyar Tudományos Akadémia néhány munkatársa vizsgálja a turizmus elméletével kapcsolatos kérdéseket, mint például Horváth Endre (1999) (Michalkó és Rátz 2003, 451). Azt is megállapíthatjuk, hogy a különböző tudományterületek képviselői törekednek a turizmus

⁵ Adekvát módon a művelődési folyamatokat is csak multidiszciplináris jellegűen lehet tudományosan elemezni a gazdasági, társadalmi, kulturális összefüggésrendszeréből adódóan (Durkó és Szabó 1999).

⁶ A szálláshelyek kötelező adatszolgáltatási tevékenységgel bírnak, ezt szabályozza a 110/1997. (VI. 25.) Korm. rendelet „*A magánszálláshelyek idegenforgalmi célú hasznosításáról*” és a 45/1998. (VI. 24.) IKIM rendelet „*A kereskedelmi és a fizető-vendéglátó szálláshelyek osztályba sorolásáról, valamint a falusi szálláshelyek minősítéséről*”.

⁷ A teljesség igénye nélkül, például: Pécsi Tudományegyetem: Aubert Antal – turizmus általános elmélete; Csillag Gábor – kultúranropológia, Fejős Zoltán – néprajz, antropológia, Korpics Márta – vallás és turizmus; Szijártó Zsolt – társadalom- és kultúraelmélet. Szegedi Tudományegyetem: Pusztai Bertalan – turizmusantropológia.

⁸ Például: *Budapesti Corvinus Egyetem*: Szöllös Péter (2005): A turizmus társadalmi beágyazottsága; Puczkó László (1999): Turizmus és környezet. Turizmus vagy környezet?; Rátz Tamara (1999): A turizmus társadalmi-kulturális hatásai. (Forrás: <http://phd.lib.uni-corvinus.hu>), *Debreceni Egyetem*: Fülöp Ilona (2005): Kultúra és turizmus a változó világban (www.unideb.hu), *Nyugat-Magyarországi Egyetem*: Fekete Máttyás (2007): Hétköznapi turizmus. A turizmuselmélettől a gyakorlatig. (Forrás: www.mek.oszk.hu).

jelenségének a saját igényeiknek, szemléletüknek megfelelő tanulmányozására (Michalkó és Rátz 2003, 449), illetve az is kijelenthető, hogy a turizmus a felsőoktatásban is egyre inkább elfogadott kutatási területté válik (lásd többek között Pusztai 1998, Puczkó 1999, Fejős 2000, Fülöp 2000, Jenkei 2002 stb. munkáit).

Az is elmondható, hogy számos tanulmány született az **ifjúság**ot érintő kérdésekről, amelyek többek között a szabadidő eltöltésére és a fogyasztási szokásokra (vö. Bauer et al. 2005, Gábor 2006b, Gábor és Szemerszki 2007, Hunyadi 2005, Narancsik 2000, Rác 1995, Szapu 2004, Szentannai 1999 stb.) irányulnak, azonban a szabadidő eltöltésén és a fogyasztási szokásokon belül a turizmus területe kevésbé vizsgált. Az elemzések közül kiemeljük az Ifjúság2000 (Szabó – Bauer – Laki 2002) és Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005) kutatásokat, amelyeket a legátfogóbb ifjúságkutatásként tarthatunk nyilván, és külön figyelemre méltó, hogy az Ifjúság2004 kutatás már az utazás kérdésével is foglalkozik, azonban árnyalt képet kevésbé ad róla. Fontosnak tartjuk még megemlíteni, hogy településenként is készülnek felmérések az ifjúság helyzetéről, amelyek a helyi sajátosságokat és vonatkozásokat még inkább figyelembe veszik (vö. Bauer et al. 2005, Murányi és Szarvák 2007).

A szabadidőben történő **tanulás** egyre inkább a figyelem középpontjába kerül, amelyet az is példáz, hogy a hazai kutatók is egyre nagyobb mértékben foglalkoznak a téma kutathatóságával és kutatásával. Több hazai tanulmányban találkozhatunk a tanulás formalizáltság szerinti fogalmának a meghatározásával és pontosításával (vö. Komenczi 2001, Csoma 2003b, Benedek 2007, Tót 2007), illetve annak mérhetőségére való törekvéssel (vö. Csernyák – Janák – Zaláné 2004, Pordány 2006, Török 2007, Forray és Juhász 2008b), amelynek oka, hogy egyre többen kezdenek el mindenfajta szabadidős tevékenységet meghatározó jelentőségűnek tekinteni a személyiségfejlődés, és a kompetens tudás szemszögéből (Mihály 2003, 92). Coombs is felhívta már az 1969-ben megjelent tanulmányában figyelmünket az egész életen át történő tanulás fontosságára, vagyis arra, hogy *„az egyén egész élete során képessé váljék a környezet változásaira való adekvát reagálásra”* (Coombs 1969, 18). *„A környezethez való alkalmazkodás eszköze”* pedig a tanulás, és ez a későbbiekben a mindennapi tevékenységek során a személyes fejlődés ösztönzője is egyben (Durkó 2002, 84). Munkánkkal a szabadidőben történő tanulás vizsgálatához a turizmus kontextusából kívánunk hozzájárulni.

1.4. A dolgozat fogalmi kerete és a kutatás korlátai

A dolgozat főbb **fogalmi keretét** a *turizmus*, az *ifjúkori turizmus* és a *turizmus során megvalósuló szabadidőben történő tanulás* alkotja. A fogalmak meghatározása során a különböző tanulmányokban számos definícióval, magyarázattal találkozhatunk, azonban munkánknak nem elsődleges célja ezen meghatározások elemzése. A definíciók közül ismertetjük az általunk képviselt felfogást, amelyet a téma feldolgozásakor alkalmazunk.

A **turizmus** fogalmát először a berlini iskola határozta meg a 20. század elején (vö. Lengyel 2001, 30), azonban a kezdeti definíciók a turizmus jelenségét nagyon tágan értelmezték (vö. Rátz 1999). Lengyel Márton (2001, 37) definíciója alapján a turizmus keresleti és kínálati oldala – más szóval az alanyi és a tárgyi oldala (vö. Tasnádi 2002) – már jól elkülöníthető, aki a turizmus alatt *„egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (...) kívüli valamennyi helyváltoztatást és tevékenységet értünk, bármi legyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese”*. Ezt a fogalmat vette át a későbbiekben lerövidített formában a Turisztikai Világszervezet (UNWTO⁹), amely szerint – és ez egyben a legáltalánosabban elfogadott turizmus definíció is (vö. Lengyel 2001, Tasnádi 2002, Fekete 2007) – *„a turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását – beleértve az egynapos kirándulást is – valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat”* (UNWTO 2008, 1). Lengyel (2001, 66) szerint a néhány órás lakóhelyen belüli, de otthonunkon és munkahelyünkön kívüli szabadidő eltöltés is turizmusnak minősül, azaz meglátása szerint a lakáson kívüli, de az adott településen belül végzett tevékenységek is annak minősülnek, mi azonban a turizmus lakóhelyen belüli értelmezését a dolgozatunk során nem alkalmazzuk.

A turizmus fejlődésével az egymást követő meghatározások egyre több új faktort vettek figyelembe, mint például a helyváltoztatásnak a motivációját, az utazás nem jövedelemszerző jellegét, a lakóhelyen kívül eltöltött időt, a megtett távolságot, illetve a jelenség tárgyi oldalát is, azaz a turisztikai szolgáltatásokat (Rátz 1999, 16). Az újabb definíciók már az **élmény** fontosságát sem hagyják figyelmen kívül (vö. Horváth 1999), azaz *„a turizmus a személyek élményszerzéssel párosuló környezetváltoztatása, amelynek*

⁹ The United Nations World Tourism Organization, továbbiakban UNWTO, korábban WTO néven.

során szolgáltatások igénybevételére kerül sor” (Michalkó 2001, 114). Fekete (2007, 12) értelmezésében a turizmus szintén élménykereső személyforgalom, amelynek alanyai ideiglenesen utaznak el állandó lakóhelyükről máshová, nem pénzkereső tevékenység céljából, és ott szolgáltatásokat vesznek igénybe.

A szóhasználathoz az is hozzátartozik, hogy a turizmus és a turista ma már általánosan használt kifejezések, számos nyelv átvette azokat. A magyar nyelvben eléggé elterjedt még az idegenforgalom szónak a használata is, amely a német „Fremdenverkehr” szónak a szó szerinti fordítása. Ellene szól azonban a benne lévő „idegen” szó, mert a turizmus szemléletével az teljesen ellentétes, hogy egy turistában a vendégül látás során az idegent lássuk, különösen, ha belföldi turistáról van szó (Tasnádi 2002, 30). Mindezekből következik, hogy a turizmus jelensége magában foglalja a nyaralás, az üdülés stb. fogalmakat is, amelyeket a köznap nyelvhasználatban gyakran használunk. Ezeknek a részletezésére, illetve a turizmus fajtáinak tipizálására a motiváció elemzések térünk ki. Megjegyezzük azonban, hogy a turisztikai szakirodalom a statisztikák értelmezésekor a kiránduló és a turista meghatározás között különbséget tesz, vagyis kiránduló az, aki 24 óránál kevesebbet tölt el az adott helyen (azaz szállást nem vesz igénybe), és turista az, aki legalább 24 órát, azaz egy vendégéjszakát tölt el az adott helyen, és az utazásának célja nem jövedelemszerzés (Lengyel 2001, 31) (vö. GKI 1999). Részletes lista rögzíti azt is, hogy kik azok, akik nem szerepelnek a turizmus statisztikaiban (lásd 2.2. fejezet). Azonban mind a turista, mind a kiránduló meghatározás a turizmus alanyi oldalát jelentő „látogatók” halmazába tartozik. Felmerülhet a kérdés, hogy az egyének mikor tekintik magukat „turistának” (azaz a turizmus alanyi oldalának), és mikor nem (vö. Lengyel 2001, Löfgren 2004), ezért dolgozatunk során minden megkérdezett fiataalt a turizmus alanyának tekintünk, aki a nyári szünidőben lakóhelyén kívül kirándult, vagy nyaralt.

Nem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy Lengyel (2001, 37) nyomán a turizmusnak két fő formáját különíthetjük el, a szabadidő-turizmust és a hivatásturizmust. A szabadidő-turizmus a szabadidőhöz kötődik, ezzel szemben *„a hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek összességét”* foglalja magában. A dolgozatban a turisztikai utazások alatt a *szabadidőben* végzett utazásokat értjük, a hivatásturizmust figyelmen kívül hagyjuk.

A kutatás nem terjed ki a turizmus kínálati rendszerének összefüggő elemzésére sem, azaz az egyes kínálati elemeknek a vizsgálatára (például a falusi turizmus, a kulturális turizmus, vagy a tengerparti turizmus stb. vizsgálatára), mert ezekkel számos turizmuselmélettel kapcsolatos szakirodalom foglalkozik. Magyar nyelven olvasható

például Lengyel (2001), Puczkó és Rátz (2000, 2002a, 2002b), Tasnádi (2002) stb. munkája. Ennek megfelelően – az ifjúság turizmusához kapcsolódva is – a hangsúlyt munkánk során elsősorban a turizmus alanyi oldalára helyezzük, és nem a kínálati, tárgyi oldalnak a bemutatására.

A vizsgálódásunk során nem találtunk egységes meghatározást az **ifjúsági turizmus** fogalmát illetően. Röviden az alapján tehetünk különbséget, hogy a szülői vagy más felnőtt kísérettel történő utazásokat tekintjük-e annak, az iskolai táborok, illetve egyéb szervezett szabadidős tevékenységek ide sorolhatóak-e, vagy barátokkal, ismerősökkel együtt történő nyaralásokról van-e szó.

Megállapítható, hogy köznapni értelemben tág értelmezési kerettel találkozunk az ifjúsági turizmus meghatározásakor. A 2002-es Zánkai Konferencián az ifjúsági turizmushoz sorolták *„mind a gyermekek, mind a fiatalok szabadidőben, lakóhelyen kívül megvalósuló turisztikai, honismereti, illetve rekreációs célú tevékenységeit, így különösen az országjárást, a természetjárást, a táborozást, az üdülést, ideértve az oktatás keretei között megvalósuló tanulmányi kirándulást és az erdei iskola-programot is”* (Bánhidi 2006, 24). A megfogalmazásból látható, hogy nem tesznek különbséget a meghatározásban sem az életkor, sem a szervezettség tekintetében.

A **nemzetközi szakirodalomban** jóllehet az ifjúsági turizmus szerves részét képezi az ifjúságkutatásoknak, azonban a fogalom meghatározását illetően ennek ellenére lényegi eltérésekkel találkozhatunk. Giesecke (2007, 110) az ifjúsági turizmus alatt a 16-25 éves korosztály időben behatárolható nyaralását érti, amely alatt a fiatalok turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe, és kiemeli a hasonló korosztályú fiatalokat. Gieseckénél nem tartozik a meghatározásba a határozatlan ideig tartó utazás, a családi nyaralás, illetve más felnőttekkel együtt történő nyaralás. Stehrenberger (1986, 5) sem tekinti a szülőkkel együtt történő utazásokat az ifjúsági turizmushoz tartozónak, meglátása szerint amennyiben a szülőkkel, a nagyszülőkkel együtt történik a nyaralás, akkor az a családi nyaralásokhoz sorolható, illetve a nyári iskolai- és egyéb szervezett táborokat sem tekinti annak, mert ezekben az önkéntes és kötelező karakterek is jelen vannak, és így nem teljes egészében illeszkednek a turizmus szemléletéhez (vö. Lengyel 2001). Opaschowski (1996, 30) ezzel szemben a már nem gyerekkorban lévő, de még a felnőttkor küszöbét el nem érő fiataloknak az összes utazással kapcsolatos cselekedeteit és azzal való kapcsolatát ide sorolja. Porwol (2001, 24-26) csupán a 12-18 év közötti korosztályt sorolja az ifjúsági turizmushoz, mégpedig a kísérettel történő utazásokat tekinti annak. Ezzel ellentétben Kiefl és Reinhardnál (2005, 75) az ifjúsági turizmus a fiatalkorúak mindenfajta utazásával

kapcsolatos gyűjtőfogalom, ahol felnőtt kíséret nélküli utazásokról van szó. Így nem tartoznak az ifjúsági turizmus fogalmához azok az utazások, amelyeknek során valamely intézmény keretében történő utazásról, például osztálykirándulásról, vagy egyetemi kirándulásról van szó. Egyetértünk Gayler (1993, 380) meglátásával, aki szerint az ifjúsági turizmus fogalmát egyértelműen sem az életkor, sem a szervezési forma, sem pedig az utazás szervezője alapján nem lehet elhatárolni.

Egy **hazai kutatásban** (Mester 2008, 3) a turisztikai szakma a következő nemzetközileg elfogadott definíció mellett érvel: *„Az ifjúsági turizmus magában foglalja a 16-29 éves korosztály egy évnél rövidebb ideig tartó, önálló utazásait, amit részben vagy egészben más kultúrák megismerésének vágya, élettapasztalat szerzése és/vagy az utazó szokásos környezetén kívül elérhető formális vagy informális tanulási lehetőségekből származó haszonszerzés motivál”*. A meghatározás az ifjúsági turizmus fogalmát a korcsoportot tekintve tágan értelmezi, és a motivációt nézve elsősorban a tanulásra fókuszál. Törzsök (1997, 79-81) a diákturizmus kifejezést használja, és ő az életkor alapján választja külön a gyermekturizmust (7-12 éves korosztály) és az ifjúság turizmust (13-17 és 18-24 éves korosztály). Törzsöknél ennek megfelelően a diákturizmus *„azoknak a kapcsolatoknak és jelenségeknek az összessége, amelyek a 7-24 éves korosztály vonatkozásában utazásból és nem az adott településen lakók tartózkodásából adódnak, céljuk a szabadidő eltöltése során a testi és lelki regenerálódás és rekreáció, valamint a tapasztalati úton történő ismeretszerzés”* (Törzsök 1997, 79). Helytelen gyakorlatnak tartja, hogy a diákturizmus szinte minden formájára a táborozás szót használják, mert megfogalmazása szerint a táborozás eredetileg a nomád, sátras elhelyezésre utalt, azaz a szállásforma szerinti csoportosítás körébe tartozik.

Hazai tanulmányokban – az említett meghatározásokon kívül – az ifjúsági turizmus különböző megközelítéseivel is találkozunk: P. Miklós (2003) a cserkészettel összefüggésben elemzi az ifjúsági turizmust, Éles (2007) a 16-19. századi utazásokkal kapcsolatosan vizsgálja a jelenséget, Halász (2008) pedig a honismeret kontextusában vizsgálódik.

A kutatásunk során **az ifjúság turizmusban** való részvétele alatt a középiskolai tanulók felnőtt (szülő, iskolai nevelő) kíséret nélküli, illetve az egyénileg¹⁰ megszervezett, saját társaságával együtt történő nyaralását, kirándulását értjük, ami alatt különféle

¹⁰ Az önálló szervezés magában foglalja egyrészt az egyéni szervezést, azonban azt is, ha az utazási iroda egy-egy szolgáltatását vásárolják meg, pl. menetjegyeket, rendezvényekre belépőjegyeket.

szolgáltatásokat vesznek igénybe, azaz a felnőttek turizmusban való részvételéhez hasonlóan töltik el a nyaralásukat.

A vizsgálati csoport kiválasztásánál a hozzáférhetőséget is figyelembe kellett vennünk, ezért a kutatás során az egri középiskolai tanulók (bármilyen fenntartású középiskola) programtípusonkénti vizsgálatára vállalkoztunk, mégpedig az Egerben tanuló 17-18 éves (nappali tagozaton, 12. évfolyamon tanuló) diákok körében. A korosztályválasztást azzal indokoljuk, hogy a középiskolás évek végén a fiatalok egyre inkább függetlenednek, és több lehetőséget kapnak az önálló döntésekre mint a középiskolás éveik elején, illetve általában az első önálló utazás kezdete 17 éves korra tehető (vö. Gábor és Molnár 2006, 339), amely összefügg az ifjúsági korszakváltással, azaz az egyre hangsúlyosabb fogyasztói kultúrával (vö. Gábor 2006, Mester 2008).

Értekezésünk során a **tanulást** egyrészt a szocializáció mint szociális tanulás (vö. Bandura 1976, Cseh-Szombathy 1990) oldaláról, másrészt a turizmus során megvalósuló szabadidőben történő tanulás oldaláról vizsgáljuk, amelyet szűken és tágan is értelmezünk. Hozzáteesszük, hogy a tanulás a téma aspektusából fakadóan javarészt a mindennapi életben használható tudások, kompetenciák megszerzésére irányul (vö. Ferge 1976).

A **szocializáció**, a szociális tanulás folyamatát úgy határozhatjuk meg, mint az egyént érő hatásokat, és az ezekre való reakcióknak, visszahatásoknak az egész folyamatát, amelyben a szocializációs közegeknek meghatározó szerepük van. Ennek a megvalósulása széles skálán mozog, az utánpótlástól a céltudatos oktatásig, az informális módon történőtől a formális keretekig (Cseh-Szombathy 1990). Munkánk során elsősorban a család és az iskola szocializáló szerepére fókuszálunk, mert a turisztikai kereslet alakulásában sem kihagyható kérdés a **szocializációs közegek** hatásának a vizsgálata.

Disszertációnkban a **turizmusban** való részvétel során, a szabadidőben megvalósuló **tanulást** vizsgáljuk, és azon meghatározásokat vesszük alapul, amelyek a szabadidő-eltöltéshez kapcsolódóan értelmezik a jelenséget. Ennek egyik megközelítése szerint *„a tanulásnak ez a formája nem szükségszerűen tudatos, illetve szándékos, az elsajátított tudás gyakran nem elismert tevékenységek „melléktermékeként (byproduct)” alakul ki. Aki ilyen módon tanul, gyakran észre sem veszi, hogy tanul, hogy megszerzett valamilyen tudást vagy kompetenciát”* (Komenczi 2001, 126), vagyis nem feltétlenül tudatos tanulásról van szó. A szabadidőben történő tanulás vizsgálatakor nem hagyhatjuk figyelmen kívül az **autonóm tanulás** kérdését sem, és értekezésünkben Forray és Juhász

(2008b, 66) értelmezéséből indulunk ki, akik az OTKA¹¹ kutatásukban az autonóm tanulást úgy értelmezik, hogy „a tanulást saját maga kezdeményezi a tanuló (...) utánajár olyan dolgoknak, amelyekre nem jól emlékszik, ellenőrzi meglévő ismereteit, felfrissíti korábban megszerzett tudását saját elhatározása alapján. Ez az autonóm tanulás éppúgy kapcsolódhat (...) a hobbijához és a közvetlen mindennapjaihoz, legyen szó akár az öltözködésünk megújításáról, akár egy új recept kipróbálásáról” (Forray és Juhász 2008b, 66). Az autonóm tanulás meghatározás magában foglalja azt is, hogy ez esetben – hiszen a szabadidőben történő tanulás akár észrevétlenül is végbemehet (vö. Komenczi 2001, Tót 2002) – nem véletlenszerű, hanem **tudatos, szisztematikus** tanulásról, illetve olyan önálló tevékenységről van szó, amely jellemzője az önirányítottság is, hiszen Cserné (2000, 4) is felhívja arra figyelmünket, hogy gyakran az önirányított és az önálló tanulást szinonimaként használják, holott az önálló tanulás történhet külső irányításra is. Gyakran a különböző adatgyűjtésekben is keverednek a tanulás tudatos, szándékos formái a véletlenszerű tanulási helyzetekkel, ezért ezek értelmezése, pontosítása további elemzéseket igényel (Pordány 2006, 32).

Az értelmezésnél munkánkban mind a **tudatos** (vö. Forray és Juhász 2008b), mind az egyes tevékenységek „**melléktermékeként**” (vö. Durkó 1999, Komenczi 2001) megjelenő tanulást relevánsnak tartjuk.

Hangsúlyozzuk, hogy a dolgozat során figyelmünket elsősorban a szabadidős tevékenységek vizsgálatára helyezzük, a témát a **turizmus** – mint társadalmi jelenség – **oldaláról** közelítjük meg, azaz a turizmusban való részvétel mit nyújt a fiatalok számára, mit kaphatnak általa, illetve hogyan formálódik a személyiségük.

¹¹ „A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés” című OTKA kutatás. (OTKA nyilvántartási szám: K63555)

2. A turizmus mint társadalmi jelenség

*„A turizmus olyan, mint a tűz.
Megfőzheti az ebédedet vagy
leégetheti a házat.”*
Ázsiai mondás

A második fejezetben a turizmus jelenségének bemutatásával a téma értelmezési keretét kívánjuk megalapozni. A turizmus egy összetett rendszer (vö. Lengyel 2001, 46), ezért a megismeréséhez körvonalazzuk, hogyan kapcsolódnak egymáshoz a különböző részei, és a hangsúlyt a turizmus alanyi oldalára helyezzük, vagyis a témát az egyén (a turista) oldaláról közelítjük meg.

2.1. A turizmus jelensége

„A turizmus fejlődése az utazás demokratizálódását reprezentálja” írja Urry (2007a, 4), hiszen az utazás régtől jelen van az emberiség történetében, azonban a turizmus jelenlegi értelmezésében viszonylag új jelenségnek tekinthető, jóllehet a szabadidőben történő utazások már az ókortól kezdődően ismertek voltak (Puczkó és Rátz 2000, 18). Gondoljunk például a sporteseményekre (például az Olimpia), a gyógyulással kapcsolatos utazásokra, a zárandoklatokra, a diákok és a művészek ismeretszerző utazásaira stb. (Lengyel 2001, 20-21). Az utazás azonban – a tömegfogyasztássá vált formája előtt – többnyire egy anyagi tőkével, sok szabadidővel, kulturális kíváncsisággal és motiváltsággal rendelkező réteg kiváltsága volt (Kiss 2001, 9).

Az egyik változás az **ipari forradalom**hoz köthető, mert a 18. század vége felé kibontakozó iparosodással, és az azt követő urbanizációval egyre nagyobb kör számára váltak adottá az utazáshoz szükséges alapvető feltételek: a szabadidő és a szabadrendelkezésű jövedelem (Rátz 1999, 14). *„Az utazható infrastruktúra megteremtése mellett azonban az utazásért való utazás iránti váagnak is meg kellett jelennie ahhoz, hogy elkezdődjön az a változás, amely a nemesi Grand Tour-okon és az elit fürdőre járásán keresztül a polgári turizmus helyszíneket, a tengerpart és a magashegységek birtokbavételén keresztül napjainkra az alternatív turizmusformákra keresztül megjelent bolygónk minden szegletében, sőt azon kívül is. Az elmúlt évszázadok rohamos fejlődése, a turizmushoz kapcsolt elképzelések változásai a komplex társadalom tagjainak szeretett-utált cselekvésévé tette a turizmust”* (Pusztai B. 2004, 213).

A 19. század végén születtek meg azok a találmányok (motorgépkocsi, repülőgép stb.), amelyeknek a terjedése meghatározta a 20. század első felének a turizmusát. A 20. század úgy is jellemezhető mint a **turizmus tömegessé válásának** a kora. Jóllehet az első világháború a nemzetközi turizmus fejlődési folyamatát is megszakította, azonban az internacionális turizmus mind a két világháború közötti időszakban, mind a második világháború után újra fejlődésnek indult. Igaz, voltak olyan meghatározó események, amelyek a fejlődésére hátráltatólag hatottak, például a gazdasági válság (1929), vagy az olajválság (1973) (Lengyel 2001, 16-19).

A **posztmodern turizmus** fejlődése többek között a növekvő urbanizációnak, a városi életmódnak köszönhető, illetve annak, hogy a kommunikációs és az információs technológia fejlődése, terjedése következtében a potenciális turisták egyszerűbben szerezhetnek információkat távoli országokról, desztinációkról (vö. Török 2002), amely szintén növelheti a kedvet az utazás iránt (Tasnádi 2002, 35). Mindehhez hozzájárul a távoli területek megközelíthetőségének a javulása is (technológiai környezet, vö. Lengyel 2001).

Napjaink turizmusát az **élményszerzésre** való törekvés határozza meg (Michalkó 2001), és Schulze az „*Élménytársadalom*” című (1992) munkájában úgy fogalmaz, hogy amíg a szükség (hiány) társadalmában a cselekvés lehetőségei is korlátozottak voltak, az **élménytársadalomban** ezzel szemben a mindennapi cselekvések lehetőségei erőteljesen kibővülnek. A cselekvések külső meghatározottságát az „élmények társadalmában” a „belső orientáció” váltja fel. A belső orientáció fogalmát az élményorientáció fogalmával is azonosíthatjuk. Az egzisztenciális szemléletmódok középpontjában a túlélés, a tulajdonjavak biztosítása, és az erőforrások felhalmozása állt, ezzel szemben az élménytársadalom középpontjában a szép élet megélését célzó élményorientált cselekvés található (Schulze 2000, 137-138). Schulze (2003, 186-199) az élménytársadalom **előzményeit** három korszakon, három „állóképen” keresztül mutatja be a Német Szövetségi Köztársaság kultúrtörténetére vonatkozóan, amely nálunk is – jóllehet késéssel, de megjelent. Az egyes képeket az élményekhez való hozzáférés és az élmények megszerzésére való törekvéseken keresztül világítja meg. Az első állókép a második világháborút követő éveket mutatja be. A társadalom a háború utáni években a munkára, az újjáépülésre épült, és a státuszcsoporthoz erősen hierarchizáltak voltak. Egyetértés uralkodott azt illetően is, hogy a kultúrpolitikának a magaskultúrát kell szolgálnia (vö. Gans 2003). Az élménykeresés elsősorban a munka utáni szórakozásra korlátozódott, az élménypiac ekkor még feltáratlan volt. A második kép (1960-70-es évek) a „*kulturális*

konfliktus” állapotát mutatja be, ahol a fő problémát már nem a megélhetés, hanem az élményszerzés jelenti a megváltozott anyagi feltételeknek köszönhetően. A korcsoportok között kulturális ellentétek támadtak, és az életkor fontos tényező az élményekre való nyitottságban (vö. ifjúsági korszakváltás: Gábor 2000, Zinnecker 1992). Egyre fontosabbá válik a szubjektivitás, ahol az életkor szintén döntő jelentőségű. Az élménypiaci szolgáltatóknál megjelenik a terjeszkedés. A harmadik kép (1980-as évek elejétől) már az élmények társadalmát mutatja be, ahol az élménypiac a mindennapi életet uraló tereppé vált. Az élménypiac növekedése még most sem zárult le, azonban a fogyasztók már rutinosabbá váltak, hozzászoktak az újdonságokhoz, és folyamatosan igénylik is azt. Az új élmény pedig a folyamatos és gyors változásnak köszönhetően sem a magaskultúrát nem szolgálja, sem a tömegkultúrát, mert az a jellemzője, hogy mindig új (Schulze 2003, 200).

A fejezet mottójaként említett ázsiai mondás is elárulja, hogy a 20. századtól jelen lévő **tömegturizmus** egy összetett, „*Janus arcú*” jelenség (vö. Kiss 2001). Egyszerre szennyez, pusztít és az értéket értéktelenné teszi, vagy éppen ellenkezőleg: helyreállít, gondoz, óv, azaz egyaránt vannak konstruktív és destruktív hatásai. Vagyis elmondható, hogy a modern tömegturizmus során ellentétes tartalmú törekvésekkel szembesülhetünk, az egyik oldalon például a nemzetközi **homogenizáció**val, a másik oldalon pedig a helybeliek arra vonatkozó törekvésével, hogy a **helyi kultúrát** akár „mesterségesen” is megőrizték, hogy azt a turisták számára vonzó kínálattá tegyék (MacCanell 2003, 115). Felmerülhet a kérdés, hogy a turizmus ténylegesen a hagyományok ápolását segíti-e elő (Nicholson-Lord 2003, 20), azáltal, hogy a helyi értékekből vonzó kínálatot nyújt az odalátogató turistáknak, vagy MacCanell (2003, 114) szavaival élve a tömegturizmus az emberi társadalom elszemélytelenedésének a terméke, és megragad minden lehetőséget arra, hogy mindenből – akár torzulás, elgiccsesedés árán is – kínálati elemeket gyártson az oda látogatóknak?

Ennek szellemében úgy tűnik, hogy későn eszméltünk rá a turizmus hátulütőire, és megítélésünk szerint is annak a felismerése, hogy igazából mit is jelent turistának lenni, egy hatalmas lépés jelent a jövőre nézve, viszont az is igaz, hogy egyre nehezebb megoldást találni a tömegturizmus által elindított problémákra (Nicholson-Lord 2003, 21).

Sokszor a tömegturizmusról szóló viták is abba a hibába esnek, hogy szembeállítják „*az igaz utazót*” a „*turistus vulgarisszal*” (Löfgren 2004, 218). Bey (1996, 31) azt a célt tűzte ki, hogy megszólítsa azt az egyedül utazót, „*aki úgy döntött, hogy ellenáll a turizmusnak*”. Végül azonban ő maga is belátja, hogy „*képtelenek vagyunk tökéletesen megtisztítani magunkat és utunkat a turizmus foltjaitól, mégis úgy érezzük, hogy a fejlődés lehetséges*”. Ő maga is felhívja arra a figyelmet, hogy „*nem elég megvetnünk a turizmust*

(...), hanem fontos hozzájárulnunk a pozitív utazás elterjedéséhez, hogy produktív és kölcsönösen gazdagító kapcsolat legyen, a kultúrák közötti szinergia egy formája, amelyben az egész több mint a részek összege” (Bey 1996, 32). Urry azzal érvel, hogy az elutasítás inkább a tömegturizmus ellen szól, és nem a turizmus jelensége ellen. Már csak azért sem, mert a posztmodernben jelen lévő turizmus szegmentált, rugalmas és egyedi igényeket is figyelembe veszi (Urry 2007c, 2-4).

Az 1980-as évektől a természeti és a társadalmi-kulturális **környezet** fenntarthatóságának a problematikája még inkább az érdeklődés középpontjába került, és ez egy **szemléletváltás** gyors szükségszerűségét hozta magával, amelyet a szelíd turizmus (Jungk 1980) fogalmával jelöltek meg (Fülep 2003, 12). Ez alapján Krippendorf (1986) – Jungk gondolatait továbbfejlesztve – alkotta meg a **fenntartható** turizmus (sustainable tourism) eszméjét, amellyel a „*The Holiday Makers*” című művében találkozhatunk. (1. sz. táblázat). Hazai tanulmányban a turizmus társadalmi-kulturális hatásainak részletesebb elemzésére Rátz Tamara (1999) vállalkozott munkájában.

A turizmus hatásai a természeti és a társadalmi-kulturális környezetre

1. sz. táblázat

	A turizmus lehetséges negatív hatásai	A turizmus lehetséges pozitív hatásai
A természeti környezetre vonatkozó hatások	A természeti környezet károsítása, vagy tönkretétele a környezetbe nem illő építkezéssel, zsúfolt üdülőkörzetek kialakításával. Túlzsúfoltsággal járó levegőszennyezések. Szemetelés.	Az erdők védelme (utak jelzése, személtlerakók, tájékoztatók kihelyezése). A természeti környezet védelme, nemzeti parkok, tájvédelmi körzetek létesítése.
A társadalmi-kulturális környezetre vonatkozó hatások	A lakosság polarizációja. Patologikus társadalmi jelenségek elterjedése (alkohol, kábítószer, bűnözés). Fogyasztói szokások átvétele A kultúra kommercializációja. Az importált kultúra váltja fel az őshonos kultúrát.	A helyi értékek újjáélesztése (népművészet, kézművesség, a népszokások felélesztése és fenntartása). Az előítéletek leküzdése. Nyitottság más kultúrák értékeinek az elismerésére, sőt befogadására. Közösségi élet fejlesztése.

Forrás: Lengyel (2001), Horváth (1998) és Rátz (1999) alapján

A fenntarthatóság elemzésére Horn (2001, 153-165) is kísérletet tett a tanulmányában, aki a megismerhetetlenség és az értékrendszer problematikájára hívja fel a

figyelmet.¹² Mindemellett az UNWTO Globális Etikai Turisztikai Kódexe (UNWTO 2007a) is megfogalmazott ajánlásokat arra vonatkozóan, hogyan válhat az egyén felelős turistává. Egyetértve Fülep Teofillal (2003, 14) a szelíd turizmus lényegi megkülönböztetését azért is találjuk szerencsés megoldásnak, mert tartalmában elkülönül a kemény (hagyományos) turizmustól, és még inkább hangsúlyozza a környezetbarát és a környezetpusztító életmód közötti különbséget (vö. Müller – Könyves – Lázárné 2006). Ugyanis a hagyományos turizmussal szemben a szelíd turizmusnál a hangsúly sokkal inkább a látnivalók helyett a látnivaló nyújtotta élmény befogadásán, és az új ismereteken van, kiemelve a tanulás örömét, illetve az előzetes foglalkozást a meglátogatandó területtel. Mindez természetesen szükségszerűen függ a turista személyétől, előzetes tudásától, ismereteitől stb., azaz attól, hogy az milyen jelentéssel bír a turista számára (vö. MacCanell 2003). (2. sz. táblázat). Munkánk szempontjából azért is tartjuk fontosnak a szelíd turizmus jelenségét, mert az egyes sajátosságain (előzetes foglalkozás a meglátogatni kívánt területtel, az élményekre való nyitottság stb.) keresztül kívánjuk az ifjú korosztály egyénileg megszervezett utazásait elemezni.

A kemény és a szelíd turizmus összehasonlítása

2. sz. táblázat

Kemény turizmus	Szelíd turizmus
Tömegturizmus	Egyéni, barátokkal, családtagokkal történő utazás
Kevés idő	Elegendő idő (eredetileg sok idő)
Gyors közlekedési eszközök	Célszerű közlekedési eszközök
Fix program	Spontán döntések
Külső irányítás	Belső irányítás
Importált életstílus	Helyi sajátosságok
„Látnivalók”	Élmények
Kényelmes és passzív	Aktivitást igénylő (eredetileg fárasztó és aktív)
Idegennyelv tudása nélkül	Idegennyelv tanulás
Kevés vagy egyáltalán semmi szellemi felkészülés, rákészülés	Előzetes foglalkozás a meglátogatandó országgal, területtel
Szuvenírek	Emlékek, élmények, új ismeretek
Giccs, képeslap	Fotók, rajzok, festmények
Főlény érzése	Tanulás öröme
Hangos	Halk
Kíváncsiskodás	Tapintat

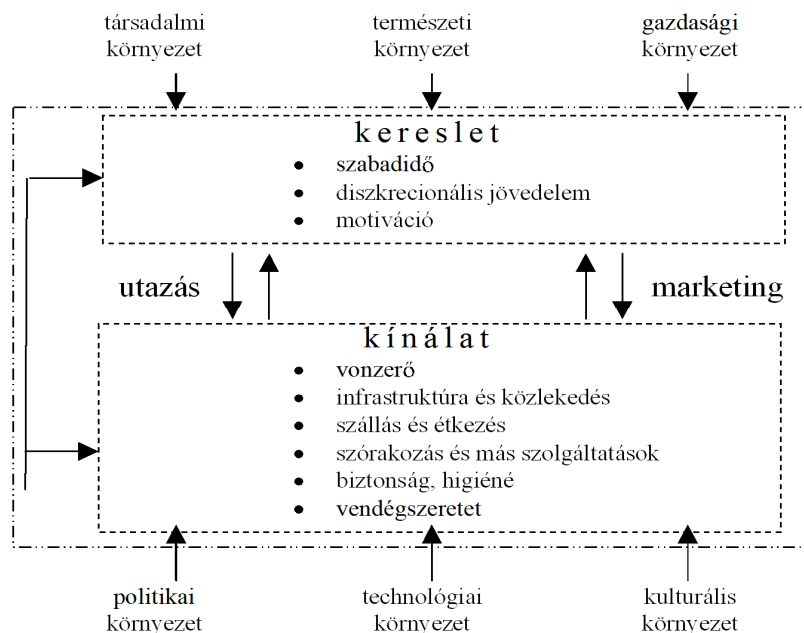
Forrás: Jungk (1980, 156) alapján, saját fordítás

¹² „A fenntartható turizmussal kapcsolatban két elméleti probléma jelentkezik. Az első a fenntarthatóság bizonytalanságával kapcsolatos. A „megismerhetetlenség”-problémáról van szó: a természeti és társadalmi környezet bonyolult belső mechanizmusai folytán nem tudjuk előre jelezni a hosszabb távon főlépő hatásokat (...). A másik probléma az értékekkel függ össze. Mit és hogyan akarunk fenntartani? Melyek azok az ökoszisztémák, amelyeket turisztikai vagy bármely más szempontból főlöslegesnek ítélünk és kiirtunk? Kinek van joga ezt mérlegelni, ki képes ezt eldönteni?” (Horn 2001, 164)

A koherens megértés érdekében nem hagyhatjuk figyelmen kívül a **turizmus rendszerének** rövid bemutatását sem. A turizmus rendszere magában foglalja egyrészt a keresletet jelentő turistát (a turizmus alanyát), valamint a kínálatot megtestesítő turisztikai szektort (turizmus tárgyat), és mindez dinamikusan változik, illetve nyílt kölcsönhatásban áll a társadalmi, a politikai, a gazdasági, a természeti, a kulturális és a technológiai környezet elemeivel (Puczkó és Rátz 2002, 16). Lengyel (2001, 46) olvasatában a turizmus egy nyílt – a környezetével kapcsolatban álló –, összetett és változatos, dinamikus és interdependens rendszert alkot. (1. sz. ábra). Mit sem mutatnak jobban a közelmúlt eseményei, amelyek vagy az utazások számának a csökkenését (gazdasági válság, H1N1 vírus terjedése stb.), vagy más esetben a növekedését (például a fapados járatok, vagy az üdülési csekk népszerűsége) váltották ki.

A turizmus rendszere és környezete

1. sz. ábra



Forrás: Lengyel (2001, 47)

A turisztikai **vonzerőket** úgy is tekinthetjük, hogy azok annak érdekében működnek, hogy „szabályos, értelmes és megtérülő turisztikai érdeklődést generáljanak és tartsanak fenn” (Urry 2007a, 8). Az Európai Utazási Bizottság tanulmánya (ETC 2009) arra hívja fel figyelmünket, hogy amíg a múltban a kínálat formálta a keresletet, addig ma ennek az ellenkezője igaz. A piac egyre inkább telítődik, és a turizmus kínálati oldalát az egyre öntudatosabb, az egyre több szabad rendelkezésű jövedelemmel és szabadidővel

rendelkezők határozzák meg. Változatosabb fogyasztói magatartás válik jellemzővé: „*most egyszerű nyaralás, a következő luxusút – idén messzire, jövőre valahová a közelbe*”, illetve új igényekkel találkozhatunk mint például: különleges, speciális úti célok, kis létszámú utak, egzotikus, különleges természeti adottságokkal és kulturális értékekkel rendelkező desztinációk. A magas minőségű mesterséges kínálati elemek (például tematikus parkok) iránti igény növekedni fog, és a verseny erősödni fog az utazás, valamint a pénzköltés és az időtöltés egyéb formái között, a kínálati oldalon belül pedig a desztinációk és szálláshelyek között (Mester 2003, 39-42) (vö. Müller – Könyves – Lázárné 2006).

A kínálati oldalon lévő szolgáltatók (szálláshelyek, közlekedési vállalatok, vendéglátó-ipari egységek stb.) közül az fog majd versenyelőnyhöz jutni, aki erőteljesebb vásárlói élményeket képes létrehozni (Pine és Gilmore 1998, 97-105). „*Időközben a hétköznapi élet legtávolabbi területeit is mint a piac egy sajátos szegmensét kikémlélték, és ajánlatokkal bekerítették. Választhatunk, bármiről legyen is szó: evésről, lakásról, háztartásvezetésről, szórakozásról, művelődésről, önismeretről, utazásról, egészségről, informálódásról stb.*” (Schulze 1992, 56). Gondoljunk például a kételtű „vízibuszra” mint közlekedési újdonságra Budapesten és a Dunán.

Amennyiben a turizmusnak a **megjelenési formáit** vizsgáljuk, akkor annak többféle változata van, és ezek elkülönítésére többféle tipológiával találkozhatunk (vö. Lengyel 2001, Puczkó és Rátz 2002a, Tasnádi 2002). Röviden különbséget tehetünk a szabadidős és a hivatásturizmus között (vö. Lengyel 2001), és a turizmusban résztvevők száma, a résztvevők életkora, a tartózkodás időtartama, a szállás, illetve a közlekedési eszköz megválasztása alapján. (3. sz. táblázat)

Turizmusformák

3. sz. táblázat

A turizmus alanyától kiinduló ismérvek	Vonatkozó turizmusforma
Cél	• Hivatásturizmus • Szabadidős turizmus
A turizmusban résztvevők száma	• Egyéni turizmus (az utazás és a tartózkodás egyéni kialakítása és szervezése, ez is lehet szervezett vagy nem szervezett) • Kollektív turizmus (többnyire szervezett) csoportos vagy társas turizmus (az utazás és/vagy tartózkodás közös lebonyolítása)
Szociológiai tartalma szerint	• Ifjúsági turizmus • Családi turizmus • Felnőtt turizmus • Szenior turizmus
A tartózkodás időtartama	• Rövid idejű turizmus: átutazó vagy tranzitturizmus (a tartózkodási helyre való visszatérés nélkül) • Egynapos kiránduló turizmus (szállás nélkül) • Hétvégi turizmus (1-3 vendégéjszakával) • Hosszú idejű turizmus: nyaralási (szabadság) turizmus négynél több vendégéjszakával vagy gyógyturizmus (orvosi tapasztalatok szerint leginkább 3 hét)
Szállásforma	• Kereskedelmi szálláshelyek: szálloda, panzió, kemping, üdülőház, ifjúsági ház, turistaház • Magánszálláshely: falusi vendéglátás, fizetővendéglátás • Rokonok, barátok, ismerősök háza
Igénybe vett közlekedési eszköz	• Autós turizmus • Gyalogos turizmus • Hajóturizmus • Kerékpárturizmus • Repülős turizmus (legújabb: diszkont vagy „fapados” is) • Vasúti turizmus

Forrás: Fekete (2007, 16), módosított¹³

Azt is szükséges megjegyeznünk, hogy ez a felsorolás nem zárható le, hiszen egyértelmű és kizárólagos besorolással nem találkozhatunk (Fekete 2007, 16). A következőkben a turizmus alanyi oldalát vizsgáljuk, azaz magát a turistát.

2.2. A turizmus alapfeltételei a turizmus alanyának oldaláról

Először is azt a kérdést érdemes tisztázni, kit is tekintünk a turizmus alanyi oldalához tartozónak. Kiindulópontunk, hogy Lengyel (2001, 37) nyomán a turizmusnak két fő formáját különíthetjük el, a szabadidős és a hivatásturizmust, az utóbbi a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatásokat foglalja magában. Azonban nem tartoznak a

¹³ Az eredeti táblázathoz képest rövidítettünk és magyarázattal bővítettük.

hivatásturizmushoz azok az utazások, amelyeket azon személyek tesznek hazautazás vagy munkavégzés (tanulás) céljából, akik az otthonuktól különböző településen tanulnak vagy dolgoznak (KSH 2009b).

Természetesen az útra kelő egyén a szubjektív megítélése alapján nem feltétlenül tartja magát turistának, ezért támpontunknak az UNWTO (2008, 1) megfogalmazását, Lengyel (2001) munkáját és a turizmus statisztikai besorolását (KSH 2009b) használjuk, hogy a megítélést kézzel foghatóvá tudjuk tenni (vö. Michalkó 2001, Löfgren 2004).

A turizmus alanyi oldala

4. sz. táblázat

A turizmus alanyi oldala (Egy napos vagy több napos)	<i>Az egyén mindennapi környezetén és munkahelyén kívüli:</i> <i>A szabadidős turizmus:</i> szórakozás; pihenés; kulturálódás, városnézés; természetjárás; rokonok, barátok, ismerősök meglátogatása; táborozás; egészségmegőrzés; kulturális és sportrendezvény látogatás; fesztiválok, események látogatás; vallási cél; hobbi gyakorlása stb. <i>A hivatásturizmus:</i> Incentive utazás, konferencia, kongresszus; üzleti út; kiállítás stb.
Nem tartozik a turizmus alanyi oldalához	<i>Nem minden utazás turizmus:</i> - Ingázók, határmenti dolgozók, más településen tanulók, dolgozók - 12 hónapnál hosszabb ideig a meglátogatott helyen tartózkodni szándékozó személyek (elvándorlók) stb. - 12 hónapnál rövidebb ideig tartózkodó vendégmunkás, idénymunkás, „Au pairs” stb. - Nomádok, vándorok, menekültek stb.

Forrás: KSH (2009b) és Lengyel (2001) alapján

A táblázatból is látszik, hogy az időtartamát, a motivációját és a szervezettségét tekintve a turizmus jelensége nagyon különböző lehet. A hangsúlyt értekezésünk során a „mindennapi környezeten kívüli”-re helyezzük, azaz a turizmus lakóhelyen belüli megközelítését dolgozatunk során nem alkalmazzuk (vö. Lengyel 2001, 37), és munkánkban a hivatásturizmust figyelmen kívül hagyjuk.

Vizsgálatunk szempontjából *a motivációt, a szabadidőt és a diszkrecionális* (azaz szabad rendelkezésű) *jövedelmet* részletesebben elemezzük. Ez a három elem nagyon szorosan összefügg egymással, és Lipp Szilvia nagyon találóan egy háromlábú szék

lábaihoz hasonlította ezen tényezőket, ahol ha az egyik „láb” is hiányzik, a szék felborul, azaz a turizmus alanyi oldalára befolyással vannak (Lipp 2004, 49).

A „miért utazunk”, a **motiváció** kérdése a turizmus elméletének egyik alapkérdésévé vált. Klasszikusnak mondható ma az a nézet, hogy a turizmus egyfajta **menekülés** (vö. Szijártó 2000, Fekete 2007). A történelmi és a társadalmi tények viszont nem támasztják alá ezen elméletet, mert leginkább azon társadalmi rétegek utaztak, akiknek legkevésbé volt szükségük a menekülésre (Henning 1999, 111). Ráadásul Henning és meglátásunk szerint is erős napjainkban a menekülés kifejezés, amikor emberek politikai okokból vagy egyéb kényszerből menekülnek. Ugyanis a menekülés egyirányú, el valahonnan. A turizmus ezzel szemben magában foglalja a visszatérést is, a turista csak egy (előre) meghatározott időre szakad ki saját környezetéből. Igaz, Zygmunt Bauman (1999, 4-5) lengyel születésű brit szociológus turista metaforájában azt fejtegeti, hogy a turisták csak hiszik, hogy szabad elhatározásból kelnek útra. **Kontrasztélményeket** keresnek abban a reményben, hogy kalandokra, élményekre bukkannak. Azonban végig tudatában vannak annak az érzésnek, hogy „szükség esetén mindig vissza lehet térni”. Szijártó (2000, 8) sem ért egyet a menekülés-elmélettel, mert megfogalmazásában „a turizmus nem csupán és nem elsősorban menekülést jelent, hanem esélyt a táj, a környezet elsajátításához, a kulturális érintkezéshez, sőt maga is válhat menedékké, álommá és nyújthat – később a mindennapokban, az emlékezés formájában – védelmet és vigaszt”. Természetesen a turisztikai célú utazás a „valóságból való menekülést is szolgálhatja és az utazás a leghatásosabb eszközök egyike, amely lehetővé teszi az összehangolt társadalmi szerkezetből való átmeneti kiszabadulást, de nem vakon menekülve, hanem új **tapasztalatokat** gyűjtve” (Szijártó 2000, 14).

A turizmus úgy is tekinthető mint „a modern polgár hétköznapi **egzotikum**a, a turistaút vonzerejét egyértelműen a mindennapi élet monotonitásából való kilépés adja (vagy legalábbis ennek látszata)” (Csillag 2003, 76). Kolakowski (1998, 49-51) lengyel származású filozófus a **kíváncsiság** szerepét hangsúlyozza, „nem a tudásért utazunk, nem a tudásszomj, nem is a menekülhetnék hajt bennünket, hanem a kíváncsiság, a kíváncsiság pedig úgy látszik, semmi másra vissza nem vezethető ösztön.”¹⁴ Megjegyezzük, hogy a

¹⁴ „Nem azért vagyunk kíváncsiak, mert az ismeretlen dolgok valamiféle kielégülést vagy megelőzendő veszélyt sejtetnek, hanem egyszerűen csak kíváncsiak vagyunk. Az emberek kíváncsiságból különféle akciókra és tettekre vállalkoznak. (...) Még ma is, ha kíváncsiságunktól hajtva egy ismeretlen országba vagy városba érkezünk, elmondhatjuk, hogy felfedeztük magunknak. Igaz ugyan, hogy az emberek nemegyszer érzelmes utazásokat tesznek olyan helyekre, amelyeket jól ismernek, de ahol már rég nem jártak, gyerekkoruk vagy ifjúságuk tájaira” (Kolakowski 1998, 49-51).

kíváncsiság szerepe azért is különösen fontos, hiszen az a tanulásnak és az élethosszig tartó tanulásnak az alapja is egyben (vö. Forray és Juhász 2008b).

A turizmus felfogható egy modern rítusnak is, amelyben egyszerre van jelen az eltávolodás és az újrateheremtés (Pusztai 1998, 13). *„Az eltávolodás a mindennapi élet nehézségeitől olyan jellemzője a turizmusnak, amelyen keresztül megérthető annak rekreációs volta, „újra teremti” résztvevője erejét a munkához, a megszokottban való léthez” (...) és „célja, hogy eltávolítsa a benne résztvevőket a mindennapoktól, a munkától. Szerkezete nagyjából azonos minden rituális cselekedet szerkezetével: kezdete egy elkülönítő szakasz (elutazás), közepe a változás, az ismeretlen, az új megtapasztalása, vége a visszatérés a mindennapokba”* (Pusztai 1998, 13).

Az **időt** értelmezve megkülönböztethető a „*turistaidő*” és a megszokott, a mindennapjainkban jelen lévő „*nem turistaidő*”. Az egyén a megszokott időtől eltérően éli meg azt az időt, amikor elutazik valahová, mert a hétköznapi időt percekben, órákban, napokban és hetekben éljük meg, és ezeknek a ritmusa meghatározó a napi időbeosztásunkat tekintve. A turista viszont – legalábbis elvben – mentes az ilyen időbeosztásoktól, ezért másképpen éli meg az időt, benyomások, élmények és kalandok idejeként. Ezt az időt egy másfajta menetrend szabályozza, amelyet önként vállalt (Cohen 2003a, 17-24) (vö. Lengyel 2001). Természetesen különbséget kell tennünk aszerint, hogy szervezett csoportos vagy egyéni utazáson veszünk-e részt, hiszen a szervezett csoportos utazás során nem feltétlenül a turista osztja be az idejét.

Az utazás előzményét más szerző viszont a vallási meggyőződésből fakadó **zarándoklatokban** látja (Fejős 1998, 5). Bey (1996, 31) szerint azonban a turizmus „*valódi gyökere*” nem a zarándoklat, hanem a **háború**, „*vagy másképp szólva: az első „turisták” közvetlenül a háború nyomában érkeztek.*” Ma ezt a jelenséget a katasztrófa-turizmus névvel illetik, azonban – szerencsére – nem az az általános, hogy emiatt kelnének útra az egyének.

A turizmus játék szerepét hangsúlyozva egyfajta **kárpótlásnak** is tekinthető a való élet hiányaiért (Gyömrei é.n, 133): „*A polgár igazán csak idegenben érezheti magát felszabadultnak. Hivatásbeli, családi, társadalmi megkötöttségei hazájában megváltozhatatlanul megszabják helyzetét*”. Kiegészítjük Gyömrei meglátását azzal, hogy napjainkban nem arról van szó, hogy csak a külföldre történő utazás során érvényesülhet ez a megközelítés, sokkal inkább értelmezhető úgy, mint a „lakóhelytől távol”.

A turizmus **szociális terápiának** is tekinthető, egy biztonsági szeleppnek, amikor is az egyén energiával akar feltöltődni, pihenésre vágyik, és egy kis boldogságot szeretne

szerezni (Krippendorf 2003, 9-16). Krippendorf gondolatát Günther (1996, 95) azonban cáfolja, mert szerinte *„a turizmus során – meghatározott, de növekvő számú társadalmi csoportok esetében – egyre kevésbé beszélhetünk arról, hogy ennek a szférának fő feladata a mindennapi életünkben felgyülemlett feszültségek kompenzálása és kiegyenlítése volna, hanem azon területek egyikévé lépett elő, ahol értelmesen felvethetők az élet minőségére, értelmére vonatkozó kérdések, koncepciók”*.

Az utazás a **státusz**szimbólumok oldaláról is megfogható, miszerint az utazás a státusz egyik jelzője. A modern társalgás egyik biztos eleme, hogy abban megjelenik a *„szükségem van a nyaralásra, az elutazásra”* kijelentés (Urry 2007a, 5). Hasonlóképpen vélekedik Braun (1993, 43-70) is, aki szintén a presztízs kérdését hangsúlyozza. Braun a turisták motivációjának az elemzéséhez feltehetően Herzberg (1974) kéttényezős elméletét vette alapul, amely szerint kétféle szükséglet különböztethető meg: az egyik az önmegvalósítás szükségletéhez áll közel, a másik pedig egy elkerülő, menekülő szükséglet. Braun a turistákat hasonlóképpen vizsgálta, és őket statikus és dinamikus csoportokra bontotta. A statikus orientációjú turisták, a menekülő turisták, akik a mindennapok során sérelmet szenvedett identitásukat szeretnék helyreállítani, ezért a hétköznapiakból való menekülés eszközeként választják a turizmust. A **presztízs** szimbólumok számukra fontos szerepet töltenek be, és a nyaralás alatt elsősorban másokban akarnak jó benyomást kelteni, tehát kívülről irányítottak, és a külvilágnak szeretnének megfelelni. A dinamikus orientáció állapotában, az önmegvalósításra törekvő turistánál viszont optimális harmónia áll fenn a környezettel, és az egyén rendelkezik a környezet, illetve az élmények feldolgozásához szükséges képességekkel, mindemellett a belülről jövő szükségleteiket szeretnék kielégíteni, itt nem a külvilág, a külsőség a fontos. Ebből következően az **önmegvalósítás** iránti igény motivációjával is számolhatunk az elutazás során.

Az említett motiváció megközelítéseken túl a turizmuselmélet szakirodalma (vö. Lengyel 2001, Rátz 1999, Tasnádi 2002) az utazási motivációkat legtöbbször a Maslow-féle szükséglet-hierarchia elmélettel hozza összefüggésbe. Maslow elmélete szerint a szükségleteknek létezik egy hierarchiája. Elgondolása szerint az alsóbb szinten lévő szükségleteket legalább részben ki kell elégíteni ahhoz, hogy a felette lévő szint szükségletei meghatározóvá váljanak. Magával a megközelítéssel az a probléma, hogy az egyént egyszerre több szükséglet is motiválhatja, vagy úgy motiválja egy magasabb szintű szükséglet, hogy az alatta levő szükségletek nincsenek teljesen kielégítve. Vagyis ugyanígy egy utazás során sem minden szükséglet szint kerül kielégítésre, és az utazni vágyó személynél egyidejűleg több szükséglet is felmerülhet, ezért a szükségleti szintek, valamint

a melléjük rendelt motivációs tényezők, és az általuk kiváltott turizmusfajták nem választhatók szét egymástól kategorikusan (5. sz. táblázat) (Fülöp 2000, 55). A táblázatban az egyes szükségleti szintekhez a szemléltetés kedvéért – a teljesség igénye nélkül – egy-egy turizmusfajtát is hozzárendeltünk.

A Maslow-féle szükségletpiramis az utazási motivációk tükrében

5. sz. táblázat

Maslow-féle szükséglet	Utazási motívum	Referenciák a turisztikai szakirodalomból
Esztétikai	Szellemi bekapcsolódás	A szépség értékelése Környezet Hit Például: vallási turizmus
Tudni és megérteni	Ismeretszerzés	Kulturális érdeklődés új témák iránt Szellemi bekapcsolódás Például: kulturális turizmus
Önmegvalósítás	Legyünk tisztában igazi természetünkkel	Önfelfedezés és értékelés Belső vágyak kielégítése Például: hobbiturizmus
Megbecsülés	Státus elérése	Saját teljesítmények megbecsülése Fontosságunk elismertetése másokkal Tekintély Társadalmi elismertség Önfitogtatás Személyes fejlődés Státus és tekintély Például: hivatásturizmus
Valahová tartozás (társadalmi tőke)	Szeretet	Családi együttlét Rokoni kapcsolatok ápolása Társaság A társadalmi kapcsolatok ápolása Gyökerek keresése Például: rokonlátogató utak
Biztonság	Biztonság	Egészség Regeneráció Prevenció Például: egészségturizmus
Fiziológiai	Kikapcsolódás	Menekülés Kikapcsolódás Feszültség levezetése Napfény keresése Például: tengerparti turizmus

Forrás: Lengyel (2001, 62), módosított¹⁵

A Maslow által alkotott piramismodell – amelynek az alján a fiziológiai szükségletek állnak – azonban azt is sugallja, hogy a társadalom szélesebb rétege csupán az

¹⁵ Az eredeti táblázathoz képest rövidítettünk és magyarázattal bővítettük.

alapszükségletek kielégítésére koncentrálnak. A piramis alján az üdülturizmus (alapvetően a fiziológiai szükségletek kielégítésére épül – víz, tengerpart, napfény) található meg, és minél magasabb szintű szükségletekkel találkozunk – az általános műveltség növekedésével párhuzamosan – annál inkább nő az igény a szociokulturális, az egzisztenciális motivációk kielégítésére is, egészen az önmegvalósítás szükségletéig, amely a piramisnak a csúcsán helyezkedik el (Lengyel 2001, 63). Hasonló tendenciával találkozhatunk Durkó (1984) önévelésre irányuló kutatásaiban, mert a tudatos, belső önalkotásra való igénynél mind az életkor (26-40 év), mind az iskolai végzettség (magas iskolázottság) determináló funkcióval bír. Vagyis a szükségletek rendszere összefügg a személyiség kiteljesedésének mértékével, az egyén már meglévő ismeretrendszerével, a műveltségi szintjével, és a cselekvési aktivitásával stb.

A turisztikai szakirodalom további kettő szükséglettel egészítette ki az említett piramist, amelyek a piramis egyre szűkebbé váló csúcsán találhatók meg: a tudás és megismerés szükséglete, illetve az esztétikai szükséglet. A kreativitás, a szellemi bekapcsolódás és az ismeretek elmélyítése a főbb jellemzőik (Lengyel 2001, 61; Fekete 2007, 26).

Hozzátegyük, hogy a turista motivációját, utazási döntését számos egyéb tényező is befolyásolja. Például a kedvezőtlen egészségi feltételek (ez jelentheti, az utazás elmaradásának az okát – de az utazás motivációját is egyben, lásd gyógyturizmus –), az egyéni mentális állapot (félelem a repüléstől stb.), az egyes családi kötelezettségek (idős rokon ápolása, gyermekfelügyelet megoldhatatlansága stb.), az, hogy nincs kivel elutazni, és más, egyéb tényezők (háziállatok elhelyezésének a nehézségei stb.) egyaránt kedvezőtlenül befolyásolják az utazási döntést (Lengyel 2001, 64).

A motivációk sokszínűségét – a teljesség igénye nélkül – a 6. sz. táblázattal mutatjuk be, ahol az egyes kiváltó okokat is figyelembe vesszük, a hivatásturizmus figyelmen kívül hagyásával. A maslow-i piramismodellhez hasonlóan az egyes turistatípusok az üdülturistától egészen a tanulni vágyókig elkülöníthetők, és az egyes turistáknál egyidejűleg több szükséglet is felmerülhet, ezért szintén nem különíthetők el egyértelműen.

A turisták tipizálása

6. sz. táblázat

Turistatípus	Jelszó	Kiváltott turizmusfajta	Jellemzők
1. típus	pihenő, üdülő turista	üdülőturizmus	Nap, homok, tenger, menekülés a napi stressztől, nyugalmas, kényelmes szabadság, nem túl sok idegenszerűség, nem túl sok nyaralási mozgalmasság
2. típus	élményt kereső turista	élményturizmus	távolság, flört, vállalkozó kedv, változatosság, szórakozás
3. típus	kikapcsolódó, feltöltődésre vágyó	wellness-turizmus	megújulás, testi-lelki regenerálódás
4. típus	gyógyulni vágyó	gyógyturizmus	gyógyüdülés, gyógykúra
5. típus	barátok, ismerősök felkeresése	rokonlátogató-baráti turizmus	kapcsolatok ápolása
6. típus	vissza a természetbe	ökoturizmus természetturizmus	erdő, túra, kempingezés
7. típus	kalandkereső turista	eseményturizmus kalandturizmus katasztrófaturizmus	7. a típus: csak korlátozottan igazi kalandvágyó és egyedül járó, inkább egyszeri élményt keres előre kalkulált kockázattal, személyes bizonyítás, rajongó, álmodozó 7. b típus: igazi kalandokra vágyó, akár a testi épségét és az életét is kockára tévő turista (túlélőtúrák, extrém sportok résztvevői.) 7. c típus: katasztrófaturisták (árvizek és más természeti katasztrófáknál kíváncsiskodók, fényképezgetők)
8. típus	múlt hagyományai iránt érdeklődő	falusi turizmus örökségturizmus	gasztronómia, népszokások, néphagyományok
9. típus	tanulni vágyó, látni vágyó turista, hitgyakorlás, vallási kötelezettségeinek eleget tevő turista	ismeretszerző turizmus kulturális turizmus vallási, zarándokturizmus	9. a típus: útikalauzok szerint gyűjti a látnivalókat és helységeket 9. b típus: az idegen világ új érzéseit, hangulatát gyűjti 9. c típus: természet, kultúra, természettudomány iránt érdeklődő 9. d típus: vallási-egyházi kötelezettségeit teljesítő

Forrás: Fekete (2007, 31), módosított¹⁶

¹⁶ Az eredeti táblázathoz képest rövidítettünk és magyarázattal bővítettük.

A második „láb” a **szabadidő**, és a szabadidő eltöltése része az életmódunknak, mégpedig az a része, amely az utazási szokásokhoz kapcsolódik. A szabadidős turizmus elválaszthatatlan a szabad időtől, mert a hivatásturizmussal ellentétben az utazás az egyén szabad idejében valósul meg (vö. Lengyel 2001). Jóllehet az utazásnak számos konkurense van, hiszen a piacgazdaság, a fogyasztói társadalom együtt jár azzal is, hogy egyre inkább megjelenik a választás szabadsága, és a szabadidős tevékenységek kínálata is egyre bővül (Kiss 2006, 30), azaz az egyéni motivációk kielégítésének lehetősége megnövekszik, és egyre többféle életmód (sokoldalú, egyoldalú, sivár stb.), szubkultúra választható (Hunyadi 2005, 22).

Az európai országokban egyre jellemzőbben szabadidő-orientált társadalom alakul ki (vö. Kiss 2006), és a szabadidős tevékenységek meghatározóak szimbolikus jelentőségük miatt, mert még *„ma is reprezentálja az emberi egzisztencia privilegizált, kivételes jelentőségű idejét”* (Kiss 2006, 30) (vö. Veblen 1975). Nem hagyhatjuk figyelmen kívül az otthonközpontúság jelentőségét sem, amely a turizmus szemszögéből nézve nem igazán kedvező. *„A rokoni kapcsolatok és a szomszédok közötti összetartás gyengülésének következtében a szűkebb értelemben vett család egyre inkább befelé forduló lett. A szabadrendelkezéssű jövedelem növekedése biztosította a lehetőséget a családok számára, hogy otthonukat fel tudják szerelni egy sor szórakoztató eszközzel, így sok család számára a legfőbb szabadidő központ az otthonuk lett”* (Gilbert 2003, 38) (vö. Hunyadi 2005, 22). Azonban az otthonközpontúság mellett az aktív pihenés, a „wellness és a fitness” is egyre inkább teret hódít, azaz a kimozdulás és a fizikai erőnlét előnyei is egyre tudatosulnak (Gilbert 2003, 39).

Az egyes szabadidős tevékenységeknek a tipikus együtt járásai is megfigyelhetők, Hunyadiék (2005, 6) vizsgálatában négyféle tevékenység-szerkezet rajzolódott ki. A fiatalos, társasági, modern; a hagyományos kulturális; az otthonülő és a semmilyen kulturális tevékenységet nem végző. A négy tevékenységtípus alapján elmondható, hogy az aktívan tevékenységeket végzők többféle tevékenységben is részt vesznek, illetve a kultúra iránt érdeklődők is többféle kulturális tevékenység iránt nyitottak.

Megállapítható, hogy a turizmus szemszögéből nézve elsősorban a heti és az éves szabadidőnek van turisztikai jelentősége, de ne feledkezzünk el az egynapos kirándulásokról sem. Dolgozatunk során nem tartjuk relevánsnak és nem alkalmazzuk azon megközelítést, amely szerint már a néhány órás lakóhelyen *belüli* szabadidő eltöltés is turizmusnak minősül (vö. Lengyel 2001, 66), ezért amennyiben a 2008-as évet vizsgáljuk,

éves szinten szabadnapjaink a következőképpen alakulnak: az éves fizetett szabadságot, a hétvégeket és az ünnepnapokat figyelembe véve, legalább 134 nappal rendelkezünk.¹⁷

Megjegyezzük az utazások időtartamával és hosszával kapcsolatban, hogy a nemzetközi trendek szerint az egyszeri, hosszabb utazások egyre inkább csökkenőben vannak, és a több, rövidebb szabadidős célú utazás válik jellemzővé (Mester 2003, 39-42), azaz az egyének nem összesen egy hosszabb nyaralást terveznek, hanem inkább több kisebbet, amely akár egy, vagy lehetőség szerint több napos is lehet. Jól mutatja ezt a hosszú hétvégék iránti kereslet, azaz a három, vagy négy napos hétvégék elutazással, kirándulással való eltöltése.

A **szabad rendelkezésű jövedelem** – a harmadik szükséges „láb” – az a jövedelem, amivel az egyén szabadon gazdálkodhat a kötelező kiadásokon túl (vö. Lengyel 2001). Scitovsky (1990, 79) szerint a pénz az arra jó, hogy a munkájáért kapott bérből valamennyi dolgozó megvásárolhassa a mások által, más ágazatokban előállított termékeknek és szolgáltatásoknak a megítélése szerinti őt illető részt, és a fogyasztó szükségképpen többre kell, hogy értékelje a megvásárolt árut, mint a kifizetett pénzt, különben nem venné meg.¹⁸ A pénz nem önmagában jelent értéket, hanem értékét az határozza meg, amit belőle venni akarnak: nyugalmat, kényelmet, biztonságot stb. (Losonczy 1977, 295). Simmel (1973, 35) „*A pénz filozófiája*” című munkájában rámutatott a pénz azon tulajdonságaira is, hogy „*a pénz pusztán mennyisége egyre gyakrabban és különböző viszonyok között minőséggé lesz*” (témánk aspektusából lásd például a borraivalót).

A pénz megszerzésének különféle motivációi különböző életcélokkal járnak együtt (Losonczy 1977, 297). Azoknak, akiknek a pénz megszerzése a céljuk, azok az utazásra sem szívesen fordítanak, hiszen az életvitelükre az alacsony szint a jellemző. Amennyiben viszont a pénzt lehetőségnek tekintjük, akkor az különböző szintű fogyasztással jár együtt, amelybe az utazás is beletartozhat.

A pénz megszerzésének motivációi

7. sz. táblázat

<i>Pénz értékének jellege</i>	<i>Életcél</i>	<i>Életvitel szintje, típusa</i>
A pénz cél	Vegetatív, takarékoskodó, halmozó	Alacsony szint
A pénz eszköz	A dolgok fontossága, tárgycentrikus	Közepes, magas anyagi szint
A pénz lehetőség	Vásárolható örömök, fogyasztás, Könnyebbség, gondtalanság	Különböző szint, városi típus

Forrás: Losonczy (1977, 297), rövidített

¹⁷ Fizetett szabadság = 20-45 nap, Hétvége = 105 nap, Ünnepnapok = 9 nap

¹⁸ Legfeljebb közelíteni tudjuk oly módon, hogy megpróbáljuk kitalálni, mennyit lenne hajlandó a fogyasztó érte fizetni (Scitovsky 1990, 79).

Az emberek fogyasztási szokásai azonban nincsenek minden esetben összhangban az anyagi lehetőségeikkel. Losonczi Ágnes már 1977-ben találóan leírta, miszerint vannak, akik megtehetnék, de mégsem „fogyasztnak”; mások maximálisan felélik és kihasználják a lehetőségeiket; és vannak olyanok is, akik külső bizonyítás (vö. Braun 1993, Costa 2003, Hankiss 2002, Kiss 2001), vagy belső élvezeti igényeik miatt, de a közvetlen lehetőségeiken felül élnek. „Természetesen, akiknek lehetőségei a társadalmi minimum alatt vannak, azoknak nincs „mozgási” lehetőségük. Bár még ebben az esetben is találkozhattunk a szűkös körülmények még szűkösebb kezelésével vagy kétségbeesett pazarlással” (Losonczi 1977, 297). A csoportosítást a következő táblázatban foglaljuk össze (8. sz. táblázat).

Magatartástípusok az anyagi javak kezelésében

8. sz. táblázat

Magatartástípusok	Típuson belüli alcsoportok			
Saját jövedelmük által meghatározott szint alatt élők.	<i>Halmazó, megtakarítás érdekében alacsonyabb szinten él, mint amilyenén élhetne.</i>	<i>Félelemből takarékoskodó ember, a társadalmi bizonytalanság formálta ilyené.</i>	<i>Anyagi értékeket tagadó, tagadja az anyagi értékek fontosságát (aszketá, remete).</i>	<i>Puritán</i>
Anyagi lehetőségek terén nincs szűkítési „parancs”.	<i>Átlaghoz igazodó, jövedelmét kihasználó, „józan” fogyasztó.</i>		<i>Hedonista, nem pazarló módon, de élvezettel kezelik az anyagi szükségleteik kielégítésének módját.</i>	
Hullámozó fogyasztás	Anyagi lehetőségei felett elégti ki szükségleteit.			

Forrás: Losonczi (1977, 302-304) alapján, saját szerkesztés

Ma már nem csak a különböző fogyasztási termékekre, hanem akár különböző szolgáltatásokra is vehetünk fel hitelt, és amennyiben a turizmust élményfogyasztásként definiáljuk, úgynevezett „élményhitel”-ről is beszélhetünk. Az **utazási hitelek**nek a megjelenése jól láthatóan összefügg a Losonczi Ágnes (1977, 297) magatartástípusainál leírtakkal, hiszen egyre több utazási iroda kínál utazási hitel lehetőséget azok számára, akik nem tudják megengedni maguknak az utazást, azaz „Utazzon most és fizessen később!” Kérdés, hogy mennyire lesz kelendő ez a fajta lehetőség, hiszen a nyaralás élménye elsősorban nem kézzel fogható, csupán az emlékeinkben él tovább. Másrészt nem feledkezhetünk el a 2008 óta jelen lévő gazdasági válságról sem, amely az anyagiakat erősen érinti, így az a turizmusban való részvételre is hatással van, illetve a későbbiekben is hatással lesz.

2.3. A turizmus a fogyasztás és a társadalmi meghatározottság tükrében

A mai társadalom egy **fogyasztói társadalom**, ahol a fogyasztás a mozgató és egyben a társadalomszervező erő, hiszen az egyének fogyasztási döntései társadalmilag meghatározottak, vagyis nem csupán azért „fogyasztunk”, hogy szükségleteinket kielégítsük, hanem mert a fogyasztás *„erősíti a státuszt, demonstratív jellege van, és identitást konstruál”* (Hetesi 2004, 267-268). Veblen (1975) *„A dologtalan osztály elmélete”* című könyvében szintén a fogyasztás szerepét hangsúlyozza, azaz a „dologtalan osztálynál” – a gazdag osztályt nevezte el annak – az életmód és a fogyasztás kiemelt szerepet kap abban, hogy a gazdagokat, és a kevésbé tehetőseket egymástól megkülönböztesse. A gazdagabbakat a „hivalkodó fogyasztás” jellemzi, ezzel is azt jelezve, hogy ők mások, mint a dolgozó tömegek.¹⁹ Másik megközelítés szerint viszont a fogyasztás a fejlett társadalmakban inkább az osztálykülönbségek elrejtésének az eszköze, és a társadalmi különbségek elfedése a feladata (Szöllös 2005, 25-33).

A fogyasztás a **divat** szemszögéből is vizsgálható, és a divat az osztályok elkülönülésének a termékének is tekinthető (Simmel 1973, 476-477). *„A divat funkciója, hogy bizonyos kört összetartsa, és egyúttal másoktól elhatárolódjon.”* A felsőbb osztályok a divatot arra használják fel, hogy ezzel is elkülönítsék magukat az alsóbb osztályoktól. Azonban amikor az alsóbb osztályok is hozzáférhetnek a tömegtermelés révén ezekhez a termékekhez, akkorra már a felsőbb osztályok újabb szimbólumok után néznek. Az új divat éppen attól válik státuszszimbólummá, hogy az elérhetetlen a többiek számára (Simmel 1973, 473-508). *„Világ körüli utak, luxusautók, saját otthon, kifinomult berendezési tárgyak, drága ékszerek, előkelő éttermek – ami tegnap a felső tízezer számára volt fenntartva, az ma a társadalmi-gazdasági középhelyzet bevett mércéje”* (Schulze 1992, 59).

Viszont a divat egyszerre teszi lehetővé a különbségek elfedését, azaz a divat lehetővé teszi azt is, hogy az egyén olyan dolgokat tegyen, amelyet ha magányosan tenne, ellenszenvet váltana ki (Finkelstein 2003, 72). Felmerül a kérdés, hogy a divat ez esetben nem azokhoz fordul-e, akiknek szükségük van *„a tipikus, elfogadható és fogyasztható dolgok védelmére”* (Finkelstein 2003, 70-73).

¹⁹ Scitovsky (1990, 189) megfogalmazásában a kultúra a dologtalan osztályok „találmánya”, amire azért van szükségük, hogy szabadidejüket jobban élvezhessék, ezért nem csoda, hogy a társadalom produktív dolgozó tagjai gyanakvással szemlélik.

A **modern turizmus** is a fogyasztói társadalom „terméke”, és maga is egyfajta **fogyasztás** (Takáts 2000, 25), illetve a divat ugyanúgy rányomja bélyegét. Az utazás láthatósága és nyilvánossága miatt „*azaz a szimbólum gazdaságba való könnyű illeszkedése miatt is igen alkalmas eszköze lett a modern fogyasztói társadalom elvárásai teljesítésének*” (Szöllös 2005, 27). Löfgren (2004, 216) abból indul ki, hogy sok pénzt és energiát fordítunk a nyaralásra, így az lassan a termelés színhelyévé intézményesült, és „*hotelágyakat, lélegzetelállító látványosságokat, közlekedési rendszereket, ingyencégek és szuveníreket biztosít*”. Ennek a fogyasztásnak egyik legjellemzőbb tulajdonsága „*a vágyak látszólag véget nem érő, telhetetlen hajszolása*” (Bauman 1999, 3), és a turisztikai szolgáltatók mindent meg is tesznek azért, hogy ez így is maradjon, újabb és újabb attrakciók létrehozásával.

Elmondható, hogy a **társadalmi-gazdasági pozíció** meghatározó a turizmussal összefüggésben is (Seaton 2003, 63). Megítélésünk szerint is „*a társadalmi hierarchiában különböző szinteken elhelyezkedő rétegeknél a turisztikai termékek és szolgáltatások fogyasztása hasonlóan a fogyasztás más területeihez eltérő jegyeket, jellemzőket mutat*” (Szöllös 2005, 25), amely az életmódban is jelentkezik. Mivel számos okból kelhetünk útra (vö. a turista tipológiával), ezért homogén utazóközönségről sem beszélhetünk, és a különböző társadalmi rétegeknél is eltér az utazások gyakorisága, az utazás szervezettségének a formája, azaz más célból kelnek útra, más motiválja őket, és más tevékenységeket végeznek az út során²⁰ (Bourdieu 1978, 146-147).

Jóllehet napjainkban a turizmus szabadon hozzáférhető tömegjelenség, ennek ellenére a fogyasztása közvetlenül változik a társadalmi osztályok szerint, és a hozzáférés is eltérő (vö. Simmel 1973), vagyis a fogyasztási esélyegyenlőtlenségek továbbra is fennállnak (Seaton 2003, 63). Fussell (1987, 116) az „*Osztálylétrán Amerikában*” című művében szintén kiemeli, hogy „*a turizmus minden osztályból szedi áldozatait, azonban a proletárok közül a legkevesebbet – nem azért, mintha a prolinak nem futná rá, hanem inkább, mert tart a várható új tapasztalatoktól. Ők az előre láthatót szeretik, nem a váratlant. Szabad idejükben korábbi tapasztalataik megerősítését keresik, nem pedig az újakra bukkanást, fejtörést. Ha azonban egy utazásba mégis bele bocsátkoznák évekig meséli (...). A turistaosztály mindenekelőtt a középosztály (...). A turizmus, azért való a középosztálynak, mert egy időre megveheti a felsőbbrendűség élményét. A felsőosztály egyéni utakat tesz, nem csatlakozik csoportokhoz.*”

²⁰ Bourdieu kulturális tőke elméletének részletezésére az informális tanulás elemzésekor térünk ki.

A középosztálybeliek számára a turizmus megjelenhet presztízsszerzési lehetőségként, mert ők „*az egyedülálló, egzotikus, szokatlan úti célok és élmények gyűjtése révén*” kívánnak társadalmi elismertséghez jutni, vagyis az alapján szeretnének elérni társadalmi státuszt, ahogyan mások őket megítélik, kívülről látják (Costa 2003, 117) (vö. Braun 1993) (vö. Losonczy 1977). Bourdieu (1978, 144-145) azonban ezzel nem ért egyet, és int bennünket attól, hogy a fogyasztási modellek „*minden változását a kérkedő vetélkedés logikájának tudjuk be, és hogy a presztízsszerzésre való törekvést tekintsük a szükségletek dinamikája egyetlen mozgatóerejének*”.

Kiss (2001, 9-17) turisztikai fogyasztói típusainál szintén szerepet kap a presztízsfogyasztás: a kapzsi fogyasztó korábban kirekesztődött a turizmusból, ezért ő mindent be akar pótolni, a hivalkodó fogyasztó pedig az utazás szimbólumgazdagságba való beilleszkedését használja ki. „*Minél nehezebben elérhető egy utazás, annál inkább nagyobb a társadalmi és a pszichológiai kényszer, nyomás a hová utazzunk fitogtatására. A mindenkori divat szerint formálódik az utazás típusa, iránya, illetve ideje*” (Kiss 2001, 12).

Schulze (2003, 195) „*Élménytársadalom*” című munkájában a fogyasztás már magában foglalja a **társas jelentésalkotás** és az **önmegjelenítés** folyamatát is. Schulzénél a miliőspecifikus élményorientáció a személyes stílus, az életkor, és a képzettség mentén csoportosítható, és Schulze a miliőszegmentálódásban nagy jelentőséget tulajdonít az életkornak. A 40 éves kort tekinti választóvonalnak, amely „fiatalabb” és „idősebb” miliőkre osztja a társadalmat. A *nívós miliőt* nagyjából a negyven évesnél idősebb, magas képzettségű emberek alkotják. Számukra nagyon fontos a hierarchia, a lenn és a fenn megkülönböztetése. A *harmonikus miliő* a körülbelül 40 évesnél idősebb, alacsony képzettségű embereket foglalja magában. A tagjai a világot fenyegetőnek látják, ezért az ő elsődleges perspektívájuk a védettségre való törekvés. Az *integrációs miliő* a nívós és a harmonikus miliő között található meg: körülbelül a 40 évesnél idősebb, közepes végzettségű egyének alkotják. Az integrációs miliő távol áll a szélsőségektől, a tagjai konformitásra törekszenek. Az *önmegvalósító miliő* már a fiatalabb miliők közé tartozik: körülbelül 40 évesnél fiatalabb, képzett egyének alkotják. A tapasztalataik alapján a megfelelő helyet keresik maguknak a világban. A *szórakozó miliő*höz pedig a nagyjából 40 évesnél fiatalabb, alacsonyabb képzettségű egyének tartoznak. Ezt a csoportot kezdetektől fogva az élményorientáció jellemzi. Erős ingereket keresnek, azért, hogy élményekhez juthassanak, és stimulációra törekszenek.

Jóllehet lehetséges volna ugyan szigorú határvonalakat húzni az egyes miliók között, azonban maga Schulze is az „életlenség” fogalmával él, ezért a nagycsoportokat elválasztó korhatár igazából csak körülbelüli: a 40. életév helyett érdemes a 35-től a 45. életévig terjedő életkorról beszélni.

A magyar társadalom Schulzéhoz hasonló, **nagycsoport-elemzéséről** Hankissnál olvashatunk (2002, 19-39). Hankiss 10 csoportot képzett, amelyeknek a jellemzések a nyaralási szokásokra is kitér. A presztízsfogyasztástól kezdve a nincs pénz, illetve igény a nyaralásra bezárólag minden egyes csoportot besorol valahová²¹.

A hazai szociológiában kiemeljük a fogyasztás szociológiával (is) foglalkozó kutatók közül a már említett Losonczy Ágnes (1977) és Utasi Ágnes (1984) munkásságát. A nyolcvanas évektől kezdődően Utasi empirikus életstílus-vizsgálatokat folytatott Magyarországon, és a kilenc dimenzióban folytatott kutatások összegzéseként tíz életstílus-csoportot alakított ki, ahol az egyes életstílus csoportok karakterisztikus fogyasztási és társadalmi jellemzőit mutatta be, elemezve az üdülési szokásokat is, azaz a turizmus iránti szükséglet, igény az egyes csoportoknál megjelenik-e, és hogyan jelenik meg.

Érdemes megvizsgálni a **magyar háztartások** társadalmi státuszának és a turizmusban való részvételének az összefüggéseit, amelyet a TÁRKI Háztartás Monitor vizsgálaton (Blaskó 1999, 130-135), a Magyar Turizmus Zrt. (M.Á.S.T 2004a, 19-26; M.Á.S.T 2004b, 3-10) felmérésein, illetve a Társadalmi helyzetképen (Harcsa, 2007) keresztül világítunk meg. Azért esett választásunk az említett elemzésekre, mert részletes adatokkal rendelkeznek a háztartások utazási jellemzőit illetően. Természetesen figyelembe vesszük, hogy az adatok aktualitásukból már veszíthettek (azonban hasonló jellegű frissebb kutatást nem találtunk²²), és hogy nem azonos módszerrel készült a három kutatás, azonban főbb vonalaiban összevethetőnek találtuk.

Előzményként elmondható, hogy Európa turizmusának fejlődésében a kelet-európai, azon belül is a kelet-közép-európai fejlődés sajátos utat járt be. Ugyanis az 1980-as évek végéig a szocialista országokban élőknek a külföldre történő utazását sok

²¹ A vadászok: „*Nem tudom, hova menjünk, már mindenhol voltunk.*” A vállalkozó polgárok és menedzserek: „*Télen a Seychelle-szigetek vagy St. Moritz, nyáron grönlandi gleccserek vagy Hawaii.*” Globális polgárok: „*Titok.*” A politikusok: „*Kormányüldölőkben, vagy családiról bárhol.*” Jet-set: „*Hőlégbalonon az Antarktisz felett.*” Értelmiség 1: „*A menők a vitorlásán, alpesi hegyi túrán, a szegényebb sorsúak csónakon a Velencei-tavon vagy sátorban a Bükkben.*” Értelmiség 2: „*Hátizsákkal a kék jelzésen vagy vízparti kempingben.*” Kis és középpolgárság: „*Gyerekek a nagymamánál, a férfiak a pecatónál, az asszonyok a nagytakarító porszívó és a lekvárfőző kondér mellett.*” Leszakadtak: „*Rossz vicc.*” Nyugdíjasok: „*Othron, a gangon vagy a kiskertben.*”

²² 2006-ban készült frissebb kutatás a magyar háztartások utazási szokásainak jellemzőiről – amellyel részletesebben az értekezés mellékletében foglalkozunk –, azonban a frissebb kutatás a társadalmi jellemzőket figyelmen kívül hagyja.

korlátozás nehezítette. Ezek közül a kiutazás, az egyes országokba történő beutazás és a valutakorlátozás tekinthető meghatározó mértékűnek. A megszorítások a rendszerváltozásig fokozatosan feloldódtak, azonban elmondható, hogy a valuta a kilencvenes évek közepén sem volt korlátlan mennyiségben hozzáférhető (Polgár – Sulyok – Kiss 2006, 3-4). A rendszerváltás óta a turizmus szerepe hangsúlyosabbá vált, mert a különböző utazási korlátozások feloldása a be- és a kiutazó turizmusra egyaránt ösztönzőleg hatottak. A nyugati országokba való utazás lehetősége a kiutazó turizmust ösztönözte, így az 1990-es évek elején a külföldi utazások igen népszerűvé váltak. 1994 után a kiutazások száma csökkenést mutatott, 1999-et követően azonban ismét növekedésnek indult (uo. 3-15). *„A belföldi turizmus növekedésének „kedvezett” továbbá a 2001. szeptember 11-ével kezdődő terrorhullám is, amely sok turistát késztetett arra, hogy külföldi úti cél helyett a hazai tájakat válassza”* (uo. 6). Magyarország 2004-ben csatlakozott az Európai Unióhoz, így Magyarországon is megszűntek a határok az uniós országok között. Ez szintén hozzájárult a turizmus további fejlődéséhez, illetve kedvezőleg hat például a határhoz közeli városok turizmusára is. A 2008-ban jelentkező gazdasági világválság a nemzetközi turizmus fejlődésére valószínűleg negatívan hat majd, és sokkal inkább a kedvezőbb árú belföldi utazásokra ösztönzi majd az egyéneket.

A személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény az adómentes természetbeni juttatások között határozta meg a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány (MNÜA) által kibocsátott, névre szóló üdülési csekket²³. Az üdülési csekkrendszer bevezetésével, amelynek nem titkolt célja a belföldi turizmus fellendítése, lehetőséget kaptak az anyagilag kedvezőtlenebb helyzetben lévők is arra, hogy élhessenek a pihenéshez való jogukkal (vö. UNWTO Manilai Nyilatkozata; UNWTO 2007b). Az 1998. évi 98 ezerről 2004-re 292 ezerre nőtt azok száma, akik üdülési csekkel támogatott utazáson vettek részt. Kérdés, hogy az üdülési csekkek tervezett megadóztatása hogyan hat majd a belföldi turizmusra, hiszen annak a fejlődése nagyrészt ennek is köszönhető.

A háztartások kiadásának, fogyasztásának szintjét és a fogyasztás szerkezetét a turizmussal összefüggésben a Háztartás Monitor (Blaskó 1999, 130-135) vizsgálaton keresztül elemezhetjük. Elmondható, hogy a szabadrendelkezésű jövedelem Magyarországon erőteljesen meghatározza az utazási szokásokat, mert *„a jövedelmi*

²³ Az üdülési csekket a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány tulajdonában lévő Nemzeti Üdülési Szolgálat értékesíti, amely a Szolgálattal szerződést kötött szálláshelyeken, utazási irodáknál, közlekedési vállalatoknál és egyéb szolgáltatóknál készpénzt helyettesítő fizetőeszközként használható fel. Bővebben: www.udulesicsekk.hu

viszonyok mind az üdülések számának, mind pedig minőségének alapvető meghatározói” (Blaskó 1999, 132). A vizsgálatból kiderül, hogy az anyagi lehetőségek mind az utazások számát, mind számos egyéb jellemzőjét – az úti cél távolságának, a választott szálláshely jellegének, az éttermi étkezések gyakoriságának – meghatározták. Az utazás, a turizmusban való részvétel lehetősége nagyon erősen összefüggött azzal, hogy a társadalmi és a gazdasági körülményei alapján melyik rétegébe tartozott az illető, vagyis ahol a háztartásfő iskolázott és valamilyen magas presztízsű munkát végzett, illetve ahol az egy főre eső havi jövedelem jóval meghaladta az átlagot, ott a nyaralásra költők aránya elérte a 40 százalékot. Kiemelkedő arányban utaztak a fővárosban, illetve a nagyvárosban élő családok, és azok a háztartások, ahol a háztartásfő aktív dolgozó, illetve a gyerekek száma nem haladja meg a kettőt. Az átlagosnál hosszabb időt fordítottak pihenésre a legidősebbek, a diplomások, az értelmiségiek és a vezető beosztásban dolgozók, a fővárosiak és – kisebb mértékben – a megyeszékhelyen élők, valamint a legmagasabb jövedelmi decilis tagjai. Az is elmondható, hogy az átlagosnál hosszabb időt töltött külföldi nyaralással a lakosság legmagasabb jövedelmű tizede, valamint a vezető beosztásúak és az értelmiségiek. Viszont az is igaz, hogy sokszor pontosan a jómódú rétegek, például a vezetők vagy a vállalkozók nem jutnak el nyaralni, mert nincs lehetőségük a munkától való hosszabb távolmaradásra (Blaskó 1999, 130-135).

A háztartás egészének nyaralási kiadásain kívül az egyes háztartástagok nyaralási szokásaira is kitért a TÁRKI vizsgálata (Blaskó 1999, 133). A felmérés szerint a magyar felnőtt lakosságnak csupán 40 százaléka nyaralt legalább egyszer az öt év folyamán. A nyaralások teljes hiányával a 60 év felettiek, a legfeljebb 8 általánost végzettek, a munkanélküliek, a betanított- és segédmunkások, a mezőgazdasági munkát végzők, és a községekben élőknel találkozhatunk. Ezekben a csoportokban a sosem utazók aránya eléri, sőt meg is haladja a 70 százalékot. Az utazásról legtöbben (58%) anyagi okok miatt mondtak le, és ez az alacsonyabb iskolai végzettséggel és jövedelemmel párhuzamosan növekedett (M.Á.S.T 2004a, 21). Nincs azonban olyan társadalmi csoport, amelyre az utazás általános lenne. Még a legtöbbit utazó rétegekben – a tanulók, a szellemi szabadfoglalkozásúak és az értelmiségiek, valamint a legfelső jövedelmi tized tagjainak körében – is 20-25 százalék körül alakult az öt év alatt egyszer sem utazók részaránya. A legfiatalabb, 30 év alatti korosztályból is elsősorban a diákok utaznak – az azonos korú, dolgozó fiatalok náluk jóval kisebb (de még mindig viszonylag magas) arányban mennek el nyaralni (vö. Bauer és Szabó 2005). *„Ha a különböző tényezők hatását egyszerre vizsgáljuk, az életkor az üdülés tényét magyarázó legerősebb faktornak bizonyul, amelyet*

még a jövedelmi helyzet és az iskolai végzettség hatása is csak kissé lemaradva követ” (Blaskó 1999, 133).

Amennyiben a belföldi és a külföldi utazásokat vizsgáljuk, a magyar lakosság utazási szokásairól készült vizsgálat (M.Á.S.T 2004a, 19-26; M.Á.S.T 2004b, 3-10) azt állapította meg, hogy az átlagosnál magasabb arányban fordult elő **belföldi utazás** azokban a háztartásokban, ahol 3-4 fő él együtt (62%), ahol az aktív keresők száma kettő (66%), ahol gyermeket nevelnek (64%), és legalább érettségivel rendelkeznek (66%). **Külföldi utazás** pedig az átlagosnál magasabb arányban fordult elő azokban a háztartásokban, ahol 3-4 fő él együtt (24%), a 30 év alatti válaszadók háztartásaiban (27%), az átlag feletti jövedelemmel rendelkező háztartásokban (34%), az érettségizett (27%) és felsőfokú végzettségű válaszadó háztartásaiban (44%), illetve a nagyvárosokban élőkénél (31%).

Nagyobb eltérésekkel találkozhatunk a főutazás tekintetében. Az adott háztartásban az minősült főutazásnak, amelyet a megkérdezett az utazások közül kiválasztott, mint különlegesen fontosat. Külön vizsgálták mind a külföldi, mind a belföldi főutazás jelentőségét. Elemzésre került, hogy melyik társadalmi szegmensekből kerülnek ki azok jellemzően, akik a külföldi útjukat és azok, akik a belföldi útjukat tekintették főutazásuknak. Külföldi főutazáson az átlagnál magasabb arányban vettek részt a Dél-Dunántúl (39%) és a Dél-Alföld (37%) tervezési-statisztikai régiók lakói, a felsőfokú végzettségű válaszadók (45%), a 31-40 éves válaszadók (36%), a kétfős (37%) háztartások tagjai, az átlag feletti jövedelemmel rendelkező válaszadók háztartásaiban (44%), illetve a nagyvárosokban élők (38%). Azok, akik a belföldi utazásukat tekintették főutazásnak (azaz nem fordult elő, vagy nem volt jelentős a külföldre történő utazás), az átlagnál magasabb arányban vettek részt az Észak-Alföld gazdasági régió lakói (80%), a legfeljebb szakmunkás végzettségűek (80% felett), a kis gyermekes családok (75%), az átlag alatti jövedelműek (85%), a 60 év felettiiek (77%), a városokban (76%), illetve a községekben (75%) lakók.

Összességében elmondható, hogy az utazás valószínűsége a településmérettel arányosan nőtt, és mind a lakóhely, mind az iskolai végzettség meghatározta a turizmusban való részvételt. Ugyanis minél jobb anyagi körülmények között élt egy háztartás, annál valószínűbb volt, hogy részt vett utazáson. Ugyanez elmondható az iskolai végzettségről is, minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezett a megkérdezett, annál valószínűbb, hogy utaztak (és külföldre is utaztak) a háztartásban. Azonban hangsúlyozzuk, hogy a turizmus fogalma magában foglalja az egy napos kirándulásokat is (vö. Lengyel 2001). A vizsgált időszakban, a megkérdezett háztartások 66 százalékában fordult elő kirándulás,

vagyis olyan út, amelynek során a háztartás valamelyik tagja egy napnál rövidebb ideig volt egy másik településen, és az út motivációja nem munkavégzés vagy iskolába járás volt. A kirándulások döntő többsége, 96 százaléka belföldi volt. Az átlagosnál magasabb arányban kirándultak belföldön azoknak a háztartásoknak a tagjai, ahol három vagy több fő él együtt (69%), ahol az aktív keresők száma kettő (76%), a kisgyermeket nevelő családok (70%), és a legalább érettségizett válaszadók család tagjai (77%) (M.Á.S.T 2004a, 19-26; M.Á.S.T 2004b, 3-10).

2008-ban a magyar lakosság 36 százaléka tett legalább egy alkalommal többnapos belföldi utazást, amelyekhez kapcsolódóan 292 milliárd forintot költött el. Kettő-négy napig tartó utazáson a magyar lakosság több mint negyede vett részt legalább egyszer 2008-ban. Továbbra is jelentős különbségek figyelhetők meg az országon belül, hiszen a fővárosban élőkre inkább jellemző az utazás. Az iskolai végzettség szintén jelentős hatással van az utazásra; a felsőfokú végzettségűek 47, a középfokú végzettséggel rendelkezők 29, az alapfokú végzettségűek 19 százaléka utazott. A nyaralóval, hétvégi házzal rendelkező háztartások inkább utaztak, mint az azzal nem rendelkezők. A szabadidő turisztikai célú felhasználását elsősorban a legalább ötnapos távolléttel járó utazások jellemzik, ilyenén a lakosság ötöde vett részt 2008-ban, és ezeknél az utazásoknál a regionális különbségek lényegesen nagyobbak, mint a rövidebb, hétvégi típusú utazások esetében (KSH 2009a, 1-3).

A 2008 óta jelentkező **pénzügyi válság** a magyar gazdaságot negatívan érintette, és az a turizmusra is negatívan hat. A kereslet várható csökkenése többek között a megszorításoknak, a magasabb hiteltörlesztéseknek, a munkahelyek megszűnésének stb. lesz köszönhető, ezért majd érdemes a közeljövőben visszatérni a hazai turizmus alakulásának a vizsgálatára.

2.4. A turizmus és az értékek

A fogyasztás, a fogyasztói társadalom az **értékek** megváltozására is kihat, így az a „turista magatartásban” is jelentkezik. *„A modern világban a legalapvetőbb társadalmi gyakorlatok és kulturális értékek, elképzelések, törekvések és identitások sokkal inkább a fogyasztáshoz való viszonyon keresztül határozódnak meg”* (Slater 2005, 198), ezért azt a turizmus során is érdemes vizsgálni.

Hankiss (1998, 26-29) a „*Proletár reneszánsz*” című művében hangsúlyozza, hogy az emberi világ nagy változásokon megy keresztül, és szintén kiemeli a fogyasztás szerepét

az értékrendszer megváltozásában. „*A hagyományos kultúrában a megélhetés kényszere és állandó erőfeszítése töltötte ki az életet, szinte semmi másra nem hagyott időt és energiát, döntő mértékben meghatározva az ember életét, életmódját, magatartását, vágyait, világlátását*”. Ezzel szemben ma a fogyasztáson, a szórakozáson, a hedonizmuson, és a „*Valósítsd meg önmagad*” programon van a hangsúly, amely természetesen a turizmusban való részvétel során is megjelenik, lásd Schulze (1992) „élménytársadalmát”. (9. sz. táblázat).

Célok, értékek, magatartásformák

9. sz. táblázat

Hagyományos	Új
Megélhetés	Önmegvalósítás
Szeresd felebarátodat!	Szeresd önmagadat!
Az élet célja: üdvözülés	Az élet kiteljesítése
Munka	Szabad idő, szórakozás
Aszkézis	Hedonizmus
Szegénység	Gazdagság
Az emberi szenvedés és halál elfogadása	Elutasítása, tiltakozás ellene
Önmegtartóztatás	A vágyak azonnali kielégítése
Örökkévalóság	Mulandóság
Az erkölcsi értékek nyilvánvalóak	Az erkölcsi értékek kérdésesek
A hagyomány az igazi érték	Az újdonság az igazi érték
Fogadd el azt a helyet és sorsot, amely kiszabott neked	Lázadj! Hódítsd meg a világot! Versenyezz! Győzz!

Forrás: Hankiss (1998, 27), rövidített

Jóllehet a fogyasztás és az önmegvalósítás közötti kapcsolat ambivalens tartalmú, hiszen a fogyasztási kínálatnak köszönhetően az emberek minden megszokottat, minden meglévőt felrúgnak, csak azért mert újabb ingerekre vágnak, és közben megpróbálják megkeresni önmagukat is, amely éppen azért válik lehetetlenné, mert mindent azonnal akarnak (Beck 2003, 32) (vö. Hankiss 1998). „*Széttörik a legjobb házasságokat, és gyors egymásutánban egyre újabb kapcsolatokba bocsátkoznak bele. Átképzik magukat. Fogóznak. Kocognak. Egyik terápia csoporttól a másikig támolyognak.*” A dolgok éjjel-nappal hozzáférhetővé váltak, és az egyén attól fél, hogy lemarad valamiről (Kreitzman 2003, 46).

A „McDonaldizációs tézis” (Ritzer és Liska 2007, 1-6) viszont részben ennek az ellenkezőjéről szól. A kockázatok helyett a világ egyre kiszámíthatóbbnak tűnik, amely a turizmus jelenségére is hatással van. Az elmélet szerint az emberek egyre inkább a megszokott dolgaikat, tevékenységeiket keresik az utazás helyszínén is, hiszen a

McDonaldizált életvilághoz szokva az emberek többsége tökéletesen tervezhető nyaralásra vágyik, nem túl sok meglepetéssel, és lehetőség szerint a hétköznapiól nem túl eltérőt keresnek. Mindemellett azonban – a felgyorsult világnak köszönhetően (vö. Kreitzman 2003) – nagyon hatékony nyaralásra vágnak, a pénzükért a lehető legtöbb nyaralást szeretnék kapni. Az is elvárás, hogy előre kiszámítható legyen a nyaralás, ahol pontosan tudható, mikor merre járnak majd, és hol mennyi időt töltenek, illetve ellenőrizhető is legyen. *„Az ellenőrzés számos formában megnyilvánulhat. Van, aki jobban szeret olyan szolgáltatókkal találkozni, akiknek a tevékenységét pontos utasítások, eljárásrendek rögzítik, mint azokkal, akik saját döntésük alapján szabadon cselekedhetnek”* (Liska és Ritzer 2007, 4).

Ebből arra következtethetünk, hogy a „McDonaldizáció”-val együtt eltűnik a turizmus igazi értelme is (Liska és Ritzer 2007). Hiszen, ha nem az a célja a turizmusnak, az elutazásnak, hogy a hétköznapiól eltérővel, újjal találkozzunk, valami mást is meg tapasztaljunk, mint amit otthon is elérhetünk, illetve megkaphatunk, azaz a nyaralóhelyek és a lakóhelyek is McDonaldizáltá válnak, akkor értelmét vesztheti az utazás. Hová tűnik a kíváncsiság? (vö. Kolakowski 1998). Meg is jelenik a kérdés, hogy a turizmus McDonaldizációja egyben a turizmus végét is jelenti-e (Liska és Ritzer 2007, 6). Urry (2007c, 2-4) azonban nem ilyen borúlátó, véleménye szerint a tömegturizmus vége, de nem a turizmus megszűnése válik jellemzővé (vö. Jungk 1980).

Az értékek változása a turizmusban a már említett és vizsgált **kemény**, illetve **szelíd turizmuson** keresztül is jól megvilágítható (vö. Jungk 1980). A szelíd turistától részben a Hankiss által hagyományosnak nevezett célokhoz, értékekhez, magatartásformákhoz való visszatérést várhatjuk el, hiszen a szelíd turista magatartását a kemény turistával szemben a tapintatosság, a belső irányítás jellemzi, és elítéli a turista fölény érzését. Amíg a kemény turizmusnál főként a materialista értékek a hangsúlyosak (például „a turista hatalom”, „pénzért bármit megvehetünk”), a kíváncsi tartott szelíd turizmusnál már a posztmaterialista (hangsúly az emberi kapcsolatokon, a spontaneitáson és az egyén önerején), és a kollektív értékek (környezetünknek a megóvása, védelme stb.) irányába láthatunk hangsúlyeltolódást.

3. Fiatalok a turizmusban

Az ifjúsági turizmus fontos részét képezi az emancipációnak, mert a turistává válás során a **középiskolások** – még ha csak rövid időre is – térben és lelkiekben is eltávolodnak a szülői háztól. Ezáltal lehetőséget kapnak önmaguk és a társaik más környezetben való megismerésére, illetve arra is, hogy önmagukat új helyzetekben kipróbálhassák. A fiatalság, a középiskola befejezése körüli életkor ugyanis olyan időszak sokaknál, amikor nagyon vágnak az izgalmakra, az élményekre, a kihívásokra, maguk megtapasztalására, és arra, hogy *„megmutathassák, hogy milyen fából vannak faragva”* (Scitovsky 1990, 37).

A bevezetőben már utaltunk arra, hogy vizsgálódásunk során a középiskolás fiatalokat – azon belül is a **17-18 éves korosztályt** – tekintjük a kutatásunk alanyának. Mivel a turizmus a szabadidőhöz kötődik, és maga is egyfajta fogyasztás, ezért a fejezetben elemezzük az ifjú korosztály szabadidős és fogyasztási szokásainak főbb jellemzőit, figyelembe véve az ifjúsági korszakváltást. Másrészt feltárjuk az ifjúsági turizmus előzményeit, és nemzetközi, illetve hazai kutatásokat ismertetünk a fiatalok utazási szokásainak, jellemzőinek és tevékenységeinek árnyaltabb megismerése érdekében.

3.1. Az ifjúság mint életszakasz főbb jellemzői és az ifjúsági korszakváltás

A gyermekkorból a felnőttkorba való átlépést a legtöbb társadalomban különböző szertartások, rituálék kísérték. Az **ifjúság korosztályát** elég nehéz pontosan behatárolni, *„hiszen az ifjú már nem gyerek, de még nem is felnőtt. Az ifjúkor és a felnőttkor határán az ifjú felnőttek is megtalálhatók, biológiai fogalomkörben gondolkodva ők jelentik a posztadolecenseket”* (Juhász 2001, 83). Az angolszász irodalomban az ifjúság fogalma a gyermekkor és a felnőttkor közötti átmeneti időszakot jelenti, általában különbséget tesznek „adolescence” (12-18 év) és a „youth” (19-24 év) között (Mönks és Knoers 1998, 20). A német irodalmakban viszont még részletesebb megkülönböztetésekkel találkozunk. A leggyakrabban használt felosztás a prepubertás, pubertás, ifjúkor. Remplein (1962) még tovább ment a felosztásban, amikor a pubertás és az ifjúság közé sorolta a *„fiatalkori krízis”* időszakát. A többféle meghatározásból adódóan a korhatár behatárolása sem egyszerű feladat. Az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005) országos vizsgálatban az ifjúság korosztályát szélesebben értelmezik, a 15-29 éveseket sorolják ide, igaz ezen belül belső bontást alkalmaznak, mégpedig a fiatalok személyiségfejlődésének főbb állomásai alapján.

Különbséget tesznek a 15-18, a 19-24 és a 25-29 évesek között. A megkülönböztetést az is indokolja, hogy a 15-18 évesekre a képességek, készségek felmérése, a lehetséges fejlődési utak kiválasztása, a sokféle próbatétel vállalása, és a csapongás a jellemző. A 19-24 évesek a keresés (párkeresés, szakmakeresés, munkakeresés) szakaszában vannak, és a 25-29 évesek pedig az életmódjuk, illetve a lehetőségeik szerint különülnek el a fiatalabb társaiktól (Bauer és Tibori 2002, 173-174).

A nyolcvanas évektől kezdődően a civilizációs korszakváltást, illetve az **ifjúsági korszakváltást** helyezték a középpontba az ifjúsággal kapcsolatos kutatások (vö. Gábor 2006). Gábor Kálmán (2006a, 366) és kutatócsoportjának alapvető megállapítása, hogy Nyugat-Európában a hatvanas évektől kezdődően, a nyolcvanas évekre ifjúsági korszakváltás következett be. Olyan jelenségekre is fel lehetett figyelni mint a rockzene, az úgynevezett ellenkultúra, a diákmozgalmak, és a kábítószer fogyasztásnak a terjedése stb. (Somlai 1997, 34). Az ifjúsági korszakváltás a növekvő individualizációnak köszönhető, mert a *„fiatalok értékorientációi, cselekvési mintái, életkarrierje egyre inkább eltér a felnőttekétől. (...) A fiatalok egyre inkább elutasítják az idősebb generációk gyakorlatát, különösen akkor, ha az felfogásuk szerint szemben áll a fiatalok azon igényével, hogy nagyobb szabadságot és függetlenséget fejezhessenek ki.”* (Zinnecker 2006, 109).

Schulze a társadalmi miliőknél szintén nagy jelentőséget tulajdonít az életkornak, mint meghatározó tényezőnek, *„a fiatalabb miliőkben új miliőjelzők váltották fel a régieket, mindenekelőtt az életkor és a stílus”* (Schulze 2003, 190). Mead (2006, 31) pedig **generációs szakadékról** beszél, és szerinte ez a szakadék abból fakad, hogy a fiatalok életének természetes velejárója lett az információ, a számítógép és a globalizáció (vö. Galáncz 2006). Mead szerint a generációs szakadék korszakát a média rohamos elterjedése teremtette meg, és a kommunikációs, információs társadalom megjelenése hozta magával a korszakváltást.²⁴

Az ifjúsági korszak értelmezésekor meg kell különböztetnünk az ipari és a posztipari ifjúsági korszakot, mert az ipari társadalomra az átmeneti ifjúsági korszak a jellemző, a posztipari társadalomra pedig az iskolai ifjúsági korszak vonatkozik (Zinnecker 2006). Az átmeneti szakaszban egy közbülső korszakról van szó,

²⁴ Mead (2006, 33) az eltérő célokat a következő interjúrészlettel is szemlélteti: *„Nagy szakadék húzódik meg közöttük, ahogy én gondolkodom az életről, és ahogyan szüleim gondolkodnak róla. A pénz témájáról a szüleim azt gondolják, hogy félre kell tenni, vagy olyan dolgokra költeni, amelyek fontosak. (...) Beismerem, hogy mindegyik fontos a jövőre nézve, de én a mában is élek. Ez fontos része az életemnek. Én sokat akarok utazni...”*

amely elsősorban a szakma megszerzésére korlátozódik, és amelyet a gyors munkába állás követ. Ekkor van a családalapítás ideje is, azaz a házasságkötésnek és a gyermekvállalásnak az ideje is. A posztindusztriális társadalomban viszont az ifjúkor egyre inkább kitolódik, köszönhetően a meghosszabbodott iskolában eltöltött időnek, és későbbre tolódik a családalapítás, illetve a munkába állás is (Czeizer és Gábor 2007, 22-23).

A korszakváltás, az „értékváltás” megfigyelhető volt már **Magyarországon** is a nyolcvanas években, azonban a rendszerváltásig érdemi fordulat nem következett be, mert „*a központilag (államilag) ellenőrzött piac miatt a fogyasztásorientáció is késlekedett*” (Gergely 2005, 119). A magyar ifjúsági kultúra körülbelül 15 évvel később került a nyugat-német ifjúsági kultúrához képest a civilizációs korszakváltás állapotába (Gábor és Molnár 2006, 343). (10. sz. táblázat) A táblázat azt is jól mutatja, hogy Magyarországon jellemzően a **17 éves kor** körül jelentkezett egyre nagyobb arányban az, hogy a fiatal saját társaságával először elutazhatott.

Az ifjúkori életkori események bekövetkezése (%)

10. sz. táblázat

	Magyarországon			NSZK-ban		
	Idősek	Közép-korúak	Fiatalok	Idősek	Közép-korúak	Fiatalok
Születési év	1933	1948	1963	1932	1959	1962
17 éves életkor	1950	1965	1980	1949	1976	1979
22 éves életkor	1955	1970	1985	1954	1981	1984
14 éves életkorban						
Először volt szerelmes	18	31	46	-	29	-
Maga dönthetett arról, hogyan nézzon ki	21	29	43	-	20	-
Szabadon járhatott-kelhetett	14	17	25	-	4	-
17 éves életkorban						
<i>Először utazott el több napra saját társasággal</i>	21	40	63	-	49	-
Saját jövőjét önállóan tervezte	26	30	41	-	35	-
Fiúk első szexuális tapasztalata	26	41	52	32	76	74
Lányok első szexuális tapasztalata	8	16	33	32	76	78
Munkába állt	69	53	43	48	-	23

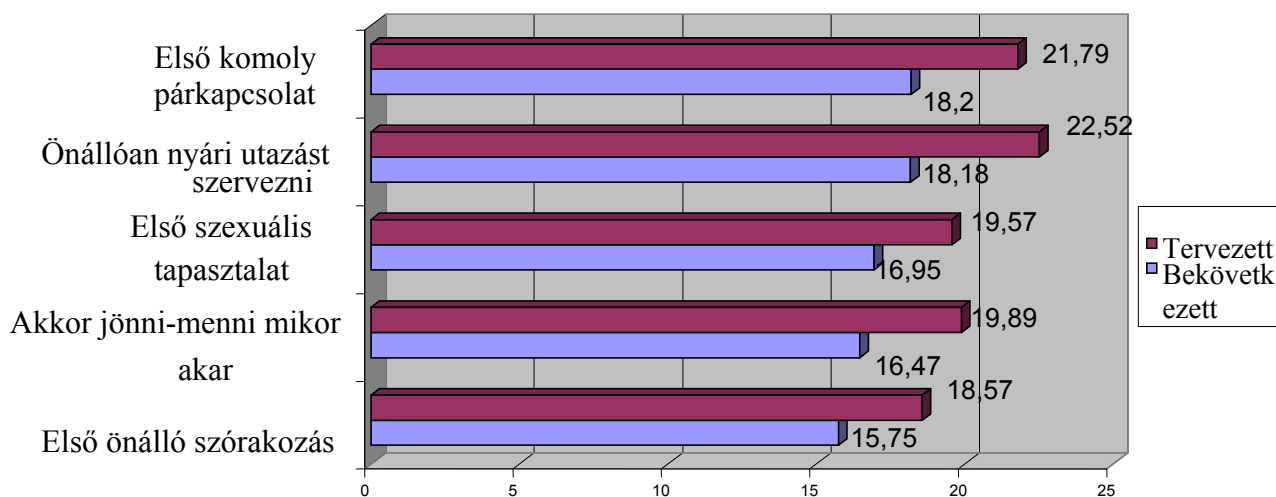
Forrás: Gábor és Molnár (2006, 339), rövidített

Mindeközben ellentétes irányú jelenségekkel találkozunk, mert a fiatalok **egyéni, személyi önállósodása** úgy helyeződik egyre korábbra, hogy az ifjúsági életszakasz egyre inkább meghosszabbodik (vö. Bauer és Szabó 2005). Az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005) országos vizsgálat alapján elmondható, hogy a 15-29 éves fiataloknak túlnyomó

többsége, mintegy négyötöde igen fiatal korban – az átlag nem éri el a 16 éves kort – túl van már a személyi önállósodásnak egyes eseményein mint például az első önálló szórakozáson, vagy az első döntésen a leendő foglalkozásáról. Megfigyelhető az is, hogy egyre korábban jelentkezik a pubertáskor, és egyre inkább előtérbe kerül a szexuális kapcsolat, illetve fontos szerephez jut a szerelem, valamint a párválasztás (Juhász 2001, 83). A megkérdezetteknek 70 százaléka már szerzett szexuális tapasztalatokat, és csaknem kétharmaduk rendelkezik „komoly” párkapcsolattal – az átlag életkor az előzőnél nem több mint 17, a később említetttnél pedig 18,2 év. (2. sz. ábra) Ugyanakkor a fiatalok önállósodása úgy megy végbe, hogy tovább élnek a szüleikkel, átlagosan 22,2 éves korban terveznek elköltözni a szülői háztól (Bauer és Szabó 2005, 68-70).

2. sz. ábra

Az egyes életesemények bekövetkezése A bekövetkezett és tervezett életesemények átlagéveiben

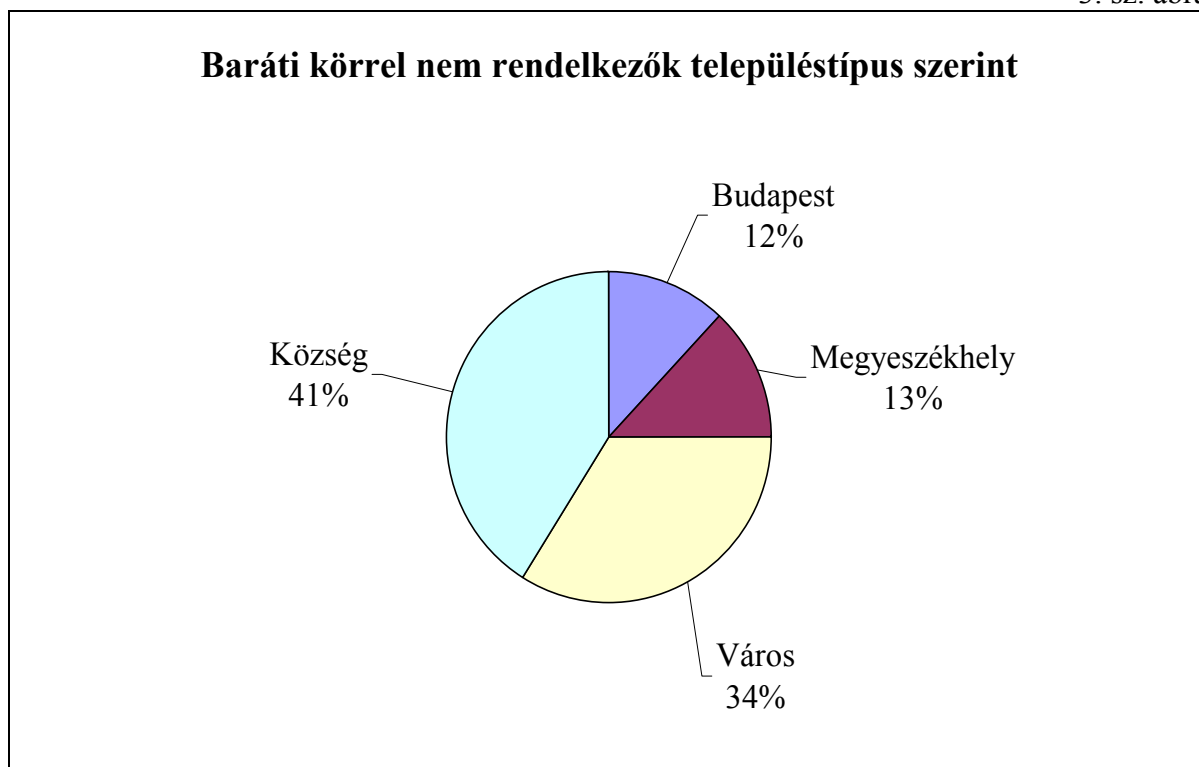


Forrás: Bauer és Szabó (2005, 69)

A serdülők szociális fejlődésében jelen van az is, hogy szeretnék, ha felnőttként kezelnék őket, hiszen már nem érzik magukat „gyerekeknek”. Ebben az életkorban a **kortársak** hatása, jelentősége is egyre erőteljesebbé válik. Az azonos korúak közösségénél különbséget kell tennünk a szervezett, közvetve vagy közvetlenül felnőttek által irányított közösségek, illetve a baráti és „haveri” kapcsolatok között. Ugyanis az iskolában eltöltött idő után **formális közösségi életben** a tanulók mindössze 15 százaléka vesz részt, és egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a **baráti társaságok** (Narancsik 2000, 251). Az Ifjúság2004

(Bauer és Szabó 2005, 80) adatai is azt mutatják a 15-29 évesek körében, hogy minél fiatalabb korcsoportba tartoznak a kérdezettek, az életvitelükben annál meghatározóbb a barátokkal töltött idő. A baráti körnél az is fontos kérdés, hogy ki milyen típusú településen él, ugyanis befolyása van a település jellegének, mert a községekben élő fiatalok között vannak a legtöbben olyanok, akiknek nincsenek barátaik (Bauer és Szabó 2005, 80).

3. sz. ábra



Forrás: Bauer és Szabó (2005, 80)

A serdülő korosztálynál azért is fontosak a **kortársak**, mert a fiatalok számos dolgot mint például az öltözködést, az ízlést, különböző szokásokat, magatartásmintákat stb. egymástól vesznek át, és nem feltétlenül azokat, amelyek a szülők elvárásával, vagy a társadalmi normákkal egyeznek. Éppen ezért ebben az életkorban (is) különösen fontos a baráti kapcsolatok milyensége, hiszen a baráti kapcsolatok építő jellege mellett nem feledkezhetünk el a romboló (lásd például: **deviáns magatartás**, vö. Rácz 1995, 1996) hatásokról sem. Másrészt azért is nehéz elkülönítve mérni a kortárs csoportok hatását, mert az iskolai osztálytársak „válogatott” kortársak (Lannert 2004, 165).

A serdülő számára sokszor nem is annyira a saját személye áll előtérben, hanem mindaz, ami másoktól megkülönbözteti (Mönks és Koeers 1998, 80). Szekszárdi (2000, 473-498) és kutatócsoportja a serdülők erkölcsi szocializációja szempontjából vizsgálta a

korosztály kortárs csoportokkal való kapcsolatát. A vizsgálatból az derül ki, hogy a serdülők közül viszonylag kevesen vállalják egyéni véleményüket, kevesen mernek szembefordulni a többség akaratával, miközben azt nem feltétlenül tartják magukra nézve kötelezőnek.

3.2. A szabadidő eltöltése és a fogyasztási szokások

A fiatalok életében fontos szerepet tölt be a **szabadidő**, és a személyiségfejlődésükre a szabadidőben végzett tevékenységek jelentős hatással bírnak, ugyanis a szabadidő eltöltésének módja összefüggésben áll a fiatalok értékrendszerével és céljaival, illetve befolyással van az életmódja más elemeire is (Pikó 2005, 89) (vö. Hunyadi 2005). Mivel maga a turizmus is a szabadidőhöz kötődik, ezért azt is szükséges megvizsgálni, hogyan is töltik a fiatalok a szabadidejüket.

A 14-18 éves korosztály **életmódját** tekintve az életkori sajátosságokból fakadóan a „mindenevők” és a „bulizást, szórakozást kedvelők” közé sorolhatók (vö. Schulze 2003), és abban a kulturális tevékenységek szerepet kapnak (Hunyadi 2005, 8-9).

Életmódcsoportok összetétele

11. táblázat

	„mindenevő”	hagyományosan kulturálódó	mozizós-bulizós	művelődési házba járó	olvasós	sivár	14–70 éves lakosság összesen
	%	%	%	%	%	%	%
A csoportok lakosságon belüli aránya	7	7	9	14	17	43	100
Nem							
férfi	46	39	59	43	42	52	49
nő	54	61	41	57	58	48	51
Életkor							
14–18 éves	24	19	24	11	4	3	10
19–29 éves	35	13	45	23	14	18	22
30–39 éves	19	19	18	19	20	15	17
40–59 éves	21	41	13	34	47	44	38
60–70 éves	1	8	1	13	15	19	13

Forrás: Hunyadi (2005, 34), rövidített

Bauerék (Bauer és Tibori 2002, 175-194) vizsgálata például arról számol be, hogy a fiatalok szívesen járnak múzeumba, tizenegy százalékuk egy hónapon belül, 54,3 százalékuk pedig 6 hónapon túl járt ilyen intézményben. Korcsoport szerint a 15-19 évesek a legaktívabbak, és ők azok, akik egy hónapon belül 11,1 százalékos arányban látogattak valamilyen kiállítást. Azonban ne feledkezzünk el esetükben a kötelező látogatásokról sem, amely a részvételre és a szándékra is hatással van.

A rendszerváltást követően, az ifjúsági korszakváltás következményeként a szabadidő eltöltésének a módja is megváltozott. „*A helyi kulturális, sport, szórakozási helyek egyre felszámolódnak, nagy kulturális, szórakoztató- és szabadidőközpontok jönnek létre, amelynek irányítója a mindent behálózó fogyasztói és szolgáltató ipar*” (Gábor 2006b, 438). Ez nagy változás, mivel a meghosszabbodott iskolai életszakasz a szabadidőt érinti, ezáltal a fogyasztást és az életvitelt is, és a fiataloknak nem csupán szabadideje nőtt meg, hanem új szabadidő eltöltési módok is megjelentek a palettán a fogyasztói iparnak, és a szórakoztatóiparnak köszönhetően (Gábor 2006b, 439).

A fiatalok életmódjában a **lakóhely** fontos differenciáló tényező, a községekben – főként az 5000 főnél kisebbekben – élő fiatalok vannak különösen hátrányos helyzetben, hiszen korlátozott számukra a szórakozási lehetőség (Hunyadi 2005, 16). Az is igaz, hogy a nagyobb városokban, ahol több a kulturális program, és nagyobb a kínálat, ott a képzetlenebb rétegek is nagyobb arányban jutnak hozzá a kultúrához, mint ott, ahol kisebb a kínálat (Hunyadi 2005, 8-9). A **kulturális fogyasztással** összefüggésben Hunyadi (2005) munkája is megerősíti azt, hogy azok, akik kulturálisan aktívak – a kulturális fogyasztásnál pedig a legerősebben befolyásoló tényezőnek az iskolai végzettség bizonyul (vö. Blaskó 2002) –, azok egyéb szabadidős és rekreációs tevékenységet is nagyobb arányban végeznek másoknál. Többen sportolnak, kirándulnak, maguk is végeznek valamilyen művészeti tevékenységet, többen tanulnak nyelveket, többen interneteznek, de többen járnak „pubokba”, sörözőkbe, borozókba, kávézókba is stb.

A fiatalokról feltételezzük, hogy nyáron sok szabadidővel rendelkeznek, azonban a szabadidejük lecsökken, ha **részmunkaidőben dolgozni** kezdenek (lásd különböző diákmunkák, nyári munkák) (vö. Kozma 1998). Ma még kevés figyelem irányul a munkának a szabadidőre gyakorolt hatására, hiszen így a fiataloknak kevesebb szabadidejük marad, és ez kihathat a baráti kapcsolatokra is. A hosszútávon jelentkező hatása pedig az lehet, hogy azok „*a fiatalok, akiknek nem jut gazdag és változatos szabadidős életstílus, felnőtként aligha fogják kielégítően eltölteni szabadidejüket, s*

valószínűleg nehezen fognak megbirkózni a gazdasági inaktivitás nehézségeivel” (Furlong – Stadler – Azzopardi 2003, 184) (vö. Mihály 2003).

Kolosi (2000) munkájában a társadalomnak a **középosztályosodását** hangsúlyozza, és *„a középosztályosodással együtt jár a fogyasztási javak elterjedése, a fogyasztói és szolgáltatói ipar hihetetlen mértékű kiterjedése”* (Gábor 2006a, 438). Vagyis a társadalom fejlődése abba az irányba halad, hogy a fiatalok minél korábban nőjenek fel, és vállaljanak részt a **fogyasztásban**. Ez nyomon követhető azon is, hogy egyre több szolgáltatásban vesznek részt, és a fiatalok egyre hamarabbra tehető önállósodásával, a család, az iskola vagy a különböző ifjúsági szervezetek egyre korábban elvesztik a közvetlen ellenőrző szerepüket a fogyasztói iparnak és a tömegmédiának köszönhetően (Gábor 2000, 247).

A piac kiépülésével (vö. Schulze 2003), és a fiatalok fogyasztóvá válásával újabb **„sebezhetőség”** jön létre, mert sok fiatalnál az anyagi korlátok meghatározóvá válnak (Furlong – Stadler – Azzopardi 2003, 235), azaz a fiatalok **vesztesei** is lettek a korszakváltásnak (Gábor 2006a, 367). Furlong – Stadler – Azzopardi (2003, 232) kiemeli, hogy *„főleg a fiatalok esetében a szabadidő az autonómia, az önigazgatás és az önmegvalósítás színtere és a szabadidő kommercializációja ugyanannyi előnyt és választási lehetőséget hozott létre, mint amennyi egyenlőtlenséget és hátrányt teremtett”*. A kilencvenes évek egyik legnagyobb változása a piac felszabadulása, és ez egyértelművé tette, hogy a gazdasági tőkével rendelkező családok jutnak kedvezőbb helyzetbe (Narancsik 2000, 250).

Felmerül a kérdés, hogyan birkóznak meg a fiatalok a sebezhetőséggel, ezért a fiatalokkal kapcsolatosan a **deviáns szabadidő-eltöltés** is foglalkoztatja a kutatókat (Kiss 2006, 31), hiszen nő a fiatalok üres ideje, azaz „semmittevése”, a szabadidő romboló jellegű felhasználása, a szenvedélybetegség körükben, azaz a deviáns magatartás, illetve a szubkultúra (vö. Rácz 1995) (vö. Kozma 1998). Matuschek (2005) is foglalkozik munkájában azzal, hogy az ifjúság esetében a mindennapok során az *„unalom érzése”*, vagy a *„semmittevés”* hangsúlyossá válik. A semmittevés jelenségét és annak az ifjúsági szubkultúrákkal, valamint a devianciákkal való kapcsolatát mutatja a Rácz és Hoyer nevéhez fűződő, *„Jereván-lakótelep”* vizsgálat is (Rácz 1996).

A szabadidős tevékenységek szoros kapcsolatban állnak az ifjúsági csoportkultúrákkal, például az ifjúság zenei ízlése kiemelt *„rétegtképző ismerv”* is (Szapu 2004, 108-122). A fiatalok **fogyasztása** úgy is tekinthető mint a közöttük lévő **kommunikáció** alapja, hiszen ezáltal kiválthatják a közösség megbecsülését is (Miles 2003, 97). A serdülők az egyéniségüket közösen demonstrálják a ruházatukkal, az

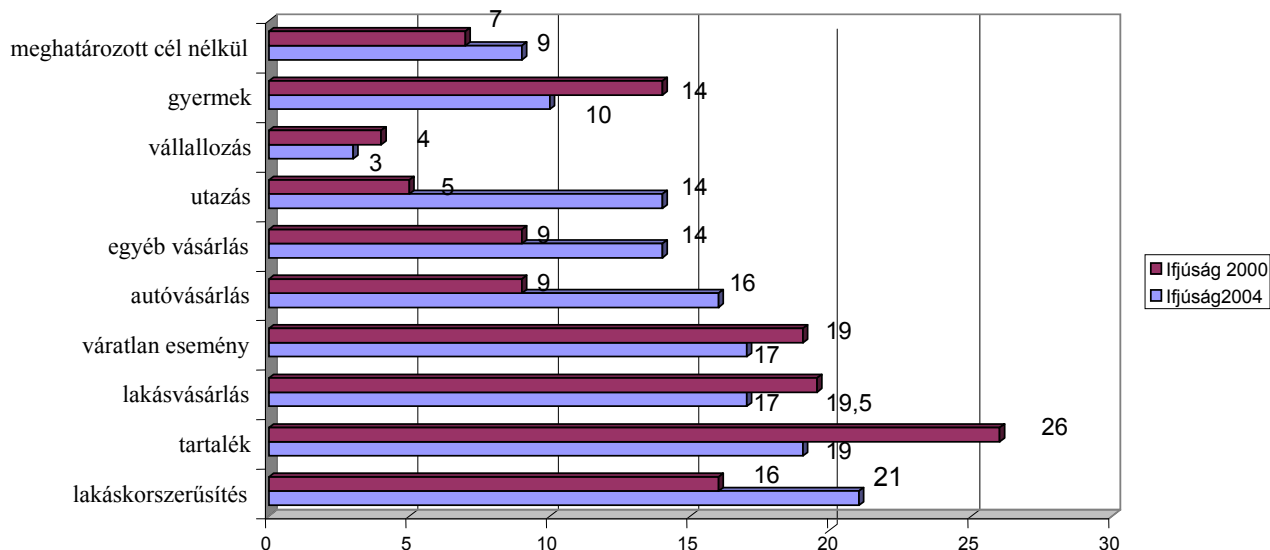
ékszereikkel, a hajviseletükkel, a fellépésükkel, a zenei ízlésükkel és a rendezvényeikkel (Mönks és Koeers 1998, 80), és egymásnak akarnak megfelelni.

„A fogyasztás azt az érzetet adja a fiataloknak, hogy ők irányítanak. A tömegfogyasztás jelensége elsősorban a fiatalokra hat, ők érzik át az egyének életére gyakorolt hatását, mivel az egyéniség kialakulásának igénye elsősorban a serdülőkorra tehető. A fiatal fogyasztóknak nagy szükségük van egyéni lehetőségeik és céljaik meghatározására, amellyel meg tudják erősíteni személyiségüket” (Miles 2003, 97). Azonban az egyre nagyobb választási lehetőség együtt jár azzal, hogy elnyomja a fiatalok *„szervezői és feltalálói képességét”*, hiszen a *„pénzért bármit megkaphatok”*, az önálló fogyasztási javakkal való rendelkezés ennek lehetőségét sugallja számukra (Azzopardi 2003, 228). Az Ifjúság2004 országos vizsgálat (Bauer és Szabó 2005, 40) is alátámasztja, hogy a középiskolások mintegy harmada rendelkezik saját fogyasztási javakkal, zsebpénzzel és már saját bankkártyával is (Gábor Kálmán 2006, 439).

Érdemes megvizsgálni azt is, hogy a fogyasztás mellett megjelenik-e a (zseb)pénznek a gyűjtése, azaz a **tudatos fogyasztás**, és ha igen, mire tesznek félre a fiatalok. Az Ifjúság2004 vizsgálatból kiderül, hogy 2000-es évhez képest fogyasztási cikkekre tettek többen félre, és a fiatalok elsősorban a lakásuk²⁵ korszerűsítésére, autó- és egyéb vásárlására költenek, illetve az utazás is jellemzőbben megjelenik a pénzgyűjtési céljaiknál. Azonban a *„jövőről való gondolkodás”* (gyermek, váratlan esemény, tartalék) kevésbé tűnik motiváló tényezőnek a pénz gyűjtésére a 2000-es évhez képest. (4. sz. ábra)

²⁵ A vizsgálatban a 15-29 éves korosztály szerepel, feltehetően ezért mutat magas értéket.

A pénzgyűjtés célja szerinti megoszlás a válaszolók százalékában (több válasz lehetséges)



Forrás: Bauer és Szabó (2005, 46)

A fogyasztás a fiatalok **értékválasztására** is kihat. A hetvenes évektől kezdődően ugyanis az ifjúság lett a fogyasztói iparnak az egyik legfontosabb célcsoportja, és a fiatalok – sokszor gondolkodás és tapasztalat nélkül – követik is azokat a mintákat, amelyeket a szórakoztató ipar kínál-kínáltat számukra (Gábor 2000, 15). Azonban ne feledkezzünk el arról, hogy a fiatalok mintakövetőkből mintaadókká is válnak (Gábor 2006, 385). Hiszen bizonyos vonatkozásban a fiatalok a leginkább nyitottak a változásokra. „Ők azok, akik elsőként átveszik az új értékeket, sőt, várhatóan a viselkedési minták és értékek átvételének dinamikája egyre növekszik, ahogy felnőnek azok a fiatalok, akik már fiatalabb korukban találkoztak ezekkel az értékekkel és megpróbálnak alkalmazkodni hozzájuk” (Szentannai 1999, 14).

Agárdi Irma (2000, 254) „meggyőződése”, hogy a kínálati oldal a fogyasztási szokások kialakításánál inkább befolyásol, mint a valós szükségleteket felméri és kielégíti, amelyet igazolhatunk, ha a televíziós és egyéb reklámokra gondolunk. A fiatalok ízlésformálása már egészen fiatal korban elkezdődik, sokkal előbb, mint ahogy valós és önálló vásárlási döntéseket hoznának (Zinnecker 2006, 109). Azonban a sebezhetőség

mellett a lázadás is megjelenik: „az egyre növekvő anyagiasság és piachoz igazodó verseny kitermeli az ellenkezőjét is: fiatalokat, akik fellázadnak ezen elvárások ellen. Nem a társadalom zárja ki őket, hanem inkább ők zárják ki magukat néhány lehetőségből, és azokat az értékeket követik ehelyett, amelyeket Ronald Inglehart posztmateriális értékeknek nevez” (Wallace 1998, 10-12).

Szentannai (1999, 13-28) tanulmányában a fiatalok értékattitűdjét vizsgálta, és kísérletet tett a fiatalok **materialista**, illetve a **posztmaterialista**, valamint a kollektív (nemzet, tradíció, társadalmi rend és udvariasság) és az individuális értékekkel (szabadság, belső harmónia) szembeni hozzáállásának a vizsgálatára. Az eredmények alapján a magyar középiskolásoknál az interperszonális kapcsolatok és a háborúmentes világ, illetve az individualista értékrend a domináns. Hasonló eredményre jutottak az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005, 81) során is. Amennyiben elfogadjuk, hogy a **turizmus** a fiatalok számára kibontakozási és önmegvalósítási lehetőség, akkor az elutazás során is számukra az emberi kapcsolatok, vagyis a **posztmateriális** értékek lesznek a fontosak (vö. Hartman 1981, 33).

Az Ifjúság2004 kutatás során a **családi minta szerepét** is megvizsgálták az értékrend szempontjából (vö. Gábor 2000), és a válaszadók többségének (54 százalék) megfelelnek azok az elvek, amelyek szerint a szülei élnek. Ez az arány a 2000-es felméréshez képest emelkedett (akkor 38 százalék volt), illetve a szülők értékrendjét elutasítók aránya is csökkent a négy év során (13-ról 11 százalékra) (Bauer és Szabó 2005, 82). Baranyi (2006, 4) kutatási eredményei alapján viszont azt a hipotézist látja megalapozottnak, hogy „a fiatalok értékválasztásában elsősorban a kortárscsoportnak van meghatározó szerepe. 14 éves kor után sem a család, sem az iskola nem tud alapvető szerepet játszani a gyermek értékrendjének alakulásában”.

Amennyiben a **kulturálódási szokásokkal** kapcsolatosan keressük az életmód és az értékrend közötti összefüggéseket, akkor megállapíthatjuk, hogy a 14-18 év közötti fiatalok leginkább a hedonista-individualista típushoz tartoznak, ők a család és a pénz mellett a baráti kapcsolatokat, illetve a szabadidőt, a kikapcsolódást is fontosnak tartják (Hunyadi 2005, 8-9). (12. sz. táblázat).

A különböző értékrendű csoportok aránya a társadalmi-demográfiai szegmensekben

12. sz. táblázat

	zárt-befelé forduló		nyitott-érdeklődő		teljes
	materiális-individualista	üdvözülő-individualista	hedonista-individualista	közösségi	lakosság
%	%	%	%	%	%
Nem					
férfi	24	10	38	28	100
nő	22	17	26	34	100
Életkor					
14–18 éves	8	9	54	29	100
19–29 éves	18	8	45	28	100
30–39 éves	25	7	34	35	100
40–59 éves	30	14	25	31	100
60–70 éves	19	34	14	33	100

Forrás: Hunyadi (2005, 28)

3.3. Az ifjú korosztály turizmusban való részvétele

A fejezetben az ifjúság turizmusban való részvételét vizsgáljuk, és kísérletet teszünk az ifjúsági turizmus történetének rövid összefoglalására, azonban nem tekintjük feladatunknak, hogy annak minden részletére kitérjünk, ezért csupán a meghatározó **állomások**at törekszünk bemutatni. Ezt követően nemzetközi és hazai elemzéseket, illetve statisztikákat mutatunk be.

Adler (1985, 335-354) vizsgálatában az ifjúsági turizmust egészen a **Grand Tour**-ig vezeti vissza. A 17. században, I. Erzsébet korában az udvari állásra vágyakozó fiatal nemeseknél elvárás volt, hogy a tanulmányaik befejezése után egy hosszabb körutazáson vegyenek részt (Lengyel 2001, 13). Az utazás a fiatalemberek nevelésében kiemelkedő szerepet töltött be, hiszen általa „*a fiatal gondolatai kiszélesültek*” (Gyömrei é.n., 77), azaz az „*úri ember neveléshez*” a Grand Tour nélkülözhetetlen eszköz volt. Az arisztokrácia körében a 17. század végétől Magyarországon is meghonosodott ez az Európa-szerte népszerű utazási forma. Az arisztokrata ifjaknak a főrangúak közötti társadalmi érintkezés szabályait kellett elsajátítaniuk, idegen nyelveket, táncot, lovaglást, vívást, jogászai praktikákat, építészetet kellett tanulniuk (Bitskey 2004, 9). Az utazástól azt várták el, hogy kulcsszerepet játsszon a felső osztály megismerő és észlelő nevelésében (Urry 2007a, 4).

A **tanulmányi utak** fontosságáról és jelentőségéről **hazai** neveléstörténeti munkákban is olvashatunk (vö. Bitskey 2004, Éles 2007, Virág 2008). Virág Irén (2008, 76-80) az arisztokrácia neveltetésének vizsgálatakor (1790-1848 között) a tanulmányutak jelentőségét abban ragadja meg, hogy az ifjú arisztokraták ennek következményeként más szemmel tekintettek hazájuk állapotára és helyzetére. Az utazás időtartama és iránya függött a család anyagi helyzetétől, érinthette akár Európa nagy részét, vagy csak egy-egy országot.

Éles (2007) az utazás szerepét az „**(ön)nevelés**” és az „**(ön)művelődés**” (vö. Durkó 2002, Forray és Juhász 2008b) kontextusában vizsgálta, különös figyelmet szentelve a 16-19. századnak, és többek között F. Bacon, Milton, Comenius, Morus Tamás, Locke, Rousseau, Rabelais, Montaigne, Darwin, Emerson, Csernisevszkij, Ellen Key, Széchenyi István, Wesselényi, Szemere, Jókai Mór műveit „*ütközteti*”, hogy minél alaposabb képet kaphassunk a kor utazással kapcsolatos nézeteiről, a valóban hiányt pótló tanulmányában.

A korábbi századokban jellemző volt, hogy szükség volt bölcs és tapasztalt nevelő **kíséretére**, hiszen a fiatal emberek általában csak kísérettel utazhattak, azaz felügyelet, irányítás alatt²⁶, és az utazás valamennyi fázisának megvolt a megfelelő irodalmi műfaja²⁷ is, amely eligazítást és tanácsot nyújtott a távoli tájakra kívánczók személyeknek (Bitskey 2004, 5). Bitskey összefoglaló tanulmányában példákon keresztül szemlélteti – mint például Zrínyi Miklós, ifjú gróf Bethlen Miklós és Széchenyi Zsigmond körutazása –, hogy ezen utazások megszervezése alapos előkészítést igényelt (Bitskey 2004, 4-11).

A tanulmányi és az ismeretszerzési célú utazások a modern ifjúsági turizmus **előzményének** tekinthetők (Bitskey 2004, 6), és amelynek a további fejlődése a 20. század folyamán a **kapitalista** és a **szocialista** országokban eltérő módon zajlott. Ezen különbséget német példa alapján kívánjuk bemutatni, és elmondhatjuk, hogy Kelet- és Nyugat-Németországban az ifjúsági turizmus fejlődése igen eltérő képet mutatott. **Kelet-Németországban** a hatvanas-hetvenes-nyolcvanas években a fiatalok „turizmusa” politikai

²⁶ „A tájékozódáshoz nem elég bejárni az országokat. Érteni kell az utazáshoz. (...) Az utazásnak is, ha a nevelés egy részeként tekintjük, saját szabályaival kell rendelkeznie. (...) A meghatározott célt nélkülöző tanulmány mit sem ér. Én kézzel fogható érdeket tűznék ki a fiatalember tanulmányai elé, és ez a jól megválasztott érdek a művelődés természetét is meghatározná” (Rousseau 1965, 509).

²⁷ Az újkori „utazás művészetének” (görög apodemein) irodalmának a tárgyát a tanulmányutak képezték. A több mint 200 éves fennállása alatt (az első mű 1574-ben jelent meg) ebben az irodalmi műfajban több mint 200 írás született. Közös törekvésük az volt, hogy az utazások hasznosságát, amelyhez a tudatos szervezés hozzátartozik, a hasztalan csavargással szembeállítsák (Stagl 2002).

tartalmakkal volt fűszerezve, egészen a kilencvenes évekig, amikor is a döntő változás történt, és a sokszínűség elemei is megjelentek. **Nyugat-Németországban** az 1968-as diákmozgalmakkal összefüggésben szintén megjelent a politika, azonban nyugaton az ifjúsági turizmus dinamikusabban fejlődött, amelyet az is mutat, hogy a nyolcvanas évektől a német vasút interrail²⁸ kínálata húsz európai országot kötött össze és kínált kedvező utazási lehetőségeket a fiatalok számára. A kilencvenes évek elején jellemző volt a 17 és 19 év közötti nyugat-német fiatalokra, hogy átlagosan hét vagy nyolc különböző országban személyesen jártak (Gayler 1993, 380). Napjainkra a kínálat minőségének a kérdése került a figyelem középpontjába (Antz et al. 2003, 64).

A gyermek és ifjúsági üdülések fejlődése Nyugat- és Kelet-Németországban 1960-1990 között

13. sz. táblázat

	Nyugat-Németország	Kelet-Németország
1960-as évek	• Az érdeklődés a gyermek- és ifjúsági üdülések iránt egyre nő. • Az informális nevelés egyik eszközeként értelmezték. • Külföldi utak és nyelvtanulás.	• Tartalmi cél a kollektív cselekvésre és az önállóságra való biztatás közvetítése. • Sportmérkőzések, kulturális tevékenységek, honismeret.
1970-es évek	• A 1968-as diákmozgalmak kapcsán jelenik meg először politikai szemlélet az ifjúsági utazások során. • Spanyolország, Olaszország, Franciaország kedvelt célterületek.	• Úttörő táboroztatás, elérhető majdnem minden gyerek számára. • 1975: „Jugendtourist” ifjúsági utazási iroda megalakul, utaztatás a szocialista országokba.
1980-as évek	• A középpontban a „szelíd turizmus” és a „másképpen utazni” gondolkodás áll. • Az ifjúsági turizmus kapcsán a turizmus társadalmi, kulturális, ökológiai szempontjait tartják szem előtt.	• Brigádüdülők, úttörőtáborok modernizációja, feltételeinek javítása.
1990-es évek	• Új szállásformák megjelenése. • Élményközpontúság. • Szórakozás, intenzív élvezet, kötetlenség.	• 1990-es évektől döntő változás az ifjúsági turizmusban. • Az úttörőtáborok egyharmada marad csupán meg, melyeket a későbbiekben átalakítanak ifjúsági üdülöcentrumokká, széles programkínálattal.

Forrás: Antz (et al.) (2003, 65), saját fordítás, rövidített

²⁸ Az Interrail egy olyan vasútbérlet, amivel akár egész Európát egy hónap alatt be lehet utazni. Bővebben: www.interrail.net

Magyarországon a **20. század folyamán** az ifjúsági turizmust a gyermek- és ifjúsági szervezetek által szervezett (például a cserkészlet és az úttörőmozgalom) táborok jelentették. A több mint 150 gyermek- és ifjúsági szerveződésnek, illetve a különböző szervezeteknek a munkájáról bővebben P. Miklós (2004) által szerkesztett dokumentumkötetben olvashatunk, amelyben a szerkesztő a 19-20. században Magyarországon működő gyermek és serdülőkorú ifjúsági szervezetek legfontosabb dokumentumainak bemutatására vállalkozik.²⁹

Az 1910 és 1948 között³⁰ működő magyar **cserkészlet** is az ifjúsági turizmus egyik lehetséges terepe volt (P. Miklós 2003, 218-219). A cserkészlet világméretű ifjúsági mozgalomként az ifjúság testi, lelki és szellemi nevelését, képzését tűzte ki célul. P. Miklós munkájában még a belföldi turizmus fejlődésével is kapcsolatba hozza a cserkészmozgalmat. *„A cserkészletmozgalmak gyakorlata jelentős hatást gyakorolt a hazai belföldi turizmus fejlődésére is. A cserkészlet táborba vonulása, a szülők tábori látogatásai, a táborozók cserkészletkötetében tett kirándulásai jelentősen hozzájárultak a szárnyát bontogató hazai idegenforgalom növekedéséhez. A táborozások, országjárások, kirándulások során a cserkészletben kialakult turisztikabarát szemlélet formálódása sem volt elhanyagolható, amely hosszabb távon az utódok turistává válásához is vezethetett”*.

A **20. század második felében** a magyar **úttörőmozgalom** vált meghatározóvá, amely egységes és egyedüli gyermekszervezetként működött, és négy évtizeden át egyedülként próbálkozhatott a gyermekkorosztály tanórán kívüli szervezésével (P. Miklós 2004, 206)³¹. Minden gyermek tagja volt az úttörőszövetségnek, és majdnem minden középiskolás belépett a Kommunista Ifjúsági Szervezetbe (KISZ), mert a KISZ ajánlása szükséges volt az egyetemi továbbtanuláshoz (Szabó és Falus 2000, 384). A KISZ által szervezett programok közül az **építőtáborokat**, kirándulásokat emeljük ki. Az építőtáborokat a mozgalom a fiatalság nyári szünidejének gazdaságilag hasznos eltöltése érdekében hozta létre. Igazából közhasznú munkát jelentett, amelyet a szünidőben végeztek a diákok. Azonban kiemeljük a közösségformáló erejét, és a közös programoknak, illetve a közös szórakozásnak a jelentőségét.

²⁹ A dokumentumkötetben 24 szerveződés, 90 dokumentumközlés, körülbelül félezer magyarító lábjegyzet található.

³⁰ A cserkészmozgalom szovjet befolyás hatására megszűnt, azonban a rendszerváltás után újjáélesztették.

³¹ P. Miklós (2004) által szerkesztett kötetben történelmi összegzés gyanánt az úttörőmozgalom negyvenhárom éves távlatára visszatekintő értékelését adják közre. *„A mozgalomban a tanulók 14 éves korukig vesznek részt. 14 évesnél idősebb tanuló csoportok, örsök vezetésére vállalkozhatnak. A mozgalom eszközei közös megbeszélések és kirándulások, közös játék, sport, műhelymunka.”* (Forrás: Szávai Nándor tankerületi főigazgató 1946. október 10-én kelt levele. In P. Miklós (szerk.) (2004, 206).

A **nyolcvanas évek** közepétől a különböző forrásokból finanszírozott nyári táborok egyre népszerűbbé váltak. A tábori élet szervezésében az iskolák, az ifjúsági szervezetek mellett egyre több eltérő profilú társadalmi szervezet, intézmény vette ki részét. A táboroknak számtalan formája alakult ki az évek során, amelyek szintén az élmény- és az új ismeretek szerzését, illetve a más kultúrákkal való találkozást tűzték, tűzik ki célul (Heimann 2006, 20). A zánkai úttörőtábor az 1980-as évek második felében a képzőművészet, a sport és a környezetvédelem, valamint a hátrányos helyzetű gyermekek nyaraltatása során vált jelentőssé. A rendszerváltást követően, a tábor Zánkai Gyermek és Ifjúsági Centrum, Oktatási és Üdültetési Közhasznú Társaság néven (1996. szeptember elsejétől) végzi a gyermek- és ifjúsági üdültetést. A centrum célközönsége széles: a gyerekek, a fiatalok, a családok, a szülők, és a nagyszülők; amelyben az egyéni és a csoportos táboroztatás egyaránt megtalálható³². Megemlíthjük még a különböző közművelődési táborokat, az úgynevezett olvasó-, művészeti-, és honismereti táborokat, illetve a különböző sporthoz, természethez stb. kapcsolódó, kötődő táborokat is, amelyek szintén meghatározó szerepet töltenek be.

Elmondható, hogy napjainkra az ifjúsági turizmus megjelenési formái sokszínűvé váltak (vö. iskolai szervezésű utazások, a különböző civil és profitorientált szervezetek táborai, utazási ajánlatai stb.), és az iskolarendszerű oktatásban tanuló ifjúsági korosztály a turizmus egyik **fogyasztójává** vált. Éles (2007, 109) el is különíti a két jelenséget (a turizmust és az ifjúsági turizmust), szerinte „*az idegenforgalom olyan nemzetgazdasági ágazat, amely a szálloda- és vendéglátóipart, a személyszállító vállalatokat és az utazási irodákat foglalja magában; a diák- vagy ifjúsági turizmust már nem*” (vö. Lengyel 2001, 46).

Nem hagyhatjuk figyelmen kívül az **Európai Unióhoz** való **csatlakozásunkat** sem, amely még egyszerübbé tette az egyének szabad mozgását. Itt megemlíthjük a Nemzetközi Diákutaztatási Szövetség (International Student Travel Confederation, ISTC) és az Idegenforgalmi és Szabadidős Oktatási Egyesület által készített összefoglaló jelentést (Richard és Wilson 2005) is, amelyben az egyéni diákutazások piacát elemzik. A tanulmány során azonban nemcsak a szabadidőben történő nyaralásokat, üdüléseket vették figyelembe, hanem azokat az utazásokat is, ahol a diákok különböző oktatási programokon keresztül (például Socrates, Leonardo, Erasmus) vettek részt utazáson. A kutatás azt vette alapul, hogy a mobilitások során, a külföldi szakmai tanulmányok végzése közben is

³² Forrás: a honlap, a Közhasznú Társaság által kínált programválasztékról, és táborozási lehetőségekről bővebben a 1. sz. mellékletben.

megjelenik az informális tanulás, miközben a tanulók, illetve a hallgatók egy másik ország kultúráját és társadalmát megismerik, és mindemellett az adott országban a nyelvi ismereteik és készségeik is fejlődnek (Richard és Wilson 2005, 46).

Az ifjúsági turizmus előzményei után **nemzetközi és hazai vizsgálatok, kutatások** elemezésével folytatjuk munkánkat. A nemzetközi háttér bemutatása alapjául német és lengyel statisztikákat, tanulmányokat választottunk. A német választásunkat Gábor és Molnár (2006, 340-343) vizsgálatából kiindulva azzal indokoljuk, hogy „*a magyar ifjúsági kultúra megszorításokkal ugyan, de mintegy 15 év késéssel került a nyugat-német ifjúsági kultúrával összevethető fejlődési szakaszba, (...) és mind a magyar, mind a nyugatnémet, fiatalok körében 17 éves korban megjelenik az utazási lehetőségek kihasználása*”. A lengyel példára pedig azért esett a választásunk, mert Magyarországhoz hasonlóan a poszt szocialista országok közé tartozik, és részletes adatokkal rendelkeznek az ifjúság (15-19 éves korosztályra vonatkozóan) nyaralási szokásairól.

Németországban 1972-ben volt az első reprezentatív ifjúsági turizmus kutatás (Studienkreis für Touristik által), amelynek a megismétlésére egy longitudinális vizsgálat keretében tizenöt évvel később ismét sor került (Gayler 1993, 379). A fiatalokat a motivációjuk, az úti céljuk megválasztása, a fogyasztásuk, a nyaralásuk hossza, a szervezés és a közlekedés módja, illetve az igénybe vett szállás fajtája alapján vizsgálták. A felmérés a kelet- és nyugat-német fiatalokat külön is elemezte, és a 14. sz. táblázatból megállapítható, hogy a történeti előzményekkel összefüggésben a kelet-német fiataloknál az élményekre való nyitottság, a szabadság és a változatosság igénye erőteljesebben jelentkezett.

A német fiatalok nyaralás alatti legfontosabb motivációi

14. sz. táblázat

Nyaralás alatti legfontosabb motivációk:	kelet-német fiatalok	nyugat-német fiatalok
új élményeket szerezni	83%	58 %
azt tenni, amit akarok	73 %	54 %
időt szakítani egymásra	37 %	29 %
változatosság	87 %	77 %
szórakozás	84 %	79 %
lebarnulni	37 %	41 %
pihenés	30 %	49 %
új embereket megismerni	68 %	61 %
új felfedezéseket tenni	35 %	23 %

Forrás: Gayler (1993, 379)

2003-ban a Kieli Egyetem az Észak-európai Turizmuskutató Intézettel (Zahl et al. 2003) együttműködésben a német fiataloknak a nyaralását életkor szerint vizsgálta, és a vizsgálat során a gyermekek (13 éves korig), a fiatalok (14-17 éves korig) és az ifjú felnőttek (18-26 éves korig) nyaralási szokásait elkülönítették. A vizsgálatban kitértek az utazások gyakoriságán, idején, szervezési módján, illetve a szállás és a közlekedési eszköz megválasztásán túl arra, hogy felnőtt kísérettel, vagy anélkül történt-e az utazás. Megállapították, hogy életkoruk ellenére a német fiatalok viszonylag nagy utazási múlttal rendelkeznek. Elmondható, hogy a németek szívesen utaznak, és a német fiatalok viszonylag korán kezdenek el önállóan utazni, azaz a családi mintának meghatározó szerepe van. 2002-ben az összes német utazásnak (63,1 millió) közel 6 százalékát (3,6 millió) a 14-17 év közötti fiatalok tették ki, akik a **barátaikkal történő** csoportos utazást részesítették előnyben (Zahl et al. 2003, 17-27). (15. sz. táblázat)

A német fiatalok és ifjú felnőttek nyaralása számokban

15. sz. táblázat

Népesség szerinti megoszlás	A 14 év feletti teljes népesség (100%)	14-17 évesek (4, 9%)	18-27 év közöttiek (12, 3%)
Nyaraló	48, 4%	2, 7%	6, 1%
Nyaralások száma (legalább 5 nap) millióban megadva	63, 1	3, 6	7, 7
Nyaralások gyakorisága 1 főre jutó utazások száma	1, 3	1, 33	1, 27

Forrás: Zahl (et al.) (2003, 11)

A fiatalok a **kiscsoportban** történő utazást preferálták, mert közel egyharmaduk négyfős, másik egyharmaduk ötfős csoportokban vett részt a nyaraláson. A megkérdezettek több mint a fele (56,3%) az autóbust választotta közlekedési eszközként, és 14,5 százalékuk a repülőt. A szállás megválasztását a fiatalnak és a családjának a jövedelmi helyzete befolyásolta, azonban többségük megelégedett egyszerűbb, olcsóbb szállás lehetőségekkel, mint az ifjúsági szállók, kollégiumok. Az átlagos tartózkodási idő 10,5 nap volt (teljes népességet tekintve 13,5 nap). A nyári hónapok (július és augusztus), illetve az október volt a legkedveltebb nyaralási időpont.

A német Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) 2001-es adatai alapján (Danielson et al. 2003, 7-12) megállapítható, hogy az **élményekre való nyitottság**, a szórakozás iránti vágy, az ismerkedés, és a bulizás a leginkább jellemző tevékenységek a fiataloknál. A leggyakrabban említett motivációk között a vízpart melletti nyaralás (44%), a kikapcsolódás (29%), a szórakozós-partizós üdülés (28%) és az élménygyűjtés (28%) szerepelt. A 17 és a 18 év közötti fiataloknál a tengerparttal rendelkező Spanyolország a legkedveltebb külföldi úti cél, az országon belül pedig a rövidebb, kisebb nyaralások, és a barátok, rokonok felkeresése a jellemző. Továbbá az eseményturizmus is jelentős mint például Love Parade³³, illetve a különböző koncertek látogatása.

Braun és kutatócsoportja (1993, 80-99) vizsgálatuk során a 14 és 21 év közötti (átlagéletkor 16,5 év) fiatalokat újszerű megközelítésből vizsgálta. A fiatalok **turista magatartását** elemezték, azaz a nyaralás helyszínén való tájékozódásukat, a kapcsolatteremtő készségüket, a nyitottságukat, a helyzetnek megfelelő viselkedésüket, az önismeretüket, illetve az elégedettségüket. Érdekes összevetni a felsoroltakat az „Utazás és Turizmus” tantárgy **kompetencia** listájával, amely szintén hasonló készségeket, jártasságokat emel ki. A fiatalok egyik legfontosabb motivációja az volt, hogy új emberekkel ismerkedjenek meg, és élményeket gyűjtsenek. Fontosak voltak a közösségi élmények és a „szabadság érzete”. A szerelem, a flört és a szexualitás is fontos szerepet kapott (vö. Juhász 2001). A megkérdezés során különböző szituációs helyzetekben is vizsgálták a fiatalokat, azaz hogyan viselkednek egyes helyzetekben. Például vizsgálták az üdülés alatti esti készülődést (sminkelés, frizura) a szórakozóhelyre, diszkóba menéskor és a másokkal való megismerkedésük közötti összefüggéseket egy kilencfokozatú skála segítségével. Megállapították például, hogy a megfelelő ruha, a frizura, és a parfüm fontos kellékei az esti szórakozásnak, és ez még erőteljesebben érvényesül, ha az ismerkedési szándékkal párosul. (16. sz. táblázat)

³³ Berlinben megrendezésre kerülő zenés felvonulás.

**Diszkóba, szórakozóhelyre való készülődés és ismerkedés közötti kapcsolat,
átlagértékek**

(1 = legkevésbé fontos, 9 = nagyon fontos)

16. sz. táblázat

	Ismerkedési szándék nélkül	Ismerkedési szándékkal
frizura	6,19	7,63
parfüm	5,14	6,25
ruhakiválasztás	7,04	8,12
sminkelés	6,68	7,96

Forrás: Braun (1993, 96)

A vizsgálat során azt is elemezték, hogy mennyire fontos a fiatalok számára az, hogy jó **benyomást** hagyjanak magukról, azaz a fiataloknál is kimutatható-e a presztízsfogyasztás. A fiataloknál a nyaralással kapcsolatos elégedettség annál nagyobb volt, minél inkább sikerült másokban jó benyomást kelteni, és ez még fontosabbnak bizonyult, ha ez már az utazás megkezdése előtt is fontos tényező volt. Braunék szerint a barátok azért töltenek be fontos szerepet a nyaralás során, mert hasonló értékrenddel rendelkeznek, és azokat a dolgokat ajánlják, amelyek saját maguknál is tetszést váltott ki (vö. Miles 2003). Felmerül a kérdés, hogy ilyenkor a barátok konstruktív, vagy a destruktív szerepe érvényesül-e jobban.

A **lengyel** vizsgálat (Hirling 2006) két korcsoportra terjed ki, a gyermekekre (14 éves korig) és az ifjú korosztályra (15-19 évesek). Az ifjú korosztály utazási szokásairól megállapítható, hogy a legaktívabbak a gimnáziumi tanulók voltak, közülük 85,7 százalék volt vakációzni. Ritkábban utaztak a szakmunkásképző-, illetve a technikumok tanulói. Erre a korosztályra jellemző egyébként a legnagyobb részvétel a turizmusban. 1998 óta jelentősen csökkent a szervezett belföldi utazások száma a fiatalok körében (38 százalékról 21 százalékra), és megnőtt – feltételezhetően az internet használatának köszönhetően – a **saját maguk által szervezett utazások** száma. Ez a tendencia megfigyelhető a felnőtt lakosságnál is. A belföldi rövid utazások motivációja pedig leginkább a rokonlátogatás volt (Hirling 2006).

A lengyel ifjúsági turizmus jellemzői

17. sz. táblázat

Ifjúság belföldi utazásainak szervezői	* önállóan: 81,1% * vállalat, iskola által: 21,2% * utazási irodán keresztül: 7,6%
Ifjúság külföldi utazásainak szervezői	* utazási iroda: 53,2% * teljesen önállóan: 40,3% * részben utazási iroda, részben önállóan: 10,8%
Az ifjúság belföldi utazásai szállások típusai szerint	* rokonoknál, ismerősöknél: 55,3% * üdülő: 14,8% * privát szállás: 9,8% * sátor, lakókocsi: 9,3% * panzió: 8,1% * kemping: 7,2%
Az ifjúság időtöltésének módjai	* passzív pihenés, rövid séták: 57,2% * társasági élet, szórakozás: 43,4% * rádióhallgatás, TV nézés: 25,9% * torna, fitness, úszás, sportjátékok: 23,5% * kávéház, étterem: 18,4% * múzeum, műemlék látogatás: 17,1% * nemzeti parkok látogatása: 16,6%
Az ifjúság külföldi utazásai – kísérő személyek, úti társak	* iskolatársak, barátok: 45,9% * szülők: 24,6 % * más családtagok: 20,7 % * egyedül: 15,1 %

Forrás: Hirling (2006, 12)³⁴

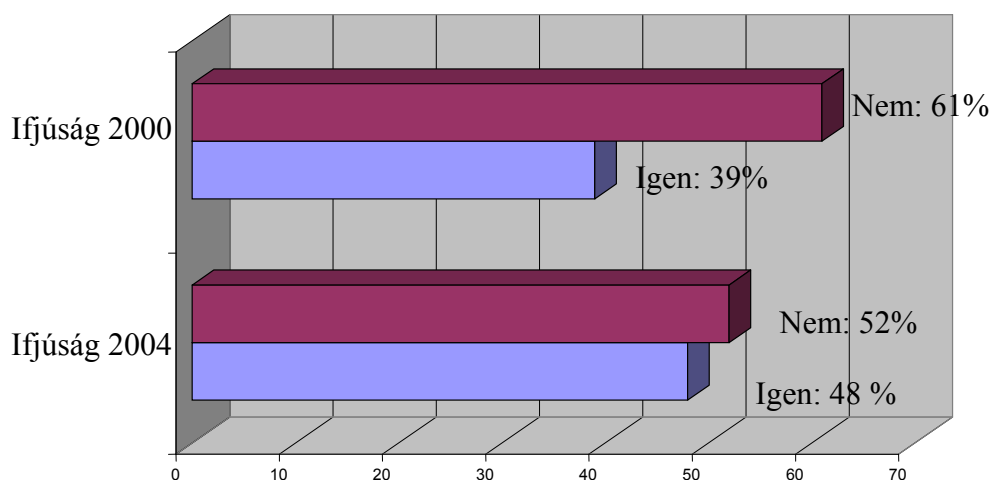
Magyarországon a fiatalok nyaralási szokásainak a vizsgálata társadalomtudományi megközelítésből önálló kutatási területként nem jellemző, sokkal inkább az ifjúságot érintő vizsgálatokban fordul elő. Az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005, 47-48) kutatás szerint a fiataloknak megközelítőleg a fele (48 százalék) vett részt a turizmusban 2003-ban, amely magasabb részvételi arányt mutat a 2000-es vizsgálathoz képest, és a diákok közül a szakmunkásképzőbe járóknál volt a legalacsonyabb a részvételi arány (60 százalékuk nem volt nyaralni), míg kedvezőbb anyagi körülményeiknek köszönhetően az egyetemistáknak, a főiskolásoknak és a gimnazistáknak (sorrendben) 74, 68 és 67 százaléka volt nyaralni. A külföldi utazást az utazók kevesebb, mint fele engedhette meg magának. A fővárosban és a megyeszékhelyeken lakók valószínűleg kedvezőbb anyagi helyzetük miatt voltak gyakrabban nyaralni (vö. Blaskó 1999). Megfigyelhetők regionális különbségek is: a gazdaságilag fejlettebb régiókban lakó fiataloknál inkább jellemző a nyaralás. Érdemes megemlíteni, hogy az önálló keresettel

³⁴ Az értékek azért nem adják ki a 100 százalékot, mert több válasz volt lehetséges.

rendelkezők már kisebb arányban járnak nyaralni, mint azok a társaik, akik még a szüleikkel élnek, és az is megállapítható, hogy leginkább a fiatal, felsőfokú végzettséggel rendelkezők utaznak, illetve a még tanuló és hallgató fővárosiak (Bauer és Szabó 2005, 47). (5. sz. ábra)

A 2003-as évben nyaralók százalékos megoszlása

5. sz. ábra



Forrás: Bauer és Szabó (2005, 47)

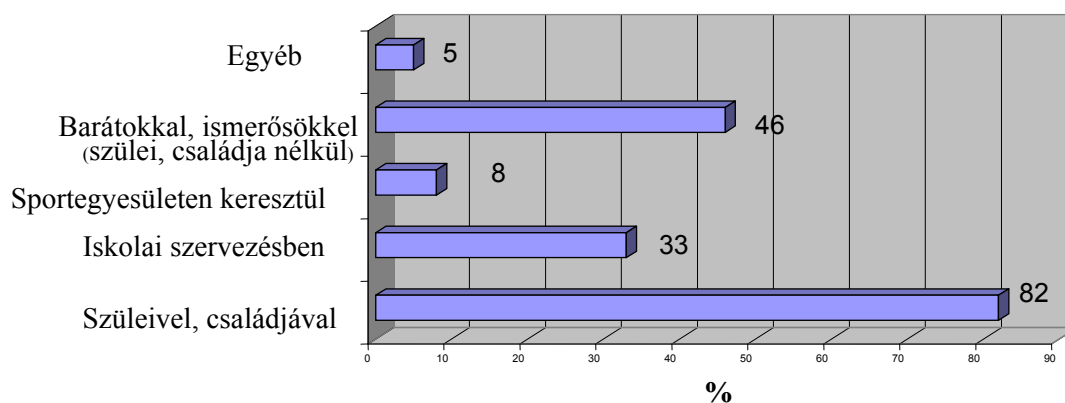
A témával való foglalkozás fontosságát mutatja, hogy a magyarországi ifjúsági turizmus helyzetéről az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága és a Magyar Turizmus Zrt. közös kutatást végzett (Mester 2008, 2-13). A kutatás során az ifjúsági turizmust mind a beutazó, mind a kiutazó fiatalok oldaláról megvizsgálták, azonban a kutatás elsősorban a keresleti és a kínálati oldal kapcsolatára helyezi a hangsúlyt. A kutatásba egyrészt a 18–30 év közötti korosztályt, másrészt a középiskolás korosztály felsőbb éveseit (a közvetlenül felvételi előtt állókat) vonták be, azzal az indoklással, hogy nemzetközi és korábbi hazai felmérések szerint a 16 éven felüliek már családjuk nélkül is utaznak, illetve iskolájuk szervezésén kívül is útra kelnek. Külön vizsgálták a fiatalok családi, iskolai és önálló utazását, hogy minél szélesebb képet nyújtsanak a korosztály utazási jellemzőiről. A belföldi utazások célterülete a Balaton (vízpart), a főváros (fesztiválok) és az Észak-magyarországi régió volt. Az utazás megszervezéséhez a fiatalok a felnőtt lakossághoz képest magasabb arányban gyűjtöttek információt, és az internet használata is jellemzőbb volt. A nyaralás alatt végzett tevékenységeknél magasabb arányban pihentek, strandoltak, szórakoztak, azonban a

rokonlátogatások és az ismerősök felkeresése, illetve a kulturális programon való részvétel is jellemző volt. A kutatás szintén megerősíti, hogy az iskolai végzettség és a turizmusban való részvétel között szignifikáns összefüggés található (vö. Bourdieu 1978).

A fővárosi fiatalokról szintén készült egy részletesebb felmérés (Mimikri 2007, 90-97). A 2003-as kutatás szerint a megkérdezett fiataloknak (14-18 év közöttiek) a négyötöde volt nyaralni, üdülni az előző egy év során. A legjellemzőbb nyaralási célpont a fiatalok körében belföldön volt, és sokan nyaraltak a család saját nyaralójában, illetve a rokonoknál. A leggyakrabban a szülőkkel, a családdal nyaraltak a fiatalok. Emellett majdnem 50 százalékuk (szülő, család nélkül) a barátaival, és az ismerőseivel is részt vett nyaraláson, illetve egyharmaduk iskolai szervezésű utazáson is volt.

A budapesti fiatalok nyaralásának megszervezése

6. sz. ábra

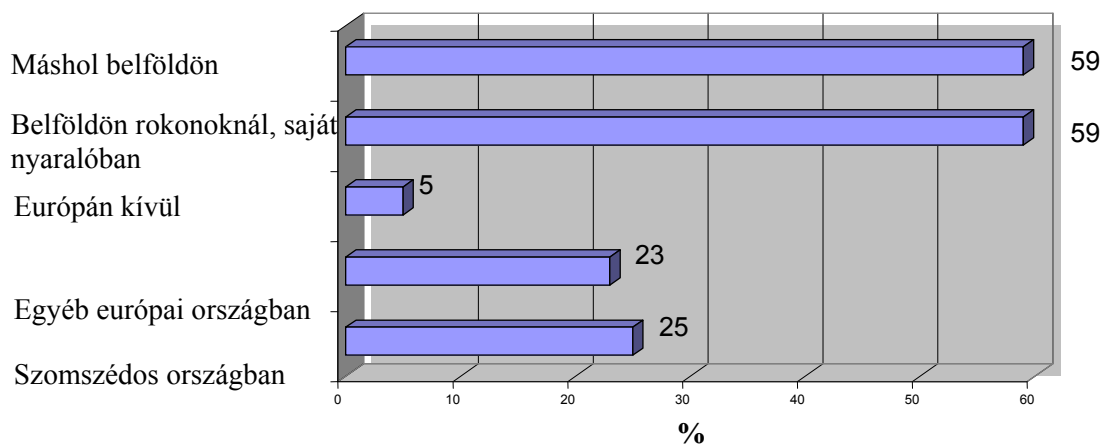


Forrás: Mimikri (2007, 90-97)

A Közvéleménykutató (Mimikri 2007) adataiból az is kiderül, hogy a budapesti fiatalok egynegyede szomszédos országban (is) nyaralt az előző egy év során, és egynegyedük pedig egyéb európai országokban (is) járt. (7. sz. ábra)

A budapesti fiatalok üdülése

7. sz. ábra



Forrás: Mimikri (2007, 90-97)

A különböző **fesztiválokon és rendezvényeken** való részvétel szintén jelentős szerepet tölt be az ifjú korosztály életében. A fesztiválok egyik fő sajátosságaként kiemelhetjük, hogy kontrasztélményeket nyújtanak, és az általuk nyújtott találkozási alkalmak a kultúra iránti fogékonyságra és nyitottságra is ösztönzőleg hathatnak. A fesztiválok identitásnövelő, toleranciaerősítő, ízlésformáló stb. hatással is rendelkezhetnek, vagyis a szociális kompetenciák fejlődésére hatással lehetnek (Hunyadi – Inkei – Szabó 2006, 17-21).

Gábor Kálmán és kutatócsoportja (Gábor és Szemerszki 2007) is kitért arra a Sziget Fesztivál vizsgálatakor, hogy a fesztiválok „*remek keretét adják mind a közösségi együttlétnek, mind a művészeti élményekhez való hozzáférésnek*” (Hunyadi 2005, 4). A kutatásnál az egyes fesztiválokat a „magasabb-” és a „tömegkultúra” szerint is csoportosították (vö. Gans 2003), és megállapították, hogy a Sziget Fesztivál, illetve a Művészetek Völgye elsősorban a magasabban iskolázott fiatalok számára jelent kulturális élményt, míg az „*alacsonyabban iskolázott, az autentikus kultúra iránt kevésbé fogékony*” ifjúsági csoportok inkább az ingyenes, és elsősorban a tömegkultúrát megjelenítő „nagyrendezvényeket” (például Budapest Parádé, Sport Sziget) látogatják (vö. Bourdieu 1978, Gans 2003, Richards 2003).

A Sziget fesztivál vizsgálata során a Sziget-látogatók családi-, iskolai háttérének, és a fogyasztói-, kommunikációs-, illetve a kulturális státuszának az elemzésére is sor került. Megállapították, hogy „*1999 óta a Szigeten megforduló fiatalok iskolázottságban, nyelvtudásban, számítógép és internet használatban felülmúlják saját korosztályuk átlagát.*”

Az életkori megoszlás alapján 2005-ben a 17 éven aluliak a látogatók 11%-át, a 18-19 év közöttiek pedig 16, 2 százalékát tették ki az oda érkezőknek” (Gábor és Szemerszki 2007, 2).

A **kulturális szabadidős tevékenységekről** az ország felnőtt lakossága és a 14-25 év közötti fiatalok körében is felmérés készült (Szonda Ipsos 2000). A vizsgálat során a megkérdezettek a belföldi úti célok kiválasztásánál a kulturális szabadidős tevékenységekkel kapcsolatos véleményüket ismertették. A legnagyobb érdeklődést kiváltó vonzerők a felnőtt lakosság és a fiatalok körében is a világörökség helyszínek, illetve a természeti értékek voltak. Mindkét csoportnál a legkisebb érdeklődés a komolyzenei hangversenyek, operák, balettek iránt mutatkozott. A felnőtt lakosság és a fiatalok véleménye megegyezett abban, hogy a kulturális programok mellett a származtatott vonzerők (szállás, étkezés, közlekedés stb.) egyaránt fontosak. Az előkészületeket tekintve az információs források közül az internet használata a fiatalok körében magasabb volt (vö. Galáncz 2006), mint a teljes lakoságnál, és feltételezhető, hogy a fiatalok nagyobb mértékben tájékozódnak a médián keresztül, szemben a felnőttekkel, akik elsősorban a saját és az ismerőseik korábbi utazási tapasztalataira építenek (Szonda Ipsos 2000, 38-42).

Összességében megállapíthatjuk, hogy az ifjú korosztály turizmusával összefüggésben készülnek kutatások, felmérések – bár számuk még mindig elenyésző – azonban ezek a vizsgálatok elsősorban a kereslet bemutatására, és a kereslet-kínálat kapcsolatára vonatkoznak, a magyarázó változókat többnyire figyelmen kívül hagyják.

4. Tanulási lehetőségek a turizmus kontextusában

A fejezetben kiemelt szerepet szánunk a szocializációs közegeknek, illetve a turistaélmények és a tanulási lehetőségek összefüggéseinek az elemzésére a kulturális- és a társadalmi tőke kontextusában. Napjaink turizmusának egyik kulcsfontosságú tényezője az élményszerzésre való törekvés (vö. Horváth 1999, Michalkó 2001, Puczkó és Rátz 2002a), és az ifjú korosztály életkori sajátosságából fakadóan különösen nyitott az élményekre, ingerekre (vö. Schulze 2003, Scitovsky 1990).

4.1. Tanulás a turizmus során

Mielőtt a turizmus során megvalósuló tanulást vizsgáljuk, különbséget tehetünk a tanulás **formalizáltsága** szerint a formális, a nem formális és az informális tanulás között. Az egyes fogalmak elkülönítéséhez Komenczi Bertalan (2001) és Tót Éva (2002) tanulmányát, illetve a felnőttképzésről szóló törvényt (2001. évi CI. Törvény) használtuk fel. A munkák alapján röviden elmondható, hogy a **formális** tanulás az oktatási rendszer keretein *belül* történik, az erre a célra létrehozott intézményekben. Rendszerint a tudás megszerzését igazoló hivatalos elismeréssel (diploma, bizonyítvány) zárul, azaz intézményes keretek között végzettséget ad. A **nem formális** tanulás az iskolarendszeren *kívüli* oktatást-képzést foglalja magában, amely képzettséget nyújthat, és általában nem zárul végzettséggel. Ide tartoznak például a munkaerő-piaci tréningek, szakmai továbbképzések, civil szervezetek, művészeti és sportegyesületek szervezésében történő képzések, tanfolyamok stb., és ide sorolhatjuk a különböző művelődési alkalmakat is a kulturális intézményrendszer kínálatán keresztül, amennyiben azok célja ismeretek bővítése, és a képességek, illetve a személyiség fejlesztése. Mindemellett a szervezettség és az irányítottság a formális és a nem formális tanulásra is jellemző. A felnőttképzési törvény 29. paragrafusának a 14. bekezdésében a nem formális tanulás alatt a következőket értik: „*Nem formális tanulásnak minősül a munkahely, a társadalmi és egyéb szervezetek által szervezett olyan rendszerezett oktatás-tanulás, amely oktatási, képzési intézményeken kívül az egyén igényei és kezdeményezése alapján valósul meg, és amely közvetlenül nem kapcsolódik képesítés megszerzését tanúsító okirat megszerzéséhez*”, ahol szintén kiemelik a szervezettséget és a rendszerezettséget. Az **informális** tanulás pedig az egész életünk során jelen van, amikor az egyén különféle benyomásokat, értékeket és tudást sajátít el a

mindennapi tevékenységei során, ebből következően a turizmusban való részvételkor is. Felmerülhet a kérdés, hogy az ilyen módon történő tanulás mennyire tudatos tevékenység eredménye (vö. Komenczi 2001). Többek között Benedek András (2007, 5) is kiemeli, hogy az informális módon történő tanulás bárhol megvalósulhat, és hangsúlyozza a család és a kortárs csoportok, valamint az info-kommunikációs eszközök szerepét, illetve, hogy jellegéből adódóan rugalmasságot feltételez. Így akár az ügyeink intézésekor, beszélgetéseinkkor, interperszonális kapcsolataink stb. közben is tanulunk, vagyis megítélésünk szerint turistaként is.

Sokszor azonban a nem formális és az informális terület közötti **határvonal** meghúzása sem egyszerű, hiszen néhány szerző ugyanannak a jelenségnek értelmezi, vagy pedig csak az egyik létezését ismeri el (Rubovszky 2002, 157). Témánk szemszögéből, a **turizmus és a tanulás aspektusából** elmondható, – amennyiben elfogadjuk, hogy például a kulturális turizmus, a kulturális események, kulturális intézmények kínálta művelődési lehetőségek a nem formális tanuláshoz is tartozhatnak, vagy ha a szervezett idegenvezetést is ide soroljuk, hiszen az irányítottság és a szervezettség esetükben is érvényes lehet, míg az informális tanulásra az jellemző, hogy nem rendszerszerű, és nem feltétlenül strukturált (Tót 2002, 178-193) –, hogy vizsgálódásunk során a nem formális és az informális módon történő tanulási lehetőséggel is találkozhatunk. Az egyes területek közötti átjárhatóságot és nehezen definiálhatóságot mutatja, hogy más szerzők (Csernyák – Janák – Zaláné 2004) viszont az informális módon történő tanuláshoz vizsgálják a kulturális intézmények látogatását.

Értekezésünknek nem központi témája ezen területek elkülönítése, azaz mind a nem formális, mind az informális módon történő tanulást relevánsnak tartjuk, illetve a tanulást *szűkebb* és *tágabb* értelemben is vizsgáljuk. Az általunk **tágnak** nevezett tanulást úgy értelmezzük mint a személyiségfejlődésnek fontos eszközét, amelyen egyrészt a személyiség gazdagodását értjük, másrészt pedig a turizmusban való részvételt a különböző személyi és szociális kompetenciák bővítésének és fejlesztésének egyik lehetséges terepeként vizsgáljuk, figyelembe véve az előzetesen megszerzett tapasztalatokat és tudást. A tanuláshoz ez a formája nem szükségszerűen tudatos, illetve szándékos (vö. Komenczi 2001) tanulást jelent. Amennyiben a turizmus során megvalósuló tanulást **szűken** értelmezzük, akkor figyelembe kell vennünk azt a korlátot, hogy a mérése nem egyszerű, hiszen nem véletlenül a szabadidőben történő tanulás vizsgálatakor a hazai és a nemzetközi publikációk is többnyire „*a tanulás módjára és az igénybe vett eszközökre összpontosítanak, és kevésbé vagy egyáltalán nem az azok használata révén megszerzett*

tudás tartalmára, jellegére, alkalmazására” (Pordány 2006, 29). A KSH 2003. évi statisztikai kérdőívében (Csernyák – Janák – Zaláné 2004, 50-52) többek között azon keresztül mérték a tanulást, hogy az egyén milyen önálló tanulással bővítette tudását az elmúlt 12 hónapban, azaz könyveket, szakfolyóiratokat, egyéb nyomtatott dokumentumokat tanulmányozott-e, a számítógépet és az internetet használta-e; könyvtárat, egyéb kölcsönző intézményt felkeresett-e, illetve kulturális intézményeket (múzeumot, bemutatótermet) látogatott-e? Válaszlehetőségként mindössze az igen és a nem szerepelt. Forray és Juhász (2008a) az autonóm tanulásra vonatkozó kérdőíves vizsgálatukban a tanulást szintén különböző tevékenységeken keresztül vizsgálták, ahol többek között a szabadidős és a kulturális tevékenységeknél is rákérdeztek arra, hogy tanult-e azokon keresztül az egyén egyedül, vagy a többi családtagjával együtt valamit – az egyén megítélése alapján. A vizsgálat konkrétan a tanulás kifejezést használta, és vizsgálatuk a tudatos tevékenységekre irányult. Az említett kutatásokat (Csernyák – Janák – Zaláné 2004, Forray és Juhász 2008a) kiindulópontként használtuk, így munkánkban a tanulást szűken értelmezve – a turizmus aspektusából – az **utazás megszervezéséhez** szükséges információgyűjtésen, utánajáráson, az azzal való foglalkozáson, illetve az utazás alatt végzett tevékenységeken keresztül vizsgáljuk. A **tevékenységek** vizsgálatakor kiemelt szerepet szánunk a kulturális tevékenységeknek (múzeumok, műemlékek látogatása stb.) (vö. Durkó 1999). Mind a szándékos (vö. Forray és Juhász 2008a), mind a nem szükségszerűen tudatos (vö. Komenczi 2001) tanulást relevánsnak tartjuk.

Amennyiben a tanulásról Durkó (1999) **permanens művelődés** rendszerében gondolkodunk, a spontán, véletlenszerűen végbemenő formálódástól a tudatos önnevelés megvalósulásáig köztes szintként a **regeneratív-szórakozva művelődés** különíthető el, amelybe beletartozik a rekreáció (pihenés, testedzés stb.), a szórakozás (társas együttlét, játékon keresztül stb.), a szórakozva-művelődés (művészeti produkció és reprodukció, technikai öntevékenység, gyűjtés stb.) és az informálódás (főként sajtón, rádión, televízión teljesül) is (Durkó 1999, 25). A regeneratív-szórakozva művelődés **sajátossága**, hogy az egyén a végzett tevékenységet még nem céltudatosan, az önfejlesztés érdekében végzi, azonban a szellemi tevékenységhez járulékosan fontos személyiséget építő hatások kapcsolódhatnak, ezért nemcsak a szórakozás, hanem a személyiség gazdagodása is megjelenik. Megítélésünk szerint a **turizmus** a regeneratív-szórakozva művelődés **egyik formájának** tekinthető, vagyis az ezzel való élés közben is jelentősen változik az ember, gazdagodik, fejlődik, akár észrevétlenül is (Durkó 1999) (vö. Komenczi 2001). Éppen

ezért a regeneratív-szórakozva művelődés, többek között a kulturális tevékenységek hatásával az ifjú korosztály vizsgálatánál mindenképpen érdemes foglalkozni.

Az önnevelés pedig az emberi tanulás egyik speciális esete Durkó szerint, mégpedig a tevékenységek végzése közben megvalósuló fejlődést nevezi annak. A fejlődést három lényegi tényező határozza meg: az öröklöttség, a szerzett tudás és a külső kihívásokra történő válaszképesség, amely az önnevelésre való szándékot különösen befolyásolja (Durkó 2002, 84), és ez egyben az élethosszig tartó tanulás minőségének egyik kritériuma is. Az iskolarendszerű oktatás is szerepet kap ebben, azáltal, hogy képes-e eredményesen felkészíteni a tanulókat a tanulás elsajátításának képességére, azaz az egész életen át tartó formális, nem formális, informális tanulásra (vö. Harangi 2004). Maga a fejlődés függ az élettapasztalattól és az előzetes tudástól is, mert a tapasztalat és előzetes tudás egyfajta szűrő szerepet tölt be, amely bírhat erősítő, módosító, vagy éppen akadályozó funkcióval (Durkó 2002, 86). Az önnevelés forrása pedig nem más mint a motiváltság, a belső motiváció, amelyet Durkó (1984) kutatási eredményei is igazolnak.

A **turizmus** az önnevelés kontextusában úgy is felfogható – kiindulva abból, hogy a turizmus során az ifjú korosztály egy a mindennapitól eltérő tapasztalati helyzetben találja magát – mint egy lehetséges terepe a személyiség további fejlődésének, a tapasztalaton alapuló ismeretszerzésének (vö. Éles 2007).

A különböző tanulással kapcsolatos elméletek különféle tényezőket hangsúlyoznak a tanulás során. Például az asszociációs elmélet a kapcsolatokat tartja fontosnak – elsősorban Herbart nevével jegyzik ezt az elméletet –, Skinner operáns kondicionálási elmélete az egyént érő külső ingerek és a személyiség válaszképessége közötti kapcsolatot emeli ki, azaz az ingerek és a válaszok kapcsolódási folyamatait, a kommunikációelmélet a tanulás kód-természetét hangsúlyozza, amely társadalmilag meghatározott (Csoma 2008, 1-3), Durkónál (2002) pedig a **tanulás** tapasztalás, ismeretszerzés, viselkedésmódok és cselekvések elsajátítási folyamata stb.

Kiemeljük Jarvis munkáját (2003, 10), aki a tanulás folyamatán belül mind a **tapasztalatnak**, mind a **szituációnak** nagy figyelmet szentel, és azzal érvel, hogy *„az emberi tanulás különböző folyamatok együttese, ezért az egyének epizodikus tapasztalatokat alakítanak át kognitív, fizikai és érzelmi outputtá, majd ezeket integrálják saját életükbe. Az ember teljes mivoltában kerül egy szituációba, az egyének teljes tapasztalati háttérüket, életútjukat beviszik ebbe, és ez hatással van arra, hogy miként szemlélik azt. Szemléletüket befolyásolja az is, hogy milyen a társadalomban, a szervezetben stb. elfoglalt helyük, amely lehet hierarchikus, periférikus, vagy mindkettő*

stb.” Jarvis kiemeli az egyéni tapasztalatok fontosságát, amelyek az egyént élete során érik, és állítja, ez a tapasztalat az, aminek megszerzése során az egyén megtanul, vagy nem tanul meg valamit. Polányi szintén (1994) számos érvet sorakoztatott fel amellet, hogy minden emberi tudás személyhez kötött, vagyis a szubjektum akarva-akaratlanul rányomja a maga jegyét mind a tudás tartalmára, mind pedig formájára. Az elméletet és tapasztalatot azáltal különbözteti meg egymástól, hogy melyik tekinthető objektívebbnek.

Jarvis (2003) **tanulásról** szóló elméletét egybevetve a **turisztikai élményszerzés** modelljével (Puczkó és Rátz 2000, 125), megállapíthatjuk, hogy a modell elvében hasonlít Jarvis (2003) tanuláselméletéhez, mert az élményszerzés is magában foglalja a személyes, a társadalmi és a fizikai aspektusokat. A személyes kontextus az egyén előzetes tudását, ismereteit, észlelési képességét, motivációját, korábbi tapasztalatait stb. foglalja magában, a társadalmi kontextus pedig a látogatás társadalmi kapcsolatrendszerére utal. A társadalmi kontextus egyrészt úgy is értelmezhető, hogy az egyének a társadalomban betöltött szerepüket, és azt a környezetet is „magukkal viszik”, amelyben élnek és szocializálódtak/szocializálódnak, másrészt az attrakciókat az egyén általában csoportokban, családdal vagy társasággal keresi fel. A fizikai kontextus pedig attrakció fizikai megjelenését, körülményeit, környezetét foglalja magában, amely az általa sugárzott érzéseken keresztül befolyásolja a látogató élményszerzését (Puczkó és Rátz 2000, 125). Schulze ezt úgy szemlélteti, hogy *„az élmények egy szinguláris belső univerzumban jönnek létre. Bármilyen történet is itt és most, ez az esemény (...) csak a már meglévő szubjektív kontextusba integrálódva válik élménnyé”* (Schulze 1992, 44). Vagyis a turisták egy előzetes képpel érkeznek a meglátogató területre, amelyet a társadalmi környezetük, szocializációjuk, a korábbi élet- és különösen az utazási tapasztalataik alapján alakítottak ki, *„ezért a turista élménye mindig viszonyítás tárgya: a korábban máshol szerzett tapasztalat fényében értékeli a látottakat”* (Mayer 2000, 80).

A tanulás másik megközelítése szerint, a szocializáció során, a **szociális tanulás** megjelenési formái (utánzás, modellkövetés, azonosulás, belsővé tétel) egymásra épülve, együttesen alakítják és formálják személyiségünket. A szocializáció összességében az a folyamat, amelynek folyamán az egyének különböző tudásokra, képességekre tesznek szert, és a szocializáció közegei pedig többek között a család, az iskola, és a különböző kortárs csoportok stb., illetve a média (Cseh-Szombathy 1990, 492-494) (vö. Mead 2006). Nem feledkezhetünk el arról sem, hogy a különböző szocializációs közegek hatása nem független egymástól, például az iskolaválasztás függ a családi háttértől (vö. Kozma 1998), azon belül is a szülők iskolázottságától (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002), a kortárs csoport

pedig ezáltal az iskolától és a családtól is (vö. Lannert 2004). Az egyes közegek egymás hatásait kiegészítik, vagy éppen ellenkezőleg, romboló hatással is lehetnek a másik hatásra, azaz konstruktív és destruktív hatásokkal is számolhatunk. A szocializáció kérdése a **turizmus** során sem hagyható figyelmen kívül, mert az utazáshoz való hozzáállás, viszony, illetve az utazási szokások kialakulása összefüggésben áll azzal a társadalmi környezettel, amelyben az egyén felnő (Michalkó 2001) (vö. Szöllös 2005).

4.2. A turizmus során szerezhető élmény

Elsőként a turistaélményre helyezzük a hangsúlyt, ezt követően pedig turistatipológiákat vizsgálunk meg az új élményekre való nyitottságnak, fogékonyságnak a tükrében. Löfgren és megítélésünk szerint is sokáig a turizmussal foglalkozó, illetve a turizmusról szóló irodalmak nem tettek különbséget a különböző **turistaélmények** között, és a „*nagy turista élményről*” beszéltek, ahol a turistákat szinte „marionett bábúnak” tekintették. *„Az esetek többségében a nyaralókat könnyű prédának és a manipuláció öntudatlan áldozatainak tekintették, akiket charter buszokba terelnek, és nevezetességről nevezetességre szállítanak. Az is előfordult, hogy a kutatás egy meglehetősen egydimenziójú variációját adta a turista életnek, amely „a turistalátás” megalkotására koncentrált. A turisták csupa szemmé váltak, test – és olykor agy – nélküli lényekké”* (Löfgren 2004, 218). A turistalét ezen felfogását azonban Schulze is cáfolja, mert a turizmus során nyert élményeknek hatásuk, jelentőségük van magunkra nézve, hiszen *„az élményorientáció a boldogság keresésének legközvetlenebb formája”* (Schulze 1992, 14).

Azonban az élmény nemcsak megtörténik velünk, hanem mi magunk hozzuk azt létre. Azt hiába reméljük, hogy „csak úgy” szép élményekhez juthatunk, hiszen az élményszerzés egy aktív folyamat, és utólagosan történik meg az értékelése (Wessely 1996, 27) (vö. Kolb 1984). Csíkszentmihályi (2001, 22-23) a **tökéletes élményt** a „flow” elméletében jeleníti meg, amely attól lesz tökéletes, hogy magában hordozza a jutalmat is. Az idő is másképp telik, mint ahogy szokott, mert az időről meg is feledkezik a tevékenység végzése közben az ember, és az élményszerzés során a változatosságnak és az újszerűségnek a szerepe is hangsúlyozható. A szabadidős tevékenységek közül pedig kiemelhető a nyaralás, mert a vakáció igazi stimuláció forrás függetlenül attól, hogy mivel töltjük: városnézéssel, aktív sporttal, természetjárással, valami szokatlan szórakozással, vagy egyszerűen azzal, hogy a megszokott napi rutintól megszabadulva valami mást csinálunk (Scitovsky 1990, 159). A középiskola befejezése körüli **életkor** pedig olyan

időszak sokaknál, amikor nagyon vágnak az izgalmakra, az élményekre, és a kihívásokra (Scitovsky 1990, 37). A Schulze-i „szórakozó miliőhöz” szintén a fiatalabb korosztályok tartoznak, vagyis az életkor itt is meghatározó. Scitovsky mellett az **újdonságnak** a szerepét, és jelentőségét más szerzők is hangsúlyozzák, Kiss megfogalmazásában „*az újdonságra, mint újdonságra van szükségünk, minden egyéb szemponttól függetlenül maga az újdonság csábít*”, és ő a kíváncsiság ösztönét, az újdonság keresését egyfajta életformának is tekinti (Kiss 2001, 11) (vö. Kolakowski 1998).

Viszont a turisztikai élmény egyben paradoxonnak is tekinthető, mert „*teljesen egyedi módon jelenik meg egyfajta „sűrített valóságadagolás”*”, és minél tovább fejlődik a turizmus, annál kevésbé juthat az egyén valóságos élményekhez (Csillag 2003, 78). „*A poszt-turista a játékok sokszínűségében találja meg örömét, hiszen tudja, hogy nem létezik autentikus turisztikai élmény. Tudja, hogy a látszólag autentikus halászfalu nem létezhetne a turizmusból származó bevételek nélkül, vagy, hogy a színes katalógus csak a pop-kultúra része. Ez is csak egy újabb játék, a posztmodern élmény egy újabb utánzat-felszíne*” (Urry 2007c, 3). Ez a „kreált hitelesség”, ez a nagyfokú színjáték lehetetlenné teszi szinte, hogy hiteles élményekhez jusson a turista. Jóllehet a csupán pihenésre, kikapcsolódásra összpontosító vendégek, akiknek feltételezésünk szerint az igényei, és ezáltal a hitelesség iránti igényei is alacsonyak lehetnek, többnyire a kreált termékeket is hiteles élményként fogyasztják (Cohen 2003b, 110). Hiszen elsősorban az ismeretszerzés motiválta turistákat foglalkoztatja az a gondolat, „*vajon milyen **minőségű** és milyen **hitelességű** képet nyújtanak számukra a meglátogatott turisztikai célhelyeken*” (Fejős 2000, 242). Felmerül a kérdés, hogy főként a tapasztalatlan ifjú utazók képesek-e **különbséget tenni** a kreált hitelesség és a minőség között.

Másrészt a turistáknak az autentikusságra való törekvése valahol szükségszerűen sikertelen is, mivel a helyiek akár el is rejthetik azokat az érdeklődő turisták szeme elől (Cohen 2003b, 108-113). Ugyanis a kemény (hagyományos) turizmus jellemzőinél fellelhető „tolakodás” ellen a helyiek, a „megbámult” emberek úgy védekeznek, hogy létrehoznak a turisták számára egy mesterséges életet, egy megrendezett turista attrakciót, így anélkül élhetik az életüket, hogy ebbe belelátnának a turisták (Cohen 2003b, 109). A „szelíd turizmusra” törekvés nem véletlenül tűzte ki céljául a turistáknak a tapintatra való nevelését (vö. Jungk 1980), amelyben a szocializációs közegeknek (család, iskola, média stb.) meghatározó szerepük van.

A turisták által megszerezhető élmény összességében a hétköznapiól eltérő helyszínen jön létre, és mindenképpen környezetváltozással jár együtt (vö. Lengyel 2001,

Michalkó 2001). Átmeneti jellegű kiszakadást jelent (vö. Bauman 1999), mert a turizmus magában foglalja a visszatérést is. A turisták törekednek a megszerzett élmények konzerválására, megőrzésére (lásd ajándéktárgyak, szuvenírek, képeslapok, fényképek) (vö. Jungk 1980), azonban a megvásárolt jelképek értelmezései és minőségei nagyban függenek az egyén személyiségétől, műveltségétől, intelligenciájától stb. (vö. Bourdieu 1978, Puczkó és Rátz 2002a, Scitovsky 1990) (Urry 2007a, 2-4). Természetesen nem feledkezhetünk meg arról sem, hogy csupán egy előre meghatározott időre válunk turistává, és ez hatással van a megismerésre, és a megszerezhető élmény mélységére is. Bauman (1999, 2-6) turista metaforája jól szemlélteti ezt: *„a különböző tartózkodási helyek táborhelyek és nem otthonok (...). Az ember csak gyenge gyökereket ereszt a földbe – ha egyáltalán – és az ember csak felületes érintkezésbe bocsátkozik a helybeliekkel – ha egyáltalán”*.

A turistaélménynek számos **formája** különböztethető meg a felszínebb szórakozástól, a mélyebb, élményszerű, kísérleti és létezési formákig. Az, hogy egy adott turista éppen melyik formára vágyik, az a központtal való azonosulás mértékétől függ, azaz a társadalomban uralkodó értékektől, a vágyaitól és a céljaitól, vagy az ezektől való idegenkedéseitől (Cohen 2003a) (vö. Bey 1996, Hankiss 1998), és hozzátesszük, hogy az életkortól is, hiszen a kikapcsolódásra, szórakozásra való nyitottság korosztályi sajátosság is, azaz az a fiatalok körében különösen fontos motiváló tényező. Cohen szerint minél erősebb a központ keresése, annál mélyebb a turista által keresett élményforma. *„A kísérleti turisták, többféle választott központtal próbálkoznak, hogy megtalálják azt, amelyik megfelel igényeiknek és hajlamaiknak. A létezési turisták viszont már elfogadtak egy ilyen választott központot, amellyel teljes mértékben azonosulnak. Világot cseréltek, szellemiekben elhagyták saját társadalmukat”* (Cohen 2003a, 23).

A turizmus történetéből kiindulva, a turisták által megszerezhető élmény szoros összefüggésben áll Thomas Cook jelentőségével, akit a turizmuselmélet szakirodalma a szervezett utazások atyjaként emleget (vö. Lengyel 2001, Tasnádi 2002). Cook 1841-ben kirándulást szervezett egy shillinges részvételi díjjal, ahol ő maga vette meg a jegyeket viszonteladási céllal. A szervezett csoportos utaztatást hozta létre, létrehozva ezáltal a későbbi tömegturizmusnak az alapját. Urry is utal arra, hogy a turizmusipar részéről sokan *„ékeesszólóan írják le (Cooknak) a kockázat csökkentésében és a bizalom megteremtésében játszott szerepét”*. Azonban ez a folyamat akarva-akaratlanul magában foglalja *„a hétköznapi tudások egy részének elvesztését is, azaz az utazással kapcsolatban az emberek elvesztették a néha gyalogosan hihetetlenül nagy távolságok megtételét lehetővé tevő helyi*

környezet és útvonalak ismeretét” (Urry 2007b, 3). Meglátásunk szerint egyik tipikus példája ennek az autóbuszos városnézés, ahol a turisták megpróbálják kihasználni az alkalmat a piros lámpáknál néhány fénykép, felvétel készítésére. Ez a fajta városnézés egy ál-autentikus találkozást nyújt a várossal, mialatt megkönnyíti a helyismerettel nem rendelkező turisták dolgát, hogy azok kényelmesen a legfontosabb látnivalókkal megismerkedjenek. Gyömrői (é.n., 189) találóan szemlélteti ezt: *„A kultúremlék számára minden (külföldi) utazás zarándoklásféle volt. (...) Ma ugyanazt az utat házhoz szállítják... Az élmény meghígult, olcsóbbodott. A régi utazásoknak éppen az volt a hatása, hogy az utasnak a legszorosabb személyes kapcsolatba kellett kerülnie a néppel. Ma a megszervezett utazások résztvevőinek még a hordárral, pincérrel, vagy a portással sincs elintéznivalója”*.

Ennek ellenére a turizmus rendszerét – az alanyi és a tárgyi oldalát – megvizsgálva legkevesebb információnk a megszerezhető **turistaélményről** van, hiszen a szakirodalom a turistákat többnyire csupán a motiváció alapján tipizálja (vö. Lengyel 2001, Puczkó és Rátz 2002a, Tasnádi 2002). Azonban néhány szerző arra is vállalkozott (például Plog 1991, Cohen 2003a), hogy a turistákat az alapján **csoportosítsa**, hogy azok mennyire nyitottak az új, a szokatlan tapasztalatokra, vagy mennyire ragaszkodnak a megszokott, ismerős elemekhez. Plog (1991) **tipológiájában** a teljesen új, ismeretlen iránt érdeklődő, kockázatvállaló típust „allocentrikusnak”, az abszolút ismerőst, megszokottat keresőt „pszichocentrikusnak” nevezte el. Ezek a kategóriák a turizmusra úgy alkalmazhatók, hogy az allocentrikusok a teljesen új, mások által még fel nem fedezett területekre utaznak, a pszichocentrikusok pedig a meglepetések nélküli, az otthonra emlékeztető úti célt keresnek. A turisták nagy része pedig olyan desztinációt keres, amely egyszerre nyújtja a biztonságot és az új élményeket (Rátz 1999, 34-35) (vö. Liska és Ritzer 2007).

Egy másik turista-tipológia abból indul ki, hogy minden turisztikai élmény tartalmaz új és ismeretlen, illetve otthonos és ismert elemeket (Cohen 2003a, 18). A csoportosítás a turistákat intézményesített és nem intézményesített típusokra választja szét. Az intézményesített típusba tartoznak a „szervezett tömegturisták” és az „egyéni tömegturisták”, akik elsősorban az otthonos, ismerős elemeket keresik a nyaralás alatt is, és a nem intézményesített típust pedig a „felfedezők” és a „vándorok” alkotják, akik az új dolgokra jóval nyitottabbak (18. sz. táblázat).

Cohen turistakategóriái

Újdonság	18. sz. táblázat				
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;">Vándor Felfedező</td><td style="width: 50%; padding: 5px;">Nem intézményesített turizmus</td></tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Egyéni tömegturista Szervezett tömegturista</td><td style="padding: 5px;">Intézményesített turizmus</td></tr> </table>	Vándor Felfedező	Nem intézményesített turizmus	Egyéni tömegturista Szervezett tömegturista	Intézményesített turizmus
Vándor Felfedező	Nem intézményesített turizmus				
Egyéni tömegturista Szervezett tömegturista	Intézményesített turizmus				
Otthonosság					

Forrás: Cohen (2003a, 18)

Az intézményesített turizmushoz tartozó, „szervezett tömegturisták” szervezett utazásokon vesznek részt, és az utazási irodák által meghirdetett utakra fizetnek be, azaz *„mások viszik őket és mutatják be nekik az előre gondosan megválogatott látnivalókat”* (Hajdú 2000, 191). Viszont akár az utazási irodáktól egyetlen szolgáltatást is igénybe vehetünk, ilyen például a szállásfoglalás vagy a közlekedési eszköz – az ezt igénybevevők lesznek az egyéni tömegturisták. Megítélésünk szerint a szervezett turizmusnál az újszerűség sokszor azért veszik el, mert az utazási iroda „gondoskodása” – úgynevezett csomagutakat állítanak össze, azaz gondosan előre megtervezett utakat bocsátanak rendelkezésünkre – ahhoz az érzethez vezethet, hogy nincs szükségünk további információszerzésre. Természetesen ez nem zárja ki annak a lehetőségét, hogy azon utazók, akiknek igényük van az utánajárára, megtalálják a számukra fontos információkat (vö. Fejős 2000).

A nem intézményesített turizmushoz tartozó „felfedezők” és „vándorok” saját erejükből szervezik meg útjaikat, törekedve az újszerűsége, ismeretlenre. A különbség kettejük között az, hogy a vándor még inkább törekszik az újszerűsége, a helyiekkel való találkozásra és az életmódjuk megismerésére, illetve az egyéni utazásszervezés egyfajta tudást, tapasztalatot, motiváltságot feltételez, egyrészt, hogy a számos információ között megtaláljuk a számunkra fontosat és szükségeset, másrészt, hogy el tudjunk igazodni az információk között úgy, hogy képesek legyünk egy utazást előkészíteni, megszervezni (vö. Gyömrei é.n., Komenczi 2001).

Kiemeljük Zins (1996) munkáját abban a tekintetben, hogy ő újszerű megközelítést alkalmazott a turistatipológiák megalkotásánál, mert a turizmus keresletét leíró klasszikus jellemzőket tekintette a függő változónak, magyarázó változónak pedig a keresett élmény típusát tette. Vagyis munkájának jelentősége abban rejlik, hogy kutatásában nem hagyja figyelmen kívül a turizmus során megszerezhető élmény hatását sem.

Nem véletlen a kérdés, hogy *„képes-e a megnövekedett technikai lehetőségek nyomán fellendülő modern utazásszervezés biztosítani és társítani a lenyűgöző külső látványok bemutatása mellé a belső élményt, a szellem gazdagodását és épülését is?”* (Bitskey 2004, 11). Maga a kérdésfelvetés is ambivalens tartalmú, hiszen a kíváncsúnak tartott szelíd turizmus is a belső élményeknek a fontosságát emeli ki, miközben egyre nagyobb nyomás nehezedik a különböző intézményekre, szolgáltatókra, hogy azok minél teljesebb és tökéletesebb élménykínálatot tudjanak létrehozni (vö. Pine és Gilmore 1998, Puczkó és Rátz 2000).

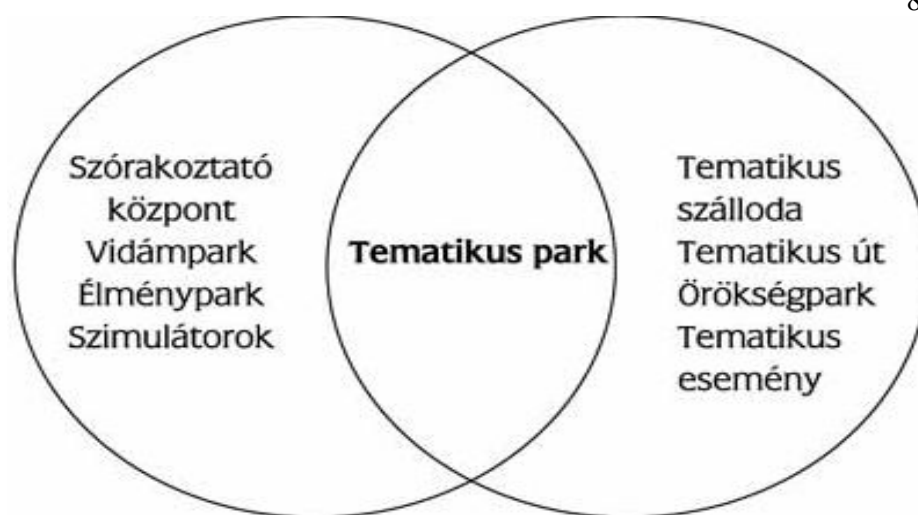
A turisztikai **trendek** is azt sugallják, hogy egyre inkább növekszik a kereslet olyan speciális turisztikai célpontok iránt, amelyek egyéni igényeket is képesek kielégíteni, és egyedi élményeket nyújtanak, azaz a tömeges turizmusra való igény háttérbe szorulni látszik (ETC 2009). *„A puszta pihenésre, semmittevésre, kikapcsolódásra irányuló motiváció fokozatosan veszít jelentőségéből, és egyre inkább növekszik a valódi élményt nyújtó tevékenységek iránti kereslet”* (Michalkó és Rátz 2005, 127). Az is megállapítható, hogy a kínálati oldal is egyre inkább figyelembe veszi az **élményre** orientáltságot. Többek között ezt példázza Puczkó László és Rátz Tamara (2000) *„Az attrakciótól az élményig, A látogatómenedzsment módszerei”* című könyve, amelyben a szerzőpáros arra vállalkozott, hogy létrehozzák az első magyar nyelvű összefoglaló munkát a látogatómenedzsment kérdéseiről, azaz vonzerő szinte mindenből válhat, ha a menedzsment megtalálja hozzá a megfelelő piaci csoportot, és erőteljes élményeket képes létrehozni. Az élményiparnak a központi kérdése már nem is maga az adott tevékenység, hanem az elsajátítás, illetve a közvetítés mikéntje, és ez a „színpad” hasonlattal szemléltethető. Pine és Gilmore (1998, 97-105) szerint metaforikusan a „színpad”, az élményipar olyan katarzisszerű élményeket kínál, amelyek képesek bevonni a nézőt, aki a folyamat közben átalakul: érzései és gondolatai megváltoznak. Azonban ne feledkezzünk el arról, hogy *„megvenni csak az élménykínálatot lehet, de nem az élményt – ez utóbbiról mindenkinek magának kell gondoskodnia”* (Schulze 2003, 200) (vö. Csíkszentmihályi 2001).

A dolgozat korlátainál megfogalmaztuk, hogy nem tekintjük azt feladatunknak, hogy a turizmus kínálati oldalával részletesebben foglalkozzunk, azonban a tematikus parkok, és az **élményparkok** szerepét kiemeljük. Ezek a „parkok” hazánkban új „turisztikai termékeknek” tekinthetők, és kimondottan a szabadidő-eltöltés céljára hozták létre azokat. Két különböző típusuk van. Az egyik csoportba tartoznak a szórakoztató parkok, amelyeket akár mesterségesen is létre lehet hozni, így azok nem függenek az adott terület kulturális és természeti örökségétől. Ezek elsősorban kikapcsolódást, szórakozást

ígérnek. A másik csoportba pedig az örökségparkok, a tematikus események (például egy csata újrarájátszása, vagy egy középkori lakoma felidézése), illetve a tematikus utak tartoznak, amelyeknek közös jellemzőjük, hogy valamilyen kulturális, történelmi, természeti örökség-értéken alapulnak, és egyszerre szolgálják a tanulási lehetőségeket és a szórakozást (Puczkó és Rátz 2000, 56-58). (8. sz. ábra) Jól mutatja a kettősségre való igényt az „**edutainment**” kifejezés is, amelyet a szórakoztatás (entertainment) és az oktatás (education) angol megfelelőiből vontak össze. A nyaralás, elutazás során pedig még inkább érvényesülhet az erre való igény, hiszen egyrészt jelen van a kikapcsolódás utáni vágy, másrészt feltételezhetjük, hogy a kulturális fogyasztóknál a kultúra iránti igény a nyaralás alatt is megmarad. Az ifjú korosztály pedig feltehetően szívesen köti össze a kettőt, hiszen úgy tanulni, hogy közben a kikapcsolódás is jelen van, sokkal inkább motiváló tényezőnek tűnhet.

Tematikus parkok csoportosítása

8. sz. ábra



Forrás: Puczkó és Rátz (2002b, 9)

Kérdés viszont, hogy az említett kulturális élmények mennyire szolgálják az „igényes” kultúrát, hiszen napjainkban a kulturális kínálaton belül egyre inkább csökken az úgynevezett „magas” kultúrának súlya, és egyre nagyobb szerephez jut a tömegkultúra (Hunyadi 2005, 22) (vö. Gans 2003). Feltehetjük az „élménytársadalommal” kapcsolatosan is a kérdést, vajon áldozatai vagyunk-e az élményeknek, hiszen az élménypiac folyamatosan kínálja felénk az új termékeket, szolgáltatásokat (Schulze 2003, 200), és a kínálati oldal a fogyasztási szokások kialakításánál inkább befolyásol, mint a valós szükségletekből indul ki. A fiatalok ízlésformálása pedig már szinte gyermekkorban

elkezdődik, sokkal hamarabb, mint ahogy önálló vásárlási döntéseket hoznának (Zinnecker 2006, 109).

4.3. A turisztikai szocializáció

A fejezet során a különböző **szocializációs közegek** (a család, az iskola, a tömegkommunikációs eszközök és a kortársak) és a turizmus viszonyát elemezzük, ahol nem hagyjuk figyelmen kívül a kulturális (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 1998, 2002, Szira 2007) és a társadalmi tőke (Coleman 1998) jelentőségét sem. Az utazásra, nyaralásra való felkészítésnek a fontosságát az UNWTO Manilai Nyilatkozata is kiemelt kérdésként kezelte (UNWTO 2007b), mert az utazás motivációi az egyén társadalmi környezete révén determinálódnak (Michalkó 2001).

Életünk első szocializációs közege a **család**, és Utasi (2002, 384-403) a családot kiemelten meghatározónak tartja. Meglátása szerint a társadalmi intézmények, és közülük is elsősorban az iskola, csak módosítani képesek a domináns hatást. *„A család az egyetlen közösségünk, amelyet nem választhatunk meg, amely számunkra determinált, amelyet öröklünk, vagy ahová beleszületünk. Meghatározója életünknek, ha nem is valamennyi választásunknak.”* Annak ellenére, hogy az életkörülmények változnak, és új divatok terjednek el, a fogyasztási szokásaink összefüggésben állnak a szülői házban látottakkal (Cseh-Szombathy 1990).

A **kulturális tőkének** különféle megjelenési formái vannak: az inkorporált, belsővé vált kulturális tőke; az objektívált, tárgyak formájában létező; és az intézményesült kulturális tőke, amely többek között az iskolázottságot, végzettséget foglalja magában (vö. Bourdieu 1997). Kutatásokból kiderül (Blaskó 2002, 5-6), hogy Magyarországon a kulturális tőke, amelyet a munkánkban az iskolai végzettségen (vö. Bourdieu 1978) és a kulturális fogyasztáson (vö. Blaskó 1998) keresztül is vizsgálunk, mind mobilizáló, mind reprodukciós funkcióval bír, illetve a kulturális tőke és az anyagi helyzet között determinatív kapcsolat található, különösen az iskolai végzettség tekintetében (Bourdieu 1997) (vö. Harcsa 2007). Mindemellett a kulturális tőke meghatározó jelentőségű a társadalmi réteghelyzet egyéb jellemzőinél is (vö. Utasi 1984, Blaskó 1999, Fábíán – Kolosi – Róbert 2000).

A PISA-vizsgálatokban (Program for International Student Assessment: Nemzetközi Tanulói Tudásszintmérő Program) részt vett országok közül Magyarország „kitűnik” azzal, hogy az iskolaválasztás a **szülők iskolai végzettségétől** erősen függ (Szira

2007) (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002), és a lakóhely is meghatározó, hiszen a kisebb településeken élő és tanuló diákok inkább tanulnak az általános iskola után szakiskolákban, mint a városban élő diákok. *„A települési lejtő megléte különösen drámaian jelentkezik a tanulók tanulmányi teljesítményeinek eloszlásában. A kistelepüléseken tanulók rendre rosszabbul teljesítenek, mint a városokban tanuló társaik”* (Lannert 2004, 50). Azonban a továbbtanuláshoz nem a tanulmányi teljesítmények és a település jellege közötti kapcsolat a döntő a szülők iskolázottságát is figyelembe véve, mert nem a település befolyásolja a tanulók teljesítményeinek területi különbözőségét, hanem a lakosság egyenlőtlen iskolai megoszlása a különböző típusú települések között (Andor és Liskó 2000, 93-94).³⁵

A kulturális tőke és a szocializáció kapcsolatát tekintve, a reprodukciós elméletek (vö. Bourdieu 1978) hangsúlyozzák, hogy *„a kulturális fogyasztás tőkévé, kulturális tőkévé is válhat, amely több generáción keresztül is kamatozhat”* (Blaskó 2002, 5), és viszont is igaz, mert a kulturális tőke meghatározó a kulturális fogyasztás szempontjából, hiszen az adja meg a szükséges készségeket a **kulturális termékek értelmezéséhez** (Bourdieu 1978, 147-148). A múzeumlátogatók például magasabb státusszal és magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, vagyis inkább birtokolják a dekódoláshoz szükséges kulturális tőkét (Richards 2003, 231). Vizsgálatok alapján Richards Európáról azt mondja, hogy *„a magas szintű otthoni kulturális fogyasztás együtt jár a magas szintű kulturális fogyasztással a szabadság ideje alatt is”* (Richards 2003, 231). Hazai vizsgálat szintén ugyanerre hívja fel figyelmünket, azaz a művészeti fesztiválok igényesebb közönsége más típusú kulturális tevékenységekben is nagyobb arányban vesz részt, többször járnak színházba, hangversenyre, moziba, könnyűzenei koncertekre, és több könyvet olvasnak stb. (Hunyadi 2004, 23), azaz a kultúra „fogyasztása” életmódjuk részét képezi.

A turizmusban való részvétel is egy jó alkalmat biztosít a kulturális attitűdök gyakorlására, és itt a kulturális tőke ugyanúgy meghatározó (Bourdieu 1978), mert *„az utazásaik során múzeumokat is látogatók aránya a társadalmi hierarchiában felfelé haladva egyre magasabb (...) Ebből következik, hogy még ha a különböző társadalmi osztályok tagjainak egyenlőek lennének is az utazási esélyei, továbbra is egyenlőtlenül áldoznának a „kulturális” turizmus oltárán”* (Bourdieu 1978, 147) (vö. Mester 2008). A kulturális turizmus alatt pedig szűkebb értelemben olyan utazást érthetünk, amelyben a fő motiváció az új kultúrák megismerésére, illetve a különböző kulturális eseményeken való

³⁵ Témánk szempontjából ez azért fontos, mert a lakóközösség urbanizációs foka és az utazásban részt vevők számaránya között korreláció figyelhető meg, amely az iskolázottságra visszavezethető (Fülöp 2000, 106).

részvételre irányul. Azonban tágan értelmezve – a kultúra általános értelmezéséből kiindulva – a kulturális turizmus magában foglalja a fogadó közösség társadalmi jellemzőit, mindennapi életét, hagyományait stb. is (Puczkó – Rátz 2002a, 128).

A szabadidő eltöltésére vonatkozóan a kulturális fogyasztás abban is kitapintható, hogy a családi közös szabadidős programoknak elsősorban a **diplomás szülők** tulajdonítanak nagyobb jelentőséget, és ők azok, akik maguk is áldoznak erre, példát is mutatva ezzel (Mihály 2003, 94-95). A **családi utazások** szocializáló hatásáról Szöllös összehasonlító vizsgálatot végzett, és 1986-os, illetve 2001-es adatokat hasonlított össze. A vizsgálat során szignifikáns kapcsolatot talált a megkérdezettek utazási gyakorisága és a szülői háttér, azon belül is a szülők iskolai végzettsége között. *„Az utazási gyakoriságok, valamint a szülők kulturális tőkéjét és foglalkozási pozícióját leíró indikátorok között minden vizsgált esetben szoros korreláció tapasztalható. Erősen valószínű, hogy létezik rétegspecifikus utazási kultúra, amely áthagyományozódik generációk között, és amelynek átadásában az utazási szocializációban a családnak kitüntetett szerepe van”* (Szöllös 2005, 143).³⁶

A kulturális háttér áttekintése után kiemeljük a családi **társadalmi tőke** (vö. Bourdieu 1978, Coleman 1998, Pusztai és Verdes 2000, Pusztai G. 2004) szerepének a fontosságát a turizmus kontextusában. Magának a társadalmi tőkének a jelentősége egyrészt abban ragadható meg, hogy a tanulók, illetve a családtagjaik társadalmi tőkéje hatással van az iskolai teljesítményre, ezáltal a kulturális tőkére is (Coleman 1998, 28), amely összefügg a kulturális fogyasztással. Másrészt Coleman (1998, 32-33) a fiatalok esetén az alábbi tényezőket tekinti úgy, hogy azok a társadalmi tőke hiányára vagy alacsony szintjére utalnak. Az egyik ilyen tényező a család szerkezete, mert nem mindegy, hogy teljes vagy csonka családban nő fel a gyermek. Azonban ne feledkezzünk el arról, hogy a családszerkezet folyamatos átalakulása figyelhető meg Európában, és ennek a legfontosabb tényezői: a kevesebb és a későbbi időpontokban kötött házasság, a gyakoribb válás és az élettársi kapcsolatok növekvő száma, illetve a gyermeküket, gyermekeiket egyedül nevelők emelkedő száma (Vaskovics 2002, 351; vö. Harcsa 2007). A társadalmi tőkére szintén hatással van a testvérek száma, mert minél több gyermek van egy családban, annál kevesebb figyelem juthat egyre. Ugyanígy meghatározóak a személyes beszélgetések, azaz a szülő beszélget-e gyermekével, érdeklődik-e mindennapi dolgai, a továbbtanulása stb. iránt. Coleman szerint hiába rendelkezik a család magas jövedelemmel,

³⁶ A dolgozat mellékletében a magyar háztartások utazási jellemzőiről jegyzetet készítettünk.

és a szülők magas iskolai végzettséggel, ha alacsony társadalmi tőkével bírnak, vagyis ha a szülők nem játszanak fontos szerepet a gyermekek életében. Ekkor a kulturális tőke nem lesz elég hatékony. A magas társadalmi tőke azonban képes akár ellensúlyozni a kulturális tőke alacsony szintjét is (Coleman 1998, 29). (vö. Blaskó 2002, Pusztai G. 2004).

Vizsgálódásunk szempontjából a családon belüli társadalmi tőke jelentősége abban ölt formát, hogy a **család** szervez-e közös **utazásokat**, és támogatja-e azt, hogy a gyermeke ifjú korában minél többször részt vegyen különböző utazásokon. Igaz, hogy a szállással járó utazások anyagi kondíciókat igényelnek, azonban a kirándulás kevésbé függ az anyagi helyzettől, sokkal inkább értékalapú választáson múlik (Falussy 2004, 73). Megítélésünk szerint a családon belüli társadalmi tőke azért meghatározó jelentőségű abban, hogy a szülők **elengedik-e** és/vagy **támogatják-e** gyermeküket abban, nyaraljon, táborozzon stb., illetve egyáltalán fontosnak tartják-e a közös családi nyaralásokat, és az ifjú önálló nyaralását, mert az említett tényezők nagymértékben befolyásolják a fiatalok turizmusban való részvételét.

Másrészt nem feledkezhetünk meg a **testvérek** jelentőségéről sem, ahol kiemelt fontosságúnak tekintjük az idősebb testvér szerepét. Az idősebb testvér motiválhatja is a fiatalabbat, hogy ő maga is – akár a barátaival, vagy a testvérével együtt nyaraljon, illetve az idősebb testvér abban is szerephez juthat, hogy „kitapossa” az utat a fiatalabb testvére(i) számára, és így őket feltételezhetően már „könnyebben engedik el”.

A szocializációs közegek közül az **iskola** hatását a turizmus viszonylatában az oktatás keretei között megvalósuló tanulmányi kiránduláson, az erdei iskola-programon, és az iskolai táboron keresztül világítjuk meg. A formális oktatás, nevelés oldaláról történő utazásoknak a középpontjában pedagógiai tervezés áll, azaz oktatási, nevelési és rekreációs feladatot is ellátnak. A felsoroltaknak a célja a valóságos környezet megismertetése a tanulókkal, azaz a diákok ismerjék meg hazájuk és más országok kulturális és természeti értékeit (lásd még alternatív iskolák: utazó iskolák). Jelentős a személyiség- és közösségfejlesztő hatásuk is, mert ezeknek a tevékenységeknek fontos előnyét a szabadidő megszervezése, a tanítási helyzeteken kívüli csoportos tevékenységek és az együttesen megélt élmények képezik. Mindezek alapozást nyújtanak a későbbi igényes, tudatos turisztikai-szabadidős döntésükhöz (vö. Michalkó 2001, Lengyel 2001), amely azért is fontos, mert ezeket a későbbi életükben is hasznosítani tudják (Mihály 2003, 94). Az erre való igényt Fónai (2008) munkája is alátámasztja.

Jóllehet a szó szerinti „**turizmusban való részvételre nevelés**” – hiszen az ember élete során akarva-akaratlanul is turistává válik, és itt felmerül a kérdés, hogy egyáltalán

turistának tekinti-e magát az egyén (vö. Bey 1996, Löfgren 2004) – többnyire nem szerepel a hazai tananyagokban, azonban a környezeti nevelés elnevezés alatt mégis megtalálható az iskolák pedagógiai programjában, hiszen valamennyi pedagógiai program tartalmazza a tanulmányi kirándulások, illetve az erdei iskolák és a környezeti nevelés közötti kapcsolatot. A **környezeti nevelés** pedig „*nem magáról a természeti vagy humán környezetről szól, hanem az ember és környezete kapcsolatáról*” (...) és a „*kettő közötti harmonikus kapcsolat, viszony pedig különböző tevékenységek során, személyes élményű gyakorlás útján sajátítható el*” (Lehoczky 1999, 18-21). A környezeti nevelés egyik célkitűzése az, hogy kialakítsa a fenntartható fejlődés kialakulásához szükséges képességeket (vö. szelíd turizmus: Jungk 1980). Megjegyezzük, hogy az UNWTO már 1983-ban figyelmeztetett a turizmusnak a környezetre gyakorolt lehetséges káros hatásaira (vö. Lengyel 2001, Horváth 1998, Rátz 1999), és az ezzel kapcsolatos oktatás-nevelés szükségességére (Süveges 2007, 2).

A többször módosított Köznevelési Törvény (1993. évi LXXIX) is hangsúlyozza a környezeti nevelés fontosságát az iskolákban, és az iskoláknak van is arra lehetőségük, hogy a helyi tantervükben mint tantárgy megjelenhessen (Lehoczky 1999, 26). Érdekes azt is megnézni, hogy hogyan is valósul meg a gyakorlatban, az iskolákban a környezeti nevelés. Ennek a vizsgálatához segítségül hívjuk a Vargáék (2009) által készített kérdőíves felmérést, amelyben száz köznevelési intézményt kérdeztek meg a témával kapcsolatosan. A kérdőívben arra kérték a pedagógusokat, hogy sorolják fel iskolájuk környezeti nevelés tevékenységeit. Megállapítható, hogy a gyakorlatban is az erdei iskolák, szakkörök, táborok, kirándulások számítanak a leginkább jellemző tevékenységeknek.

Az intézményi keretek között megszervezett utazásokról – az adatok 2005 szeptembere és 2006 augusztusa közötti időszakra vonatkoznak – a Felvételi Információs Szolgálat adatfelvétele alapján elmondható, hogy a diákok legnagyobb része szereti az **iskolai kirándulásokat**, legtöbbször az egy- és többnaposakat egyaránt. A megkérdezettek mindössze 4 százaléka mondta azt, hogy nem szereti ezeket az utazásokat. Akiknél anyagi okok vagy egyéb okok miatt nincs mód a család közös utazására, az iskolai kirándulás az egyetlen lehetőség arra, hogy a gyermek kimozduljon otthonról, és az utazás iránti igény kialakuljon. Az iskolai utak során a kirándulások/utazások célját az esetek nagy részében (39 százalék) a tanárok, diákok és a szülők közösen döntenek el. 31 százalékban döntenek csak a diákok, 27 százalékban csak a tanárok, és mindössze 3 százalék esetében mondják meg a szülők, hogy hová menjenek a tanulók. Az egynapos kirándulások úti célja az esetek több mint felében egy-egy város, többnyire Budapest (20,6 százalék), illetve hegyvidéki,

természetvédelmi területeket, falvakat és vízpartokat kerestek fel az osztályok. A többnapos (leggyakrabban 2-3 napos) kirándulásoknál Budapest szerepe kisebb volt, az utazás többnyire más városokba, illetve természeti területekre (hegyvidék, nemzeti parkok, vízpartok) irányult (Mester 2008, 8-10).

Németországban megfogalmazódtak azon kívánalmak is, miszerint az iskolának a diákjait a jövőben jobban fel kell készítenie a turizmusra, és a turizmuselmélet új **tantárgyként** való bevezetését javasolták (Günter 1993, 63). Magyarországon viszont elmondhatjuk, hogy az American Express Vállalat kezdeményezésére – Magyarországon kívül még nyolc másik országban is – az Iskolafejlesztési Alapítvány közreműködésével megjelent az „*Utazás és Turizmus*” tárgy, a középiskolák utolsó két évében heti négy órában tanítható közismereti tantárgyként, központilag akkreditált érettségi tárgy formájában. Az „*Utazás és Turizmus*” program célját képezi egyrészt, hogy segítse a fiatalokat abban, hogy kulturált és igényes turistákká váljanak, másrészt a turizmus rendszerével és szemléletével kívánja megismertetni a középiskolásokat.³⁷

Ne feledkezzünk el azokról a tanulókról sem, akik tanult szakmájukból, és szakiskolájuk vagy szakközépiskolájuk **profiljából** adódóan (vendéglátóipar, szállodaipar stb.), már középiskolás éveik alatt megismerkednek a turizmus rendszerével, a kereslet-kínálat oldalával. Feltehetően esetükben az iskola és a tanultak hatással vannak a turizmushoz való hozzáállásukra, amelyet az is mutat, hogy az egyes Országos Képzési Jegyzékben szereplő szakmáknak a Szakmai és Vizsgakövetelményében található feladatprofilja és a különböző kompetenciái a kulturált és igényes turistává, illetve vendéglátóvá válást is célul tűzik ki.

Érdemes szót ejteni arról is, hogy igaz a környezeti nevelés már az iskolás kor előtt elkezdődik, és a tanulók környezeti szemléletét, értékrendjét, viselkedését befolyásolja a családi minta, azonban nem feledkezhetünk meg arról a hatásról sem, amikor akár a **család** is **tanul az iskolától**, azaz a gyermek is ösztönözheti a szülőt, az iskolában hallottak, tanultak hatására a környezettudatos magatartásra – fontosságáról sem.

A **tömegkommunikációs eszközök** szintén fontos szocializációs közegek. Például a magyar televíziók műsorkínálatában is megtalálhatók olyan magazinok (Főtér, Kalandozó, MeneTrend stb.) amelyek az utazásra buzdítanak, ösztönöznek. Természetesen

³⁷ Magyarországon a 2007/2008-as tanévben közel 1500 tanuló tanulta a tárgyat, 2009 márciusában a honlapon negyvenhárom iskola szerepelt, ezáltal szinte minden megyében található legalább egy iskola, ahol tanulható ez a tárgy. (Bővebben: www.ifa.hu)

felmerülhet a kérdés, hogy a középiskolások körében ezek a műsorok mennyire népszerűek, mennyire nézettek.

Azonban szólnunk kell a médiának azon szerepéről is, amely inkább destruktív hatású. Maga a média a fiatalok körében egyre erőteljesebb hatással bír, hiszen az ifjú korosztály is sok időt tölt el a televízió előtt (vö. Galáncz 2006, Vajda 2008), és a televízió által nyújtott értelmezési keret nem feltétlenül reális (vö. Gans 2003), mert a piac szándékainak alárendelt (vö. Agárdi 2000). Ezért a fiatalokra különösen oda kell figyelni, mert ők még kellő tapasztalat híján könnyebben befolyásolhatóak (vö. Jakab 2007). Erre jó példa az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT, 2007) kutatása, amelynek célja az volt, hogy feltárja, hogy az *országos* sugárzású kereskedelmi tévécsatornákon futó valóságshow-k milyen hatással vannak, lesznek, lehetnek a fiatalok életére. A vizsgálat során arra voltak kíváncsiak, a fiatalok szerint hogyan viselkednek a valóságshow résztvevői. A megkérdezettek jellemzőnek ítélték, hogy a szereplők úgy viselkednek mint egy baráti körben eltöltött hétvégén, vagy egy üdülés során, azaz a „laza életmódot” a kikapcsolódással, illetve a nyaralással azonosították.

A **kortárs csoportok** hatását azért is nehéz mérni, hiszen egy iskolán, egy osztályon belül a programtípusnak megfelelően szelektált társasággal találkozunk (vö. Lannert 2004), azonban a fiatalok egymás között, egymás előtt más értékeket tarthatnak fontosnak, akár fitogtatásból, akár elutasításból stb. (vö. Scitovsky 1990). (A kortárs csoportokkal a fiatalok szabadidős és fogyasztási szokásainak vizsgálatakor foglalkozunk részletesebben.)

A szocializáció közegeiről összefoglalva elmondható, hogy a szocializáció komplex folyamatára a családon belüli hatás mellett egyre erősebben hatnak a családon kívüli kapcsolatok (kortárs csoportok) és az intézmények (média) – azok gyakran destruktív (vö. deviáns szabadidő eltöltés) – hatása (Kiss 2006, 32).

4.4. Tanulási lehetőségek az ifjú turisták körében a turizmusban való részvétel során

Munkánk során a szabadidőben történő utazásokat vizsgáljuk, ezért fontos szerepet szánunk a turizmusban való részvétel során megvalósuló tanulásnak is, amely javarészt a mindennapi életben hasznosítható tudásokhoz (vö. Ferge 1976) kötődik. Vizsgálódásunkat

először az általunk tágan értelmezett tanulással³⁸ kezdjük, amely az utazás **személyiséget formáló, építő** hatásait foglalja magában, és amelyet a Világ Turisztikai Szervezet 1980-as Manilai Nyilatkozata is kiemel, azaz az ember önmegvalósítását, kiteljesedését, és a művelődési lehetőségeket (UNWTO 2007b, 3).

Meglátásunk szerint a fiatalok esetében a nyaralás egyrészt **önmegvalósítási lehetőségnek** is tekinthető, és ebben rejlik az egyik legjelentősebb különbség is a fiatalok és a felnőttek nyaralása között. A fiataloknál a személyes motivációk dominánsabb szerepet játszhatnak, mert feltehetően számukra nem a hétköznapiakból való menekülés az elsődleges motivációs szempont, hanem sokkal inkább egy lehetőség a kibontakozásra. Ugyanis a fiataloknál a nyaralás nem csupán kiszakadást jelent a mindennapokból, hanem egy döntő lépést is a felnőtté válás folyamatában, és ezáltal a nyaralás különböző lehetőségeket kínál számukra önmaguk megismerésére (Hartmann 1981, 33). Hasonlóan vélekedik Éles (2007, 111) is, aki szerint *„az utazás az önmegismerés egyik izgalmas terepe”*, Löfgren (2004, 214) pedig a nyaralást *„kultúra laboratóriumának”* tekinti, *„ahol az emberek kipróbálhatják identitásuk, társadalmi kapcsolataik vagy a természethez fűződő kapcsolatuk új mintáit, ahogy azt is, hogy miként használják az álmodozás és gondolatbeli utazás fontos kulturális képességeit”*.

„Amennyiben az utazás általános jellemzőjeként elfogadjuk személyiségépítő hatását, akkor az még inkább érvényes az elsődlegesen kulturális szükségleteket kielégíteni hivatott utazásokra” (Fülöp 2000, 34), vagyis az, hogy az utazás mennyiben képes a személyiséget gazdagabbá tenni, azt nagymértékben befolyásolja a választott utazás típusa (vö. a turista tipológia, Fekete 2007), és az utazás ideje alatt rendelkezésre álló szabadidő felhasználásának a mikéntje. Az egyén választását pedig meghatározza a műveltségi színvonala, a kulturális tőkéje (vö. Bourdieu 1978, Hunyadi 2005), az érdeklődési köre, és a motivációja (vö. Kolakowski 1998, Braun 1993, Fekete 2007), illetve az új dolgok megismerése iránti igénye (vö. Plog 1991, Cohen 2003a) stb., egyszóval az egész személyisége (Fülöp 2000, 38).

A **kompetencia** fogalmával napjainkban egyre többször, és egyre több helyen találkozunk (vö. Csapó 2005a, Molnár 2006, Török 2007, Vári et al. 2002, Zsolnai 1998). Dolgozatunk szellemiségéhez közel áll Csapó (2002, 34) megfogalmazása, akinél a kompetencia a tudás azon szegmensét jelenti, amelynek az elsajátítása természetes

³⁸ Az általunk tágan értelmezett tanulást úgy vizsgáljuk, mint a személyiségfejlődésnek fontos eszközét, amely a turizmusban való részvétel során is megvalósulhat – felhasználva az előzetesen megszerzett tapasztalatokat és tudást. A tanulásnak ez a formája nem szükségszerűen tudatos, illetve szándékos.

közegben, a mindennapi tapasztalatok során történik, és ez közel áll a műveltség értelmezéséhez is, amely egyfajta általános tájékozottságot, a mindennapi életben való eligazodást, az összefüggések átlátását, és alkalmazható tudást jelent (Csapó 2002, 30). A **műveltséget** egy előzetesen rendelkezésre álló információhalmazként is értelmezhetjük, amely ahhoz szükséges, hogy képesek legyünk az újabb információk feldolgozására. Az utazás során számos benyomás ér bennünket, és a környezetünkben minden új és váratlan jelenség felkeltheti a figyelmünket és növelheti az aktivizációs szintünket, azonban az új információkat csak akkor tudjuk hasznosítani, ha azt megértjük. Minél bonyolultabb az új információ, elsajátítási folyamata annál élvezetesebb lehet, feltéve, hogy lehetőségeink határán belül marad (Scitovsky 1990, 187) (vö. Bourdieu 1978). A **turizmusban** való részvétel a különböző **kompetenciák** fejlődésére, bővülésére is alkalmat adhat mint például a helyzetnek megfelelő viselkedés, a konfliktuskezelés, az önálló-, mérlegelő döntéshozás, az önmagunkról mint „csapatagrról” gondoskodás, az önismeret, a kommunikáció, az önálló információgyűjtés és annak az alkalmazása, a véleményalkotás, a szervezőkészség, az együttműködés, a pénzzel való gazdálkodás stb. (lásd: „Utazás és Turizmus” tantárgy kompetencia listája). A felsorolt kompetenciákról megállapíthatjuk azt is, hogy a „szelíd” turistával szembeni elvárások ezen készségeket, jártasságokat szintén magukban foglalják (vö. Jungk 1980).

Ahhoz, hogy a világban el tudjunk igazodni, úgynevezett hétköznapi tudásra van szükségünk. Ferge Zsuzsa (1976, 88) a különböző tudások között tesz különbséget, ahol megkülönbözteti a **hétköznapi tudást** az ünnepi tudástól, és a szaktudástól. Az ünnepi tudás elsősorban művészeti és tudományos ismereteket foglal magában, a szaktudás főként a munkavégzéshez kapcsolódik, míg a hétköznapi tudás mindazon tudásokat magában foglalja, amelyek a mindennapi élethez kapcsolódnak, és elsősorban gyakorlatias tudást jelentenek. Természetesen felmerülhet a kérdés, mennyire merevek a határok az egyes tudások között, hiszen többféle összetevőből áll mindegyik össze, és különböző készségeket foglalnak magukba (vö. Csoma 1998, Tót 2007). Mivel a „**turista szerep**” a mindennapitól is eltér (vö. Cohen 2003a), ezért feltehetően turistaként még inkább szükségünk van arra, hogy el tudjunk igazodni „*a világban*”, még ha turistává csak egy előre meghatározott időre is válunk (vö. Bauman 1999).

A gyakorlatban, a **mindennapi** életben alkalmazható **tudás** fontosságát a PISA nemzetközi mérések elemzései is egyre inkább kiemelik. A 2003-as felmérés során a problémamegoldást állították a középpontba, és a vizsgálatnak az volt a célja, hogy megállapítsák, hogy mennyire felkészültek a felmérésben részt vevő országokban a tizenöt

évesek arra, hogy megállják helyüket a mindennapi életben. Az eredmények nem túl biztatóak (Molnár 2006, 77-82). Éppen ezért fontos, hogy a formális oktatás a tanulás elsajátításának képességére is felkészítse a tanulókat, hogy azok a felnőtt életük során is különböző problémáikat meg tudják oldani (Harangi 2004).

Megítélésünk szerint, amennyiben a tanuláshoz nem az „*akadémiai tudásgyárapítás a célja, hanem a személyiség és az érettség fejlesztése az aktív tapasztalatszerzés folyamatán keresztül*”, akkor a mindennapi életben keresztül az eredményesebb lehet (Hahn 1986, 20), és Hahn szerint a tapasztalatok, megtapasztalások a legkülönbözőbb szociális kompetenciák fejlődésére is hatással vannak. A hatékony tanulás nélkülözhetetlen eleme pedig az **élmény** – amelyet értekezésünkben a turistaélményeken keresztül vizsgálunk – és a személyes tapasztalat is, amelyhez a reflexió is hozzátartozik (Kolb 1984).

A következőkben az általunk **szűkebb értelemben** vett tanulást³⁹ elemezzük a turizmus kontextusában. Megjegyezzük, hogy különbséget kell tenni a szándékos tanulás és a nem szándékos tanulás között. A szándékos tanulás tudatos erőfeszítés eredménye (vö. autonóm tanulás, Forray és Juhász 2008b), ahol a tanulás irányulhat **új ismeretek** megszerzésére vagy a meglévő ismeretek **felelevenítésére**, amikor az egyén felidézi a már tanultakat, vagy teljesen **új kontextusba** is elhelyezheti tudását. Más szerzők pedig hangsúlyozzák, hogy a tanulás akár szinte észrevétlen is végbemehet, „*magáról a tanulásról tudomást sem véve*” (Csapó 2005a, 8) (vö. Komenczi 2001).

A turizmusban való részvétel, a turistává válás folyamata az **utazási előkészületekkel** kezdődik, azaz azzal, hogy megtaláljuk a számunkra szükséges információkat. „*Az internet és a turizmus „ideális párosításnak” tűnik, hiszen az utazási döntés meghozatala és az utazás megszervezése során rengeteg információt kell összegyűjtenie ahhoz, hogy egy olyan termék (csomag) vásárlásáról döntsön a turista, amelyről a leggyakoribb esetben a vásárlás előtt nincsenek korábbi tapasztalatai*” (Török 2002, 16-22). Az előkészületek során különbséget tehetünk Cohen (2003a) már említett kategóriái alapján, a szervezett utazáson és az egyénileg megszervezett utazáson

³⁹ A dolgozatban a szűken értelmezett tanulást az utazás megszervezéséhez szükséges információgyűjtésen, illetve az utazás alatti tevékenységeken keresztül vizsgáljuk. A tevékenységek vizsgálatakor kiemelt szerepet szánunk a kulturális tevékenységeknek (múzeumlátogatás, műemlékek felkeresése stb.) (Durkó 1999). Az értelmezésnél dolgozatunkban mind a szisztematikus (vö. Forray és Juhász 2008b), mind az egyes tevékenységek „melléktermékeként” (vö. Durkó 1999, Komenczi 2001) megjelenő tanulást relevánsnak tartjuk.

résztvevők között, azaz azok között, akik utazási irodára⁴⁰ bízzák magukat, és azok között, akik maguk szervezik meg útjaikat.

Az internet gyakran emlegetett előnye, hogy szinte korlátlan mennyiségben áll rendelkezésünkre az információ és az ismeretanyag (Vajda 2008, 245), ezért nem mellékes, hogyan igazodunk el benne. A világhálón való tanulás lehetőségeire és szerepére Komenczi (2001, 123) is felhívja figyelmünket, mert *„a könyvre alapozott információszerzést egyre inkább kiegészíti vagy akár felváltja a média, azon belül is az internet. A számítógépek iskolai és otthoni elterjedése különösen fontossá teszi az informális tanulás „beszámítását”, hiszen a tanulásnak ebben a legősibb, természetes formájában hatalmas tartalékok rejlenek, amelyek a tanítás és tanulás megújulásának forrásai lehetnek”* (vö. Vajda 2008).

Megítélésünk szerint éppen ezért nem csupán azt érdemes vizsgálni, hogy valaki használja-e például a számítógépet és az internetet, hanem azt is, hogy azt milyen **célra** használja. Nagy (2006, 103) – a fiatalok körében – három markáns felhasználói típust határoz meg. A rekreációs típus az internetet elsősorban szórakozásra, kikapcsolódásra, letöltésekre, és játék tevékenységekre használja (zeneszámok, filmek és szoftverek letöltése). Az információszerző-erőforrásbővítő felhasználói típus kapcsolatot tart és informálódik, az instrumentális-üzleti felhasználói típus pedig eszközként, főként online bankoláshoz, hivatalos ügyek intézéséhez, illetve az online vásárláshoz használja. Amennyiben Nagy felosztásából indulunk ki, esetünkben az **információszerző-erőforrásbővítő felhasználói** típus lesz az, aki az utazása előkészítéséhez is használja az internetet.

A felhasználói típusok összefüggésbe hozhatók a „tömeg” és a „szelíd” turistával is. Amíg a tömegturista feltehetően az internetet legfeljebb csak a szórakozására, kikapcsolódására használja, addig a szelíd turistáról már feltételezhetjük, hogy az utazása előkészítéséhez is használja a világhálót. A tömegturistával szembeni kritikák is kiemelik (vö. Jungk 1980), hogy a tömegturista a kényelemre hagyatkozva – „mások majd megoldják helyettem” – nem feltétlenül keres (új) információkat, azonban vele ellentétben az egyéni, „szelíd” turistáról már azt feltételezhetjük, hogy már az utazása előtt beszerez információkat a felkeresni tervezett területről, ahol nemcsak a praktikus részletekre vonatkozó, de a célterület környezeti, kulturális sajátosságaira is kiterjedő információkat is kereshet (vö. Jungk 1980). Napjainkban már az egyes országok, térségek jellemzőiről, és

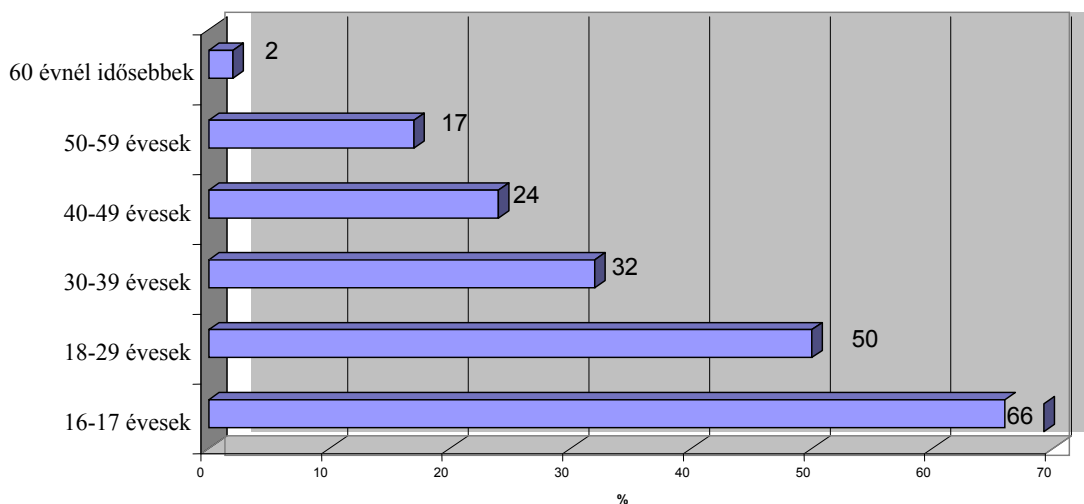
⁴⁰ Igaz az utazási irodáknak napjainkban az egyre inkább terjedő, és a köztudatban is egyre ismertebbé váló internetes utazási szolgáltatások jelentős konkurenciát jelentenek.

általános információiról számos honlapon keresztül tájékozódhatunk, és az egyes kínálati elemek is összehasonlíthatóvá váltak. Az is elmondható, hogy az on-line foglalás egyre inkább terjedőben van, és megsokszorozódott az elmúlt évekhez képest. Ma már nem újdonság, hogy egyes cégeknek a világhálón van „irodája” és több légitársaság helyfoglalásai (Easy Jet, Wizz-Air stb.) az interneten tehetők meg. Azonban az egyéni utazásszervezés egyfajta tudást, jártasságot előfeltételez, egyrészt, hogy a számos információ között megtaláljuk a számunkra fontosat és szükségeset, illetve, hogy el tudjunk igazodni az információk között úgy, hogy képesek legyünk egy utazást előkészíteni, megszervezni (vö. Vajda 2008).

A fiatalabb korosztályok életéhez a **világháló** használata már hozzátartozik (vö. Czeizer és Gábor 2007), és feltehetően ők már az utazásuk előkészítésekor sem hagyják azt használaton kívül. Különösen a 16-17 évesek és a 18-29 évesek körében a használók aránya kétszer annyi, vagy több mint az átlag, de még a 30-39 évesek esetében is átlag feletti használói arányról beszélhetünk (Galáncz 2006, 31) (vö. Vajda 2008). (9. sz. ábra)

Az internetet használók aránya a kor szerint képzett csoportokban, 2005

9. sz. ábra



Forrás: Galáncz (2006, 31)

Érdeemes azt is megvizsgálni, hogyan függ össze az objektivált kulturális tőke egyik mutatója, az otthoni könyvek száma, a könyvtárhasználat stb. az internet különböző szintű

használatával. Az eredmények⁴¹ azt igazolják, hogy a kulturális tőke és a világháló igényesebb jellegű működtetése között pozitív korreláció van (Nagy 2001, 14-22). Azonban a számítógép és az internet használatánál a gyakorlat és a rutin szerepe sem elhanyagolható. Mérő (2001, 44-55) percepciós kísérletei során laboratóriumi körülmények között olyan fiatalokat vizsgált, akik naponta használják a számítógépet. Kontrollcsoportként pedig számítógépet nem használó fiatalok észlelési készségeit mérte. Megállapította, hogy a számítógépet intenzíven használók információfeldolgozása felgyorsult, és különbséget tudtak tenni a releváns és nem releváns információk között. Azaz feltételezhetjük, hogy azok a fiatalok, akik gyakran használják az internetet információszerzésre, azok a saját **utazásaik** előkészítéséhez szintén használni fogják azt.

Az általunk szűken értelmezett tanulás másik megközelítése az utazás során végzett tevékenységekhez kapcsolódik. Az egyén az utazása alatt különböző **tevékenységeket** végez (pihen, strandol, műemlékeket, múzeumokat keres fel stb.), azaz a különböző motivációit elégíti ki (vö. Fekete 2007). Az egyes tevékenységek között különbséget tehetünk azáltal, hogy azok elsősorban a kikapcsolódást, vagy a bekapcsolódást szolgálják-e, mert amíg a kikapcsolódás nem kíván meg különösebb szellemi erőfeszítést, addig a bekapcsolódás már egy aktív szellemi folyamattal jár együtt. Amennyiben Richards (2003, 231) megállapításából indulunk ki, feltételezhetjük, hogy a mindennapjaik során kulturális fogyasztók a szabadságuk ideje alatt is kulturális fogyasztók, azaz a nyaralás alatt is fontos számukra a kultúra. Ezzel összefüggésben nem hagyható figyelmen kívül a **tömeg-** és a **magas kultúra** közötti különbség sem. A legfőbb különbséget a kettő között a közönsége nagyságában, és annak heterogenitásában találhatjuk meg. A magaskultúra kevés embert vonz, ezáltal homogénebb, jóllehet a közönsége az egyéni ízlését hangsúlyozza, ezzel szemben a tömegkultúra közönsége nagyobb, ezáltal heterogénabb (Gans 2003, 121-125).

Magát a tömegkultúrát számos **kritika** érte, hogy tudja-e egyáltalán segíteni a műveltségi szint növelését, mert a tömegkultúra alkotásai gyakran csak az élet felszínét mutatják, és ez a magas kultúrára is negatív hatást gyakorol, illetve a közönségét is passzív befogadóvá formálja (vö. Gans 2003). Mindemellett a tömegkultúra azt a látszatot kelti, mintha a kultúrából mindenki részesedhetne, függetlenül a képzettségétől (vö. Bourdieu 1978). Azonban védelmére is megfogalmazódtak érvek, miszerint egységesítheti az ízlést,

⁴¹ A Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának támogatásával 2001. április-májusában az ország hét kisvárosának (Kőszeg, Sopron, Tapolca, Kiskunhalas, Hatvan, Biharkeresztes, Vásárosnamény, minden esetben egyenlő arányban gimnazistákat, szakközépiskolásokat és szakmunkástanulókat) összesen 1102 fő 9 és 11. osztályos tanulóit kérték meg egy-egy kérdőív kitöltésére, többek között szabadidős tevékenységeikről, olvasási-, könyv-, könyvtár-, és számítógép használati szokásaikról (Nagy 2001).

és hozzájárulhat a társadalmi különbségek elrejtéséhez (vö. Finkelstein 2003, Schulze 2003), illetve a művek, az attrakciók leegyszerűsített bemutatása akár érdeklődést is kelthet az eredeti iránt (lásd a tematikus parkokat, vö. Puczkó és Rátz 2002a). Megítélésünk szerint is, nem a tömegkultúra gátolja az embereket abban, hogy részt vegyenek a magaskultúrában, hanem a szükséges előfeltételeknek a hiánya (Gans 2003, 148.) (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002).

Kiss (2001, 9) szerint a turizmus *„csak a tömegkultúra mércéjével mérhető”*, és ez az állítás különösen igaz, ha a Cohen-féle szervezett tömegturistákra gondolunk, akik az autóbuszban ülve arra várnak, hogy a piros lámpánál néhány felvételt készíthessenek az adott látnivalóról. Megjegyezzük, ennek a kiküszöbölésére már léteznek olyan városnéző buszok is, amelyek lehetővé teszik, hogy egy adott látnivalónál a turista le tudjon szállni, és a következő járatra felszállva folytatni tudja a városnéző túráját. Illetve léteznek a tudatosan kulturális élményeket keresők is, akiknek fontos szempont az érték és a minőség szerinti válogatás (vö. Fejős 2000). Mint utaltunk rá, dolgozatunkban a nyaralás alatt végzett tevékenységek közül kiemelt szerepet szánunk a kulturális tevékenységeknek, hiszen a kulturális tevékenységek végzése közben még inkább megjelenhet a tanulás (vö. Csernyák – Janák – Zaláné 2004, Durkó 1999, Tót 2007), és a bekapcsolódás még jobban feltételezhető. Egy tanulmány (Sulyok 2005, 19) is készült arról, hogy a kultúra milyen szerepet játszik az utazási döntésekben, illetve a megszerzett kulturális élmény „minőségéről”. A tanulmány a turisták öt típusát különbözteti meg: az úgynevezett „váratlanul kulturálissá váló” turisták utazási döntéseiben még a kultúra nem játszik kiemelkedő szerepet, azonban az utazásaik során szerzett kulturális élményeik és tapasztalataik számottevőek lehetnek. A kultúra az úgynevezett véletlen típusú utazók döntéseit sem befolyásolja jelentős mértékben, és itt az utazás alatt szerzett élmények sem jelentősek. A tudatos utazó döntéseit a kultúra jelentősen befolyásolja, és kulturális élményeik is számottevőek, az eseti kulturális turista esetében pedig a kultúra közepesen fontos motiváció, és ennek megfelelően a kulturális élmény is közepes szintű. A városnéző utazó számára pedig a kultúra fontos motivációt jelent, maga a kulturális élmény, azonban nem tekinthető mélynek. A kulturális turizmusról szóló tanulmány azt is kiemeli, hogy a kulturális céllal utazók többségükben nők, magas iskolai végzettséggel és viszonylag magas jövedelemmel rendelkeznek (vö. Tót 2007).

Mivel a látogató szabadidejében és szabad akaratából kel útra, illetve a turista részvétele önkéntes is, vagyis saját maga szabja meg, hogy mennyi időt tölt el, és mennyi figyelmet szán egy adott látnivalónak a meglátogatott helyszínen, ezért a formális keretek

között történő tanulás, és a nem formális, illetve az informális keretek között történő tanulás közötti különbségek is elkülöníthetők a részvétel, a tartózkodásra szánt idő, és a feltételezett motiváció alapján, amelyet a 19. sz. táblázattal szemléltetünk.

Különbségek a tanulók és a látogatók között

19. sz. táblázat

Tanulók		Látogatók (Turista, kiránduló)
Kötelező	Részvétel	Önkéntes
Rögzített	Tartózkodásra szánt idő	Egyedi
Van	Figyelmi kényszer	Nincs, önkéntes
Formális	Ismeretátadás módja	Informális
Erőltetett figyelem	Reakció unalom esetén	Kikapcsolódás
Tudás gyarapítása Oklevelek Pénzszerzés előrejutás	Feltételezett motivációk (példák)	Érdeklődés Szórakozás Időtöltés Önmegvalósítás

Forrás: Puczkó és Rátz (2000, 158), rövidített

A formális tanulás jellemzően előre meghatározott időbeosztással és tanulási tartalmakkal, iskolarendszeren belüli keretek között megy végbe, illetve elsősorban végzettség megszerzésére irányul. A látogatók között pedig a nem formális (lásd például a szervezett és irányított események) és az informális tanulókkal számolhatunk, és a fő különbség a kettő között a szervezettség és az irányítottság mértékében rejlik. Az egyén részvételét tekintve pedig különbség tehető a kötelező és az önkéntes részvétel között, ezért az motivációját tekintve is különbözik. Mindemellett az informális módon történő tanulás lehet szándékos, vagy magáról a tanulásról tudomást sem vevő tanulás (vö. Komenczi 2001) is.

Kiemeljük a kíváncsiság és az érdeklődés szerepének a fontosságát, amely azért különösen lényeges, mert a reagálást az érdeklődés gerjeszti, és érdeklődés az önnevelés forrása is egyben (Durkó 1984; 2002). Nem hagyható figyelmen kívül az az elméletet sem, amely szerint a feldolgozott és az elraktározott információ más és más hatásfokkal raktározódik el attól függően, hogy azt melyik érzékszervünk dolgozta fel. Elméletek szerint az emberekben 10 százaléka marad meg annak, amit hallottak, 30 százaléka, amit olvastak, 50 százaléka annak, amit láttak, és 90 százaléka annak, amit csináltak (Puczkó és Rátz 2000, 151). Másrészt az elméletben már megtanultak jól kiegészíthetők a valóságban megtapasztaltakkal.

Megállapíthatjuk, hogy az előbbieken felsoroltak mind-mind hatással bírnak a turisztikai élményszerzésre, és ezáltal a tanulás folyamatára is, amelyet az előzetesen rendelkezésre álló tudás is meghatároz (vö. Pordány 2006), mert „*a már meglevő tudás egyben az új tudás megszerzésének az eszköze is*” (Csapó 2005b, 10).

Összességében elmondhatjuk, hogy a turistalét alatt nyert élményeknek a befogadása, illetve a jelentése jelentős mértékben függ az egyén szocializációjától (vö. Szöllős 2005), a műveltségétől (vö. Bourdieu 1978), illetve az előzetes tudásától (vö. Jarvis 2003), vagyis még az ugyanazon a programon részt vevők számára is, más és más jelenti az élményt (Michalkó és Rátz 2005, 126). Schulze (1992, 45) frappáns példával szemlélteti ezt a jelenséget: „*Ötvenezer néző közül a stadionban egy sem éli meg a gólt ugyanúgy, mint a másik. Mindnek ugyanazon dologgal van dolga, ám az más-más kontextusokkal lép kölcsönhatásba*”, azaz az egyes tevékenységek végzésekor a befogadás szintje meghatározó. Seaton (2003, 65) szerint a legjelentősebb eltérés az egyes társadalmi-gazdasági csoportok turisztikai szokásai között a kulturális turizmus területén mutatkozik meg, vagyis a **kulturális tőkének** meghatározó szerepe van a turizmusban is (vö. Bourdieu 1978). Ezáltal az iskolai végzettségnek jelentős szerepe van abban, hogy kik fordítanak jellemzően időt és energiát önmaguk képzésére, azaz a bekapcsolódásra (vö. Hunyadi 2005, Gans 2003, Pordány 2006), amely a turizmusban való részvétel alatt is nyomon követhető (vö. Bourdieu 1978, Mester 2008, Richards 2003).

5. Empirikus vizsgálat középiskolások körében

Kutatásunk célcsoportja az Egerben élő, illetve az Egerben tanuló **12. évfolyamos** középiskolások köre. Az empirikus vizsgálatunk célja, hogy a középiskolások turizmusban való részvételét megismerjük, az azt befolyásoló és meghatározó tényezőket megvizsgáljuk, illetve a turistaélményeiket többek között a tanulás kontextusában elemezzük. Az adatfelvételt kérdőíves megkérdezés keretében végeztük, a keresztmetszeti vizsgálatra 2007 őszén került sor. Az időpontválasztást azzal indokoljuk, hogy a nyári szünetből való visszatérés után az iskolaév kezdetén még jobban élnek az emlékek, ezért elsősorban a 2007. évi nyaralásra fókuszálunk.

5.1. Az empirikus vizsgálat módszertanának főbb jellegzetességei

A fejezet során a minta kiválasztásának szempontjait, illetve a kérdőív felépítésének és összeállításának főbb jellemzőit foglaljuk össze. A minta kiválasztása során törekedtünk arra, hogy a megkérdezett fiatalok véleménye, tapasztalatai reprezentálják az egri középiskolásoknak az ifjúsági turizmussal kapcsolatos gondolatait és élményeit. Mivel a kutatás nem szakítható ki a környezetéből, ezért röviden egy helyzetképet is felvázolunk az egri fiatalok főbb jellemzőiről.

5.1.1. A minta kiválasztása

Az alapsokaságot a 2006/2007-es tanévben, Eger összes önkormányzati és egyéb fenntartású középiskolájába járó 11. évfolyamon tanuló diákok alkották, számuk összesen 1971 fő⁴². A mintanagyságot az alapsokaság 25 százalékában állapítottuk meg, azaz 492, közel 500 főben. A mintavételünk célja az volt, hogy a megfelelő iskolákat, és azon belül az egyes osztályokat kiválasszuk, és szempont volt az is, hogy egy iskolából lehetőleg több párhuzamos osztályt válasszunk ki.

⁴² Mivel az adott tanévnek a statisztikai adatszolgáltatási határideje október 15-e, amelyet még a statisztikák elkészítése követ, ezért a 2006/2007-es tanév 11. évfolyamán tanuló diákok létszámát tudtuk alapul venni.

Az alapsokaságban a különböző képzési programokon tanuló diákok a következő arányt képviselik (3. sz. melléklet):

Gimnáziumi képzésben részt vevők:	40,7 %	200 diák
Szakközépiskolai képzésben részt vevők:	42,3 %	208 diák
Szakiskolai képzésben részt vevők:	17,0 %	84 diák
Mintabeli becsült létszám:	összesen	492 diák

Képzési típusonként megnéztük, hogy milyen létszámúak az egyes iskolákban működő osztályok⁴³. Ebből láthattuk, hogy az egyes képzési típusból a mintában szereplő osztályoknak hogyan kell megoszlanuk. A gimnáziumi képzés esetében eredményeink azt mutatták, hogy az osztályok egyharmada a legkisebb, illetve a közepes méretű, a nagyobb hányaduk (mintegy kétharmaduk) pedig a legmagasabb létszámú osztályokból került ki. A gimnáziumokra „szánt” 6-7 osztályt úgy osztottuk el a szóba jöhető gimnáziumok között, hogy azok kétharmada a nagyobb, egyharmada pedig a kisebb és közepes méretű osztályok közül kerüljön ki – mindeközben figyelembe vettük a diákok, illetve az osztályok és az iskolák közötti megoszlását (tehát, hogy abból az iskolából „vegyük ki” a több osztályt és ezzel együtt a több tanulót, ahol valóban nagyobb létszámban tanulnak).

A szakközépiskolai képzésnél arra az eredményre jutottunk, hogy az osztályok harmada, illetve kicsivel több, mint harmada a legkisebb, illetve a legnagyobb létszámú osztályok közül került ki, nem egészen 30 százaléka pedig a „közepes” létszámú osztályokból. A szakközépiskolai osztályokat úgy osztottuk szét a szóba jöhető iskolák között, hogy azok körülbelül egyharmada a legkisebb, illetve a legnagyobb, 30 százaléka pedig a „közepes” méretű osztályokból kerüljön ki.

A szakiskolai képzés esetében két olyan iskola volt, ahol több olyan párhuzamos osztály van, ahol a vizsgálathoz szükséges három osztályt kiválaszthattuk (20. sz. táblázat).

⁴³ Nem hagytuk figyelmen kívül, hogy a vizsgálat tervezett időpontjára természetesen mind az osztályok létszáma, mind a létszám szerinti megoszlás változhat, ami módosíthatja a minta végleges elemszámát.

A mintakiválasztásra került iskolák és osztályaik

20. sz. táblázat

Kiválasztott iskola	Kiválasztott osztály
Szilágyi Erzsébet Gimnázium	1 nagyobb létszámú gimnáziumi osztály
Neumann János Középiskola és Kollégium	3 gimnáziumi osztály: - 2 kisebb és - 1 nagyobb létszámú osztály 1 kisebb létszámú szakközépiskolai osztály
Dobó István Gimnázium	2 nagyobb létszámú gimnáziumi osztály
Gárdonyi Géza Gimnázium és Szakközépiskola	1 nagyobb létszámú gimnáziumi osztály
Wigner Jenő Középiskola	1 nagyobb létszámú szakközépiskolai osztály
Andrássy Gyula Közgazdasági Szakközépiskola	2 nagyobb létszámú szakközépiskolai osztály
Egri Kereskedelmi, Mezőgazdasági, Vendéglátóipari Szakközép-, Szakiskola és Kollégium	3 szakközépiskola osztály: - 2 közepes nagyságú és - 1 kisebb létszámú osztály 2 szakiskolai osztály: - 1 kisebb és - 1 nagyobb létszámú osztály
Szent Lőrinc Vendéglátó és Idegenforgalmi Szakközépiskola és Szakiskola	1 kisebb létszámú szakközépiskolai osztály 1 kisebb létszámú szakiskolai osztály

A mintát tehát:

- összesen 8 iskola 18 osztályából vettük,
- gimnáziumi képzésből 7 osztályt választottunk, ezen belül:
 - o „kis, illetve közepes” létszámú osztály: 2 darab
 - o „nagy” létszámú osztály: 5 darab
- szakközépiskolai képzésből 8 osztályt választottunk, ezen belül:
 - o „kis” létszámú osztály: 3 darab
 - o „közepes” létszámú osztály: 2 darab
 - o „nagy” létszámú osztály: 3 darab
- szakiskolai képzésből 3 osztályt választottunk olyan iskolákból, ahol több párhuzamos osztály volt.

A mintában tehát sikerült követnünk a diákok számának képzési típusok közti tényleges megoszlását. Joggal feltételezhetjük tehát, hogy a megkérdezett fiatalok véleménye, tapasztalatai jól fogják reprezentálni Eger város középiskolásainak az ifjúsági turizmussal kapcsolatos gondolatait és élményeit.

5.1.2. Helyzetkép az egri fiatalokról

Az egri középiskolások vizsgálatának bemutatása előtt fontos dolognak tartjuk, hogy egyrészt kiemeljük a vizsgálat helyszínéül szolgáló várost, **Egert**, ahol jelentős szerepe van a turizmusnak, és az meghatározó szerepet tölt be a város arculatában. A város adottságai lehetővé teszik, hogy számos motivációjú látogató érkezzen a városba (kultúra, egészség, vallás, gasztronómia stb.), ezért népszerű turisztikai célpont. Mivel a turisták jelenléte és viselkedése hatással van a helyi lakosság turizmushoz való viszonyára, éppen ezért feltételezhetjük, hogy a város az itt tanuló, lakó, élő emberek turizmushoz való hozzáállására is hatással van, és ezért az utazási motiváció még inkább jelen van.

Másrészt 2005-ben a 15-29 éves egri fiatalokról készült egy kutatás⁴⁴ (Bauer et al. 2005, 10-12), amelynek során megállapították, hogy az egri fiatalok néhány tekintetben olyan **adottságokkal** rendelkeznek, amelyek az *országos* átlag felett állnak:

- Az egri fiatalok szüleinek iskolai végzettsége magasabbnak mondható, mint az országos átlag.
- A fiatalok iskolai végzettsége jóval kedvezőbbnek tűnik, mint amit az országos arányszámok mutatnak.
- Az egri fiatalok nagyobb arányban beszélnek valamilyen szinten idegen nyelven (74 százalék), mint az országos mintába tartozó fiatalok (61 százalék), és az első helyen az angol nyelv áll, ezt a német nyelv követi.
- Egerben az országos adatokhoz képest valamennyivel alacsonyabb a napi internet használók aránya (4 százalékkal), ugyanakkor 4,3 százalékkal több a heti többszöri internet használó, viszont a soha nem internetezők Egerben a fiatalok 25,1 százalékát teszik ki, ez 9,7 százalékkal több, mint az Ifjúság2004 országos eredménye.

⁴⁴ Készítette a Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda Eger Megyei Jogú Város Önkormányzatának a megbízásából, az Egerben élő, illetve az oda bejáró 15-29 éves korosztályról. Mintanagyság: 1000 fő. A 2005-ös egri adatfelvétel eredményeit a tanulmányban az Ifjúság2004 elnevezésű *országosan* reprezentatív kutatás eredményeihez hasonlították.

- A fiatalok rendelkeznek baráti körrel, közülük ötből négy fiatalnak vannak olyan barátai, akikkel együtt van szabadidejében.
- Az egri fiatalok körében a leglátogatottabb a Sziget Fesztivál.
- A háztartások átlagos havi jövedelmét vizsgálva megállapítható, hogy az Észak-Magyarország régió a legkedvezőtlenebb helyzetben lévő régiók egyike, azonban ne feledkezzünk meg arról, hogy a régióhoz tartozik Nógrád és Borsod-Abaúj-Zemplén megye is, amelyek köztudottan hátrányos helyzetűek.

5.1.3. A kérdőív felépítése

A kérdőív (4. sz. melléklet) három fő részre osztható. A magyarázó változókat követően (a szülők iskolai végzettsége, a család anyagi helyzete; az idegen nyelvtudás, az internet használata, a szabadidő stb.) a közös családi, és a fiatalok önállóan megszervezett nyaralására vonatkozó kérdések következnek. A kérdőív összeállítása során azt is figyelembe vettük, hogy azoknak a tanulónak a véleményét is meg tudjuk ismerni, akik még nem utaztak önállóan.

A kérdőíves vizsgálatban tehát a következő **kérdésköröket** érintjük a középiskolai programtípus, a szülők iskolai végzettsége, a középiskolások lakóhelye stb. függvényében:

- a családi és az önálló utazások (családdal együtt, családtól külön),
- az utazás motivációja és célja (rokonlátogatás, pihenés, kikapcsolódás, ismeretbővítés stb.),
- az utak szervezettsége, megszervezése (egyéniileg szervezett vagy utazási iroda által),
- az utazás során nyert tapasztalatok, az utazás hasznossága,
- a tanulási lehetőségek (tágra és szűken értelmezve),
- a nyaralással, üdüléssel kapcsolatos vélemények,
- az utazás elmaradásának okai stb.

A kérdőívben az empirikus kutatás során használt egyes kérdéseket a következő kutatások, kérdőíves megkérdezések kérdéseinek a felhasználásával tettük fel:

- „*Ifjúság2004*” kutatás (Bauer és Szabó 2005)
- „*Az egri fiatalok helyzete 2005*” kutatás (Bauer et al. 2005)
- Magyar Turizmus Zrt. kutatásai (M.Á.S.T. 2004a, 2004b, 2006, 2007, Mester 2008)

- KSH „*Számokban utazunk*” kutatás (Puskás 2006)
- „*A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés*” című OTKA kutatás (OTKA Nyilvántartási szám K63555) (Forray és Juhász 2008b)

A kérdőívek önkitöltősek voltak, és a kitöltésre osztályfőnöki óra keretében került sor, kérdezőbiztos jelenlétében. A lekérdezésben az Eszterházy Károly Főiskola művelődésszervező szakos (turizmus szakirányos) hallgatói nyújtottak segítséget. A megkérdezés után az értékelhető kérdőívek száma 417 volt, a kérdőívek rögzítését SPSS programban készítettük, és a számításokhoz, illetve az elemzéshez ezt az adatbázist használtuk.

5.1.4. Hipotézisek

A szakirodalom és az ismertetett kutatások alapján – a következő *főbb* hipotéziseket állítjuk fel:

1. Az ifjú korosztály turizmusban való részvételére a család kulturális- (vö. Bourdieu 1978) és a társadalmi tőkéje (vö. Coleman 1998) is hatást gyakorol, azaz azt a családi minta, és a család támogatása, pozitív hozzáállása is meghatározza, amely abban is jelentkezik, hogy a gimnáziumban tanulókra a turizmusban magasabb részvétel a jellemző.
2. Az iskola mint szocializációs színtér szintén hatást gyakorol a tanulók turizmushoz fűződő viszonyára, mégpedig eltérő ráhatással, mind az intézmény profilját tekintve, mind pedig a középfokú program típusát (gimnázium, szakközépiskola, szakiskola) vizsgálva.
3. Az ifjú korosztály fogyasztásban való részvétele a turizmussal összefüggésben is megnyilvánul, mégpedig úgy, hogy a tanulók tudatosan készülnek a nyári szünidő utazással való eltöltésére, azaz jelentős számban van jelen ennél a korosztálynál az utazás, elsősorban az egyénileg megszervezett utak formájában.
4. A fiatalok számára a kihívások, a lehetőségeik megismerése, és az önmegvalósítás különösen fontosak (vö. Hartmann 1981, Scitovsky 1990). Az önálló nyaralás, az

otthontól való elszakadás pedig lehetőséget ad arra, hogy a szociális és személyi készségeik, kompetenciáik fejlődjenek, illetve, hogy tapasztalatokat szerezzenek, amelyeknek az értékelése, megítélése azonban programtípusonként különbözik.

5. A szabadidőben számos új tudásra lehet szert tenni (vö. Komenczi 2001, Tót 2007, Forray és Juhász 2008b), ezért a turizmus mint szabadidős tevékenység szintén lehetőséget ad az utazás előkészítésén, az utazás alatt végzett tevékenységeken, és a megszerzett élményeken keresztül a tudás bővítésére, vagyis a tanulásra, amelynél azonban a család által közvetített kulturális tőke is meghatározó.
6. Az ifjú korosztály érdeklődése, szabadidő eltöltési módja nem azonos (vö. Bauer és Szabó 2005; Bauer et al. 2005; DiMaggio 1998; Hunyadi 2005, Nagy 2006), ezért turistaként sem alkotnak homogén közösséget, amely befolyással bír a szabadidő eltöltésükre, és a szabadidőben történő tanulásukra is.

5.2. A minta általános elemzése

A fejezet során a megkérdezett fiatalokat a programtípusuk, a családi háttérük (a szülők iskolai végzettsége, a család anyagi helyzete stb.), az értékviláguk stb., illetve a saját társaságukkal történt nyaralásuk alapján elemezzük.

5.2.1. A minta társadalmi nem, illetve programtípus szerinti elemzése

A megkérdezetteknek az 58 százaléka **fiú** és a 42 százaléka **lány**. A fiúk magasabb számát egyrészt a Központi Statisztikai Hivatal adatai, másrészt a mintába került iskolák is magyarázzák. A KSH (Harcza 2007, 5) *országos* adatai szerint a 17 és 18 éves korösszetételű népességben általában több a fiú, illetve a mintában a Wigner Jenő Középiskola is szerepet kapott, amelyben – műszaki középiskola révén – jellemzően fiúk tanulnak. Ez összhangban áll azzal az *országos* tendenciával, amely szerint a szakmai képzésen elsősorban a fiúk vesznek részt, és a gimnáziumban inkább a lányok tanulnak tovább (Harcza 2007, 30). A programtípus szerinti bontásunkból szintén megállapítható, hogy a szakiskolába járóknak 74,6 százaléka fiú, a szakközépiskolába járóknál ez az arány

62,7 százalék, míg a gimnazistáknál fordulat található, a tanulóknak kevesebb, mint a fele fiú (45,4 százalék) (sig:0,000; Cramer's V: 0,497⁴⁵).

A KSH (Harcza 2007, 30) országos adatai arról számolnak be, hogy a középiskolába beiratkozottaknak a 22 százaléka érettségit nem adó szakiskolákban, a 43 százaléka szakközépiskolákban, és a 34 százaléka gimnáziumokban tanul. A megkérdezett egri középiskolásoknál arányaiban hasonló képet kaptunk, esetünkben a tanulók száma magasabb volt a gimnazisták javára, a szakiskolásoknál pedig alacsonyabb, azonban ha az Egerben a 11. évfolyamon tanuló diákok arányával vetjük össze, minimális különbséggel számolhatunk.

A megkérdezettek középiskolai programtípus szerinti megoszlása

21. sz. táblázat

		Programtípus			Összes
		Szakiskola	Szakközép-iskola	Gimnázium	
Neme	Fiú (fő)	50	116	75	241 fő
	Lány (fő)	17	69	90	176 fő
Összes (fő)		67	185	165	417 fő
A minta százalékos megoszlása (%)		16,1	44,4	39,5	100 %
Egerben a 11. évf. tanulók aránya (%) ⁴⁶		17	42,3	40,7	100 %

Sig: 0,000; Cramer's V: 0,219

A megkérdezett fiatalok **édesanyjának** csaknem a fele (42,2 százalék) érettségizett, 31,1 százalékuk pedig diplomát is szerzett, ez az arány az apák esetében 31,1, illetve 25 százalék. A Központi Statisztikai Hivatal (Harcza 2007, 35-36) országos adatai arányaiban hasonló tendenciát mutatnak, azaz ennél a korosztálynál – feltételezésünk szerint a megkérdezett fiatalok szülei javarészt a 40-49 éves korosztályhoz tartoznak – a nők körében magasabb az érettségizettek és a diplomával rendelkezők száma.

A lakóhelyet tekintve diplomával rendelkezik az Egerben élő fiatalok 35 százalékának az édes/nevelő apja, és 44 százalékuknak az édes/nevelőanyja, míg a bejáró fiatalok apáinál ez az arány 21,9 százalék, az anyáknál pedig 24,7 százalék. A kollégista és egyébként falun élő tanulók (feltételezzük, hogy Egertől távolabbi településről van szó)

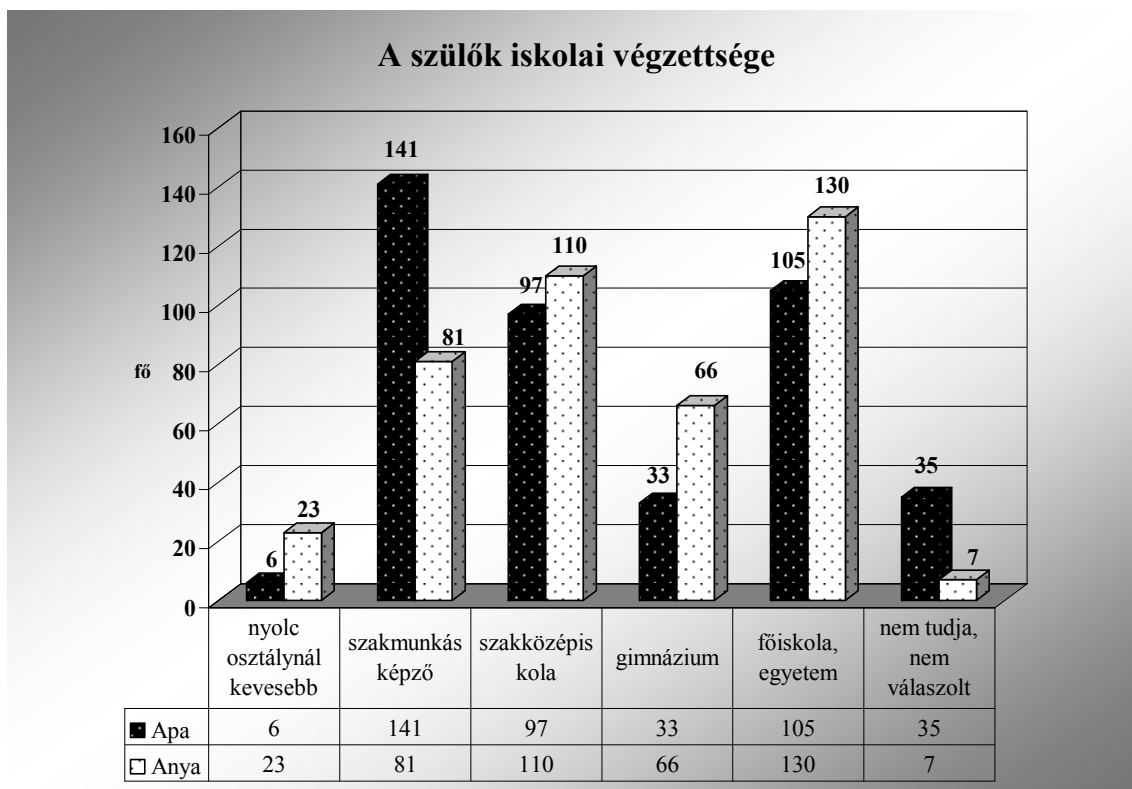
⁴⁵ A „khi négyzet”-próba <0,05 szignifikancia szinten erős szignifikanciát mutat. A Cramer-féle asszociációs együttható 0 – 0,3 érték esetén gyenge kapcsolatot; 0,3 – 0,7 érték esetén közepes kapcsolatot és 0,7 – 1 érték esetén erős kapcsolatot jelent (vö. Babbie 2003).

⁴⁶ A 2006/2007-es tanév 11. évfolyamán tanuló diákok létszámát vettük alapul.

apáinak csupán 11,3 százaléka rendelkezik diplomával, míg ez az arány az anyák esetében 10 százalék (sig: 0,000; Cramer's V: 0,189). Azonban nem maga a település a döntő az iskolázottság tekintetében, hanem a lakosság egyenlőtlen iskolai megoszlása a különböző típusú települések között (Andor és Liskó 2000, 93-94) (vö. Kozma 1998).

Az is megállapítható, hogy a szülők iskolai végzettsége nem független egymástól (vö. Bauer és Szabó 2005, 25). A fiatalok családjának többségében a két szülő hasonló iskolai végzettséggel rendelkezik (sig: 0,000; Cramer's V: 0,280) (10. sz. ábra).

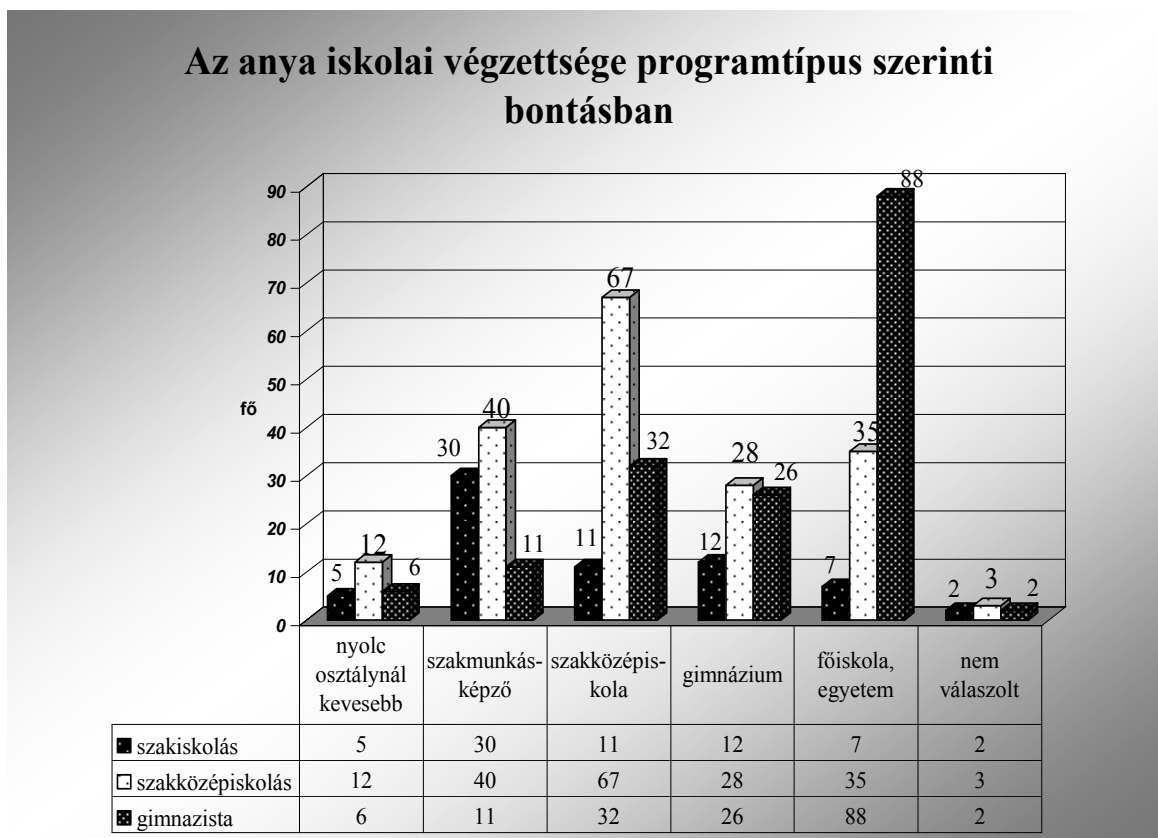
10. sz. ábra



Az adataink azt az *országos* tendenciát is alátámasztják – amely az elmúlt másfél évtizedben tovább erősödött (Harcza 2007, 28), hogy minél iskolázottabbak a szülők, annál kisebb arányban tanítatják gyermekeiket szakmunkásképzőkben, szakiskolákban, illetve annál inkább választják számukra a gimnáziumot vagy a szakközépiskolát (vö. Kozma 1998, Blaskó 2002, Szira 2007). Az egri középiskolásoknál a **programtípus** és a **szülők iskolai végzettségének** összefüggését vizsgálva erősebb kapcsolat mutatható ki az anya iskolázottságát tekintve (sig: 0,000; Cramer's V: 0,339), mint az apáét vizsgálva (sig:0,000; Cramer's V: 0,257). A PISA kutatások szintén kiemelik az anya iskolázottságának a szerepét a gyermek iskolázottságában (Vári et al. 2002). Vizsgálatunkban a szakmunkás végzettségű anyák gyermekeinek 86,4 százaléka tanul

szakiskolában vagy szakközépiskolában, viszont a diplomával rendelkező anyák gyermekeinek a többsége (67,6 százaléka) gimnáziumban tanul. A szakmunkás apáknál ez az arány 78 százalék, a diplomásoknál pedig 63,8 százalék.

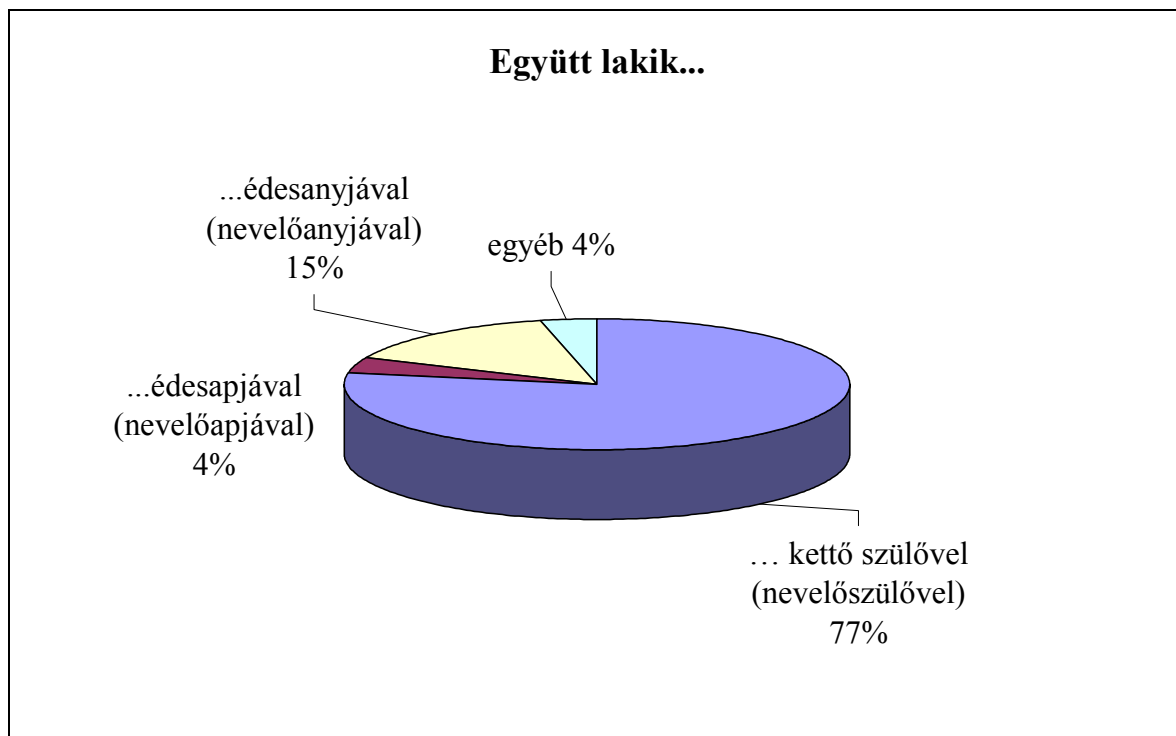
11. sz. ábra



A fiatalok többsége – a korosztályra jellemző módon – még a **szüleivel él együtt**. A megkérdezett középiskolások 77 százaléka kétszülős háztartásban él, azonban programtípus szerint vizsgálódva a szakiskolás tanulóknál kedvezőtlenebb a helyzet a szülők családi állapotát tekintve. Míg a szakközépiskolások 78,9 százaléka és a gimnazisták 78,7 százaléka kétszülős háztartásban él, ez az arány a szakiskolás tanulóknál valamivel alacsonyabb, 71,6 százalék. A KSH (Harcsa 2007, 20) *országos* adatai is arról számolnak be, hogy az alacsonyabb iskolai végzettségűeknél magasabb a válások száma, amely vizsgálatunkban is tükröződik, hiszen a szülők iskolázottsága nem független a középiskolás fiatal programtípus választásától. Azok közül, akik az egyik szülővel élnek együtt, azoknak 15 százalékát az édes/nevelőanya neveli, amelynek magyarázatát az adja, hogy válás után jellemzően az anyánál marad a gyermek, és csupán a tanulók 4 százaléka él édes/nevelő apjával. Mindösszesen másik 4 százalékuk adott meg egyéb kategóriát, ez

jellemzően a nagyszülővel való együttélést jelenti, azonban ebben a kategóriában öt fő (1,1 százalék) már barátjával, barátnőjével él együtt.

12. sz. ábra



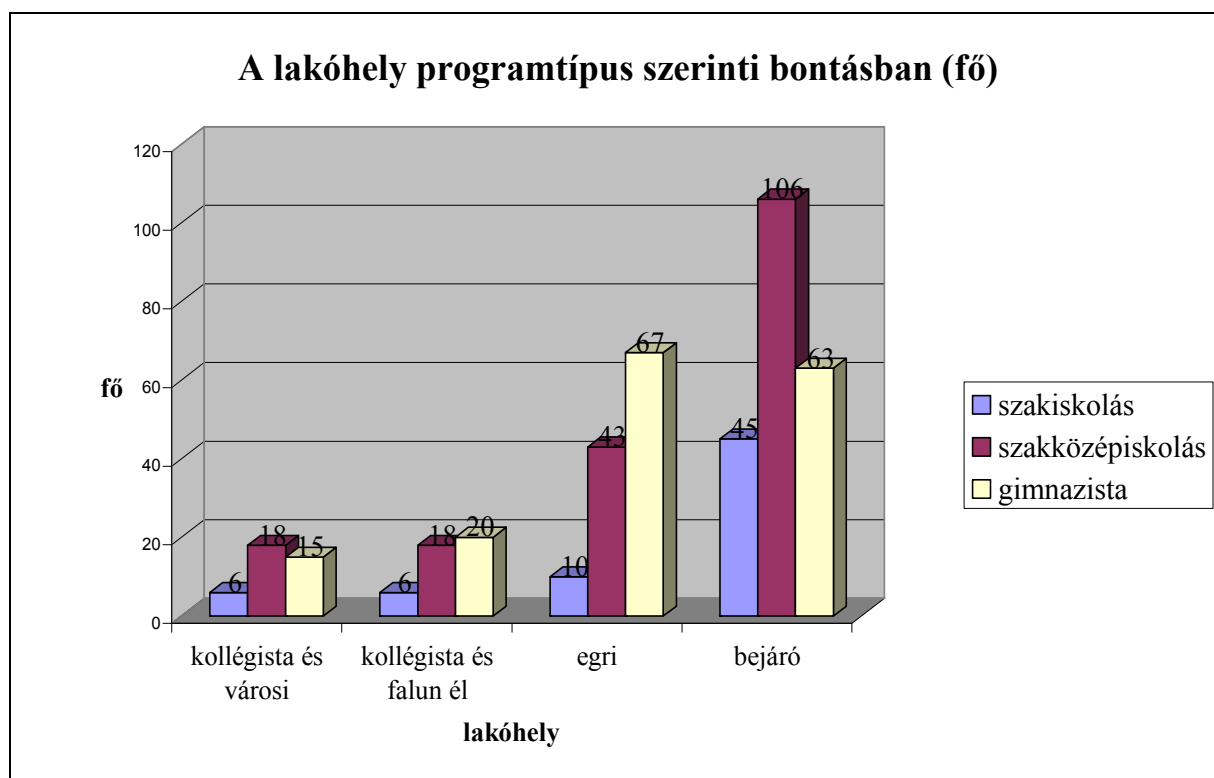
A lakóhelyet tekintve viszont a bejáró fiatalokra jellemző inkább, hogy kétszülő háztartásban élnek (83,6 százalék), mert ez az arány az egeri fiataloknál 69,2 százalék. Ennek egyik magyarázata az lehet, hogy a városi gyerekek szülei „könnyebben” válnak, kevésbé köti őket össze a „települési kontroll”, hiszen azok közül, akiket az édesanyjuk egyedül nevel, azok között több az egeri (24,2 százalék), mint a bejáró (10,3 százalék). Másrészt a házasságkötés vagy a házassági állapot ma már egyre kevésbé társadalmilag elvárt feltétele a gyermekvállalásnak, 1990 óta kétszeresére emelkedett a nem házasságban történő születek száma (Harcza 2007, 13).

Az egeri középiskolák **vonzáskörzete** elsősorban Eger és a környéke (a tanulók 80 százaléka egeri, illetve bejáró).⁴⁷ A megkérdezett fiataloknak több mint fele (51 százaléka) Eger környékéről jár be, őket követik az egeriek (29 százalék). További egyötödük

⁴⁷ Az egeri önkormányzati és nem önkormányzati középiskolákban tanulók száma összesen: 10975 fő, ebből egeri 3973 fő (36,2 %), más településről bejáró 4906 fő (44,7 %), kollégista 2096 fő (19,1 %). Forrás: Eger Megyei Jogú Város, Oktatási Iroda, összesített adatok a 2006/07-es tanévről vonatkozóan.

kollégista, és azon belül is 11 százalékuk városlakó, 9 százalékuk pedig falun él. A nemek szerinti bontás során a lakóhelyet tekintve nem talákoztunk releváns különbséggel (a fiúknak a 29 százaléka, a lányoknak a 28,4 százaléka egri, és a fiúk 52,2 százaléka, illetve a lányok 50 százaléka bejáró).

13. sz. ábra

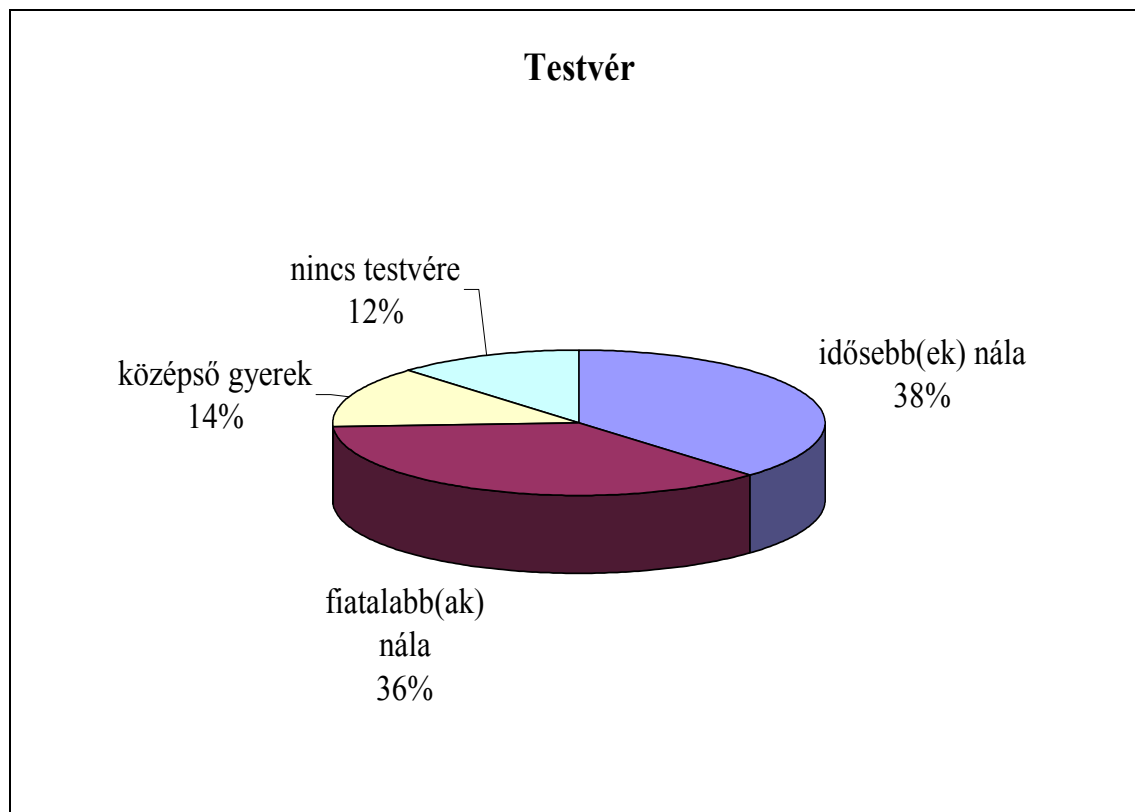


Az is megállapítható, hogy a szakiskolák vonzáskörzete elsősorban az Eger környéki települések (67,2 százalék), míg a gimnáziumokba inkább egriek (40,6 százalék) és Egertől nem távol élők (bejárók) járnak (38,2 százalék). Szignifikáns összefüggés is kimutatható a programtípus és a lakóhely között (sig: 0,000; Cramer's V:0,174), amely szintén nem független a szülők iskolázottságától a települések tekintetében (vö. Andor és Liskó 2000).

A fiatalok többségének (88 százalékának) van **testvére**, 36 százalékuknál fiatalabb(ak) a testvér(ek), 38 százalékuknál idősebb(ek). Egyhatoduk középső gyermek, azaz fiatalabb és idősebb testvére is van. (14. sz. ábra) Az *országos* adatok hasonló tendenciát mutatnak Magyarországon, hiszen a 18-75 évesek többsége még mindig a kétgyermekes családmoddlt preferálja – miközben a kétgyermekes családmoddll vezető szerepe egyre inkább csökken, azonban 23 százalékuk a háromgyermekes család mellett

érvel. A szülők egytizede azt tartja a legjobbnak, ha csak egyetlen gyermeke van (Harcsa 2007, 13).

14. sz. ábra



Nincs jelentősebb különbség a nemek tekintetében a testvérek számát illetően, azonban elmondható, hogy a programtípus (sig: 0,000; Cramer's V:0,179) és a lakóhely (sig:0,032; Cramer's V:0,121) szerinti megoszlásban szignifikáns összefüggés mutatható ki. Ugyanis magasabb arányt képviselnek a gimnazisták (15,7 százalék) és az egri fiatalok (18,3 százalék) azok között, akiknek nincsen testvére.

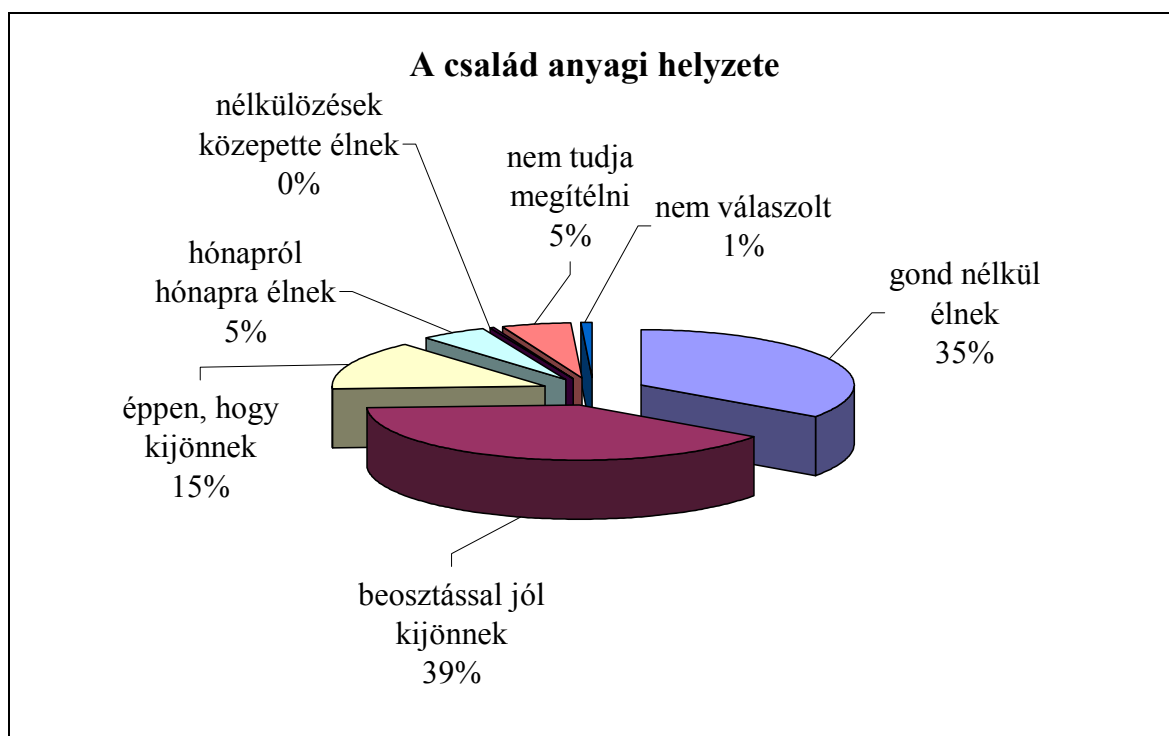
5.2.2. Anyagi helyzet

A **financiális helyzetre** elsősorban szubjektív megítélés⁴⁸ alapján kérdeztünk rá, hiszen az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005, 44) *országos* vizsgálat is felhívja arra figyelmünket, hogy a 15-19 évesek többsége nincsen teljesen tisztában a családja vagyoni, anyagi helyzetével, amelynek a magyarázata valószínűleg az, hogy a fiatalokkal nem beszélgetnek otthon erről, vagy a szülők megpróbálnak mindent megadni gyermekeiknek, így ők a valós helyzetet nem érzékelik, illetve amíg nem gazdálkodnak önállóan, nem is lehetnek teljesen képben a pénzügyi helyzettel (Bauer et al. 2005). Az anyagi helyzet szubjektív értékelése azt mutatja, hogy a fiatalok 74 százaléka a viszonylag jó anyagi körülmények között élők közé sorolja magát, azaz gond nélkül él 35 százalékuk, és beosztással jól kijön közel 40 százalékuk. Tizenöt százalékuk ellenkező benyomásokról számol be, azaz éppen megélnék, kijönnek a pénzükből. Öt százalékuk hónapról-hónapra, és egy fő nélküli körülmények között él, a megítélések szerint. Az is elmondható, hogy a válaszadók hat százaléka nem tudja megítélni a családja anyagi helyzetét.

Felmerül az az aktuális kérdés, hogy a **gazdasági válság**, miként és hogyan hat majd a családok pénzügyeire, amely hatással lesz többek között a turizmusban való részvételükre is.

⁴⁸ A KSH (Harcsa 2007, 69) adataitól eltérően a kutatásunk során az Ifjúság 2004 vizsgálat (Bauer és Szabó 2005) alapján képeztünk hat fő csoportot, hogy megkönnyítsük a középiskolásoknak az anyagi helyzetük besorolását:

- gond nélkül élnek,
- beosztással jól kijönnek,
- éppen, hogy kijönnek pénzükből,
- hónapról-hónapra élnek,
- nélkülözések közepette élnek,
- nem tudja megítélni.



A **gimnazisták** kedvezőbbnek ítélik meg az anyagi helyzetüket (37,6 százaléka ítéli meg úgy, hogy gond nélkül élnek, míg ez az arány a szakiskolás tanulóknál 23,9 százalék). Ezen eredményünket alátámasztják a KSH *országos* adatai is, hiszen az iskolai végzettség (a gimnazisták szülei magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek) és a kereset összefüggéseit vizsgálva megállapítható, hogy a diploma a középiskolai végzettséghez viszonyítva mindenhol többletkeresettel jár, de mértékében különbözővel (Harcza 2007, 40) (vö. Bourdieu 1997).

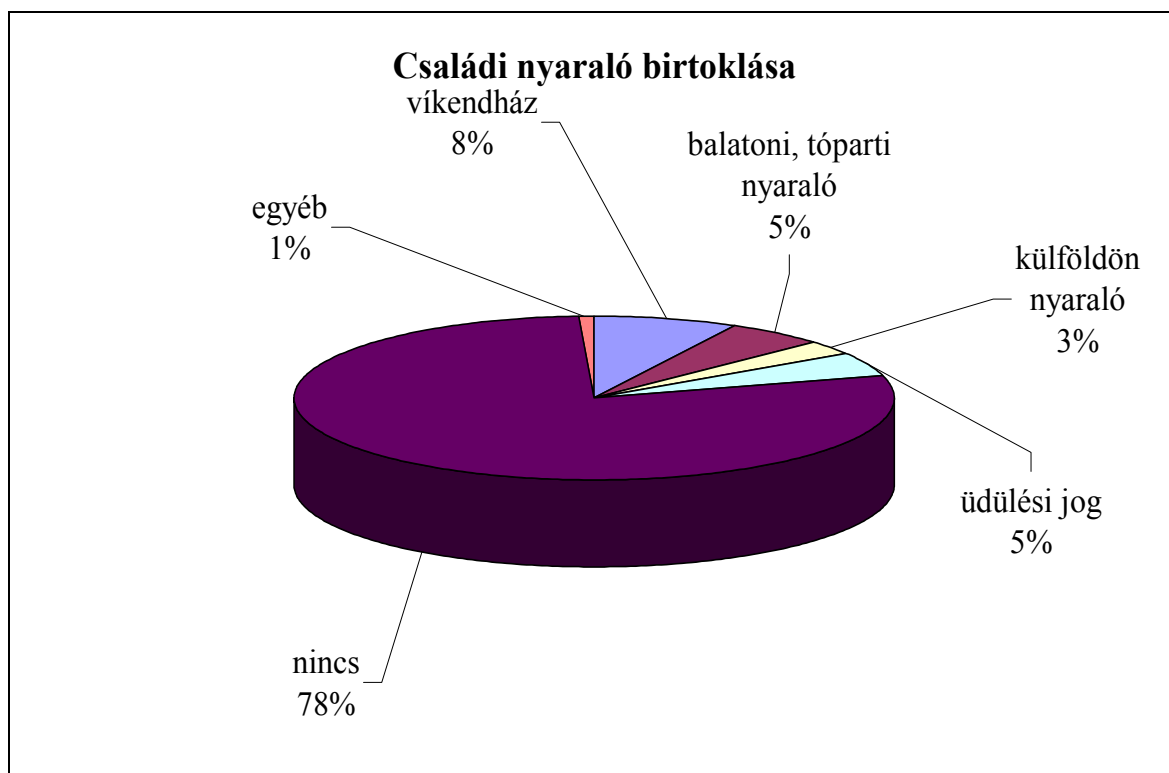
A **lakóhely** tekintetében pedig az egri fiatalok ítélték meg a családjuk anyagi helyzetét inkább kedvezőbbnek⁴⁹ (77,5 százalékuk, a bejáró és kollégiumban élő fiataloknak pedig 72,4 – 72,2 százalék), amely szintén összefüggésbe hozható a szülők, és azon belül az apa iskolázottságával (vö. Blaskó 2002).

A kutatás jellegéből adódóan arra is rákérdeztünk, hogy **saját nyaralóval** rendelkezik-e a család. A megkérdezett fiatalok döntő (78) százaléka azonban nemleges választ adott erre a kérdésre. Az viszont megállapítható, hogy akik rendelkeznek saját nyaralóval, azok nyolc százalékának családi víkendháza van. Külön (és magasabb) kategóriának vettük, ha valamelyik család balatoni, vagy más tóparti nyaralóval rendelkezik. A fiataloknak öt százalékuk jelölte meg ezt a választ, és szintén öt

⁴⁹ Kedvezőnek vesszük, amennyiben a „gond nélkül élünk”, vagy a „beosztással jól kijövünk” válaszlehetőséget jelölték be.

százalékuknak a családja üdülési joggal rendelkezik. Három százalék azon fiatalok aránya, ahol a család külföldi nyaralóval rendelkezik (16. sz. ábra). Azonban az alacsony elemszám miatt – mivel a válaszadók döntő százaléka nemleges választ adott – a vizsgálat során csupán azt vesszük figyelembe, hogy rendelkezik-e a család nyaralóval, illetve üdülési joggal vagy sem.

16. sz. ábra



Az is megállapítható, hogy balatoni/tóparti nyaralóval rendelkező 22 tanuló családjából 17 az anyagi helyzetét kedvezőnek ítélte meg. Ezt alátámasztja a KSH (Harcza 2007, 94) országos adatfelvétele is, azaz a jövedelmi helyzet és a fogyasztói döntések összefüggenek, bár nem feltétlenül lineárisan (vö. Losonczi 1977, 297).

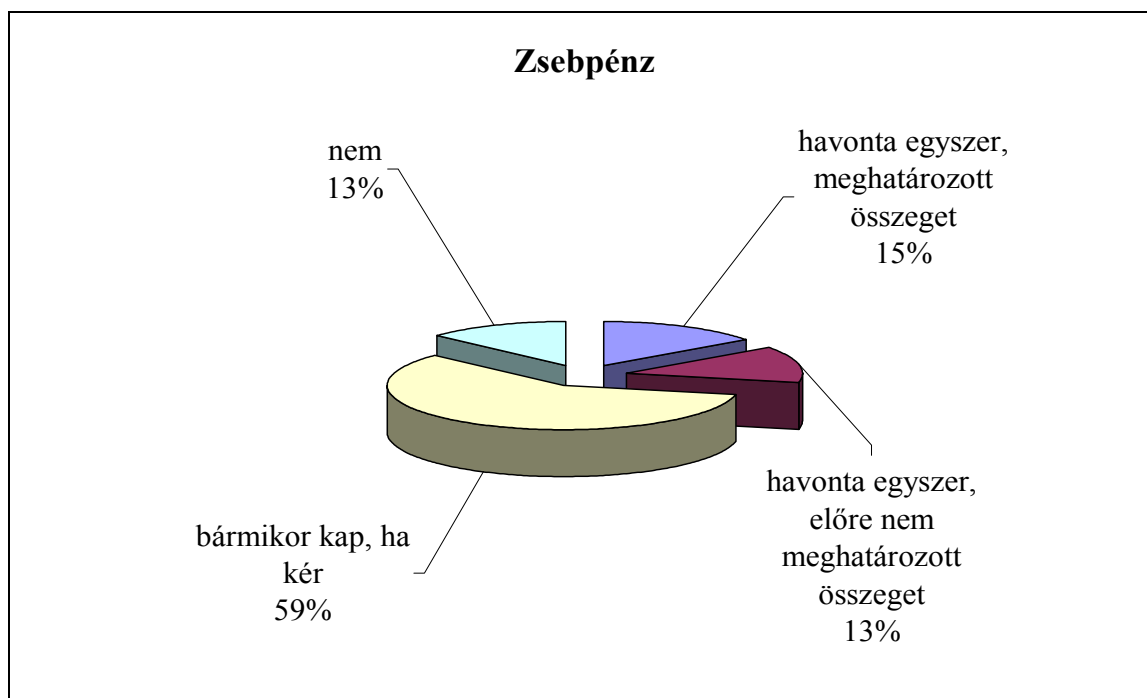
Amennyiben nemek szerinti bontásban vizsgálódunk, a fiúk 21,1 százalékánál, a lányok 19,8 százalékánál van a családban saját nyaraló. Programtípus szerinti bontásban pedig a gimnazisták 23,6 százalékának családja rendelkezik saját nyaralóval vagy üdülési joggal, őket követik a szakiskolások (19,4 százalék), végül pedig a szakközépiskolások (18,3 százalék). Lakóhely tekintetében – a programtípus választásnak megfelelően – az Egerben élő fiatalok családjánál jellemzőbb a saját nyaraló (23 százalék), míg a bejáró fiatalok 15,8 százalékának a családja rendelkezik saját nyaralóval.

5.2.3. Zsebpénz

A középiskolásoknál a **zsebpénz**nek azért is van fontos szerepe, hogy lehetőséget biztosítson a fiatalnak a pénzzel való bánást és gazdálkodást megtanulni, illetve általa maga is hozhasson **fogyasztói döntéseket**. Természetesen a zsebpénz nagyságát számos tényező befolyásolja, ilyen például az életkor, a szülők hozzáállása, a család anyagi helyzete, a jelenleg jelen lévő gazdasági válság stb.

A fiatalok többsége (87 százaléka) kap zsebpénzt szüleitől. (17. sz. ábra) Döntő hányaduk (59 százaléka) bármikor kap, ha kér zsebpénzt; 15 százaléka havonta egyszer és egy előre meghatározott összeget, 13 százaléka pedig szintén havonta egyszer kap, azonban előre nem megbeszélte az összeget. A fiatalok 13 százaléka állítja azt, hogy egyáltalán nem kap zsebpénzt, mégpedig a fiúknak 14 százaléka, a lányoknak pedig 12 százaléka. A programtípus szerinti bontásban a szakiskolások egyötödének (20,8 százalék) nem jár zsebpénz, és ez az arány a gimnazistáknál 14,5 százalék. Legkedvezőbb helyzetben a szakközépiskolások tanulói vannak, mindössze kevesebb, mint 10 százalékuknak nem jut otthon zsebpénzhez (sig: 0,049; Cramer's V: 0,137).

17. sz. ábra

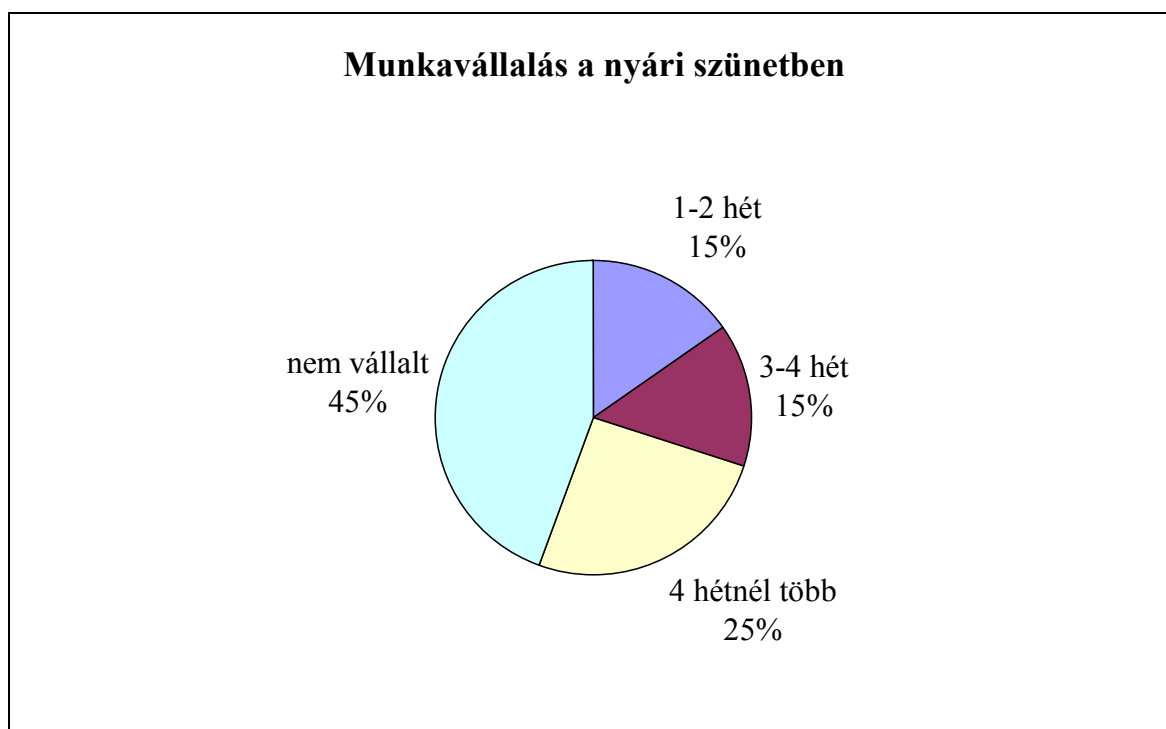


A család anyagi helyzetével összefüggésben megállapítható, hogy a gond nélkül élő családok gyermekei inkább kapnak zsebpénzt (93 százalékuknak a gyermeke kap), míg a

rosszabb anyagi helyzetben lévőknek (éppen, hogy kijövők, hónapról hónapra élők) közel a háromnegyede nem jut otthon zsebpénzhez (sig: 0,000; Cramer's V: 0,192). A lakóhely tekintetében az egri fiatalok 18,3 százalékának nem jár zsebpénz, míg ez az arány a bejáró fiataloknál 12 százalék, feltehetően esetükben a napi ingázásból is következik, hogy inkább jutnak zsebpénzhez.

A **nyári munkavállalás** szintén lehetőséget ad arra, hogy a fiatal (zseb)pénzhez jusson, azaz lehetősége legyen olyan keresethez jutni, amelyből önállóan gazdálkodhat. Viszont a nyári munkavállalást más okból is vizsgáltuk. Kíváncsiak voltunk arra is, hogy van-e összefüggés a turizmusban való részvétel és nyári munkavállalás között. Egyrészt a nyári munka során megkeresett pénzből lehetőség nyílik az önálló nyaralás, utazás finanszírozására, azonban másrészt nem feledkezhetünk el arról sem, hogy a nyári munkavállalás a barátok, a szabadidő – így az utazás – rovására is mehet, ezáltal az ellenkezője is előfordulhat (vö. Furlong – Stadler – Azzopardi 2003, 231). A megkérdezett fiatalok 45 százaléka nem vállalt nyári munkát, azonban akik vállaltak, azok közül a legtöbben négy hétnél hosszabb időre (25 százalék). (18. sz. ábra) A nyári munkavállalás tekintetében a nemek szerinti bontásban jelentős eltérés tapasztalható (sig: 0,008; Cramer's V: 0,181). A fiúknak csupán 36,9 százaléka nem vállalt nyári munkát, és ez az arány a lányoknál 54,5 százalék. Ez összefügg a középiskola típusával, mert a szakiskolás fiatalok (többségükben fiúk tanulnak itt) közel háromnegyede vállal nyári munkát – azonban ne hagyjuk figyelmen kívül az ő esetükben a nyári szakmai gyakorlatot, amelyet egyes tanulók akár nyári munkavállalásként is értelmezhettek. A gimnazista tanulók 45,5 százaléka már dolgozott a nyáron, amelyet azonban ahhoz képest magasnak találtunk, hogy náluk nincsen kötelezően előírt szakmai gyakorlat (sig: 0,000; Cramer's V: 0,239).

Ezen kívül kimutatható szignifikáns kapcsolat a lakóhely és a nyári munkavállalás között (sig: 0,011; Cramer's V: 0,144). Valószínűsíthetjük, hogy a magyarázata összefügg a lakóhely és a programtípus, illetve a szülők iskolai végzettsége korábban említett összefüggéseivel, mert megállapíthatjuk, hogy a bejáró (63 százalék) és a kollégista (53 százalék) fiatalokra inkább jellemző a nyári munkavállalás, mint az egri fiatalokra (45 százalék). A család anyagi helyzetével is összefügg a nyári munkavállalás, hiszen a kedvező anyagi körülmények között élő tanulók (a gond nélkül élők és a beosztással jól kijövők) 46 százaléka nem vállalt nyári munkát, azonban a kedvezőtlenebb anyagi helyzetben élőknel már ez az arány 32 százalék (sig: 0,000; Cramer's V: 0,275).



Arra is kíváncsiak voltunk, hogy a fiatalok tesznek-e félre pénzt a nyaralásukra, azaz mennyire készülnek **tudatosan** arra, hogy a nyári szabadidejüket elutazással töltsék el. A fiatalok több mint egyharmada minden programtípusnál közel azonos arányban tett már félre pénzt nyaralásra, a gimnazistáknak a 43 százaléka, a szakközépiskolásoknak a 42,1 százaléka, és a szakiskolásoknak a 49,2 százaléka, illetve szintén közel azonos arányban takarékoskodtak előre a fiúk (44,3 százalék) és a lányok (42,6 százalék). Akik nem tettek rá félre pénzt, ott a család anyagi helyzete kedvezőnek mondható, vagyis feltételezhetjük, hogy nem volt arra szükségük, hogy félre tegyenek.

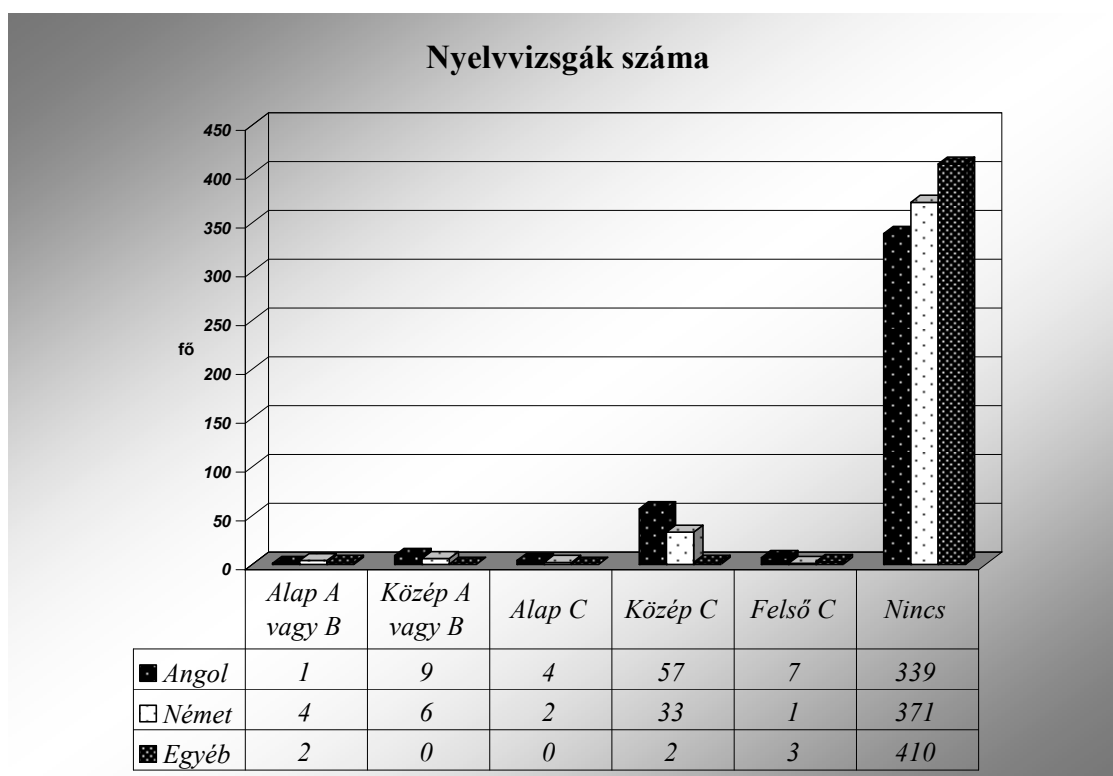
5.2.4. Idegennyelv-tudás

Az idegennyelv-tudást nem szubjektív alapokon mértük, azaz nem azt kérdeztük meg a tanulótól, hogy beszél-e valamilyen idegen nyelven, hanem arra kértük a válaszadókat, hogy jelöljék be, ha rendelkeznek nyelvvizsga bizonyítvánnyal. Azért választottuk ezt a megoldást, mert így feltételezzük, hogy objektívebb képet kapunk. Megállapíthatjuk, hogy a megkérdezett fiatalok többségének nincsen **nyelvvizsga** bizonyítványa, azonban ez nem zárja ki, hogy a lekérdezés ideje alatt nem voltak-e

függőben lévő nyelvvizsgák, hiszen sokan a középiskolás évek utolsó évében teszik le azt.⁵⁰

A KSH (Harcza 2007, 38) *országos* adatai szerint a diákok valamennyi oktatási szinten (a szakiskola kivételével) az angolt tanulják legnagyobb arányban, és hasonló eredményre jutottunk vizsgálatunkban is, mert a fiatalok többsége angol nyelvből tett nyelvvizsgát, ezt követi a német nyelv, az egyéb válaszoknál pedig a francia és az olasz nyelvet jelölték meg. Legtöbben angol középfokú C típusú nyelvvizsgával rendelkeznek (57 fő), ezt követi a német középfokú C nyelvvizsga (33 fő). Elmondható az is, hogy az egri fiatalok helyzetéről készült *helyi* kutatásban szintén hasonló tendenciával találkozhatunk, hiszen a vizsgálatból az derül ki, hogy többen beszélnek angolul, mint németül (Bauer et al. 2005, 27).

19. sz. ábra



Az, hogy valaki rendelkezik-e valamilyen nyelvvizsgával, az szoros összefüggésben áll a családi háttérrel, azon belül is az apa iskolázottságával (sig: 0,000; Cramer's V: 0,285) (vö. Bauer et al. 2005, 28, Bourdieu 1997). Az angol középfokú C

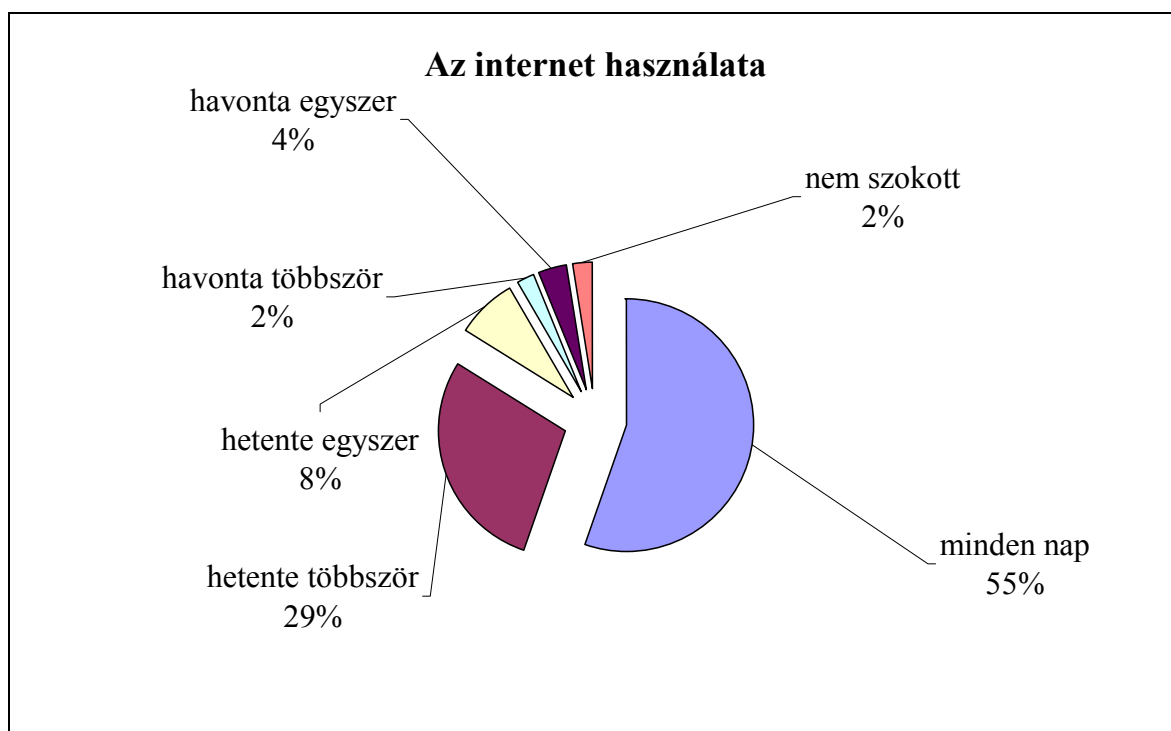
⁵⁰ Az egri fiatalokról készült kutatás azt mutatja, hogy az egri fiatalok nagyobb arányban beszélnek valamilyen szinten idegen nyelvet (74 százalék), mint az *országos* mintába tartozó fiatalok (61 százalék) (Bauer et al. 2005, 27).

típusú nyelvvizsgával rendelkező diákok (57 főből 31) 54,3 százalékának édes/nevelőapja diplomával rendelkezik, és 24,5 százalékának édes/nevelőapja pedig legalább érettségivel. A német nyelvénél azonban eltérő tendenciával találkozhatunk. A 33 középfokú C típusú nyelvvizsgából 10 főnek édes/nevelő apja diplomás, 9 főnél (közel egyharmadánál) viszont szakmunkás végzettségű az apa. A nyelvvizsgák szempontjából meghatározó az is, hogy milyen középiskolába jár a fiatal (vö. szülők iskolázottsága; Bourdieu 1978, Blaskó 2002). A gimnáziumba járók 61 százaléka még nem rendelkezik nyelvvizsga bizonyítvánnyal (arról nincs adatunk, hogy függőben lévő nyelvvizsgák vannak-e), ez az arány már a szakközépiskolai tanulóknál 91 százalék, és a szakiskolákba járóknál pedig 98,5 százalék (sig: 0,000; Cramer's V: 0,306). A lakóhely tekintetében szintén megfigyelhető összefüggés, hogy az Egerben élő fiatalok inkább rendelkeznek (angol) nyelvvizsgával, mint a bejáró, vagy kollégista tanulók (sig: 0,000; Cramer's V: 0,242), amelynek a magyarázata a szülők iskolázottságával összefüggésbe hozható (vö. Andor és Liskó 2000).

Megjegyezzük, hogy Csapóék (2001, 30) kutatásuk során a nyelvválasztással kapcsolatosan azt találták, hogy minél magasabb az anya iskolai végzettsége, annál valószínűbb, hogy a gyermek az angol nyelvet tanulja. Azonban, hogy eljut-e arra a szintre, hogy nyelvvizsgát is tegyen belőle, az vizsgálatunkban az apa iskolai végzettségétől függ, azon keresztül pedig az anyagi háttértől.

5.2.5. Az internet használata

Az ifjúsági korszakváltással és az információs társadalommal szorosan összefügg, hogy a fiatalok mindennapi életének velejárója az **internetezés** (vö. Galáncz 2006, Mead 2006). Eredményeink is azt mutatják, hogy a soha nem internetezők a fiatalok mindössze 2 százalékát teszik ki, ezzel szemben azok közé, akik minden nap használják az internetet, a megkérdezettek 55 százaléka tartozik. Őket követik a hetente többször internetezők (29 százalék) (20. sz. ábra).



Az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005, 52) országos adataival összevetve, vizsgálatunkban kedvezőbbnek ítéltető meg az Egerben tanuló középiskolások internetezési szokásai. Hiszen az Ifjúság2004 szerint az Észak-magyarországi régió egyike azoknak a térségeknek, ahol a fiatalok legkevésbé használják az internetet. Ezt a tendenciát az egri fiatalokról készült *helyi* kutatás (Bauer et al. 2005, 10) is alátámasztja, azaz Egerben az országos adatokhoz képest valamennyivel alacsonyabb a naponta internetet használók aránya (4 százalékkal), ugyanakkor 4,3 százalékkal több a heti többszöri internethasználó, és a soha nem internetezők Egerben a fiatalok egynegyedét teszik ki, ez 9,7 százalékkal több, mint az Ifjúság2004 országos eredménye. Azonban hozzátesszük – mivel maga az internetezés **dinamikusan** fejlődő terület – eredményeink a négy évvel ezelőtti adatokkal csak óvatosan összevethetők.

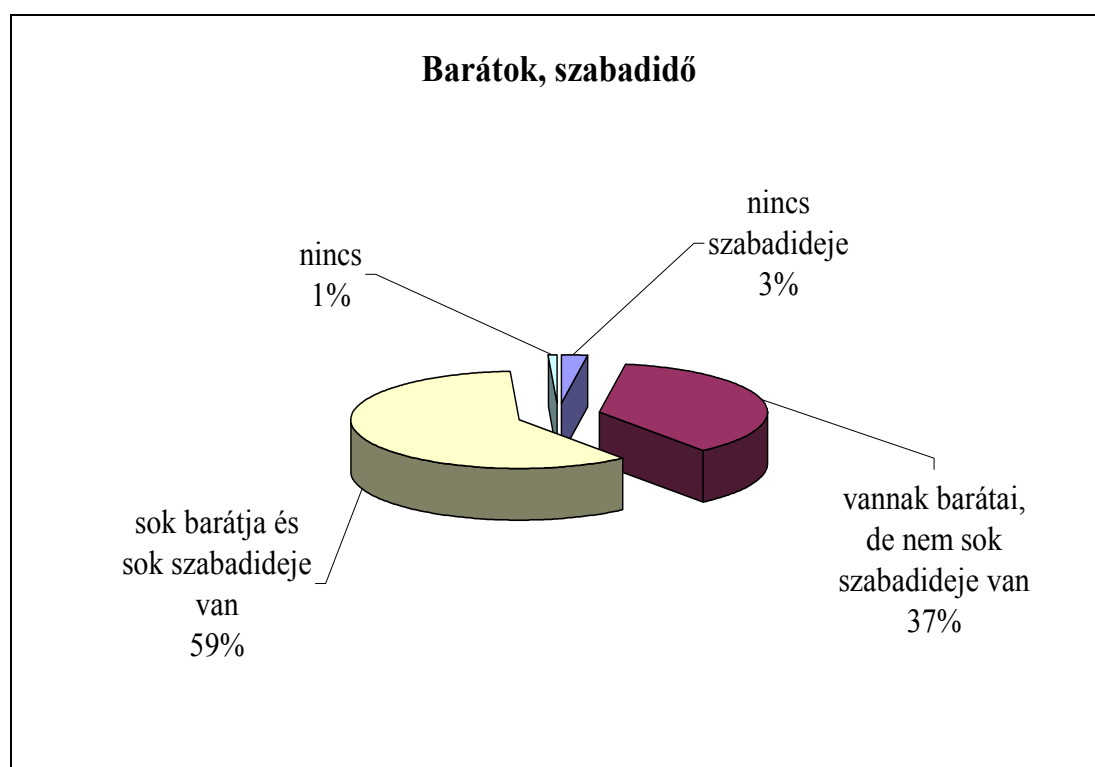
Az internetezési **szokásokat** illetően a szakközépiskolások 64,3 százaléka mindennap szokott internetezni, ez az arány a gimnazista tanulóknál 50,3 százalék, és a szakiskolás tanulóknál pedig 43,2 százalék (sig: 0,000; Cramer's V: 0,211). Hasonlóképpen eltérés tapasztalható a nemek szerinti bontásban, a fiúk gyakrabban interneteznek, mert a fiúk 60,9 százaléka mindennap használja, míg ez az arány a lányoknál 47,7 százalék (sig: 0,007; Cramer's V: 0,196). Az internet használatának az

intenzitása összefügg az anyagi helyzettel is, azaz minél inkább kedvezőbb anyagi helyzetben él valaki, annál gyakrabban használja a világhálót. A jó anyagi helyzetben élőknek a 74,9 százaléka (gond nélkül élők 40,7 százaléka, és a beosztással jól kijön 34,2 százaléka) mindennap szokott internetezni. Lakóhely tekintetében (sig: 0,000; Cramer's V: 0,240) pedig az egri fiatalokra jellemző inkább a mindennapos internethasználat (69 százaléka), mert a bejáró diákok 60,2 százaléka internetezik mindennap, a kollégistáknak pedig mintegy egyötöde⁵¹. Ez az említett kutatások adataival hasonló képet mutat arányaiban.

5.2.6. Szabadidő

A fiatalok életében fontos szerepet tölt be a szabadidő, hiszen ekkor van lehetőségük a kötött, formális iskolai együttlét után az informális időtöltésre, a barátaikkal való találkozásra. A szabadidő mennyiségét és a barátok számát tekintve a fiataloknak közel 60 százaléka – megítélése szerint – nyáron sok szabadidővel rendelkezik, és sok barátja van, illetve több mint egyharmaduk nyilatkozott úgy, hogy vannak barátai, de nem sok szabadidőt töltenek együtt. Mindössze egy százaléknak nincs baráti köre, társasága, akikkel együtt lehet szabadidejében, három százaléknak pedig szabadideje nincs megítélése szerint. Más, hasonló jellegű *helyi* kutatáshoz képest kedvezőbb válaszokkal találkozunk (vö. Bauer et al. 2005, 49). Sok baráttal és sok szabadidővel a gimnazisták (62,4 százaléka) inkább rendelkeznek, mint a szakiskolások (50,7 százaléka) (vö. nyári munkavállalás, nyári szakmai gyakorlat), illetve a szakközépiskolások 60,5 százaléka rendelkezik sok baráttal és sok szabadidővel. Viszont jelentősebb különbséggel találkozhatunk nemek szerinti bontásban a baráti kört és a szabadidőt vizsgálva. Elmondható, hogy a fiúk nagyobb baráti körrel és több szabadidővel (67,2 százaléka) rendelkeznek, mint a lányok (49,4 százaléka) (sig: 0,001; Cramer's V: 0,193). Nem feledkezhetünk el arról sem, hogy éppen ezért a fiatalokkal és a baráti körükkel kapcsolatosan a kutatókat a deviáns szabadidő-eltöltés is foglalkoztatja (Kiss 2006, Rácz 1995, 1996), hiszen a baráti társaságok nemcsak konstruktív, hanem destruktív hatást is kifejthetnek tagjaikra.

⁵¹ Esetükben arról is szó lehet, hogy nem minden nap juthatnak számítógéphez.



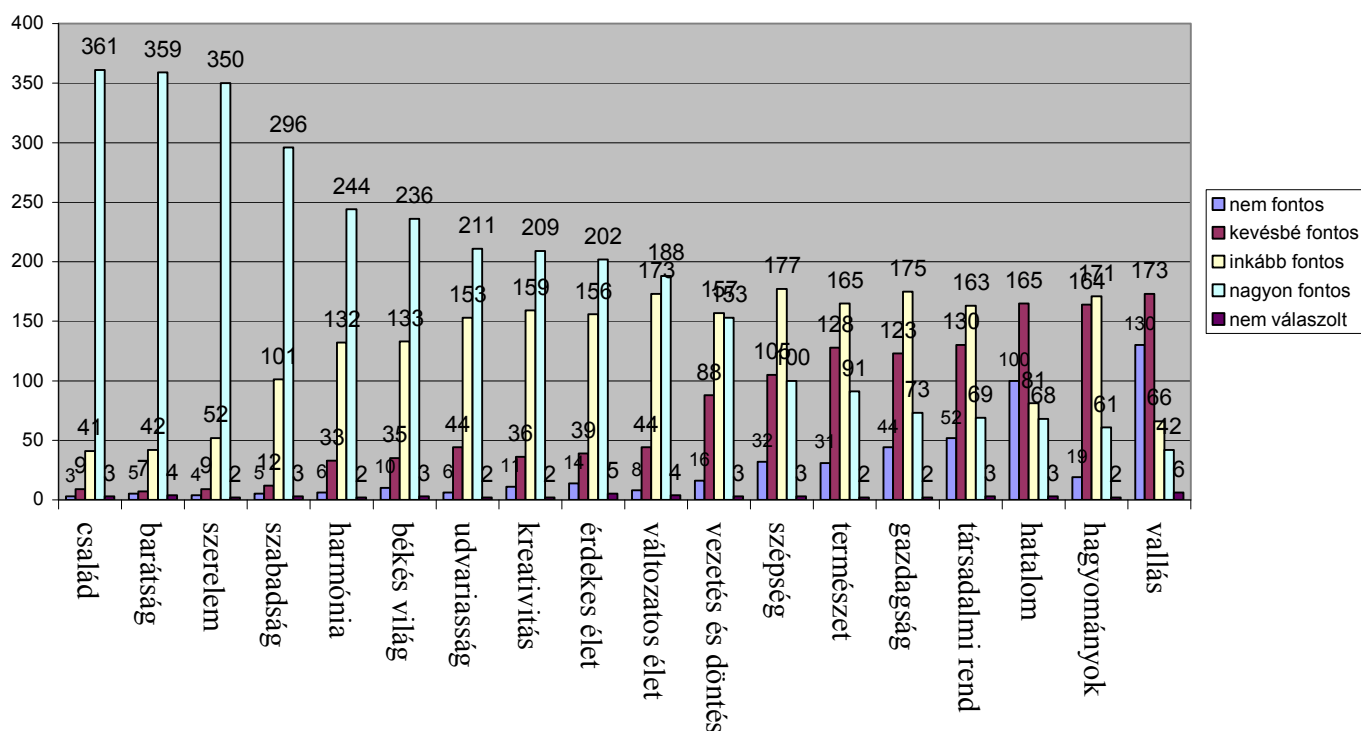
5.2.7. A középiskolások értékvilága

Az értékvizsgálatunkhoz az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005) *országos* vizsgálat kérdéseit használtuk fel. Eredményeink alapján elmondható, hogy a fiatalok 86,5 százalékának a család a legfontosabb, minimális különbséggel ezt követi a barátság (86 százalék)⁵² – amely nem meglepő, hiszen a középiskolások életében a kortárscsoportok, a barátságok (vö. Bauer és Szabó 2005, Lannert 2004, Szekszárdi 2000) különösen fontos szerepet töltenek be. Szintén fontos számukra a szerelem (84 százalék) és a szabadság érzete (71 százalék) (vö. Juhász 2001). Megállapítható, hogy a posztmateriális értékek (vö. Bauer és Szabó 2005, 81; Bauer et al. 2005, 69) állnak a rangsor elején, amelyek elsősorban az emberi kapcsolatokat és a szabadságot foglalják magukba. A hagyományok tisztelete⁵³ (15 százalék) és a vallás (10 százalék) a rangsor végén helyezkedik el. Az is megállapítható, hogy az egzisztenciális biztonságot jelentő értékek (gazdagság, társadalmi rend) szintén háttérbe szorulnak.

⁵² Az egyes értékek fontosságát négyfokú skálán kértük bejelölni.

⁵³ Megjegyezzük, hogy az Ifjúság 2004 adatai szerint a tradíciók tiszteletének fontossága az életkor előrehaladtával folyamatosan növekszik (Bauer és Szabó 2005, 69).

Az egyes értékek fontossága



Előzetes várakozásunktól eltérően a kreativitás, és az érdekes, illetve változatos élet iránti érdeklődés is csupán a rangsor közepén áll „a kamaszkor élmény- és tapasztalatszerzésének időszakában” (Bauer és Szabó 2005, 68), mert a fiataloknak mindössze a 48 százaléka találja nagyon fontosnak ezeket, és 37 százalékuk mellett voksolt, hogy inkább fontos.

A társadalmi nem, a lakóhely és a programtípus szerint eltérés tapasztalható az egyes életelvek fontosságának megítélésében. A **társadalmi nem** befolyásolja inkább azt, hogy a fiatalok mely értékeket tartják fontosnak, és mindegyik értéknél egy gyenge erősségű kapcsolat mutatható ki. Azaz megállapítható, hogy amíg a lányoknál az érzelmi életre, az érzelmi biztonságra és a személyes kapcsolatokra vonatkozó értékek az elsődlegesek, addig a fiúk a szabadságot, a stabilitást, a hatalmat, és a nemzethez kapcsolódó dolgokat tartják fontosabbnak (vö. Bauer et al. 2005, 71). Megjegyezzük, hogy

a lányoknál az érdekes élet fontosabb szerephez jut, mint a fiúknál, ellentétben az *egri* kutatással (Bauer et al. 2005, 70), ahol azt a fiúk tartották jelentősebbnek⁵⁴.

Amennyiben **programtípus** szerint vizsgálódunk, eredményeink alapján megállapítható, hogy a materialista értékek inkább a szakiskolásoknak fontosabbak, míg a posztmaterialis értékeket a gimnáziumban tanulók preferálják (vö. Nagy 2006). A szülők iskolai végzettségét is figyelembe véve a hagyományok tisztelete, a kreativitás, az egység a természettel annál fontosabb, minél iskolázottabb a szülő, és ez a programtípus szerinti bontás során is tükröződik, azaz a gimnazisták fontosabbnak ítélték ezen értékeket. A nemzet, a gazdagság, a társadalmi rend fontosságát viszont a kevésbé iskolázott szülők gyermekei választották, és a programtípus szerint vizsgálódva is hasonló következtetés vonható le, azon belül is a hagyománynak, a hatalomnak és a vallás fontosságának a megítélésében az apa alacsony iskolai végzettsége volt jobban meghatározó. Az is megfigyelhető, hogy a nemzetnek, a változatos életnek és a természetnek a fontosságát az anya magasabb iskolai végzettsége inkább meghatározta, míg egyedül a kreativitásnál találkoztunk azzal, hogy mindkét szülő magasabb iskolázottsága meghatározó volt.

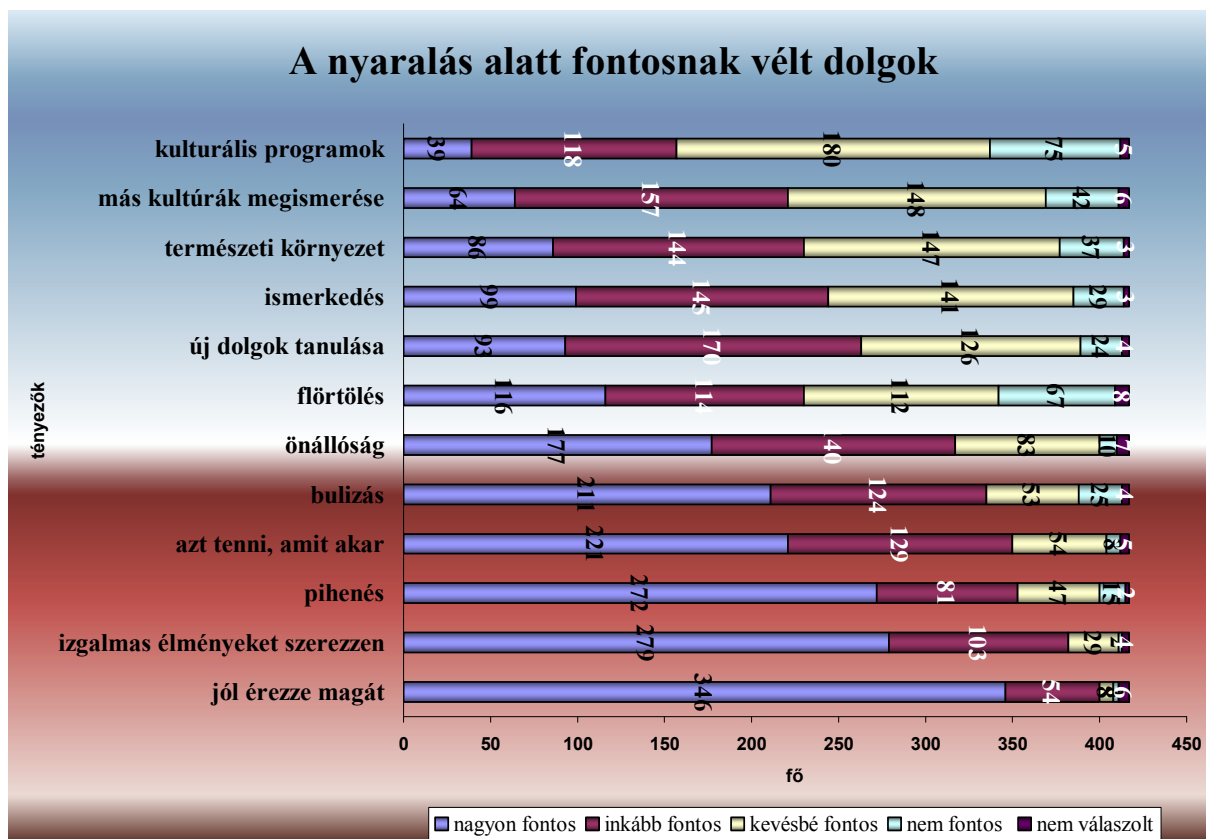
Lakóhelyet tekintve a gazdagságnál (sig: 0,05; Cramer's V: 0,130), a hagyományok tiszteleténél (sig: 0,048; Cramer's V: 0,133), és a szerelemnél (sig: 0,019; Cramer's V: 0,139) találtunk szignifikáns összefüggést, mert a gazdagságot és a hagyományok tiszteletét a bejáró tanulók, a szerelmet pedig a kollégista fiatalok tartják inkább nagyon fontosnak. Ennek magyarázatát abban is találhatjuk, hogy a kollégisták a szülői háztól való „elköltözéssel” hamarabb kezdenek önállósodni, így az életükbe előbb köszönthet be a párkapcsolat is. Programtípus szerinti bontásban nézve pedig a vallásnál találtunk szignifikáns eltérést, ezen értéket a szakiskolás tanulók tartják inkább fontosnak (sig: 0,037; Cramer's V: 0,140). A vallásosság és a társadalmi helyzet közötti összefüggés pedig a deprivációval, a „*hátrányos helyzet miatt kialakuló kompenzációval*” is magyarázható (Pusztai G. 2004, 174).

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy a középiskolások mit tartanak leginkább fontosnak a nyaralással kapcsolatban, és milyen **előzetes elvárásaik** vannak. Az elemzés során kiemelt szerepet szántunk a nagyon fontosnak ítélt tényezőknek. A vizsgált fiatalok körében a nyaralás során az első három legjelentősebb dolog az, hogy jól érezzék magukat

⁵⁴ Például nagyon fontos a szerelem (a fiúk 80, lányok 90%-ának), béke (a fiúk 49, lányok 67%-ának), a belső harmónia (a fiúk 50, lányok 70%-ának), a szabadság (a fiúk 74, lányok 67%-ának), az udvariasság (a fiúk 47, lányok 55%-ának), a kreativitás (a fiúk 47, lányok 53%-ának), az igaz barátság (a fiúk 80,5 és a lányok 94 százalékának).

(83 százalék), izgalmas élményeket szerezzenek (67 százalék), illetve pihenjenek (65,2 százalék). Feltételezhetjük, hogy amíg a mindennapok során – megítélésük alapján – a változatosság kevésbé fontos a megkérdezettek számára, a nyaralás során az már felfokozottan jelentkezik.

23. sz. ábra



Nemek szerint vizsgálódva mindkét nem közel azonos arányban tartja nagyon fontosnak az ismerkedést (nagyon fontos a fiúk 25,3 százalékának, a lányok 21,5 százalékának) (sig: 0,001, Cramer's V: 0,182), a természeti környezetet (nagyon fontos a fiúk 21,9 százalékának, a lányok 18,7 százalékának), illetve az új dolgok tanulását (nagyon fontos a fiúk 21,9 a lányok 22,7 százalékának). A lányoknál fontosabb értéként jelent meg a pihenés (lányok 69,3 százalékának fiúk 62,2, százalékának) (sig: 0,048; Cramer's V: 0,152), a kulturális programok felkeresése (lányok 13 százalékának, fiúk 6,6 százalékának) (sig: 0,008, 0,181), a más kultúrák megismerése (lányok 18 százalékának, fiúk 12, 8 százalékának) (sig: 0,002; Cramer's V: 0,200) (vö. DiMaggio 1998) és az izgalmas élmények szerzése (lányok 69 százalékának, fiúk 65, 1 százalékának) (sig: 0,049; Cramer's V: 0,151). A fiúknál viszont magasabb értéket kapott a flörtölés (a fiúk 34,4 %,

a lányok 18,7%) (sig: 0,000; Cramer's V: 0,352); az önállóság (fiúk 45,2 %, lányok 38,6 %); a szabadság (fiúk 55,1 %, lányok 50 %); és a bulizás (fiúk 53,5 %, lányok 46,5 %).

Elemeztük **programtípusonként** is a válaszokat. A gimnazisták (24,8 százalék) inkább tartják nagyon fontosnak a természeti környezet megismerését (a szakközépiskolásoknál ez az arány 18,9 százalék, a szakiskolásoknál pedig 14,9 százalék) (sig: 0,011; Cramer's V: 0,155), és más kultúrák megismerését (17,5 százalékuk; a szakközépiskolásoknál ez az arány 14,5 százalék, a szakiskolásoknál pedig 11,9 százalék) (sig: 0,023; Cramer's V: 0,146). A pihenést szintén a gimnazisták tartják fontosabbnak (67,2 százalékuk, a szakközépiskolásoknál ez az arány 63,7 százalék, a szakiskolásoknál pedig 64,1 százalék).

A **kulturális programok** iránt való érdeklődés mindhárom programtípusnál alacsony értéket mutat, azonban a gimnáziumban tanulók tartják fontosabbnak (sig: 0,016, Cramer's V: 0,150). Akik fontosnak (nagyon vagy inkább) tartják az új dolgok tanulását, azoknak a többsége (82,7 százaléka) szintén nagyon fontosnak tartja más kultúráknak a megismerését (sig: 0,000; Cramer's V: 0,376), és 52 százalékuk a kulturális programokon való részvételt (sig: 0,000; Cramer's V: 0,289) is a nyaralás során. Azok a fiatalok, akik kiemelten fontosnak tartják az új dolgok tanulását a nyaralás során, azok 70 százaléka azzal a céllal is kelt útra, hogy „világot lásson” (sig: 0,005; Cramer's V: 0,166). A szakközépiskolások viszont az ismerkedést vélték inkább nagyon fontosnak (31,3 százalékuk) a nyaralás során. Szintén számukra volt leginkább nagyon fontos az, hogy jól érezzék magukat (87 százalék) (sig: 0,012, Cramer's V: 0,153), hogy izgalmas élményeket szerezzenek (72,4 százalék) (0,005, Cramer's V: 0,163), hogy azt tehessenek, amit akarnak a nyaralás alatt (57,2 százalék), és hogy bulizhassanak (56,2 százalék). Az önállóságot a szakközépiskolás fiatalok tartják leginkább nagyon fontosnak (47,5 százalék), majd őket követik a szakiskolások (41,7 százalék) és a gimnazisták (36,9 százalék) (sig: 0,001; Cramer's V: 0,176). A szakiskolások és a szakközépiskolások fiatalok 32,8, illetve 31,8 százaléka tartja leginkább nagyon fontosnak a flörtölést, míg ez az arány a gimnazistáknál 21,2 százalék (sig: 0,024; Cramer's V: 0,146).

Megállapíthatjuk, hogy mind a nem, mind a programtípus szignifikánsan befolyásolta a nyaralás alatti, és a nyaralással kapcsolatos fontosnak vélt értékeket, egyedül a lakóhely nem, amelynek magyarázatát abban tapinthatjuk ki, hogy minden megkérdezett középiskolás egri középiskola tanulója.

5.2.8. Nyaralás 2007

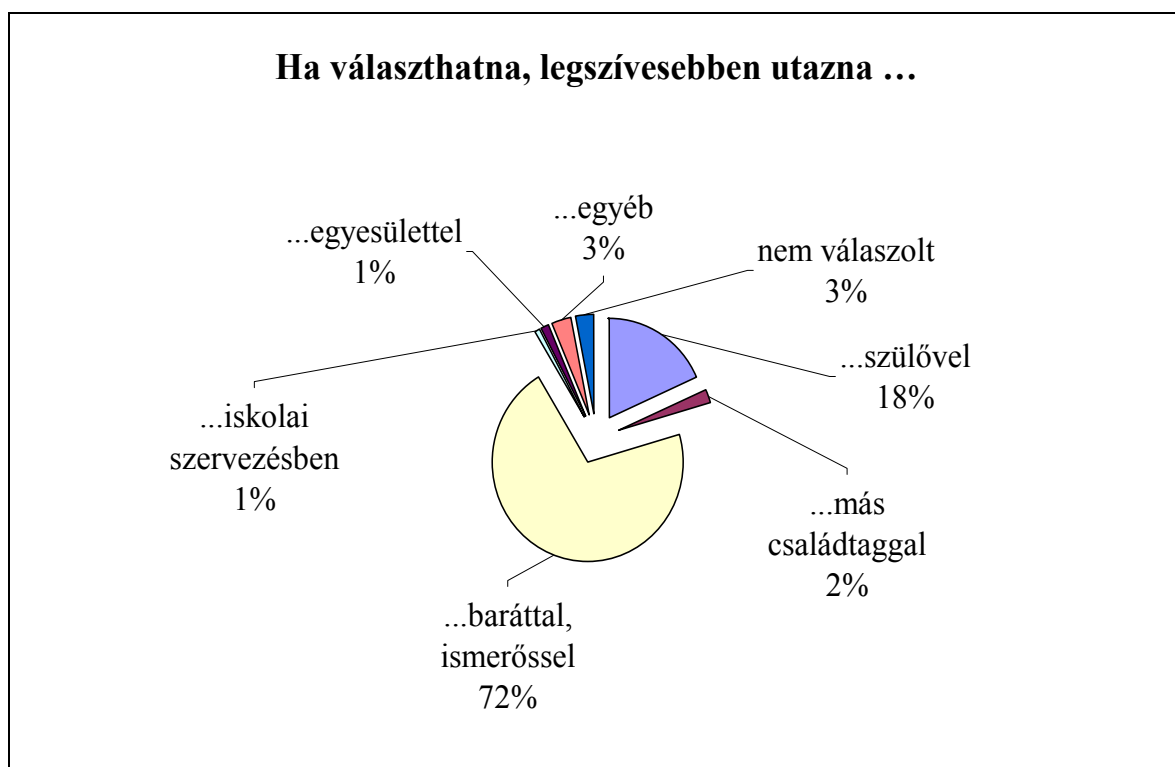
Kutatásunk egyik fő kérdése az volt, hogy a vizsgálat évében kivel (kikkel) voltak a fiatalok nyaralni. Megállapíthatjuk, hogy a fiatalok 70 százaléka (276 fő) 2007-ben a **barátaival** elutazott, és 50 százalékuk a szüleivel is nyaralt. Az utazás magas arányának a magyarázatát abban kereshetjük – mint ahogy az Ifjúság2004 országos vizsgálat is jelzi, hogy ezen diákok még a szülőkkel élnek, és rájuk inkább jellemző a nyaralás, mint a már dolgozó, önálló keresettel rendelkező fiatalokra, illetve a minta helyszíne megyeszékhely volt (vö. Bauer és Szabó 2005, 47).

Azok a fiatalok, akik a szüleikkel is voltak nyaralni, azok háromnegyedénél a családban általános, „megszokott dolog” a nyaralás (sig: 0,000; Cramer’s V: 0,348). A szülőkön kívül más családtaggal egyötödük volt nyaralni 2007-ben. Iskolai szervezésű nyaralásban 14,6 százalékuk vett részt, és ez az egri fiatalok körében jellemző inkább (sig: 0,000; Cramer’s V: 0,227), illetve egyesületen keresztül 12,7 százalékuk volt (vö. Trencsényi 1997, 32). Az is elmondható, hogy a gimnazista fiatalok minden kategóriában előnyösebb helyzetűek, 2007-ben más családtaggal 25,4 százalékuk volt nyaralni, a barátaikkal 72,7 százalékuk, iskolai szervezésben pedig 18,7 százalékuk volt. (Ez az arány a szakközépiskolásoknál sorrendben 20; 65,9; 11,8 százalék, a szakiskolásoknál pedig 14,9; 53,7; 11,9 százalék.). Kutatásunk is alátámasztja az Ifjúság2004 országos vizsgálat eredményét, miszerint a diákok közül a szakmunkásképzőbe járóknál volt a legalacsonyabb a részvételi arány (Bauer és Szabó 2005, 47). Szignifikáns összefüggés is kimutatható a programtípus és aközött, hogy volt-e a középiskolás a szüleivel (sig:0,006; Cramer’s V: 0,133), illetve a barátaival (sig:0,02; Cramer’s V: 0,137) nyaralni.

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy ha **választhatna** a fiatal, kivel utazna el legszívesebben. Előzetes várakozásunknak és a korosztálynál elvárt feltételezésünknek megfelelően, döntő többségük (72 százalékuk) legszívesebben baráti, ismerősi körével utazna el (a kortárscsoportok szerepéről bővebben Lannert 2004, Szekszárdi 2000), de közel egyötöde (18 százalék) a válaszadóknak a szüleit jelölte meg (24. sz. ábra). Azok a fiatalok, akik a szüleiket jelölték meg az első helyen, lakóhelyüket tekintve többnyire (80 százalékuk) bejárók vagy egriek, azaz otthon, a szüleikkel élnek, és nem az az oka, hogy nincsenek barátaik, mert állításuk szerint sok baráttal rendelkeznek. Az is igaz, hogy a bejáró fiatalok számára a hagyományok tisztelete, így a családi kötelékek fontosak (sig: 0,048; Cramer’s V: 0,133). Amennyiben nemek szerinti bontásban vizsgálódunk, a fiúk 52 százaléka szüleivel (is) volt nyaralni, míg ez az arány a lányoknál alacsonyabb (43,7

százalék). Ezt alátámasztja, hogy a fiúk 19,9 százaléka jelölte be azt a válaszlehetőséget, hogy elsősorban szüleivel menne el nyaralni, míg ez az arány a lányoknál 16,4 százalék, azaz a lányok inkább a baráti körüket preferálták. A lányok 77,2 százaléka legszívesebben a barátaival, az ismerőseivel menne nyaralni, míg a fiúknak csupán a 65,9 százaléka. Ennek egyik magyarázata lehet, hogy a fiúknak eleve nagyobb szabadsága lehet a családban, így ezt a családi nyaraláskor is élvezhetik.

24. sz. ábra



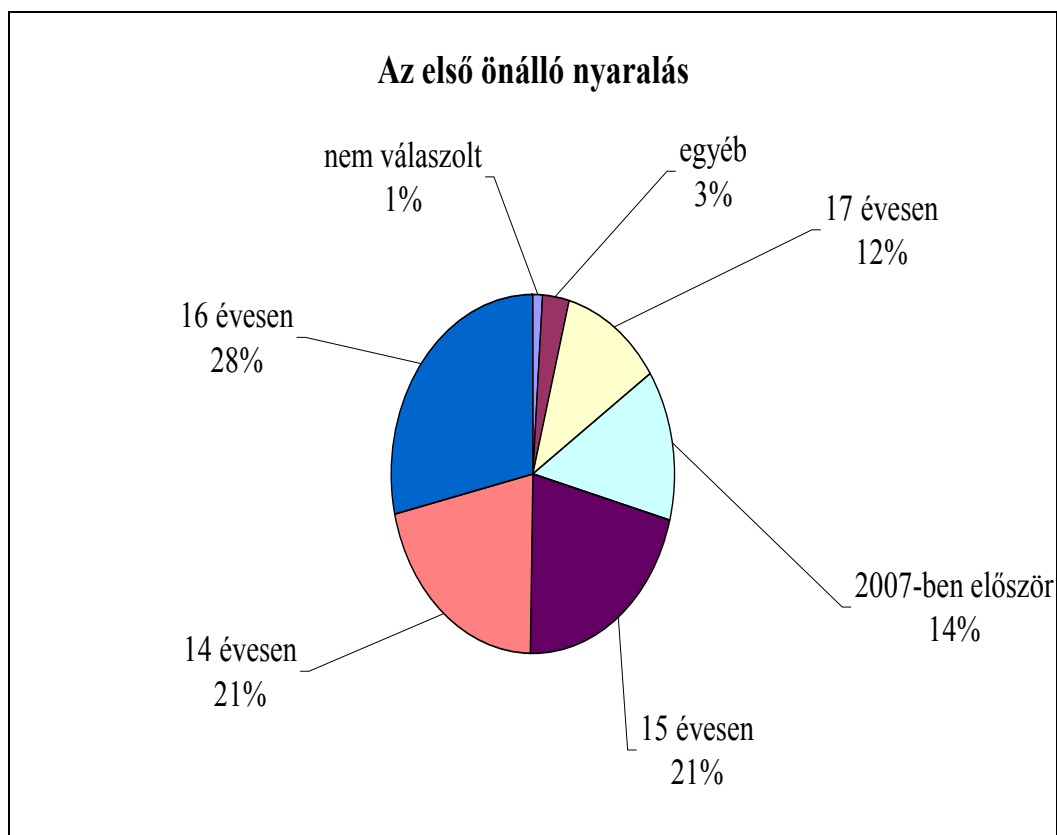
5.2.9. Az ifjú korosztály egyénileg megszervezett utazásai

Meglepően **magas** igenlő választ kaptunk arra a kérdésre, hogy voltak-e már szülői, iskolai, vagy egyéb felnőtt kíséret nélkül egyénileg, saját társaságukkal nyaralni a megkérdezettek. A válaszadók 95 százaléka, azaz 396 fő volt már egyénileg valahol, ettől alacsonyabb értéket a szakiskolás tanulóknál (89,5 százalék), és valamivel magasabb értéket a szakközépiskolásoknál (96,7 százalék) találtunk, illetve a programtípus és az önálló nyaralás között szignifikáns összefüggés is kimutatható (sig: 0,037; Cramer's V: 0,111). A magas arálynak a magyarázatát az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005, 48) *országos* vizsgálat is alátámasztja, miszerint a fővárosban és a megyeszékhelyeken lakókra inkább jellemző a nyaralás, és nagyobb arányban járnak nyaralni azok is, akik a szülőkkel

még együtt élnek, mint a már dolgozó, saját lakásra gyűjtő fiatalok. Másrészt ne feledkezzünk el a már említett tényezőről, hogy Egert – főként nyáron – számos turista keresi fel, és feltételezhetően az emberek mentalitásában jobban jelen van a turizmus, az utazás (vö. Rátz 1999).

Elég változatos képet láthatunk arról, hogy a megkérdezettek hány éves korukban vehettek részt **először** kísérő nélküli nyaraláson, mert a fiatalok 28 százaléka első ízben 16 éves korában nyaralt önállóan, 21-21 százalékuk pedig még ennél is fiatalabban, 14, illetve 15 évesen. (25. sz. ábra)

25. sz. ábra



Azaz a megkérdezettek 70 százaléka már 16 éves korában volt egyénileg, saját társaságával valahol, ezért összevetve az Ifjúság2004 országos adataival (Bauer és Szabó 2005, 69) elmondható, hogy eredményeink alapján egyre **korábbra tehető** az első önálló utazás megszervezése.

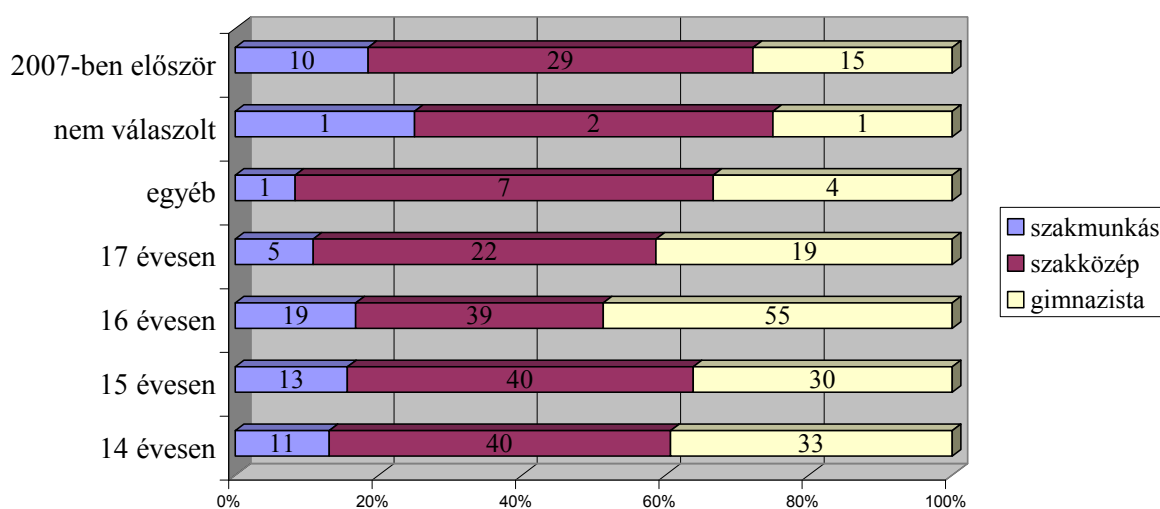
Vizsgálatunkban fontosnak tartjuk a testvérek szerepének a vizsgálatát is, mert a **társadalmi tőke** jelentőségét a családon belül részben a **testvéreken** (másrészt a szülőkön) keresztül kívánjuk megvizsgálni. Feltételezésünk szerint az idősebb testvér szerepet játszhat abban, hogy a fiatal minél korábban szülői vagy felnőtt kíséret nélkül nyaraljon.

Hiszen az idősebb testvér „kitaposhatta az utat” a fiatalabb testvér számára, vagy akár a szülők az idősebb testvérral szívesebben engedik el a fiatalabb gyermeküket. Azonban az idősebb és a fiatalabb testvér, illetve az első egyénileg megszervezett nyaralás összefüggéseit megvizsgálva megállapíthatjuk, hogy a testvér életkora nem annyira meghatározó, hiszen a közel azonos arányban voltak nyaralni a középiskolások 16 évesen, vagy még fiatalabban, attól függetlenül, hogy idősebb vagy fiatalabb testvéreik vannak (sig: 0,002; Cramer's V:0,178). Azoknál sem mutatható ki releváns különbség, akik egyedüli gyermekek. Az viszont megállapítható – az alacsony elemszám (n=28) miatt csak óvatosan értelmezhető –, hogy akiknél a testvér ötlete volt az, hogy szülők nélküli nyaraláson vegyenek részt, annál a 28 főnél 21-nek idősebb testvére(i) vannak (sig: 0,001; Cramer's V: 0,169).

Amennyiben **programtípus** szerint vizsgálódunk, különbséget láthatunk az első egyénileg megszervezett nyaralás idejének tekintetében. A gimnazista tanulóra (75,1 százalék) jellemzőbb volt, hogy 16 évesen, vagy ennél fiatalabb korokban voltak először egyénileg nyaralni, míg ez az arány a szakközépiskolások tanulójánál 66,4 százalék, illetve a szakiskolások tanulójánál 71 százalék. (26. sz. ábra)

26. sz. ábra

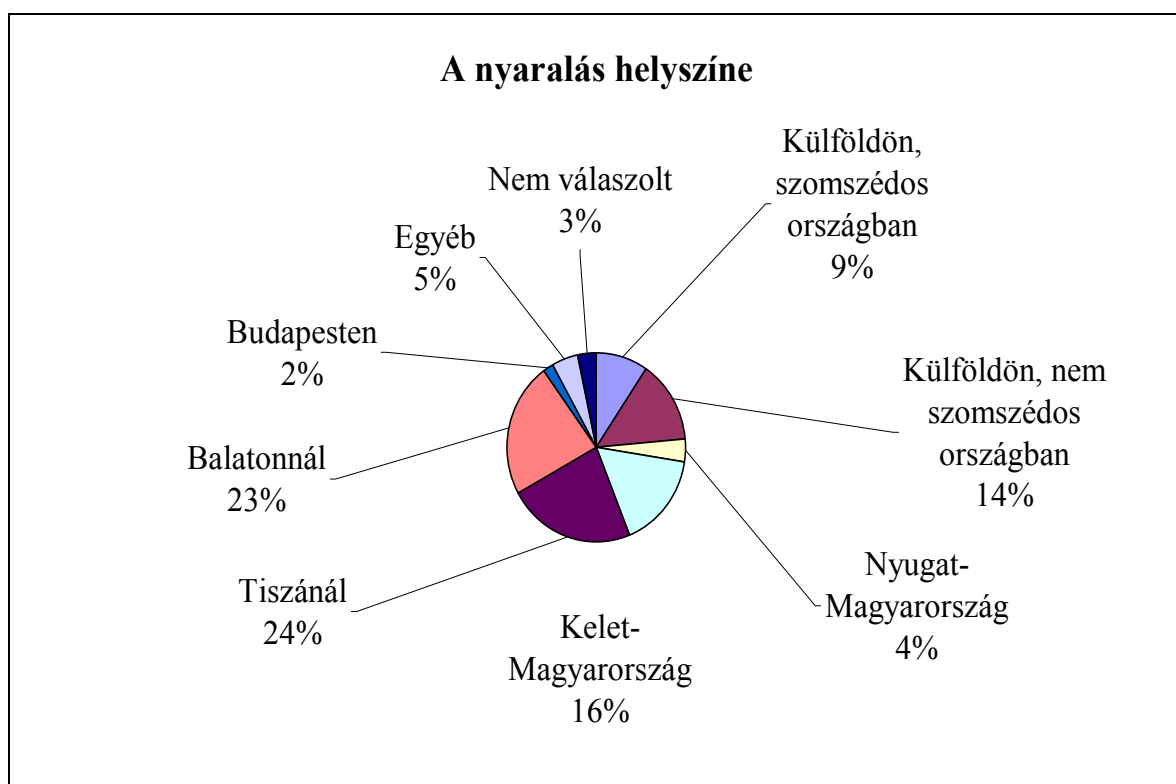
Az első önálló nyaralás programtípus szerinti bontásban



A nyaralás **helyszíne** jellemzően belföldön (68 százalék) volt, azon belül is vízpart mellett (vö. Mester 2008). Egyenlő arányban választották nyaralásuk helyszínéül a

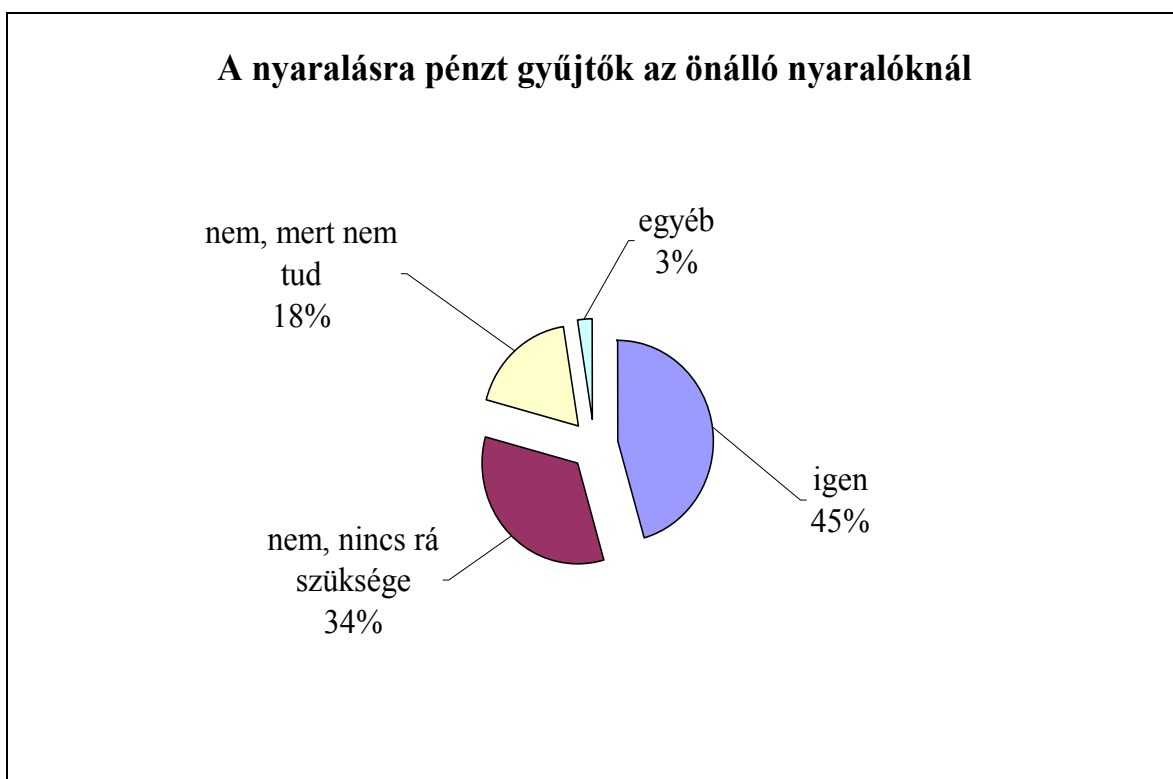
Balatont és a Tiszát, az utóbbinak a népszerűségét Egerhez való közelsége is okozza, és Kelet-Magyarország (16 százalék) szintén kedvelt desztináció volt.

27. sz. ábra

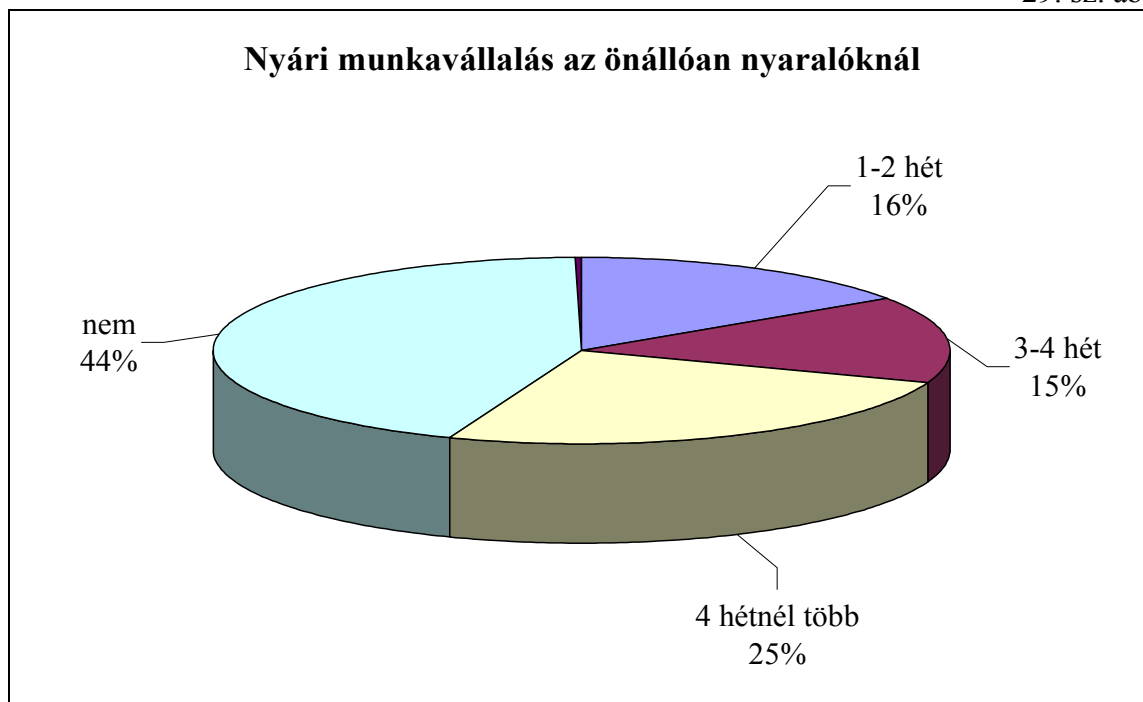


Külföldön a fiatalok egynegyede nyaralt – elsősorban a gimnáziumban tanulókra volt jellemző –, és 14 százalékuk nemcsak a szomszédos országokba jutott el. Amennyiben a Balatont külön értelmezzük, megállapítható, hogy a fiataloknak mindössze a 4 százaléka kereste fel Nyugat-Magyarországot, és közel felük Kelet-Magyarországot, a szűkebb hazáját választotta.

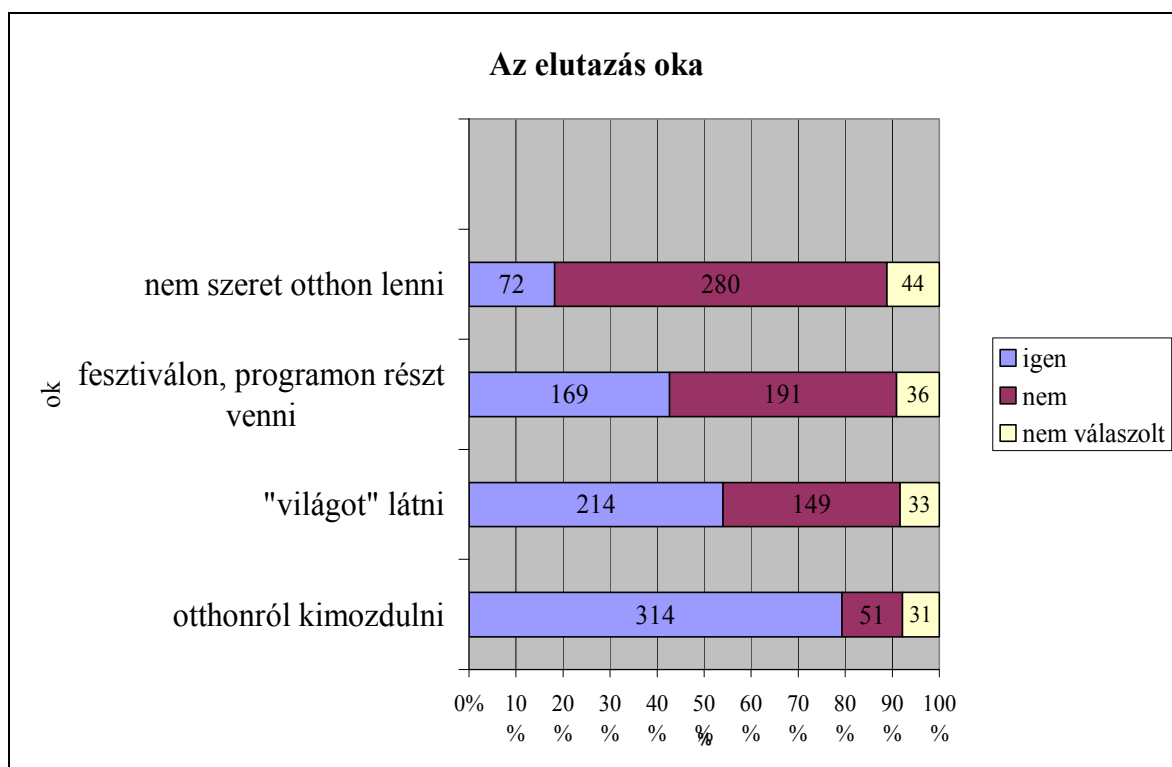
A saját nyaralását közel felük részben, vagy teljesen saját maga **finanszírozta**, amely szintén alátámasztja azt, hogy a fiatalok hoznak **fogyasztói döntéseket** (vö. Bauer és Szabó 2005, Miles 2003), azonban szignifikáns összefüggést sem a szülők iskolai végzettségét tekintve, sem a programtípus szerinti vizsgálódásban nem találtunk. Egyharmaduk nem tett félre pénzt a nyaralásra – náluk feltehetően a szülők finanszírozták a nyaralást –, mert nem volt arra szükségük, hogy félretegyenek, hiszen a már nyaraló fiataloknak a 87,3 százaléka kapott zsebpénzt a szüleitől.



A fiataloknak több mint a fele (56 százalék) vállalt **nyári munkát** is, sőt egynegyedük négy hétnél hosszabb időre is (29. sz. ábra). A nyáron dolgozóknak a fele tett is félre pénzt utazásra. Akik pedig nem dolgoztak a nyáron, azoknak több mint a kétharmada (38,5 százalék) a zsebpénzéből spórolt pénzt a nyaralására, amely szintén mutatja, hogy **tudatosan készülnek** a középiskolások a szünidejük utazással történő eltöltésére.



A fiatalok elutazásának egyik legfőbb **motivációja** a változatosság iránti igény volt, az otthonról való kimozdulás, azaz valami mást tenni, mint az évközben megszokott. Ezt követi a „világot látni”, a felfedezés iránti igény (54 százalék). A válaszok egybecsengenek Richard és Wilson kutatásával, amelyben a fiatalok motivációi között az egyik legfontosabb motivációnak a felfedezés, izgalom bizonyult (Richard és Wilson 2007, 32). A megkérdezettek 42,6 százaléka pedig azt jelezte, hogy egy fesztivál vagy egy rendezvény miatt kelt útra, és 18 százalékuk nyilatkozott úgy, hogy nem szeret otthon lenni, ezért utazott el valahová. Ez azon keresztül is kitapintható, hogy akik nem szívesen vannak otthon, azoknak közel fele saját maga javasolta a nyaralást (sig: 0,000; Cramer's V: 0,387).



5.3. A turisztikai szocializáció

A szocializáció folyamata az utazási szokások kialakításánál sem hagyható figyelmen kívül, hiszen a társas-szociális környezetből származó hatások az utazási hajlandóságot is befolyásolják (vö. Szöllös 2005). Fejezetünk során az iskola és a család hatását vizsgáljuk, mert az igény az utazásra és az utazás motivációi összefüggésben állnak azzal a társadalmi környezettel, amelyben felnő a gyermek, illetve a fogyasztási szokásokra a családban látottak, tapasztaltak hatással vannak (vö. Utasi 2002, Michalkó 2001, Szöllös 2005).

5.3.1. Az iskola hatása

Az iskola hatását egyrészt az intézmény profiljából adódóan kívánjuk vizsgálni, mégpedig megítélésünk szerint azok a tanulók, akik tanult szakmájukból, és szakiskolájuk vagy szakközépiskolájuk jellegéből adódóan (vendéglátóipar, szállodaipar stb.) már a középiskolás éveik alatt megismerkednek a turizmus rendszerével, azoknál az a

turizmusban való részvételükben is jelentkezik. Másrészt az iskola környezeti nevelésének a környezeti attitűdökre gyakorolt hatását kívánjuk szemügyre venni.

Kérdőíves vizsgálatunkat nyolc különböző középiskolában végeztük, amelyekből kettő a vendéglátóiparhoz, és a turisztikai iparhoz kapcsolódik. Megjegyezzük, hogy eredményeink csak *óvatosan értelmezhetők* az egyes iskolákban megkérdezett tanulók alacsony létszáma miatt.

Megvizsgáltuk többek között, hogy iskolai szervezésű nyaraláson részt vettek-e az említett két iskolának a tanulói. Jóllehet eredményeink már korábban is jelezték, hogy azon elsősorban a gimnáziumban tanulók vesznek részt – a FISZ online *országos* adatfelvételhez hasonlóan (Mester 2008) –, azonban érdemes megállapításnak tartjuk, hogy az előbb említett kettő középiskola közül az egyiknek a tanulói közül senki sem jelezte azt, hogy részt vett volna iskolai szervezésű utazáson (sig: 0,000; Cramer's V: 0,332).

Az is igaz, hogy a gimnáziumban tanulók utaztak inkább olyan helyre, amelyet felnőtt (szülő, pedagógus stb.) ajánlott a többi programtípusban tanulóhoz képest (sig: 0,007; Cramer's V: 0,229).

Azt az elgondolásunkat, amely szerint azok a tanulók, akik a turizmus rendszerével az oktatás keretei között is megismerkednek, máshogy viszonyulnak ahhoz, másképp szervezik meg útjaikat, vagy kevésbé találják azt veszélyesnek, problémásnak stb. mint akik átfogóbb ismeretekkel nem rendelkeznek róla, el kellett vetnünk, mert nem találtunk olyan eredményeket, amelyek ezt megerősítették volna.

A környezeti neveléssel összefüggésben viszont megállapítható, hogy a gimnáziumban tanulók (24,8 százalék) inkább tartják nagyon fontosnak a természeti környezet megismerését, mint a többi programtípusban tanulók (a szakközépiskolásoknál ez az arány 18,9 százalék, a szakiskolásoknál pedig 14,9 százalék) (sig: 0,011; Cramer's V: 0,155). Érdemes megemlíteni, hogy az *Országos Közoktatási Intézetben* lezajlott, környezeti neveléssel foglalkozó, több iskolára kiterjedő vizsgálatnál (Varga 2006, 2009) arra az eredményre jutottak, hogy a diákok a környezethez sokkal pozitívabban viszonyulnak, mint ahogy valójában viselkednek, ezért érdemes lenne erre a jövőben nagyobb hangsúlyt fektetni.

Összességében elmondható, hogy nem találtunk olyan specifikus jellemzőt, amely az intézmény profiljából adódóan dominánsabban érvényesülne a többi iskolához képest, azonban ennek oka lehet az alacsony létszám is, és feltehetően az egyes programtípusok (gimnázium, szakközépiskola, szakiskola) inkább bírnak determináló hatással a környezeti nevelés terén.

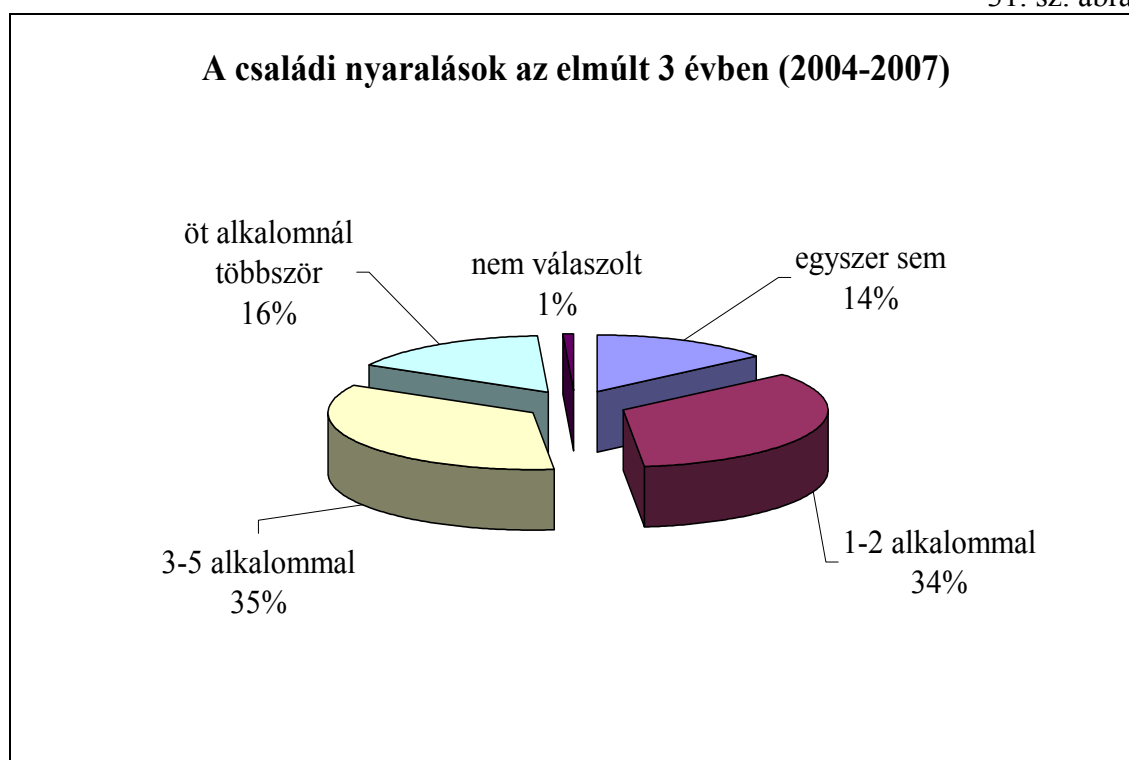
5.3.2. A családi szocializáció hatása

A fejezet során először a közös családi utazásokat elemezzük, ezt követően pedig a családi nyaralások hatását vizsgáljuk meg a tanulók saját társasággal megszervezett utazásaira.

5.3.2.1. A közös családi nyaralási szokások jellemzése

A család **szocializáló** szerepét az utazási szokások kialakításánál sem hagyhatjuk figyelmen kívül. Számunkra öröndetes, hogy a fiatalok családjának jelentős hányada (85 százaléka) 2004 és 2007 között legalább egyszer volt nyaralni, sőt a megkérdezett középiskolások felének a családjáról az is elmondható, hogy legalább három alkalommal elutaztak 2004-2007 között. Ez a magas részvétel feltehetően annak is köszönhető, hogy megyeszékhely is szerepel a mintában.

31. sz. ábra



A gimnáziumban tanuló diákok családjára jellemző leginkább, hogy ötnél több alkalommal is elutaztak 2004-2007 között, és fordítva is igaz, hogy rájuk jellemző legkevésbé, hogy egyszer sem utaztak el a három évben (sig: 0,011; Cramer's V: 0,154)

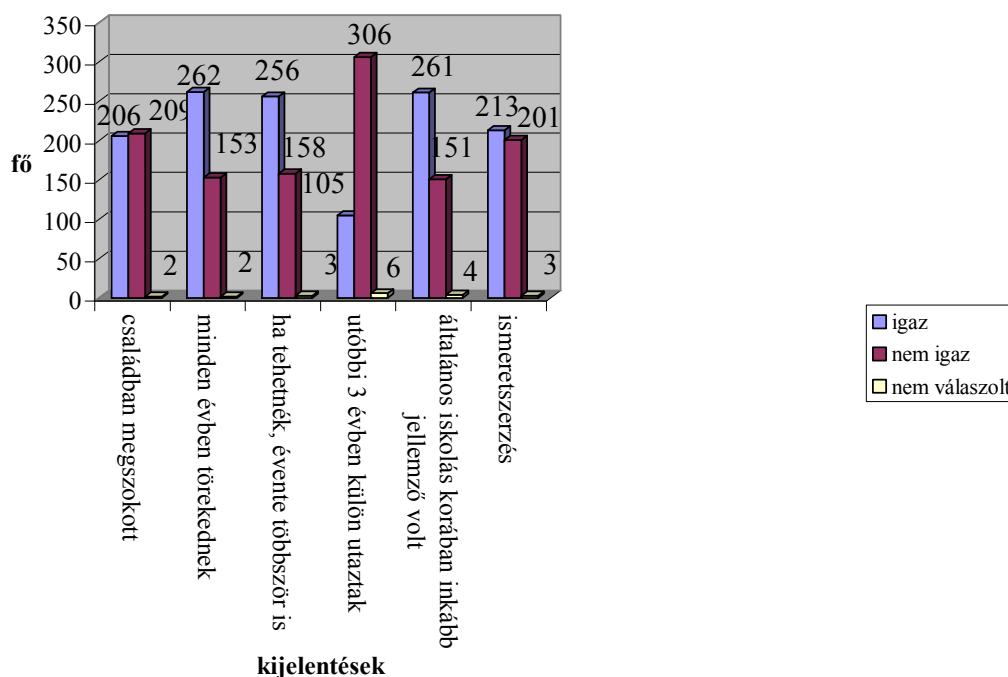
(vö. Blaskó 1999, 130-135; M.Á.S.T. 2004a, 19-26). Ez összefügg a szülők **iskolázottságával** – a kulturális tőkének egyik mutatójával –, mert megállapítható, hogy a diplomás szülők családjában inkább jellemző a többszöri utazás, mint a szakmunkás végzettségű szülőknél, és egy hajszállal erősebb kapcsolat mutatható ki az anya iskolai végzettségét tekintve (Apa sig: 0,002; Cramer's V: 0,161; Anya sig: 0,001; Cramer's V: 0,168) (vö. Szöllös 2005, 89).

A **lakóhelyet** tekintve az Egerben élő fiatalok családjának 56,6 százaléka legalább 3 alkalommal, és 15 százalékuk ötnél több alkalommal is elutazott 2004-2007 között. A bejáró fiatalok családjánál ez az arány 48,5 százalék, azonban náluk az ötnél több alkalomnál magasabb aránnyal találkozunk (16,5 százalék) (vö. Blaskó 1999, 130-135; M.Á.S.T. 2004a, 19-26), azaz a lakóhely is meghatározó funkcióval bír.

A családi nyaralások jellemzőit különböző állításokon keresztül is vizsgáltuk, és megállapítottuk, hogy a fiatalok családjának felében az **életmód** részét képezi a nyaralás. Az is elmondható, hogy azoknál a fiataloknál, akik úgy nyilatkoztak, hogy a családjukban „megszokott” dolog a nyaralás, azoknak több mint a kétharmada (78,1 százaléka) 2004-2007 között legalább 3 alkalommal volt is nyaralni (sig: 0,000; Cramer's V: 0,491).

Mindez összefügg a programtípussal és a lakóhellyel is. Programtípus szerint vizsgálódva a gimnazisták családjában jellemző leginkább, hogy az életmód részét képezi az utazás (sig: 0,000; Cramer's V: 0,156). A lakóhelyet tekintve pedig az Egerben élő fiataloknak (60,8 százalék), illetve az Egerhez közel élőknek a (bejárók) családjában (46,7 százalék) van jelen inkább a közös nyaralás, míg kevésbé azoknál a diákoknál, akik kollégisták és egyébként falun élnek (38,6 százalék), amelynek a magyarázata, hogy a nyaralás gyakorisága a településmérettel arányosan nő (vö. M.Á.S.T 2006), és róluk feltételezzük, hogy ők Egertől távolabbi falvakban laknak, ezért nem bejárók, illetve a szülők iskolai végzettsége is egyenlőtlenül oszlik el a települések között (vö. Andor és Liskó 2000). Az is elmondható, hogy elsősorban az **anya iskolázottsága** a meghatározó, mert minél magasabb az anya iskolai végzettsége, annál inkább jellemző a családra a nyaralás, hiszen a diplomával rendelkező anyáknál ez az arány 67 százalék, míg a szakmunkás végzettségűeknél 26 százalék (sig: 0,000; Cramer's V: 0,239).

Családi nyaralás jellemzői



Megítélésünk szerint, amennyiben a család rendelkezik **saját nyaralóval**, akkor a család életmódjában még inkább jelen van a nyaralás, és kutatásunk igazolja Szöllös (2005, 121) hasonló eredményét, miszerint a nyaralóbirtoklók jobb anyagi körülmények között élnek és magasabb státuszúak, illetve az is jellemző rájuk, hogy átlag felett nyaralnak külföldön is (sig: 0,024; Cramer's V: 0,157). Vagyis elmondható, hogy a diákok közel 70 százalékának a családjában „megszokott dolog” a nyaralás, amennyiben a család rendelkezik nyaralóval, és az anyagi helyzetük is a több mint felüknél kedvező (sig: 0,000; Cramer's V: 0,282). Természetesen felmerülhet a kérdés, hogy a gyakori utazás (azaz az utazások száma) a saját nyaralóba történő többszöri utazást is jelenti-e.

A középiskolásoknak több mint a fele (61,4 százalékának) egyetért abban, hogy minden évben törekednek a **közös családi nyaralásra**, amelyet az is mutat, hogy 70,6 százalékuk 2004-2007 között legalább háromszor volt nyaralni (sig: 0,000; Cramer's V: 0,490). Szintén megfigyelhető az anya iskolai végzettségének determináló ereje, hiszen a diplomával rendelkező anyák családjának 78 százalékára jellemző ez, míg a szakmunkás végzettségűeknél ez az arány 48 százalék (sig: 0,000; Cramer's V: 0,217). Amennyiben programtípus szerint vizsgálódunk, akkor is megfigyelhető, hogy a gimnáziumban tanuló diákok családjára inkább jellemző (76,3 százalék értett ezzel egyet), a közös nyaralásra

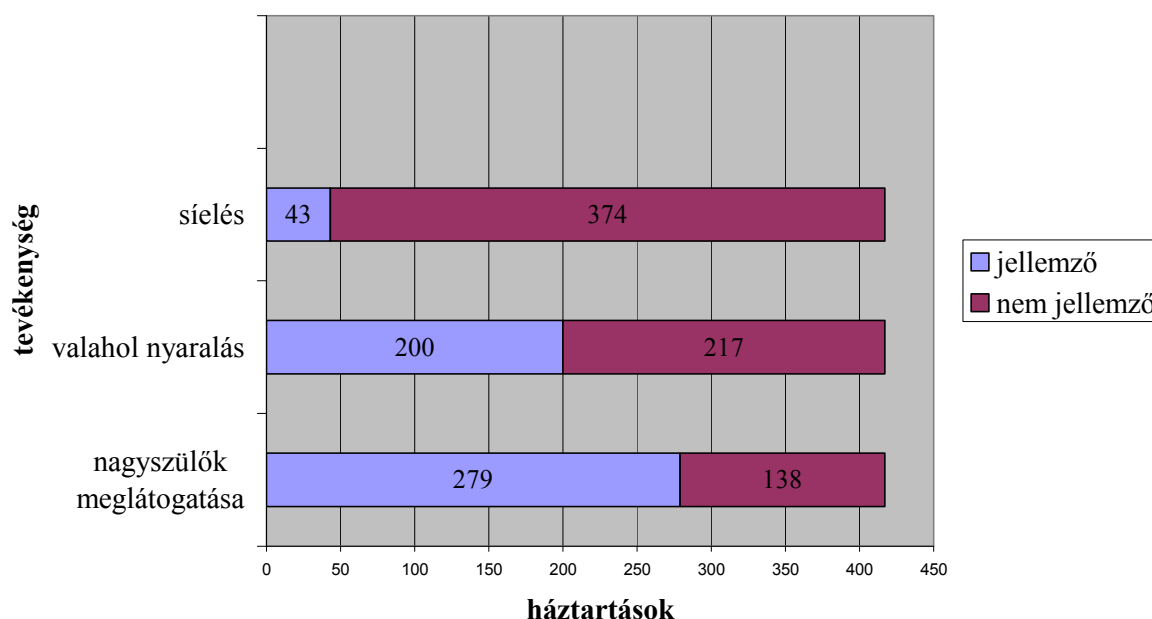
való törekvés, míg a szakiskolásoknak csupán fele válaszolta ugyanezt (sig: 0,000; Cramer's V: 0,170).

A fiatalok közel kétharmada egyetértett azzal a kijelentéssel is, hogy ha tehetné a család, egy évben többször is elutaznának közösen, főként a gimnáziumban tanulók vélekednek így (67,8 százalék), és legkevésbé a szakiskolások (58 százalék). Szignifikáns összefüggés mutatható ki szintén az anya iskolai végzettségét tekintve, ugyanis minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik az anya, annál inkább jellemzőbb az évi többszöri utazásra való törekvés (sig: 0,001; Cramer's V: 0,191).

Azonban a fiataloknak a 60,4 százaléka egyetért azzal is, hogy általános iskolás, azaz kisebb korában jobban jellemző volt a közös családi nyaralás. Ezzel leginkább a szakiskolában tanulók értettek egyet (62,6 százalék), és legkevésbé a szakközépiskolások (58,9 százalék). A fiatalok egynegyede pedig úgy nyilatkozott, hogy 2004-2007 között jellemzően külön nyaraltak ők és a szüleik, és leginkább a szakközépiskolások (30,8 százalék), legkevésbé pedig a gimnáziumban tanulók (18,1 százalék) körében jellemző ez (vö. Szöllős 2005, 104), amelyből arra is következtethetünk, hogy a diplomás szülők családjában nagyobb figyelmet fordítanak arra, hogy a család együtt nyaraljon.

A családi utazás célját tekintve az is megállapítható, hogy a középiskolás fiatalok kétharmadának a családja minden évben meglátogatja a nem azonos településen élő nagyszülőket (vö. M.Á.S.T. 2004a, 19-26), ennél magasabb értéket az egri fiatalok családjánál találunk, amelynek feltételezésünk szerint az egyik magyarázata lehet, hogy ők élhetnek legkevésbé ugyanazon településen a nagyszülőkkel.

A minden évben jelentkező családi utazások típusa



A rokonlátogató utak mellett – a turizmus statisztikáiba beleszámítanak (vö. M.Á.S.T. 2004a) – a diákok felének a családja **konkrét nyaralási** szándékkal is útra kel, itt is magasabb értéket láthatunk az egri fiataloknál. Ezzel a kijelentéssel leginkább a gimnazista tanulók értenek egyet (61,2 százalékuk, míg ez az arány a szakközépiskolásoknál 44,8 százalék, a szakiskolás tanulóknaál pedig 32,8 százalék), és szignifikáns összefüggés is kimutatható (sig: 0,028; Cramer's V: 0,114) a programtípus és a nyaralási szándék között. A fiatalok tíz százalékának a családjára pedig az is jellemző, hogy a téli „nyaralás”, a síelés is jelen van az életmódjukban (vö. M.Á.S.T. 2004a, 19-26). A síelés szintén az Egerben élő fiatalokra, és a gimnáziumban tanulók családjára jellemző (13,9 százalék, ez az arány a szakközépiskolásoknál 9,7 százalék, a szakiskolás tanulóknaál pedig 2,9 százalék) (vö. Szöllős 2005, 98), amely a szülők iskolázottságával és anyagi helyzetével is összefüggésbe hozható.

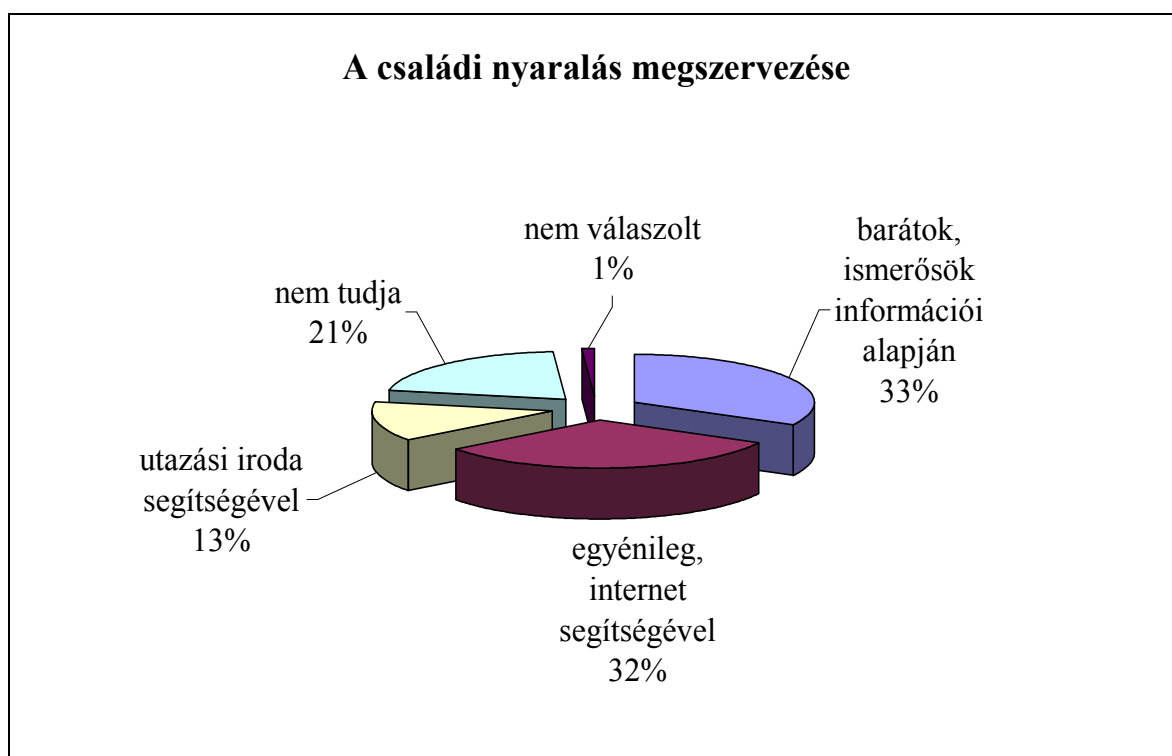
Amennyiben Losonczy (1977) **fogyasztói típusaiból** indulunk ki, feltételezhetjük, hogy azoknál az egri és gimnáziumban tanuló középiskolásoknál, akiknél a család minden évben törekszik a nyaralásra, és ezért gyakran el is járnak, illetve akiknél a síelés is az életmód részét képezi, azoknál a pénz megszerzésének a motivációja a fogyasztás lehetőségét, akár a presztízs fogyasztását nyújtja. Amennyiben a pénz eszköz szerepet tölt be a családoknál, és a tárgycentrikusság fontos, akkor feltételezhetjük, hogy ide azoknak

a középiskolásoknak a családja tartozik, akik a nyaralást kézzel nem fogható, kevésbé maradandó volta miatt kevésbé választják.

A diákok felének megítélése szerint a családi nyaralás helyszínének kiválasztásakor az **ismeretszerzési lehetőségeket** is figyelembe veszik. Az ismeretszerzésre való törekvést leginkább az anya iskolai végzettsége határozza meg, és szignifikáns összefüggés is kimutatható, azaz minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik az anya, annál inkább jelezték a tanulók azt, hogy az úti cél kiválasztása során az ismeretszerzési lehetőségekre is figyelnek (sig: 0,038; Cramer's V: 0,152) (vö. Bourdieu 1997, DiMaggio 1998). Megvizsgáltuk az apa iskolai végzettségének befolyásoló hatását is, azonban az apa végzettsége esetén nem találtunk szignifikáns összefüggést. Feltehetően a szabadság ideje alatti kulturális fogyasztók a mindennapjaik során is érdeklődnek a kultúra iránt (Richards 2003, 231) (vö. Hunyadi 2005).

A turisták által felhasznált **információforrások**at vizsgálva megállapítható, hogy a döntéshozatalban a személyes információforrásoknak, azaz a barátoknak és az ismerősöknek a szerepe nem elhanyagolható, ezt más kutatások is alátámasztják (vö. Hyde és Lawson 2004, 36). A családi nyaralás megszervezését vizsgálatunkban is a legtöbben a barátaik, ismerőseik információi alapján állították össze. Azonban az is elmondható, hogy az interneten történő információkeresés és a különböző szolgáltatások interneten történő megrendelése egyre inkább növekvő tendenciát mutat (Mester 2003, 41), és ez a vizsgálatunkban is jelentkezett, mert akik nem a barátaik, vagy az ismerőseik információira hagyatkoztak, azok jellemzően az egyéni utazásszervezést választották, és mindössze a fiatalok 13 százalékának családja vette igénybe az utazási irodák szolgáltatásait, ettől magasabb arányt az egri középiskolásoknál találtunk (20 százalék). Ezt a tendenciát a magyar háztartások utazási szokásairól szóló statisztikák (M.Á.S.T 2006, 28) is mutatják, azaz az egyéni utazásszervezés egyre inkább jellemzővé válik, főként a belföldi utak esetében⁵⁵. Azonban az internet adta lehetőségekkel még így is elsősorban az egri középiskolásoknak a családja élt, akiknél a szülők iskolai végzettsége és anyagi helyzete kedvezőbb.

⁵⁵ A belföldi, önállóan szervezett utak esetén 84,2 százalék, a külföldi önállóan szervezett utak esetén 53,2 százalék (M.Á.S.T. 2006, 28)



Megjegyezzük, hogy több mint egyötöde a fiataloknak nem tudta megmondani, hogyan történt a legutolsó családi utazás megszervezése, amelyből arra következtethetünk, hogy ők nem vettek részt a közös nyaralás megszervezésében, illetve, hogy nem voltak a vizsgált időszakban utazni. Leginkább a szakiskolai tanulók, és lakóhely tekintetében – közel azonos arányban – a bejáró és a kollégista fiatalok nem tudtak választ adni, amely összefüggésben áll a település típusával és a szülők iskolázottságával is.

5.3.2.2. A családi utazás szocializáló hatása az egyénileg megszervezett nyaralásra

A család által közvetített utazási szokásokkal összefüggésben eredményeink azt mutatják, hogy a fiataloknak több mint a kétharmada (71 százaléka) már 16 éves korában, vagy még korábban vett részt egyéni nyaraláson, ahol a család **életmódjában** jelen van a rendszeres nyaralás. Az is látható, hogy azok a fiatalok **tudatosabban** készülnek a nyári szünidő utazással történő eltöltésére, akik gyakrabban járnak el nyaralni, hiszen közel felük gyűjt, és tesz is félre pénzt a nyaralására (sig: 0,000; Cramer's V: 0,226), illetve akik nem tettek rá félre pénzt, azoknál a család anyagi helyzete kedvezőnek mondható, azaz

feltételezésünk szerint így nem volt arra szükségük, hogy az utazásra gyűjtsenek (sig: 0,000; Cramer's V: 0,189).

A **családi minta** szerepét, a családi utazás szocializáló hatását megvizsgáltuk azon keresztül is, hogy található-e összefüggés a közös családi nyaralás és a saját nyaralás megszervezése között (vö. Szöllös 2005, Cseh-Szombathy 1990). Ahol a családi nyaralás megszervezése egyéni módon, az internet segítségével történt, ott a fiataloknak a 41,2 százaléka a saját utazását is egyéni módon szervezte meg, szemben azokkal a fiatalokkal, akiknek a családjában a nyaralást utazási iroda segítségével szervezték meg. Ebben az esetben a fiataloknak csupán 12,9 százaléka vette igénybe az internet adta lehetőségeket (sig: 0,016; Cramer's V: 0,138). Amennyiben a családi nyaralás megszervezése a barátok, az ismerősök információi alapján történt, ott a fiataloknak a 60 százaléka saját utazásakor szintén építetett mások információira (sig: 0,016; Cramer's V: 0,138).

Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy a család **kulturális fogyasztása** hogyan hat a fiatal turista kulturális fogyasztására, akkor megállapíthatjuk, hogy azoknál a fiataloknál, akiknél a családi nyaralás során figyelembe vették a helyszín kiválasztásakor az ismeretszerzési lehetőségeket, ott a fiataloknak is több mint a fele szintén figyelembe vette azt a nyaralása során (sig: 0,04; Cramer's V: 0,113), illetve számukra az új dolgok tanulásának a lehetősége is fontosabbnak bizonyult (sig: 0,002; Cramer's V: 0,174).

Azt is érdemes megvizsgálni, hogy azok a fiatalok, akiknél a család életmódjában jelen van az utazás, hogyan vélekednek az önállóan megszervezett, szülők és egyéb felnőtt kíséret nélküli nyaralásról. Egyrészt megnéztük, hogy veszélyesnek tartják-e az egyénileg történő nyaralást. Azok a fiatalok, akik a vizsgált három évben egyszer sem voltak nyaralni a családdal közösen, inkább állítják ezt (14,5 százalék), szemben azokkal, akik ötnél többször is voltak a három évben nyaralni, náluk csupán 7,6 százalékuk vallja ugyanezt. Hasonlóképpen vélekednek a szervezésről is, azaz, akik rendszeresen utaznak, azok 90 százaléka inkább és teljesen egyetért abban, hogy a nyaralás előkészületekkel jár együtt. Az előbbiekből jól látható, hogy amennyiben a család életmódjában jelen van az utazás, és így az nem ismeretlen számukra, akkor kevésbé tartják veszélyesnek, kiszámíthatatlannak, illetve maguk is többször megtapasztalhatták már azt, hogy az előkészületekkel jár együtt.

Összefoglalva eredményeink alapján megállapítható, hogy a fiatalok utazására hatással vannak a családban látottak és tapasztaltak, mind az utazási előkészületeiket, mind az utazás alatt végzett tevékenységeiket tekintve.

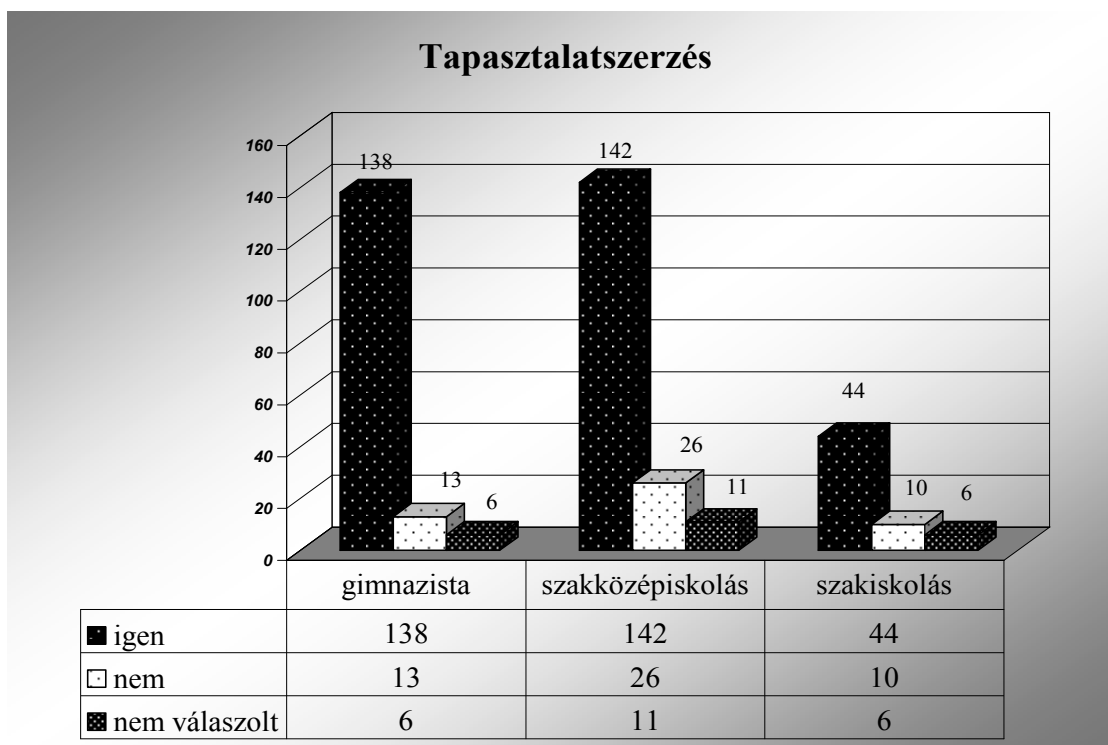
5. 4. A tanulás lehetőségei az ifjúkori turizmus kontextusában

A következőkben a turizmus során megvalósuló tanulást vizsgáljuk. Mint a bevezetőben megfogalmaztuk, a tanulást a dolgozat céljából fakadóan tág és szűk értelmezésben is boncolgatjuk. Először a tág értelemben vett tanulási lehetőségeket körvonalazzuk, nem feledkezve meg arról, hogy a tanulásnak ez a formája nem szükségszerűen tudatos, illetve szándékos tanulást jelent, éppen ezért nehezen is mérhető (vö. Komenczi 2001, Pordány 2006).

5.4.1. A turizmusban való részvétel és a személyiségfejlődés

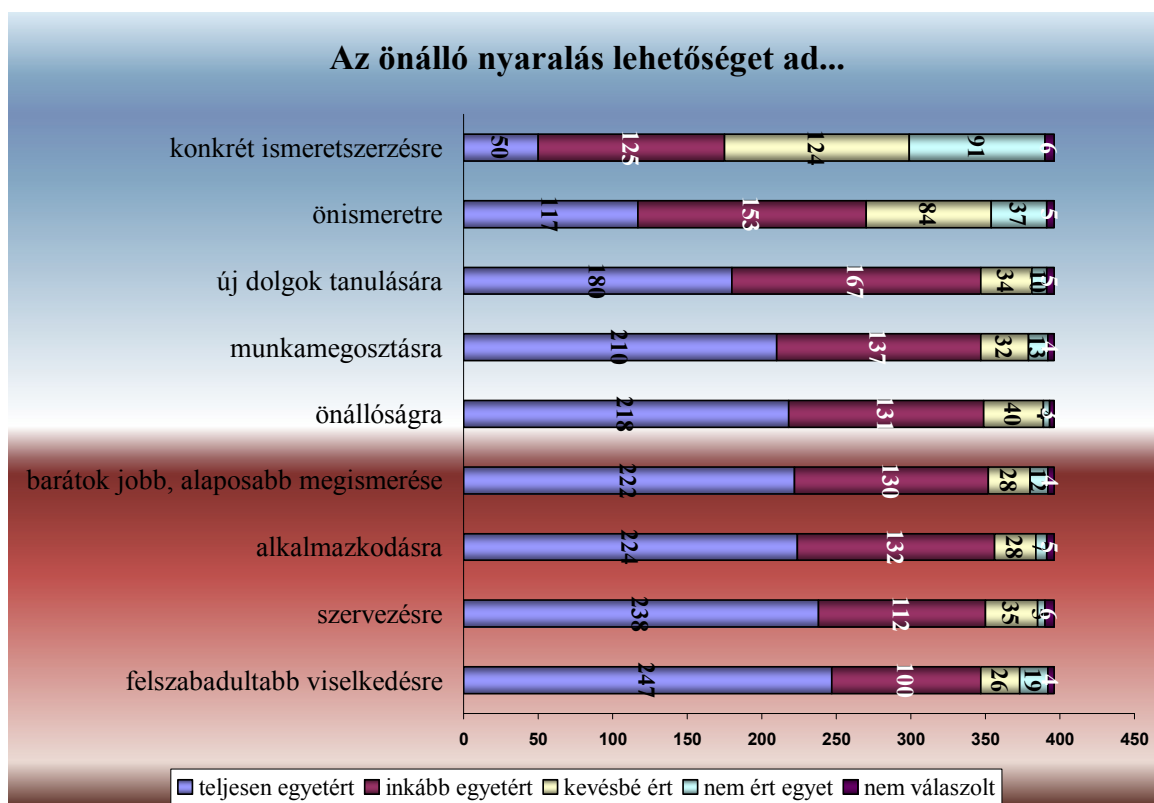
A tanulást tágan értelmezve a személyiségfejlődés, és a személyi, illetve a szociális stb. készségek, kompetenciák bővülésének az eszközének tekintjük (vö. Benedek 2007). Feltételezésünk szerint a turistalét alatt szerzett élmények – felhasználva az előzetesen szerzett utazási tapasztalatokat és tudást is (vö. Jarvis 2002, Polányi 1994) – hozzájárulnak a személyiség fejlődéséhez, és nem hagyjuk figyelmen kívül a kulturális erőforrásokat sem. Ezt igazolni látszik Durkónak (1984) a regeneratív-szórakozva művelődésről vallott nézete – amelybe meglátásunk szerint a turizmus is beletartozik –, mert az megítélése szerint azzal a sajátossággal bír, hogy a végzett tevékenységekhez járulékosan fontos személyiséget gazdagító hatások is kapcsolódnak. A kulturális erőforrások alatt az iskolai végzettséget vizsgáljuk, és az ezzel összefüggő hatást, azaz a tanuló milyen programtípusba jár (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 1998, 2002, Szira 2007).

Feltételezésünket alátámasztja az, hogy a fiatalok jelentős hányada (82 százaléka) úgy véli, hogy az utazás lehetőséget adott számára új **tapasztalatok** szerzésére (vö. Hartmann 1981, Csoma 2003b, Tót 2007). A gimnazistáknál a legmagasabb ez az arány (87,8 százalék), ezt követően pedig programtípus szerinti bontásban csökkenő aránnyal találkozhatunk, a szakközépiskolások 79 százaléka, és a szakiskolások 75 százaléka vélekedett hasonlóan.



Mindössze a fiatalok egytizede válaszolta azt, hogy úgy érzi, hogy nem szerzett tapasztalatokat. Ők úgy ítélték meg, hogy nem volt lehetőségük a nyaralás során újat tanulni (sig: 0,000; Cramer's V: 0,201). Azonban annál kevésbé állították ezt a tanulók, minél magasabb az anyának az iskolai végzettsége, amely feltehetően összefügg a családi nyaralások gyakoriságával, és az ismeretszerzésre való törekvéssel is.

Vizsgálatunk egyik célkitűzése az volt, hogy megismerjük, miként vélekednek a középiskolás tanulók a **felnőtt kíséret nélküli nyaralásról**, illetve mennyiben találják másabbnak az egyénileg megszervezett nyaralást. A tanulók 62 százaléka teljesen egyetért abban, hogy a kíséret nélküli nyaralás nagyobb lehetőséget ad a **felszabadultabb viselkedésre**, mint amikor szülői vagy egyéb felnőtt kísérettel utaznak. Ezzel a gimnazisták értenek inkább egyet (65,6 százalék), és kevésbé a szakiskolások (51,6 százalék). Ennek az egyik magyarázata az lehet, hogy a diplomás szülők jobban „fogják” gyermekeiket, kevésbé megengedők (vö. Erdős és Pusztai 2008), így ők a nyaralás során feltehetően oldottabbnak érezhetik magukat. És arról sem szabad elfeledkezni éppen ezért, hogy a fiatalok körében, főként mikor magukat felszabadultabbnak, kötetlenebbnek érzik, a deviáns szabadidő eltöltés, és a különböző – nem építő jellegű – dolgok kipróbálása is megjelenhet.



A nyaraláskor a fiatalok lehetőséget kaptak a **személyes képességeik** alkalmazására is, azaz arra, hogy új helyzetekben és új, illetve másik környezetben saját magukat kipróbálhassák (vö. Hartmann 1981). Ezt igazolja, hogy a fiataloknak több mint a fele teljesen egyetértett azzal, hogy az egyénileg megszervezett nyaralás során lehetősége volt a szervezési készsége gyakorlására (60 százalék), a másikkal való együttműködésre (56,5 százalék), a barátok, a társak alaposabb, jobb megismerésére (56 százalék), az önállóságra (55 százalék), és a munkamegosztásra (53 százalék).

Ha megfordítva vizsgáljuk a kérdést, azaz mi az, amivel egyáltalán nem értenek egyet az előbb felsorolt tényezők közül, akkor elmondható, hogy a fiataloknak kevesebb, mint 10 százaléka sem állítja azt, hogy ezek abszolút nem jellemzőek az önálló nyaralásra, sőt három tényezővel (a munkamegosztással, a felszabadultabb viselkedéssel, az új dolgok tanulásával) pedig kevesebb, mint 5 százalékuk ért csupán teljesen egyet (vö. Zsolnai 1998).

A nyaraláskor a gimnazisták inkább tapasztalták az önállóságot (58 százalék), mint a szakiskolába járók (sig: 0,009; Cramer's V: 0,161), és a fiataloknak közel egyharmada (29,5 százalék) nyilatkozott úgy, hogy a nyaralás során önmagát is sokkal jobban megismerte (vö. Hartmann 1981). A lányok (egyharmaduk) inkább egyetértettek ezzel (sig:

0,048; Cramer's V: 0,141), amelyet az is magyaráz, hogy számukra a belső harmónia mint érték fontosabbnak bizonyul.

Nemek szerint vizsgálódva a lányokra (59,2 százalék) jellemzőbb volt, hogy érzékelték a nyaralás alatti munkamegosztás szükségét, feltehetően a nemi szerepekből fakadóan, és ebben a programtípus tekintetében sincs jelentős különbség. Ennek megfelelően az alkalmazkodás, az együttműködés fontosságát szintén inkább a lányok (66,4 százalékuk) jelezték (sig: 0,006; Cramer's V: 0,191) (vö. Zsolnai 1998).

A személyiségfejlődéssel szoros kapcsolatban állnak a **társas kapcsolatok** és a hobbi tevékenységek is (vö. Zsolnai 1998), amelyek közül az utóbbinak az egyik fő funkciója az önmegvalósítás és a személyes célok megvalósítása. A gimnáziumban tanulókra (60 százalék) a hobbi gyakorlása, a szabadidő tudatos eltöltése jellemzőbb volt, mint a szakközépiskolásoknál (46,6 százalék), vagy a szakiskolásoknál (43,3 százalék) (sig: 0,018; Cramer's V: 0,123). Az ismerkedés, kapcsolatteremtés iránti igény szintén a gimnáziumban tanulóknál (73,8 százalék) mutat magasabb arányt, míg a szakközép- és a szakiskola tanulóknál közel azonos az arány.

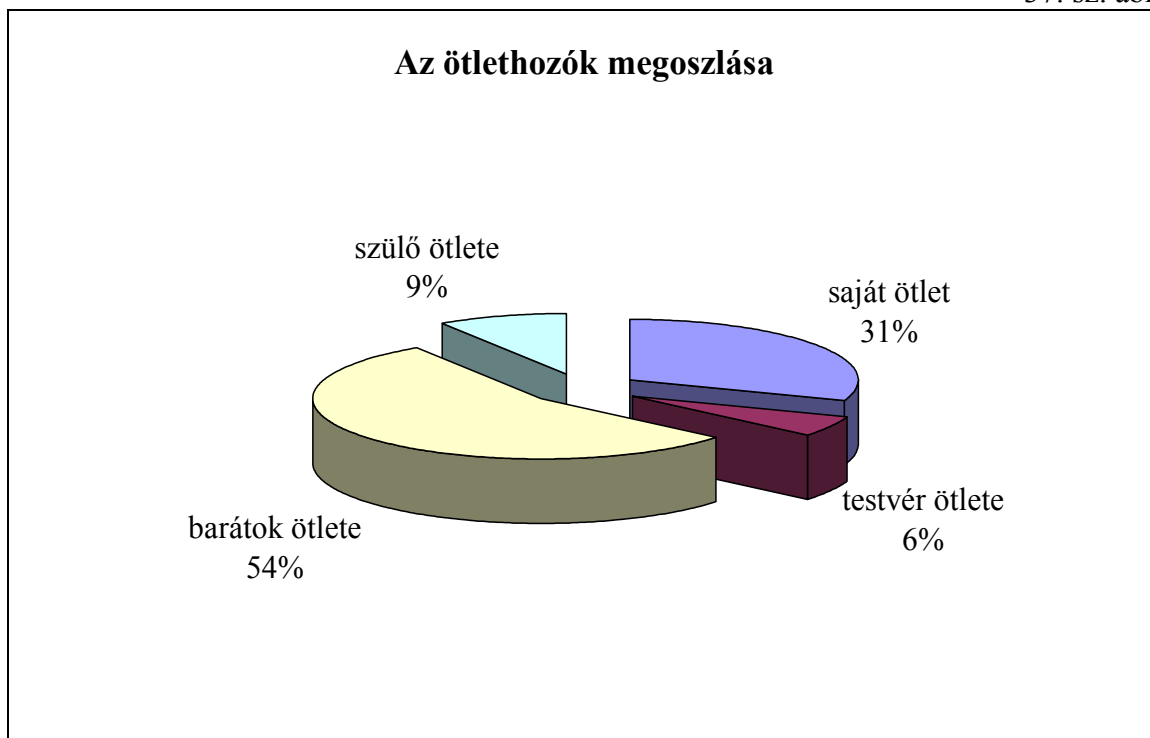
Az egyénileg szervezett nyaralásnak azonban nemcsak a „szépségeire” és lehetőségeire, hanem a **veszélyeire** is rákérdeztünk. A tanulóknak csupán kevesebb, mint 10 százaléka értett azzal teljesen egyet, hogy az veszélyes, mert nem lehet megbízni az emberekben, és hogy sok bajjal, gonddal jár egy felnőtt kísérel nélküli nyaralás. A programtípus szerinti bontásban legkevésbé a gimnáziumi tanulók (3,8 százalék), és leginkább a szakiskolások (15 százalék) voltak ezen a véleményen (sig: 0,002; Cramer's V: 0,178). Ennek magyarázatát a családi utazások gyakoriságában tapinthatjuk ki, azaz minél jellemzőbb a családra a nyaralás, annál kevésbé vélték azt veszélyesnek.

A megkérdezett középiskolások körében igen jelentős szerepet töltenek be a különböző fesztiválok is. A különböző fesztiválok jelentősége abban ragadható meg eredményeink alapján, hogy a fesztiválok látogatása és a különböző **szociális kompetenciák** között szignifikáns kapcsolat is található, az alkalmazkodóképesség (sig: 0,009, Cramer's V: 0,160), a barátok alaposabb megismerése (sig: 0,000, Cramer's V: 0,198), és az önállóság (sig: 0,000, Cramer's V: 0,192) között (vö. Hunyadi – Inkei – Szabó 2006, 17). A barátok, a kortársak alaposabb megismerése azért is különösen fontos, mert ezáltal árnyaltabb képet kaphatnak a társaik jó és rossz tulajdonságairól is.

A fiataloknak a többsége (54 százalékuk) a barátai **javaslatára** (vö. Narancsik 2000, Lannert 2004) vett részt nyaraláson, ebből kétharmaduknál a közösen meghozott döntés volt jellemző, azaz a baráti és a saját kezdeményezés is szerepet kapott a nyaralás

mellett való döntésben (sig: 0,000; Cramer's V: 0,715). Vagyis nem csupán a barátaikra hallgattak, hanem a saját véleményüknek is hangot adtak. A fiataloknak közel egyharmada pedig úgy nyilatkozott, hogy elsősorban a saját ötlete volt a saját társaságával történő közös nyaralás.

37. sz. ábra



Nem találkoztunk azonban releváns különbséggel az **ötlethozók** programtípus szerinti bontásában, közel azonos arányban hoztak saját döntést a gimnazista, a szakközépiskolás és a szakiskolás fiatalok. Nemek szerinti bontásban azonban a fiúkra inkább jellemző volt, hogy saját maguk kezdeményezték a nyaralást, míg a lányoknál inkább a barátaik voltak a kezdeményezők (sig: 0,024; Cramer's V: 0,137). Viszont a szülői kezdeményezés a fiúknál (15,2 százalék) magasabb értéket mutat, mint a lányoknál (6,5 százalék) (sig: 0,004; Cramer's V: 0,167), és a bejáró fiataloknál (13,6 százalék). Ennek okát abban tapinthatjuk ki, hogy a bejáró fiatalok számára a hagyományok tisztelete (sig: 0,048; Cramer's V: 0,133) és a családi biztonság fontosabbnak bizonyult.

A vizsgálat során kísérletet tettünk arra, hogy árnyaltabb képet kapjunk a fiatalok kísérlet nélküli, önálló nyaralásáról. Ennek érdekében nyitott kérdéseket alkalmaztunk, azért hogy a fiatalok lehetőséget kapjanak arra, hogy a véleményüket saját szavaikkal is leírassák. Döntő többségük a barátaik alaposabb megismerését emelte ki: „megmutatkoztak az igazi barátságok”, „próbára tettük magunkat”, „összeszoktunk a veszedelem ellenére

is”, „mélyítettük a kapcsolatunkat stb.” Ennek a jelentősége azért is fontos, mert a fiataloknak egy nem mindennapi helyzetben volt arra lehetőségük, hogy barátaiknak, társaiknak erényeit, vagy hibáit jobban megismerjék, hiszen nem feledkezhetünk meg arról sem, hogy a baráti társaságok nemcsak konstruktív, hanem destruktív hatást is kifejthetnek tagjaikra.

Azt is kiemelték a megkérdezettek, hogy több időt tudtak együtt tölteni: „hiszen az iskolában és az iskolaidő alatt jobban levagyunk kötve”, „ ritkán találkozunk, mert ők Budapesten élnek”. Az is jelentős volt, hogy „felszabadultabbak lehettünk, azt tehettünk, amit mi akartunk”, és a közös élményszerzés is meghatározó szerepet töltött be: „új kalandokat éltünk át, új emberekkel ismerkedtünk meg, közösen tapasztaltunk ki dolgokat...”.

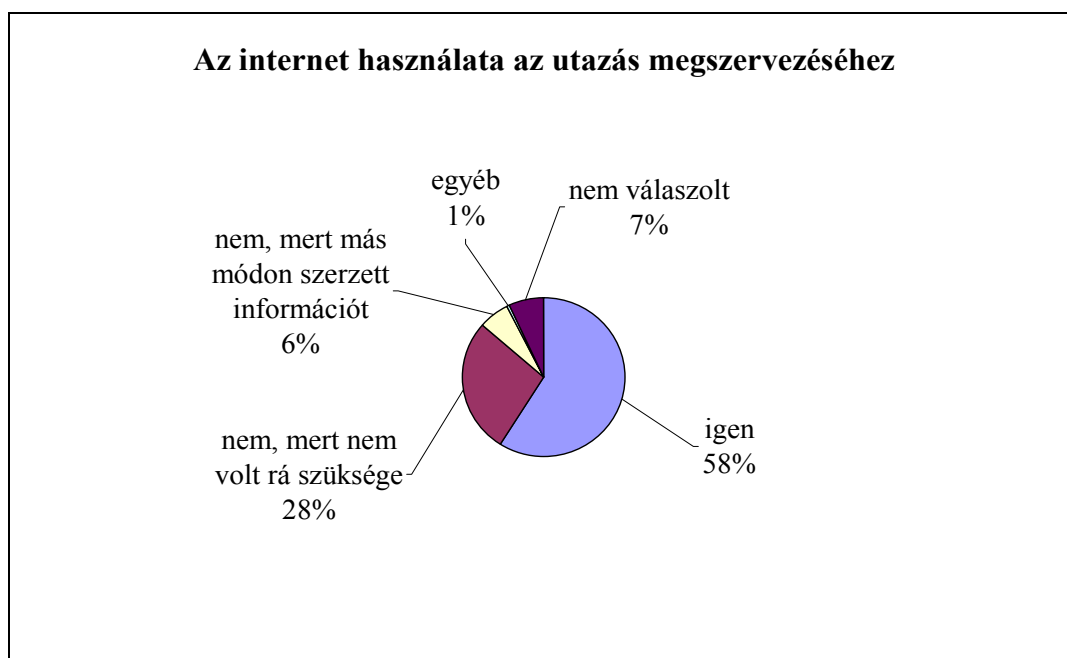
Összefoglalva elmondható, hogy a szociális és a személyi kompetenciák fejlődéséről számoltak be a tanulók a saját társaságukkal történt nyaralás során, azaz többek között az önállóságot, a felelősségvállalást, és az együttműködési készség fejlődését emelték ki.

5.4.2. Szűkebb értelemben vett tanulás

Kiindulópontunk többek között a KSH (Csernyák – Janák – Zaláné 2004) felmérése volt, amelynek alapján a szűk értelemben vett tanulást a turizmus kontextusában úgy operacionalizáljuk, hogy először az utazás megszervezéséhez szükséges információszerzést, előkészítést, azt követően pedig az utazás alatti tevékenységeket vizsgáljuk (vö. Forray és Juhász 2008b, 66). Az elemzés során a kulturális tevékenységeknek (múzeumok, műemlékek látogatása, kulturális programon való részvétel stb.) kiemelt szerepet szánunk (vö. Bourdieu 1978), mert megítélésünk szerint itt a tanulás még inkább feltételezhető, nem feledkezve meg arról, hogy nem feltétlenül szándékos tanulásról van szó (vö. Komenczi 2001). Hozzáteesszük, hogy a középiskolások számára semmilyen instrukciót nem fogalmaztunk meg arra vonatkozóan, hogy mit tekintsenek kulturális rendezvénynek, illetve programnak. Ennek pontosítása miatt megvizsgáltuk a kulturális fogyasztásukat is, azaz jártak-e múzeumban, kerestek-e fel műemlékeket, illetve az ismeretszerzést fontosnak tartják-e, amelyek segítségével megítélésünk szerint árnyaltabb képhez juthatunk (vö. Blaskó 1999, Hunyadi 2005). Ezáltal arról nincs adatunk, hogy az egyes fiatalok hogyan értelmezik a kultúra fogalmát (vö. Gans 2003), és hogy ők azt milyen tartalommal töltik meg (vö. magas- és tömegkultúra, Gans 2003), ezért ez a kutatás egyik korlátjának is tekinthető.

5.4.2.1. Az utazás megszervezése, az utazással kapcsolatos döntések meghozatala

A fiatalok mindössze nyolc százaléka vette igénybe az utazási irodák szolgáltatásait az utazása **megszervezéséhez**, ezért a következőkben az egyéni utazásszervezésnek szentelünk nagyobb figyelmet. Az **egyéni utazásszervezés** magában foglalja, hogy az egyén saját, meglévő tapasztalataira, tudására, és készségeire támaszkodva nem „kész” utazási csomagot vásárol, hanem saját maga gyűjti össze az ahhoz szükséges információkat. A technika fejlődésével egyre több lehetőség nyílik az egyénileg történő utazás megszervezésére: amíg korábban többnyire az utazási irodákon keresztül érhattuk el a külföldi és belföldi szolgáltatók (közlekedés, szállás stb.) ajánlatait, az **internet** segítségével otthonról is közvetlenül elérhetővé váltak a különböző lehetőségek (vö. Török 2002, Mester 2003). Így a fiatalok lehetőséget kapnak arra is, hogy ők állítsák össze maguknak az ideális vakációt, ezáltal testre szabhatóvá válnak az utak. Az interneten a fiatalok sokféle információhoz juthatnak hozzá – mind az adott látnivalókról, mind az adott szolgáltatásokról –, éppen ezért fontos kérdés, képesek-e **szelektálni** a számos információ között, és megtalálják-e a számukra fontosat, hasznosat. Richard és Wilson (2007, 31) kutatása azt mutatja, hogy a fiatal utazók általában jól informáltak, és mielőtt útnak indulnának, több forrásból tájékozódnak, illetve a leggyakoribb információs forrásnak, a családot és a barátokat megelőzve, az internet bizonyul (Richard és Wilson 2007, 31). Eredményeink igazolják, mert a fiatalok többsége (58 százaléka) az internet segítségével szervezte meg az utazását, és mindössze 6 százalékot tesznek ki azok a fiatalok, akik más módon jutottak információhoz (vö. Komenczi 2001, 123), amely azt is mutatja, hogy a nyomtatott könyv – jelen megközelítésben az úti könyvek, úti kalauzok – szerepe ezen a téren is háttérbe szorul.

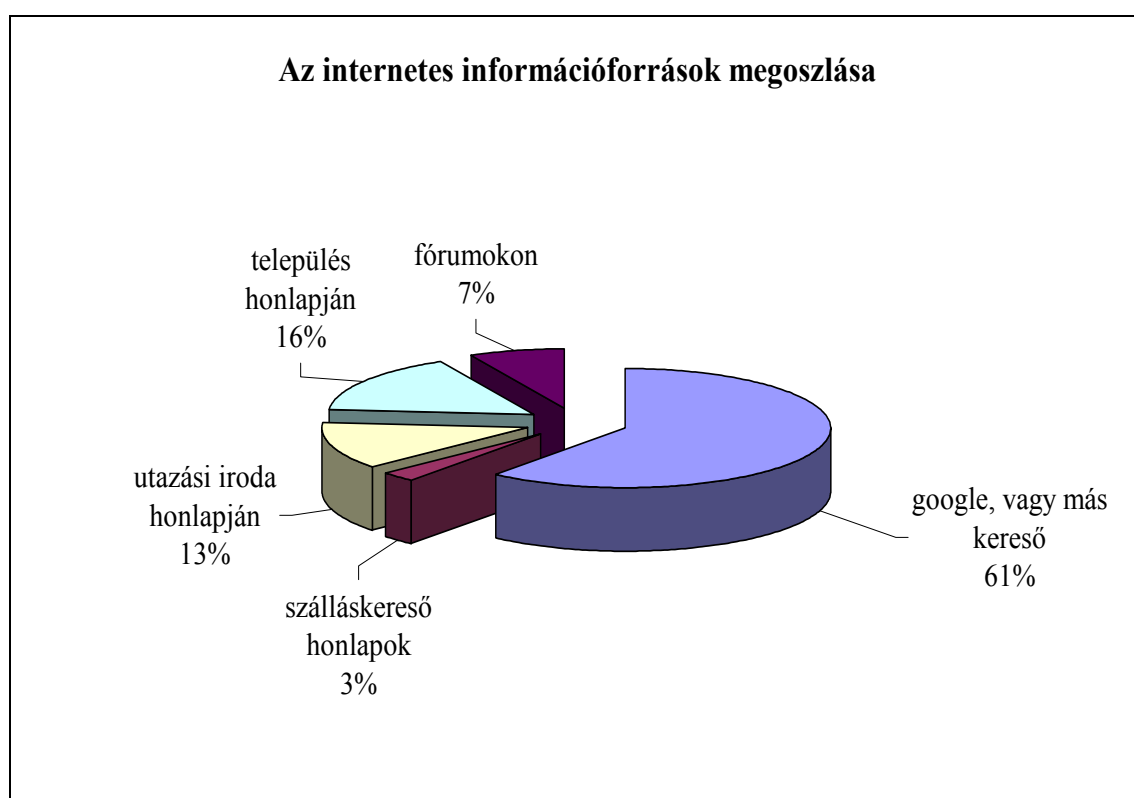


A külföldön nyaraló fiatalok inkább igénybe vették az internetes keresést (70 százalékuk), amelynek magyarázatát abban találhatjuk, hogy belföldön a visszatérő látogatók aránya általában magas. Ezt mutatják a Magyar Turizmus Zrt. (M.Á.S.T 2004a, 2006) felmérései is. Eredményeink is igazolják, hogy a belföldön nyaralók azért nem kerestek a hálón információkat, mert több mint a felük visszatérő volt (sig: 0,000; Cramer's V: 0,381), és feltehetően ők a korábbi tapasztalataikra támaszkodtak (vö. Hyde és Lawson 2004, 36; Mester 2008, 11).

A programtípust tekintve az utazás megszervezéséhez a gimnazisták (60,5 százalék) és a szakközépiskolások (59,2 százalék) inkább igénybe vették az internetet, mint a szakiskolában tanulók (53,3 százalék) (vö. Nagy 2001, 14-22). Ez összefüggésben áll a végzendő tevékenységekkel, mert az **interneten** való információ keresést befolyásolta az, hogy a tanuló milyen céllal kelt útra, illetve az utazás alatt végzett tevékenysége a ki- vagy a bekapcsolódást szolgálta-e (vö. Nagy 2001, 14-22), mert akik műemlékeket, múzeumokat, vagy kulturális rendezvényeket kerestek fel a nyaralásuk alatt, azoknak közel kétharmada használta is a világhálót az utazása megszervezéséhez (sig: 0,000; Cramer's V: 0,515). A böngészés leginkább azoknál volt jellemző, akik kulturális programokon is részt vettek (sig: 0,000; Cramer's V: 0,380), vagy világörökségi helyszíneket látogattak (sig:0,000; Cramer's V: 0,352). Kevésbé volt jellemző viszont azoknál, akik elsősorban a kikapcsolódásra koncentráltak, azaz csupán strandolással (sig: 0,000; Cramer's V: 0,375), vagy vásárlással (sig:0,000; Cramer's V: 0,374) töltötték az idejüket a nyaralás alatt.

A legfontosabb információforrás az internetet használók között a „google” vagy egyéb keresőportál (61 százalék) volt, ezt követte az adott település honlapja (16 százalék). A középiskolások 13 százaléka utazási irodák honlapján is keresgélt, közel azonos arányban tették ezt a gimnazisták, illetve a szakközépiskolások (8,7 százalék és 8,3 százalék). A fiatalok hét százaléka különböző fórumok segítségét is igénybe vette, szintén megegyező arányban. Amennyiben nemek szerint vizsgálódunk, a fiúk a keresőportálokat inkább használták, mint a lányok, mert a fiúknak a 44,1 százaléka, a lányoknak csupán egyharmada (sig: 0,039; Cramer’s V: 0,128). Ennek egyik magyarázata lehet, hogy a fiúkra inkább jellemző volt, hogy saját ötletük volt a nyaralás, míg a lányok inkább a barátaik, akár párkapcsolataik javaslatára voltak nyaralni.

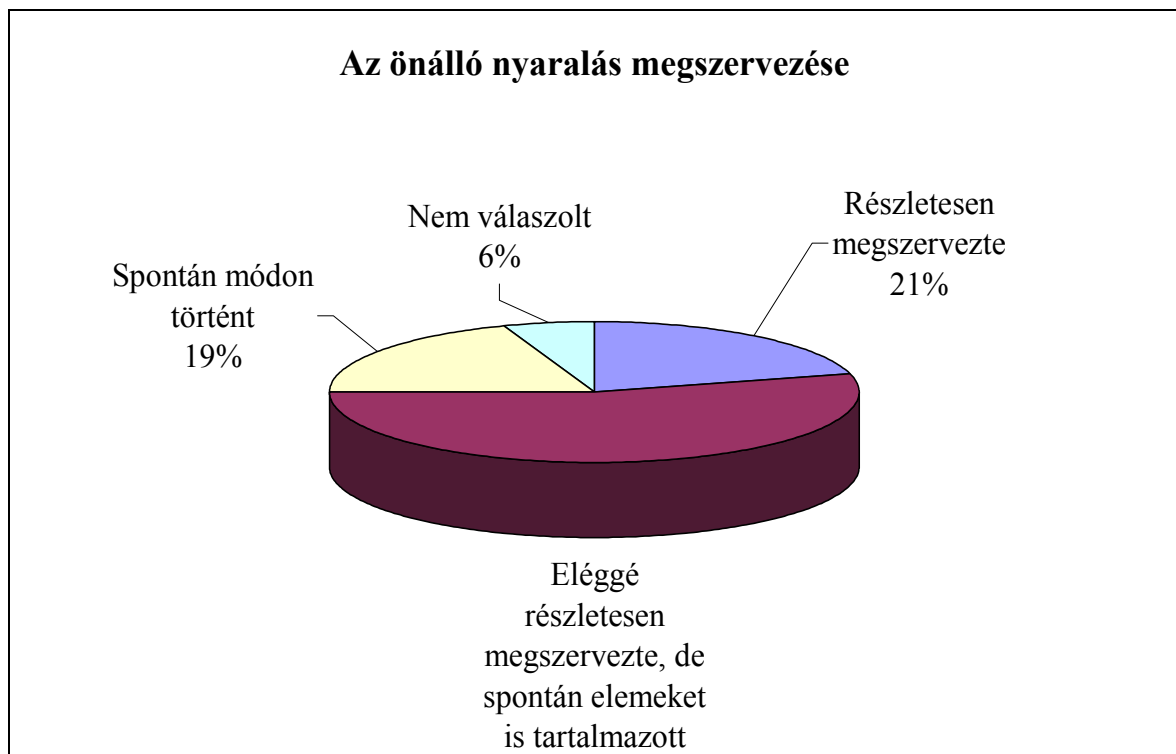
39. sz. ábra



Érdeemes azt is megvizsgálni, hogy a fiatalok az egyénileg megszervezett nyaralásukat mennyire részletesen, körültekintően, vagyis mennyire **tudatosan szervezték** meg (vö. Mérő 2001). A válaszadóknak több mint a fele (54 százalék) – megítélése szerint – eléggé részletesen megszervezte az utazását, de nyitottak voltak az újra is. A többiek közel azonos arányban szervezték meg spontán módon és részletesen, alaposan (21-21 százalék). Akik részletesen, körültekintően megszervezték a nyaralásukat, azok kilencetizede (89 százaléka) szakközépiskolába, illetve gimnáziumba jár (sig: 0,013;

Cramer's V: 0,143). 61 százalékuk mindennap internetezik, és a kétharmaduk (63,8 százalékuk) az utazás megszervezéséhez is használta az internetet (sig: 0,000; Cramer's V: 0,458), feltételezhetjük, hogy esetükben az **erőforrás-bővítő** felhasználói típusról van szó (vö. Nagy 2006).

40. sz. ábra



A gimnazisták jelentős része (62 százaléka) a nyaralását viszonylag részletesen megszervezte, de spontán elemeknek is teret hagyott. A teljes spontaneitás, a szervezésnek, az átgondolásnak, a tervezésnek a hiánya a szakiskolai tanulókra a jellemzőbb, egynegyedük teljesen szabad utat engedett, amíg ez az arány a gimnazistáknál 16 százalék (sig: 0,013; Cramer's V: 0,143). Meglepő módon a fiúkra (23,5 százalék) a részletesebb, alaposabb szervezés inkább jellemző volt, mint a lányokra (16,7 százalék), amelynek magyarázatát szintén abban kereshetjük, hogy a fiúknak jellemzően saját ötlete volt a nyaralás.

A fiatalok egytizede nagyon előrelátó volt, ők már fél évvel hamarabb elkezdték a szervezést, és elsősorban gimnáziumban tanulnak. A középiskolások egyötöde (19 százalék) viszont csak az utolsó napokban látott neki a szervezésnek, azonban itt is a gimnazisták és a szakközépiskolások a felülreprezentáltak. A fiataloknak több mint az egyharmada (37 százalék) a szervezéshez az utazást megelőző egy hónapon belül látott

neki. Azok a középiskolások, akik használták az internet adta lehetőségeket az utazás megszervezéséhez, azoknak mindössze 17 százaléka hagyta a szervezést az utolsó napokra, és közel felük egy hónappal hamarabb nekilátott (sig: 0,000; Cramer's V: 0,458).

41. sz. ábra

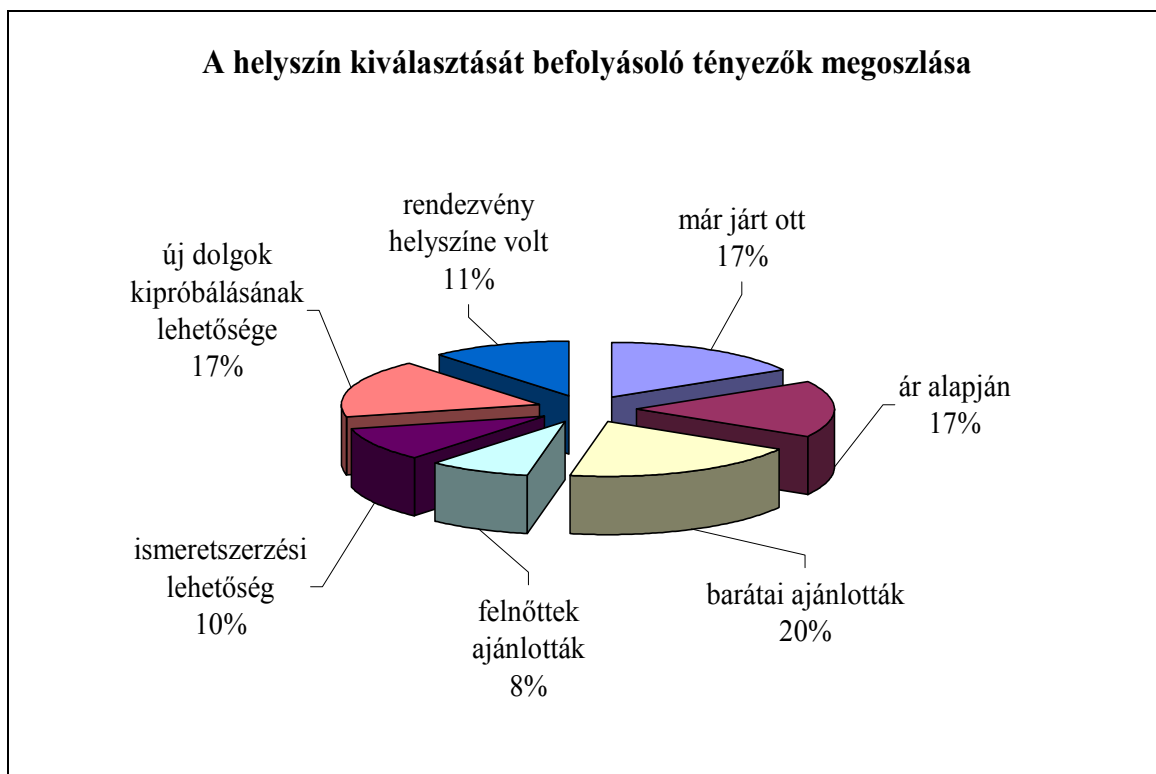


Kíváncsiak voltunk arra is, hogy mi alapján döntenek a fiatalok a felkeresni kívánt **helyszín** mellett. Megállapítható, hogy a leginkább döntő tényező a barátok javaslata volt (20 százalék) nyaralás helyszínét illetően, ami nem is meglepő, hiszen ők azokat a dolgokat ajánlják, amelynek maguknál is tetszést váltanak ki (vö. Narancsik 2000, Lannert 2004). Azonban ők sem hagyatkoztak csupán a barátaikra, hanem saját maguk is utánajártak, keresgéltek az interneten információt (62 százalék) (sig: 0,000; Cramer's V: 0,495). Amennyiben a fiatalok már jártak korábban az adott helyszínen, akkor több mint a felük (54,9 százalék) saját maga javasolta a nyaralást (sig: 0,000; Cramer's V: 0,439).

A helyszín **kiválasztásakor** a fiatalok az új dolgok kipróbálásának a lehetőségét is figyelembe vették (vö. Hartmann 1981), és egytizedük az ismeretszerzést is fontosnak tartotta. Az ismeretszerzésre törekvők az új dolgok tanulását inkább vagy nagyon fontosnak tartják a nyaralás során (sig: 0,000; Cramer's V: 0,213), és ennek megfelelően közel 60 százalékuk a helyszín kiválasztásakor az új dolgokkal való találkozás reményében döntött (sig: 0,000; Cramer's V: 0,216). Amennyiben a kulturális tőke egyik mutatóját, az

iskolai végzettséget vizsgáljuk (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002), akkor a szüleikről elmondható, hogy több mint felüknek az apja legalább érettségivel rendelkezik, és kétharmaduknak az anyja is legalább érettségizett.

42. sz. ábra



Az ismeretszerzésre törekvő fiataloknak több mint a fele eléggé részletesen megszervezte az utazását, de ők is hagytak teret a szabad döntéseknek (sig: 0,000; Cramer's V: 0,429). Az is megállapítható, hogy készültek az utazásra, hiszen a szervezést 40 százalékuk egy hónappal korábban megkezdte (sig: 0,000; Cramer's V: 0,439), és használták hozzá az internet kínálta lehetőségeket (sig: 0,000; Cramer's V: 0,453).

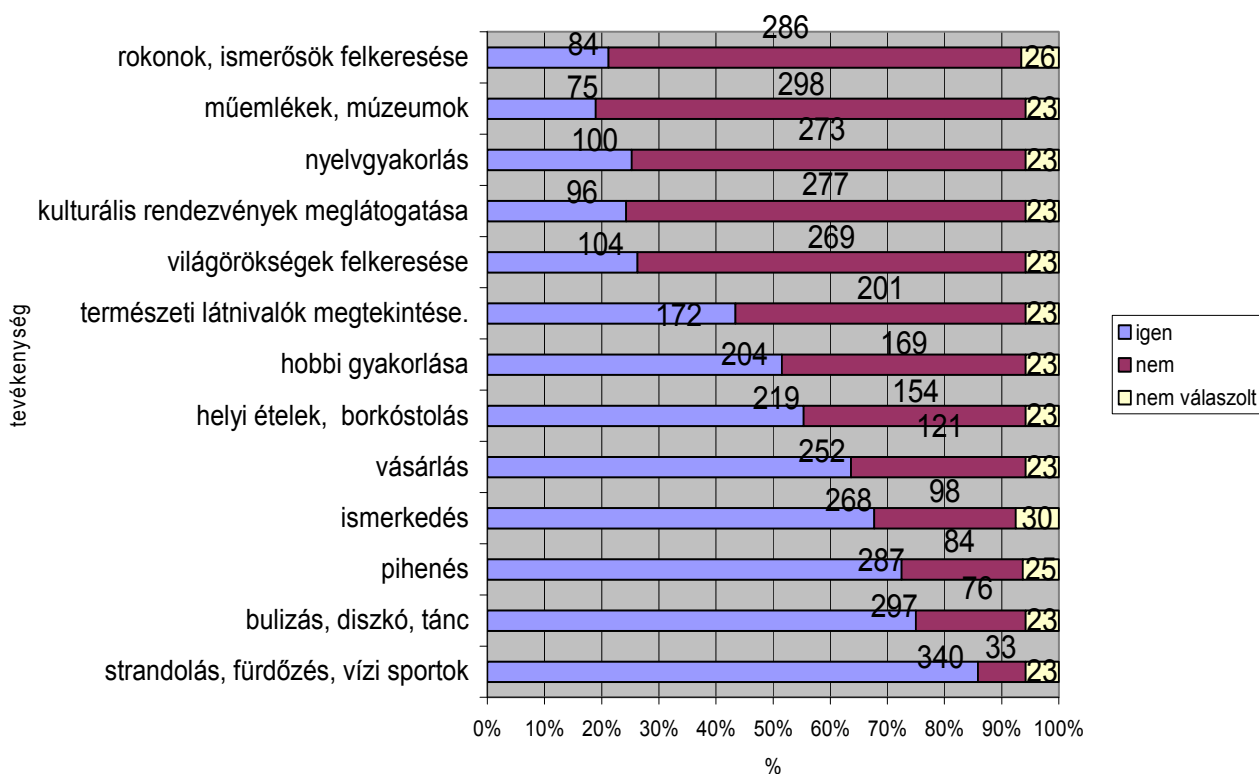
5.4.2.2. A nyaralás alatt végzett tevékenységek

A nyaralás során végzett tevékenységeket tekintve – a korosztály sajátosságainak megfelelően – a rangsor első három helyén a strandolás, vízi sportok, a bulizás és a pihenés állnak (vö. Mester 2008). Ezek összhangban vannak azzal is, hogy mit várnak el a fiatalok egy jó nyaralástól (vö. Danielson et al. 2003, 7-12). A nyaralás **helyszínének** a **kiválasztásában** jelentős szerephez jutott a vízpart, hiszen közel felük a Balatonnál, illetve

a Tiszánál töltötte a nyaralását. Azt is fontos megjegyeznünk, hogy a fiatalok elsősorban nem rokonlátogató utazásokon vettek részt (vö. M.Á.S.T 2006), hiszen az egyénileg utazóknak mindössze az egyötöde kereste fel rokonát, ismerősét, ettől eltérő, magasabb érték a gimnazista fiataloknál található (sig: 0,039; Cramer's V: 0,113) (vö. Hirling 2006).

43. sz. ábra

A nyaralás alatt végzett tevékenységek

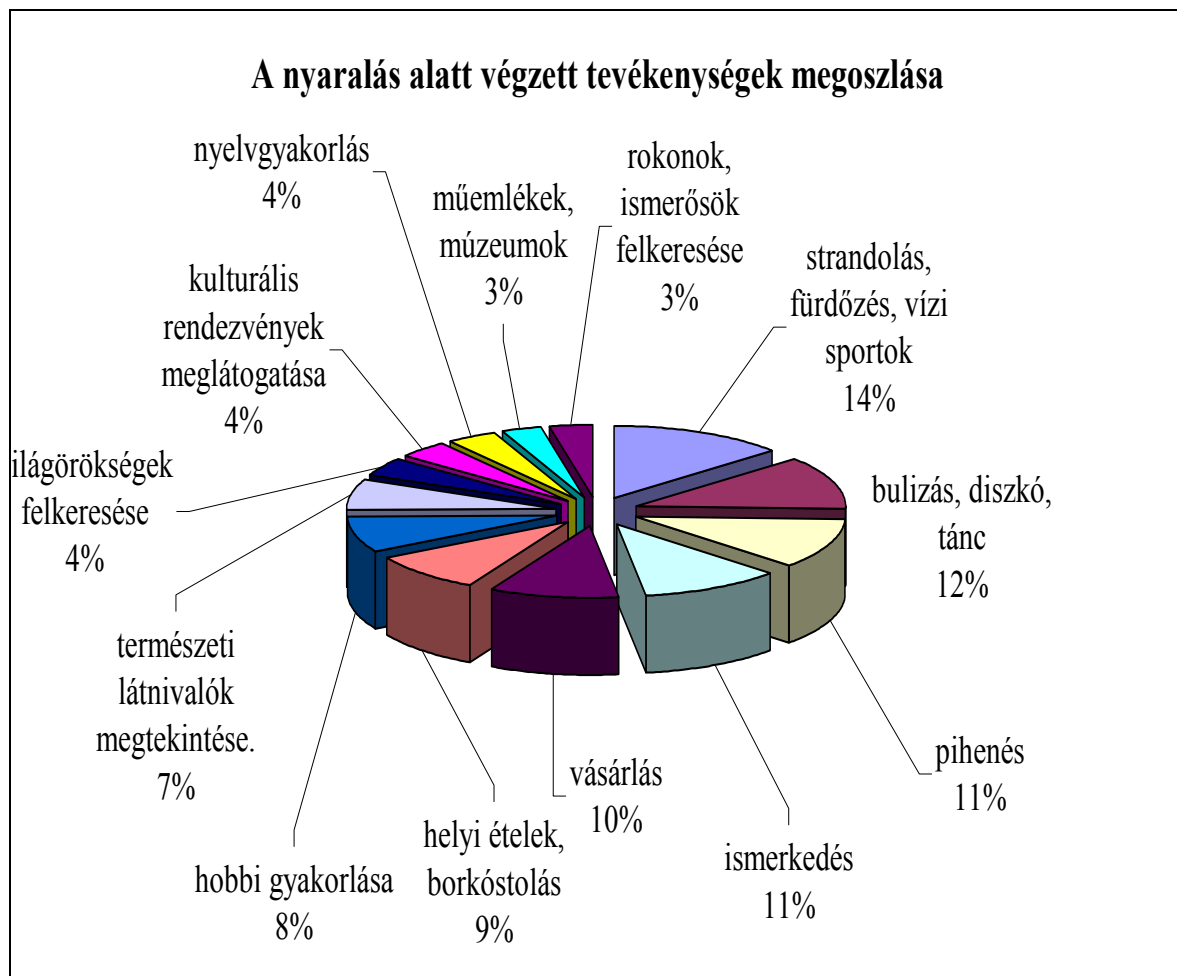


A kultúrával, természeti környezettel összefüggő tevékenységek a rangsor közepén, és a végén találhatóak meg (vö. Hunyadi 2005, Mester 2008). A természeti látnivalókat a fiatalok 43,4 százaléka kereste fel, azonban ez az érték a szakközépiskolába járóknál látszik magasabbnak (46,5 százalék), míg a szakiskolásoknál (28,3 százalék) a legalacsonyabbnak (sig: 0,009; Cramer's V: 0,131).

A nyaralásakor a fiataloknak egynegyede volt **kulturális programon**, rendezvényen, és mintegy egyötödük volt múzeumban, vagy keresett fel műemlékeket (vö. Hirling 2006). Azok, akik jártak múzeumban, vagy más műemlékeket látogattak a nyaralásuk alatt, azoknak 64 százaléka nyilatkozott úgy, hogy számára inkább vagy nagyon fontos a kulturális programoknak a látogatása a nyaraláskor (sig: 0,000; Cramer's V: 0,193) (vö. Tót 2007). Szignifikáns összefüggés (sig: 0,000; Cramer's V: 0,453) is

kimutatható az ismeretszerzési lehetőségekre törekvés és a kulturális rendezvények látogatása között.

44. sz. ábra



A **kultúra iránti érdeklődés** elsősorban a gimnáziumban tanulókra jellemzőbb (a gimnazisták 30,5 százaléka kereste fel) (vö. Bourdieu 1978, 147; Hunyadi 2005, 8-9), és legkevésbé a szakiskolásokra (6,6 százalék) (sig: 0,001; Cramer's V: 0,152), amely összefügg a szülői háttérrel is. Akik felkerestek kulturális programokat, rendezvényeket, azoknak fele inkább, illetve nagyon fontosnak tartja a kulturális rendezvényeken való részvételt a nyaralás során (sig: 0,003; Cramer's V: 0,171), viszont olyan a középiskolások (11 százalék) is felkerestek kulturális rendezvényeket, akik azt állították, hogy számukra egyáltalán nem fontos a kultúra. Felmerülhet az a kérdés, vajon a „véletlenül” vagy „váratlanul” kulturális érdeklődésű fiatalok kulturális élménye milyen mélységű (vö. Sulyok 2005, 19).

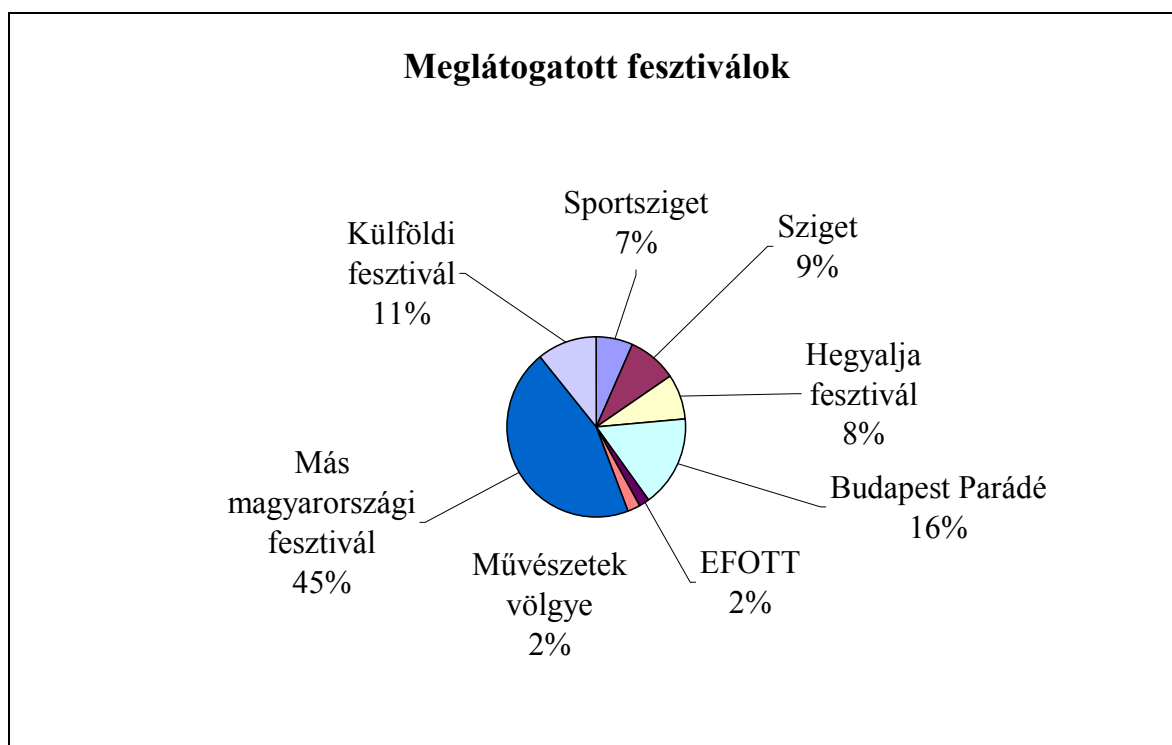
A világörökségi helyszíneket a szakközépiskolás és a gimnazista tanulók közel azonos arányban kerestek fel, és legkevésbé a szakiskolások (mindössze öt százalékuk) mutattak érdeklődést iránta (sig: 0,000; Cramer's V: 0,162). A világörökségi helyszíneket felkeresők több mint fele a kultúrával való találkozást a nyaralás során inkább fontosnak, vagy nagyon fontosnak tartja (sig: 0,004; Cramer's V: 0,169).

A nyaralás alatt idegen nyelvet elsősorban a gimnazisták (35 százalék) gyakorolták, míg ez az arány a szakközépiskolásoknál 23 százalék, és a szakiskolás tanulóknál 6,6 százalék (sig: 0,000; Cramer's V: 0,173). Ez összefüggésben áll azzal, hogy a gimnazista (és Egerben élő) fiatalok inkább rendelkeznek nyelvvizsga bizonyítvánnyal (és ezáltal feltételezett nyelvtudással), mint a szakközépiskolások, vagy a szakiskolások.

Nemek szerint vizsgálódva találoztunk olyan tevékenységekkel, amelyek az egyes **nemek**nél erősebben jelentkeztek. A fiúkra inkább jellemzőbb volt a hobbi gyakorlása a nyaralás alatt (sig: 0,002; Cramer's V: 0,177), amíg a lányok magasabb arányban vettek részt kulturális tevékenységekben, azaz kulturális rendezvények látogatásában (sig: 0,001; Cramer's V: 0,152), és műemlékek, múzeumok felkeresésében. DiMaggio (1998) hasonló eredményről számol be, azaz a lányok inkább vesznek részt kulturális tevékenységekben, mint a fiúk. Blaskó (1998) vizsgálatában szintén erre az eredményre jutott, vagyis a lányok nagyobb arányban, illetve gyakrabban veszik ki a részüket a kultúra különféle formáiból. Ennek egyik magyarázata azonban az is lehet, hogy a kultúra iránti érdeklődés a lányok számára erősebb társadalmi elvárásként jelentkezik, mint a fiúknál, illetve a nők konformabbak a férfiaknál, ezért válaszaikban feltehetően jobban igyekeznek a társadalomban általánosan elfogadott kulturális normáknak megfelelni (Blaskó 1998). Szintén a lányoknál mutat magasabb értéket a vásárlás, feltehetően a nemi szerepekből fakadóan (sig: 0,000; Cramer's V: 0,204).

Amennyiben az egyes **tevékenységeket** a nyaralás **helyszínével** összefüggésben vizsgáljuk, elmondható, hogy azok a fiatalok, akik elsősorban a pihenésre koncentráltak, a vízpart mellett töltötték nyaralásukat (sig: 0,000; Cramer's V: 0,260). Múzeumokat elsősorban a külföldön nyaralók kerestek fel (sig: 0,001; Cramer's V: 0,221), és az idegen nyelvet szintén főként a külföldön, illetve a Balaton partján nyaralók gyakorolták (sig: 0,000; Cramer's V: 0,327), ahol megítélésünk szerint jobban lehetőség is volt erre.

Kérdőívünkben megkíséreltük felsorolni a megítélésünk szerint leginkább látogatott fesztiválokat, azonban a felsorolt fesztiválok közül elsősorban az egyéb magyarországi fesztiválra (45 százalék) érkezett a legtöbb válasz.



A gimnazistáknál a Művészetek Völgye, a szakiskolai tanulónál pedig a Budapest Parádé volt kedveltebb (vö. Hunyadi 2006, 20-21). A Budapest Parádén a szakiskolások mintegy 40 százaléka vett részt (ez az arány a gimnazista tanulónál csupán 9,5 százalék), és szintén magasabb arányban vettek részt a Sportszigeten. Az *egri* fiatalokról készült kutatásban (Bauer et al. 2005, 59) is hasonló eredménnyel találkozunk, azaz az Egerben élő fiatalok körében is közkedveltek a fővárosban megrendezésre kerülő ingyenes „tömegrendezvények”, és ezeket a rendezvényeket inkább a kevésbé képzettek látogatják közülük (vö. Gábor és Szemerszki 2007). A fiatalok 13 százaléka külföldi fesztiválon is volt, azonban itt releváns különbségek a mintaelem alacsony számát tekintve nem mutathatóak ki. A fesztiválokra való részvétel és az ismeretek bővülésének a lehetőségei között – feltehetően a más kultúrákkal való találkozásnak köszönhetően – szignifikáns összefüggés is kimutatható (sig: 0,000; Cramer’s V: 0,512).

Kíváncsiak voltunk arra, hogy a fiatalok véleménye szerint az utazás lehetőséget ad-e konkrétan az **ismeretek bővülésére**, vagyis mennyire jelenik meg számukra a **tudatos tanulás** lehetősége (vö. autonóm tanulás, Forray és Juhász 2008b). A megkérdezettek 12 százaléka értett ezzel teljesen egyet, és közel 30 százalékuk inkább egyetértett a kijelentéssel, elsősorban a kulturális tevékenységet végzők. Kiemeljük azonban, hogy az

ismeretszerzésre törekvők viszont inkább vagy teljesen egyetértenek azzal, hogy az utazás során szerezhető olyan ismeret, amely elősegíti a korábban tanultak mélyebb rögzülését (sig: 0,000; Cramer's V: 0,212) (vö. Forray és Juhász 2008b).

Amennyiben általánosabban tettük fel a kérdést – azaz tanul-e új dolgokat, megállapíthatjuk, hogy ezzel viszont már teljesen egyetért 45 százalékuk, és inkább egyetért 42 százalékuk.

Ez jól mutatja azt, hogy a szabadidőben történő tanulás sokszor az egyénben nem is tudatosul (vö. Komenczi 2001), és a középiskolások feltehetően magát a tanulás folyamatát inkább a formális keretek közé sorolják. Éppen ezért az is fontos kérdés, hogy az iskolarendszerű oktatás képes-e eredményesen felkészíteni a tanulókat a tanulás elsajátításának képességére (vö. Harangi 2004). Vizsgálatunkban a gimnáziumban tanuló diákok jelezték elsősorban azt, hogy az utazás során lehetőségük volt új dolgok tanulására, azaz feltehetően leginkább az itt tanulók rendelkeznek a tanulás elsajátításának a képességével.

5.5. Turistatipológia

Kutatások alátámasztják, hogy az ifjú korosztály érdeklődése, szabadidő eltöltési módja nem azonos (vö. Bauer és Szabó 2005; Bauer et al. 2005; DiMaggio 1998; Hunyadi 2005), amely a nyaralással kapcsolatos nézeteikből is kiderült, ezért kísérletet tettünk az ifjú turisták tipizálására.

Az elemzés során megvizsgáltuk, mit tartanak fontosnak a fiatalok a nyaralással kapcsolatban, és megállapítottuk, hogy ezek a kérdések a KMO and Bartlett's Test ($=0,805$) alapján alkalmasak a faktoranalízis futtatására. A kommunalítások alapján az önállóságot ki kellett vennünk az elemzésből, így ezen változót az elemzés során a továbbiakban figyelmen kívül hagyjuk. A program három faktort hozott létre, ezek együttesen a variancia 58,054 százalékát magyarázzák meg, azaz a 11 dimenziós változótérből egy új háromdimenziós faktorteret kaptunk, amelynek a magyarázó ereje majdnem 60 százalékos.

Az első faktort a kultúra iránt való érdeklődésről neveztük el, hiszen erre a faktorra jellemző a nyitottság az új dolgok, illetve a más kultúrák iránt, kedveltek a kulturális programok, és fontos a természeti környezet. A második faktor (Szórakozó-bulizó) alapját a bulizás, a flörtölés, az ismerkedés adja. A harmadik faktor (Kontrasztélményeket

keresők) vegyesnek mondható, hiszen szerepet kap benne a bulizás, az izgalmas élmény keresése, azonban a kultúra iránt való érdeklődés is kitapintható.

Faktorok

22. sz. táblázat

	Komponensek		
	Kultúra iránt érdeklődő	Szórakozó, bulizó	Kontrasztélményeket kereső
ismerkedés fontossága		,748	
új dolgok tanulásának fontossága	,788		
pihenés fontossága			,701
más kultúrák megismerésének fontossága	,791		
flörtölés fontossága		,814	
jól érezze magát fontossága			,562
izgalmas élmények szerzésének fontossága			,554
azt tenni, amit akar		,537	,479
bulizás fontossága		,619	,466
kulturális programok fontossága	,614		,416

(Sig: 0, 000)

5.5.1. Turistatípusok a középiskolások körében

A faktorok alapján csoportokba rendeztük a megkérdezett középiskolásokat (n=396 fő⁵⁶), amelyhez a klaszteranalízist használtuk fel, azaz a faktorok alapján hoztunk létre klasztereket. A klaszteranalízis során három fő csoportot képeztünk, amelyeket a faktorok alapján neveztünk el. Megállapítható, hogy öt százalékos szignifikancia szinten mind a három faktor szempontjából (kulturális, szórakozás, kontrasztélmény-kereső) jelentősen elkülönülnek egymástól a létrejött csoportok (sig: 0,000). Mindösszesen három olyan tanuló található a mintában, akiket sehová sem sikerült besorolni. A következőkben a fiatalokat a turisztikai fogyasztásuk alapján vizsgáljuk.

⁵⁶ A klaszteranalízis során csak azokat a középiskolásokat vettük figyelembe, akik már voltak önállóan, szüleik nélkül nyaralni.

„A kultúra iránt érdeklődők”

Ebbe a csoportba tartozik a megkérdezett fiatalok 35,6 százaléka, és több mint felük lány (sig:0,000; Cramer's V:0,199). Jellemzően egriek és gimnáziumban tanulnak. Szüleiket tekintve egyharmaduknak diplomás az édes/nevelőanyja, azonban az apák között szakmunkások és diplomával rendelkezők ugyanúgy előfordulnak. Értéktrendjük inkább posztmateriális, az ide tartozó fiatalok fontosnak tartják az udvariasságot, a belső harmóniát (sig: 0,012; Cramer's V:0,144).

A nyaralásukra az jellemző, hogy azt elsősorban nem spontán módon szervezték meg (sig: 0,006; Cramer's V:0,152), és csaknem 60 százalékuk használta az internetet az utazása megszervezéséhez. Nagy (2006) kutatásában az ifjúság körében az internetezők között felhasználói típusokat különített el, megítélésünk szerint esetükben az információszerző-erőforrásbővítő felhasználói motívummal találkozhatunk (vö. Nagy 2006, 103). A kultúra iránt érdeklődőknek közel kétharmada az úticél kiválasztásakor az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe vette (sig:0,000; Cramer's V:0,184). A nyaralásuk során egyharmaduk kulturális élményekben is részesült, azaz keresett fel műemlékeket, múzeumokat (sig:0,000; Cramer's V:0,180), világörökségi helyszíneket (sig:0,042; Cramer's V:0,112), és természeti látnivalókat (sig:0,000; Cramer's V:0,162).

A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve teljesen egyetért azzal közel 70 százalékuk, hogy a nyaralás megszervezése odafigyelést igényel (sig: 0,002; Cramer's V:0,177), és több mint felük azzal, hogy mindig lehet új dolgokat tanulni egy utazás során (sig:0,000; Cramer's V:0,196). Legkevesbé értenek azzal egyet, hogy a nyaralás sok veszélyességgel jár (sig: 0,002; Cramer's V:0,176), azonban azzal igen, hogy alkalmazkodóképességet igényel (sig:0,008; Cramer's V:0,162). Közel kilenctizedük nyilatkozott úgy, hogy a nyaralás során lehet tapasztalatokat gyűjteni (sig: 0,043; Cramer's V:0,112) (vö. Komenczi 2001, Benedek 2007).

„A bulizásra, szórakozásra vágyók”

A megkérdezett fiataloknak a 41,4 százaléka tartozik ide. Kétharmaduk fiú (sig: 0,000; Cramer's V:0,199), és egyharmaduknak diplomás az édes/nevelőanyja. Fontosnak tartják a materiális értékeket, a hatalmat (sig:0,000; Cramer's V:0,270), a vezetésre és a döntésre való jogot (sig:0,005; Cramer's V:0,194), és a három csoport közül számukra

legkevésbé fontos a vallás, az udvariasság (sig:0,003; Cramer's V:0,160), illetve a belső harmónia (sig:0,012; Cramer's V:0,144).

A nyaralásukra az jellemző, hogy ők gondolják legkevésbé, hogy a nyaralás előkészületekkel jár (sig:0,002; Cramer's V:0,177), amelyet az is mutat, hogy az internet adta lehetőségeket az utazás megszervezéséhez kevésbé használták. Egynegyedük a spontaneitásra hagyatkozik, vagyis a tervezés, átgondolás hiányával találkozhatunk (sig:0,006; Cramer's V:0,152), jóllehet itt a legmagasabb a mindennap internetezők aránya (sig:0,043; Cramer's V:0,155). Megítélésünk szerint esetükben a rekreációs felhasználói motívummal találkozhatunk (vö. Nagy 2006, 103). Ez is alátámasztja, hogy nem csupán azt érdemes vizsgálni, hogy valaki használja-e az internetet, hanem azt is, hogy azt milyen célokhoz, tevékenységekhez használja.

A nyaralás alatti tevékenységeiket vizsgálva a kikapcsolódás keresése, azaz a diszkózás (sig: 0,000; Cramer's V:0,183) és a pihenés (sig:0,013; Cramer's V:0,127) a leginkább jellemző, vagyis olyan dolgokkal töltik idejüket, amelyek valóban kevés előkészületet, előzetes foglalkozást igényelnek. Műemlékeket, múzeumokat csupán egytizedük keres fel (sig: 0,000; Cramer's V:0,180). Ők gondolják legkevésbé, hogy a nyaralás ismeretszerzési lehetőségeket is rejt magában (sig:0,000; Cramer's V:0,164) illetve, hogy tapasztalati forrás is egyben (sig:0,043; Cramer's V:0,112) (vö. Komenczi 2001, Benedek 2007), amelyek tevékenységeikben is megnyilvánulnak, hiszen azok elsősorban a kikapcsolódást, és nem a bekapcsolódást szolgálták.

A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve az ebbe a csoportba tartozók értenek leginkább azzal egyet, hogy a nyaralás sok veszéllyel, bajjal járhat együtt (sig:0,002; Cramer's V:0,176).

„Aktív, mindenevők, kontrasztélményeket gyűjtők”

Ide sorolható a tanulók 23 százaléka. Többségük fiú (sig: 0,000; Cramer's V:0,199), csupán egynegyedük egri, és egynegyedüknek édes/nevelőanyja diplomás. Fontos érték számukra a békés világ (sig: 0,003; Cramer's V:0,152), az udvariasság (sig:0,003; Cramer's V:0,160), és a belső harmónia (sig:0,012; Cramer's V:0,144), így a kultúra iránt érdeklődőkhöz hasonlóan a posztmateriális értékeket tartják fontosabbnak. A három csoport közül itt rendelkeznek a legtöbbnek sok barátal és sok szabadidővel (sig: 0,000; Cramer's V:0,209).

A nyaralásukra az jellemző, hogy teljesen egyetért azzal közel 65 százalékuk, hogy a nyaralás megszervezése odafigyelést igényel (sig: 0,002; Cramer's V:0,177), és ők értenek leginkább egyet azzal, hogy mindig lehet új dolgokat tanulni egy nyaralás, utazás során (sig:0,000; Cramer's V:0,196). Egyötödük a nyaralásuk alatt keresett fel műemlékeket, múzeumokat, világörökségi helyszíneket, és természeti látnivalókat (sig: 0,000; Cramer's V:0,253).

A több mindenre való nyitottságukat mutatja, hogy a pihenés, a semmittevés a nyaralás során rájuk volt a legkevésbé jellemző (sig: 0,013; Cramer's V:0,127), és jóllehet a buliba, diszkóba járók száma magas (sig:0,000; Cramer's V:0,183), azonban az úticél kiválasztása során az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe veszik (sig: 0,000; Cramer's V:0,184).

A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve itt is magas azok száma, akik úgy érzik, hogy a nyaralás során lehet tapasztalatokat gyűjteni (sig: 0,043; Cramer's V:0,112) (vö. Komenczi 2001, Benedek 2007).

5.5.2. A „szórakozásra, bulizásra vágyók” és „a kultúra iránt érdeklődők” csoportjának összehasonlítása a turizmus során megvalósuló tanulásuk szemszögéből

A három típus után azt feltételeztük, hogy leginkább a kultúra iránt való érdeklődés, illetve a bulizás, szórakozás iránti vágy különül el egymástól, ezért a faktorok alapján a klaszteranalízis segítségével két csoportot képeztünk. Ennek alaposabb vizsgálatát azzal indokoljuk, hogy az utazás céljából fakadóan a kikapcsolódásra, illetve a bekapcsolódásra való igény leginkább ennél a két csoportnál különül el, és ez a szabadidőben történő tanuláson is nyomon követhető. A tanulást úgy operacionalizáltuk, hogy azt az utazási előkészületeken, utánajáráson, és a végzett tevékenységeken – ahol kiemelt szerepet szántunk a kulturális tevékenységeknek –, illetve az utazás hasznosságának a megítélésén keresztül vizsgáltuk. Hangsúlyozzuk, hogy az ilyen módon történő tanulás nem minden esetben jelent tudatos tanulást (vö. Komenczi 2001), azonban hatásuk a mindennapi élet során releváns lehet. Szintén megállapítható, hogy öt százalékos szignifikancia szinten mind a három faktor szempontjából (kulturális, szórakozás, kontrasztélmény-kereső) jelentősen elkülönülnek egymástól a létrejött csoportok (sig: 0,000). A két csoportba tartozók száma a következőképpen alakult: a szórakozásra, bulizásra vágyó fiatalok száma 199 fő, a kultúra iránt érdeklődők száma pedig 194 fő, azaz közel 50 százalékos arányban képviselik a megkérdezett középiskolásokat.

„A szórakozásra, bulizásra vágyók”

Ebbe a csoportba jellemzően fiúk tartoznak, hiszen a szórakozásra vágyóknak több mint kétharmada fiú (sig: 0,000; Cramer's V:0,243). A programtípus szerinti bontás alapján (bár csak 10 százalékos szignifikancia szinten mondható el) a többségük szakiskolába és szakközépiskolába jár (sig: 0,071; Cramer's V: 0,116). A szülők iskolázottságát tekintve az apa esetében nem talákoztunk szignifikáns különbséggel, azonban az anya iskolázottságát tekintve elmondható, hogy csupán egynegyedüknek az édes/nevelő anyja diplomás (sig: 0,042; Cramer's V: 0,171). A fiatalok háromnegyedének sok barátja és sok szabadideje van (sig: 0,000; Cramer's V: 0,303), többségük bejáró, és közel azonos arányban találhatók egriek és kollégisták ebben a csoportban. Közel kilenctizedüknek nincs nyelvvizsgája (sig: 0,023; Cramer's V:0,193). Egyharmaduk dolgozott a nyáron (sig:0,019; Cramer's V:0,173), amelyet magyaráz maga a programtípus is.

Az értékvilágukról elmondható, hogy több mint a felüknek nagyon fontos a változatos élet (sig: 0,067; Cramer's V:0,149), és közel felüknek a vezetésre és döntésre való jog (sig:0,005; Cramer's V:0,194). Inkább, illetve nagyon fontosnak tartja háromnegyedük a szépséget (sig:0,002; Cramer's V:0,163), a kétharmaduk a gazdagságot (sig:0,016; Cramer's V:0,163) és majdnem a felük a hatalmat (sig:0,000; Cramer's V:0,270).

A nyaralás közel felüknél saját ötlet volt (sig: 0,015; Cramer's V:0,146), és egynegyedük a spontaneitás mellett döntött, mindössze 17 százalékuk **szervezte** meg részletesen, tudatosan a nyaralását (sig:0,001; Cramer's V:0,211).

A nyaralás alatt végzett **tevékenységeket** tekintve, a rangsor elején a strandolás (89,9 százalék), a bulizás, a diszkó (85,9 százalék), a pihenés (79,3 százalék) és a helyi ételek, borok megkóstolása (58,3 százalék) állnak. A Schulzénél (1992, 322-330) megfogalmazott „szórakozó” miliő hasonló jellemzőket mutat, mint ez a csoport (lásd: alacsonyabb képzettség, élményorientáció, erős ingerek, vízpart). A nyaralás során kulturális rendezvényeket egynegyedük keresett fel, és műemléknél, múzeumokban egytizedük járt. Minden esetben öt százalékos szignifikancia szinten egy gyenge erősségű kapcsolat mutatható ki a végzett tevékenységeket illetően. Közel egyötödük úgy nyilatkozott, hogy nem érzi azt, hogy szerzett volna a nyaralásakor tapasztalatokat (sig: 0,005; Cramer's V:0,164), amely összefügg a nyaralás során végzett elsősorban kikapcsolódásra összpontosító tevékenységekkel.

„A kultúra iránt érdeklődők”

A kultúra iránt érdeklődők csoportjába több lány tartozik, mint fiú (sig: 0,000; Cramer's V:0,243) (vö. Blaskó 1998, DiMaggio 1998), és bár nem szignifikáns összefüggés, több az egri lakosok száma a szórakozásra vágyókkal szemben, és több mint a felük gimnáziumba jár. A kultúra iránt érdeklődők közel negyven százalékának az édes/nevelőanyja diplomával rendelkezik (sig: 0,042; Cramer's V:0,171). Közel egynegyedüknek van nyelvvizsgálója (sig: 0,023; Cramer's V:0,193), és kevesebb, mint a felük állítja azt, hogy sok barátja és sok szabadideje van (sig:0,000; Cramer's V:0,303). A csoportba tartozóknak csaknem fele nem vállalt a nyáron munkát (sig: 0,019; Cramer's V:0,173).

Az értékvilágukat tekintve kevésbé tartják fontosnak a materiális értékeket, sokkal inkább jellemzi őket a harmóniára (sig: 0,003; Cramer's V:0,187), és a természettel való egységre (sig: 0,000; Cramer's V:0,237) való törekvés.

Mindössze egytizedük döntött a spontaneitás mellett, többségük tudatosan, egynegyedük pedig teljes részletességgel megszervezte a nyaralását (sig: 0,001; Cramer's V:0,211). Az ide tartozók inkább egyetértenek azzal, hogy a nyaralás megszervezése odafigyelést, szervezést igényel.

A nyaralás alatt végzett **tevékenységeiknél** szintén megtalálható a strandolás és a pihenés, azonban az ebben a csoportban lévők magasabb arányban vettek részt – a szórakozásra vágyókkal szemben – kulturális programokon, azaz inkább látogattak múzeumokat, műemlékeket (sig:0,000; Cramer's V:0,221), világörökségi helyszíneket (sig:0,003; Cramer's V:0,171), és természeti látnivalókat (sig:0,000; Cramer's V:0,206), amelyeken keresztül a tanulás még inkább feltételezhető. Az úticél kiválasztásánál az ismeretszerzési lehetőségeket is inkább figyelembe vették a szórakozásra vágyókkal szemben. A nyaralás során kevésbé volt jellemző rájuk a bulizás, diszkózás (sig: 0,000; Cramer's V:0,250), azonban a rokonlátogató utazások (sig:0,010; Cramer's V:0,153) ennél a csoportnál jellemzőbbek.

Az ebbe a csoportba tartozók inkább egyetértenek azzal, hogy a saját társasággal történő nyaralás alkalmazkodóképességet igényel, és arra is lehetőségük nyílt, hogy önmagukat is jobban megismerjék (sig: 0,083; Cramer's V: 0,145 – bár ez csak 10 százalékos szignifikancia szinten mondható el).

A **két csoportot összehasonlítva** elmondható, hogy azok mind a társadalmi nem, mind a programtípus szerint jól elkülöníthetőek. A kultúra iránt érdeklődőknél több a lány, mint a fiú (vö. DiMaggio 1998), és a többségük gimnáziumba jár, míg a szórakozást előnyben részesítők között több a fiú, és ők elsősorban szakiskolába, szakközépiskolába járnak. Az apa iskolai végzettségénél egyik esetben sem találtunk szignifikáns összefüggést, azonban az anya iskolai végzettségét tekintve a kultúra iránt érdeklődő fiataloknál több a diplomával rendelkező. A két csoport jelentősen elkülönül a baráti kört, a szabadidőt, és a nyelvvizsgát illetően is. A szórakozásra vágyóknál inkább a materiális értékek dominálnak, a kultúra iránt fogékony tanulóknál pedig a posztmateriálisak. Különbséget tehetünk az internet felhasználása között is, és Nagyhoz (2006) hasonlóan a rekreációs és az erőforrás-bővítő felhasználói típus jól elkülöníthető vizsgálatunkban a szórakozásra vágyók és a kultúra iránt érdeklődők között.

A tanulás kontextusában különbséget fedezhetünk fel az **utazási előkészületek**, azaz az utazás megszervezése, előkészítése, megtervezésekor is a két csoport között, amely összefüggésben áll azzal is, hogy a nyaralás a ki- vagy a bekapcsolódást szolgálta-e, mert a kevesebb előkészületet igénylő tevékenységek (vö. strandolás, bulizás, pihenés) és a kikapcsolódás a szórakozásra vágyóknál inkább jellemzőek, és ők azok, akik legkevésbé gondolják, hogy a nyaralás szervezéssel jár együtt. Azok a fiatalok, akik a nyaralásuk alatt az ismeret- és a tapasztalatszerzést is fontosnak tartották, azok már az előkészület során is előzetesen foglalkoztak a meglátogatandó területtel, és a nyaralás alatt végzett tevékenységeik is inkább a bekapcsolódást, művelődést szolgálták (vö. Nagy 2006). Ennek megfelelően a **végzett tevékenységek**, amelyeken keresztül a tanulás lehetőségeit vizsgáltuk, szintén jelentősen elkülönül a kettő csoportnál. Az is megállapítható, amennyiben a tanulást tágan értelmezzük, hogy az utazás hasznosságának és a kompetenciák bővülésének a megítélése is eltér a két csoportnál, hiszen az jelentős mértékben függ az iskolázottságtól (jelen esetben attól, hogy melyik programtípusban tanul a középiskolás – ezáltal a szülei iskolai végzettségétől), a végzett tevékenységektől, illetve az utazás során nyert tapasztalatoktól (vö. Hunyadi 2005).

A **turisták tipizálásával** összevetve az ifjú turistákról elmondható, hogy a fiatalok utazási motivációjában számos motiváció megtalálható. A „kultúra iránt érdeklődőknél” a múlt hagyományai iránt nyitott, tanulni és látni vágyó turistát fedezhetjük fel, az „aktív mindenevőknel” mindez kiegészül az élményt kereső turista típusával, ahol jellemző a kaland és az izgalom keresése. A „szórakozásra, kikapcsolódásra vágyó” fiatalok pedig a pihenésre, kikapcsolódásra és élménykeresésre fogékony turistát jelenítik meg.

Az is látható, hogy az egyes turistatípusok – az üdülőturista, az élményt kereső turista, a „világot látni” vágyó turista stb. – a fiatalok tipizálásánál is keverednek, és az is elmondható, hogy az utazási motivációk és az iskolázottság között összefüggés áll fenn, mert az iskolázottság növekedésével (jelen esetben a gimnáziumi tanulmányok) párhuzamosan nő az igény a szociokulturális motivációk kielégítésére is (vö. Bourdieu 1978, Pordány 2006, Lengyel 2001, Komenczi 2001, Benedek 2007).

6. Összegzés

Az összegzés során a dolgozat főbb eredményeit kívánjuk összefoglalni, azokat a hipotéziseinkkel összevetni, és a téma lehetséges perspektíváit fogalmazzuk meg.

6.1. A dolgozat főbb eredményeinek összefoglalása

Ez az értekezés az ifjúkori turizmus vizsgálatához kívánt hozzájárulni neveléstudományi megközelítésből. A **turizmus** mint élményszerző tevékenység korunk világméretű társadalmi jelensége, a szabadidő hasznosításának egyik jelentős formája, amelynek alapját képezheti egy kirándulás, egy hétvégi program, vagy egy rövidebb-hosszabb nyaralás, utazás is. Az „élménynyújtás” azonban nem egyszerűen csak szórakozás – kiindulópontunkként Schulze (1992) Élménytársadalom című munkája szolgált, hanem személyes jelentéssel bíró tapasztalat is, hiszen a turizmusnak a jelentősége nem egyszerűen abban rejlik, hogy kiemel bennünket a megszokott világunkból (vö. Pusztai 1998), hanem lehetőséget ad arra, hogy új, illetve másik környezetben saját magunkat feltaláljuk, megismerjük a körülöttünk lévő világot, és a turistalét életünk olyan szeleteit is láthatóvá teheti, amelyek a hétköznapijainkban kevésbé megragadhatóak (vö. Urry 2007a). A turista – tudatosan, vagy véletlenszerűen (vö. Rátz 1999) – a megszokott alternatíváit kutatja, kontrasztélményeket (vö. Bauman 1999), ki- és bekapcsolódást (vö. Braun 1993) keres, tapasztalatokat gyűjt (vö. Szijártó 2000) stb.

Az is egyre jellemzőbbé válik, hogy a látogatók egyben hasznos időtöltésre is vágynak (vö. ETC 2009), és amennyiben abból indulunk ki, hogy az utazások vonzerejét a kíváncsiság adja (vö. Kolakowski 1998), akkor ez a megállapítás a témánk szempontjából különösen fontos, mert a kíváncsiság a **tanulásnak**, és az élethosszig tartó tanulásnak az egyik nélkülözhetetlen eleme is egyben (Durkó 1984, Forray és Juhász 2008b).

Az utazás műveltséget gyarapító hatása nem új keletű (vö. Bitskey 2004, Éles 2007, Puczkó és Rátz 2002a, Virág 2008), és az egyik legrégebbi tanulási módnak is tekinthető. Azonban az, hogy az utazás mennyiben képes a személyiséget gazdagabbá tenni, illetve, hogy lehetővé tegye az ismereteink, kompetenciáink bővülését, és erősítse a készségeinket, azt nagymértékben befolyásolja a választott utazás típusa (vö. Cohen 2003a, Fekete 2007, Fülöp 2000, Löfgren 2004). Az egyén választását pedig döntően a kulturális tőkéje, a műveltsége, az előzetes tudása, és a korábbi tapasztalatai határozzák meg (vö. Bourdieu 1978, Hunyadi 2005, Jarvis 2003, Polányi 1994, Puczkó és Rátz 2000).

Elmondható, hogy Magyarországon társadalomtudományi megközelítésből kevésbé kutatott **az ifjúsági turizmus**, pedig az ifjúsági korszakváltással (vö. Gábor 2006a, Zinnecker 2006) tapasztalható, hogy a fiatalok egyre korábban önállósodnak, és ez a fajta önállóság elsősorban a fogyasztással és a szabadidővel áll kapcsolatban, amelyet az is mutat, hogy a fiatalok egyre korábban járnak el önállóan szórakozni, utazni, és egyre korábban hoznak fogyasztói döntéseket (vö. Bauer és Szabó 2005, Bauer et al. 2005), amely a turizmusban való részvételnél is igaznak bizonyult. Az **empirikus kutatásunk** az utazási szokások alaposabb megismerésére tett kísérletet középiskolai tanulók körében, a hangsúlyt a turisztikai élményszolgáltatásra, az utazási szocializációra és a turizmus során megvalósuló tanulásra helyezve.

Az eredmények hipotézisekkel történő egybevetése előtt elengedhetetlen, hogy az egri végzős középiskolások sajátos jellemzőit összefoglaljuk. A megkérdezett középiskolásokról elmondható, hogy az *országos* tendenciákhoz hasonlóan a szülők **iskolázottsága** határozta meg azt, hogy milyen programtípusba járnak (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002, Szira 2007), azaz minél magasabb a szülő iskolai végzettsége, annál jellemzőbb, hogy a gyermek gimnáziumba jár, és erősebb összefüggést találtunk az anya iskolai végzettségét tekintve a programtípus választás során. Számos esetben viszont az apa iskolai végzettsége meghatározó. Az apa iskolai végzettsége határozza meg például elsősorban a család anyagi helyzetét (vö. Bourdieu 1997, Harcsa 2007), és az anyagi helyzet pedig – az apa iskolázottságán közvetve – mind a nyelvvizsgáknak, mind az internet használatának a meghatározója. Amíg azonban a nyelvvizsgával való rendelkezés a család anyagi helyzetétől és a választott középiskolától is függ, az internet használatának az intenzitása inkább a család anyagi helyzetével áll összefüggésben. A megkérdezettek értékrendjéről – korosztályuknak megfelelően – elmondható, hogy az emberi kapcsolatok fontos szerepet töltenek be az életükben, különösképpen a család, a barátok és a szerelem (vö. Bauer és Szabó 2005, Gábor 2006a), azonban az egyes értékek megítélésében jelentős eltérésekkel találkozhattunk a fiúknál és a lányoknál, illetve a gimnazistáknál és a szakiskolásoknál. A materialista értékeket inkább a fiúk és a szakiskolások tartották fontosabbnak, míg a lányok és a gimnáziumban tanulók a posztmaterialis értékeket preferálták (vö. Szentannai 1999).

Feltételezésünket igazolta, hogy az ifjú korosztály turizmusban való részvételére a család kulturális- és a társadalmi tőkéje is hatást gyakorol, azaz a fiatalok utazására hatással vannak a **család** által közvetített utazási szokások (vö. Szöllös 2005, Mester 2008). A családi utazásokról elmondható, hogy a Magyar Turizmus ZRt. (M.Á.S.T. 2006)

országos kutatásaihoz hasonlóan a fiatalok családi utazásának a valószínűsége a településmérettel (jelen esetben megyeszékhely) arányosan nőtt. Az is elmondható, hogy a kedvezőbb anyagi körülmények valószínűsítették a turizmusban való részvételt, amely az apa magasabb iskolázottságával hozható összefüggésbe. Maga az iskolai végzettség is hatással van a turizmusban való részvételre – mind a szülők iskolai végzettségét, mind a programtípust annak tekintve – azaz magasabb iskolázottság mellett inkább jellemző volt a családra a nyaralás (vö. Bourdieu 1978, Richards 2003, Szöllös 2005). A kedvező anyagi helyzet határozza meg azt is, hogy rendelkezik-e a család saját nyaralóval, mert a diplomával rendelkező apák családjára inkább jellemző, mint a szakmunkás végzettségű családfőknél, és az is elmondható, hogy a nyaralóbirtoklókra a többszöri nyaralás is jellemző (vö. Szöllös 2005). Azonban a közös családi nyaralások során az anya iskolázottsága is meghatározó jelentőségű, hiszen elmondható, hogy minél magasabb az anya iskolai végzettsége, annál inkább jellemző a családra a nyaralás, illetve azoknál a családoknál, akik minden évben törekednek arra, hogy elutazzanak valahová, azaz igényük van az utazásra, azoknál szintén meghatározó volt az anya iskolai végzettsége. Az is elmondható, hogy a **gimnazisták családjában** törekedtek elsősorban a nyaralásra, amelyet az is mutat, hogy ötnél több alkalommal is utaztak a vizsgált három évben.

A **kulturális tőkét** vizsgálatunkban – az iskolai végzettségen és a programtípus választáson (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002, Szira 2007) túl – a kulturális fogyasztáson keresztül is elemeztük. A család kulturális fogyasztását azon keresztül vizsgáltuk, hogy a közös nyaraláson az úti célok kiválasztásánál az ismeretszerzési lehetőségeknek figyelmet szentelnek-e. Megállapítható, hogy az anya iskolai végzettsége a meghatározó, azaz minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik az anya, annál inkább figyeltek az ismeretszerzési lehetőségekre (sig: 0,038; Cramer's V: 0,152), amely vizsgálatunkban a tanuló választásán is nyomon követhető volt. Eredményeink szerint a családi utazások szocializáló hatása – többek között – az utazás megszervezésén, és az utazásról alkotott véleményeken keresztül is kirajzolódott.

A **társadalmi tőkével** (vö. Coleman 1998, Pusztai és Verdes 2000) összefüggésben megállapítható, hogy amennyiben a család fontosnak tartja a szabadidő utazással – azon belül is a „hogyan”-on van a hangsúly – való eltöltését, az a gyermek utazás melletti döntésére is hatással van (vö. Mihály 2003). Ezen kívül a család támogatását a testvérek, azon belül is az idősebb testvér szerepén keresztül kívántuk megvizsgálni, azonban az alacsony elemszám miatt ezen eredményünket csak óvatosan tartjuk összevethetőnek, az

viszont elmondható, hogy az idősebb testvérnek van szerepe az utazás mellett való döntésben.

Az is elmondható, hogy az egyes összefüggések vizsgálatakor a **lakóhely** volt a legkevésbé meghatározó (vö. Hunyadi 2005). Ennek magyarázatát abban kereshetjük, hogy minden megkérdezett diák egri középiskolának a tanulója, ezért az **iskola** mint szocializációs színtér is meghatározó, ahol nem feledkezhettünk meg a szülőknek az iskolai végzettségéről, kulturális tőkéjéről, amely azt determinálja, hogy milyen középiskolába jár a tanuló (vö. Andor és Liskó 2000, Bourdieu 1978, Szira 2007), illetve a középiskolai programtípus hatását, meghatározó szerepét sem hagyhatjuk figyelmen kívül. Az iskola szocializációs hatását az iskola profiljából adódóan is megvizsgáltuk, azonban azt a feltevésünket, amely szerint azok a tanulók, akik a turizmus rendszerével az oktatás keretei között is megismerkednek, kevésbé találják azt veszélyesnek, problémásnak, mint akik átfogóbb ismeretekkel nem rendelkeznek róla, el kellett vetnünk, mert nem találtunk olyan eredményeket, amelyek ezt megerősítették volna. Másrészt az iskola környezeti attitűdökre gyakorolt hatását szemrevételeztük, azaz miként vélekednek a tanulók a környezetről, és azt vizsgálatunkban elsősorban a gimnáziumban tanulók tartották fontosabbnak.

Megállapíthatjuk feltételezésünknek megfelelően, hogy az egri tanulók tudatosan készülnek a nyári szünidő utazással való eltöltésére, amelyben feltehetően Egernek mint megyeszékhelynek és turisztikai központnak is szerepe van, mert jelentős számban volt jelen ennél a korosztálynál az utazás, mégpedig az egyénileg megszervezett utak formájában. Vizsgálatunkban a válaszadóknak **95 százalék**a volt már szülői, iskolai vagy egyéb kíséret nélkül utazni, ettől alacsonyabb értéket a szakiskolás tanulóknál (89,5 százalék), és valamivel magasabb értéket a szakközépiskolásoknál (96,7 százalék) találtunk (vö. Mester 2008). Az átlagéletkort tekintve az első saját társasággal történt utazás többségüknél **16 éves korára** következett be, és főként a gimnazistákról mondható el. Az is megállapítható, hogy a magyar háztartások utazási szokásaitól eltérően – a magyar családok körében jelentős az ismerősök, rokonok felkeresése (M.Á.S.T. 2006, 17) – a fiatalok elsősorban nem rokonlátogató utazásokon vettek részt. Az a tény pedig, hogy tesznek félre pénzt a nyaralásra, és akár nyári munkát is vállalnak ennek érdekében, azt mutatja, hogy az ifjú korosztály **tudatosan készül** arra, hogy a nyári szünidőben elutazzon valahová.

A 2007-es évben az egri középiskolások többsége a **saját társaságával** volt nyaralni, amely összefüggésben áll azzal is, hogy a fiatalok nagyobb hányada legszívesebben a barátaival nyaral együtt, de az is elmondható, hogy jellemző volt még a

szülőkkel történő közös nyaralás is. Ebben az életkorban az iskolai szervezésű nyaralás már kevésbé van jelen (vö. Trencsényi 1997), viszont akik részt vettek iskolai szervezésűben, azok elsősorban gimnáziumban tanulnak (vö. Mester 2008). Feltételezésünket igazolja – a család kulturális tőkéjével összefüggésben –, hogy a diákok között a gimnáziumba járóknál volt minden esetben (szülőkkel együtt történő, iskolai szervezésű nyaralás, egyéb stb.) a legmagasabb a turizmusban való részvételi arány (vö. Bauer és Szabó 2005).

Az a hipotézisünk szintén igazolást nyert eredményeink alapján, amely szerint a nyári szünidő utazással történő eltöltése lehetőséget ad a középiskolások számára arra, hogy a szociális és az egyéb **készségeik, kompetenciáik** fejlődjenek (például a barátok, társak alaposabb megismerése, az együttműködési készség, az önállóság stb.), illetve, hogy tapasztalatokat szerezzenek, amelyeknek az értékelése szintén az iskolai programtípus függvényében alakult, azaz a gimnazisták tapasztalták ezt leginkább, és legkevésbé a szakiskolások érezték, vagy tudatosult bennük.

Minthogy egy utazás előkészítése tudást, jártasságot feltételez, azaz, hogy a számos fellelhető információ között megtaláljuk a számunkra szükségeset, ezért a **szűk értelemben** vett tanulásról, amelyet egyrészt az utazási előkészületeken és a meglátogatandó területtel való előzetes foglalkozáson keresztül vizsgáltunk, elmondható, hogy a fiataloknak a többsége az utazásának a **megszervezéséhez** utána járt az információknak, illetve felfrissítette a korábbi ismereteit (vö. Forray és Juhász 2008b), és elsősorban az internetet használta az információgyűjtésre. Az előkészület *„mennyiségét és minőségét”* azonban meghatározta az, hogy a fiatal mivel töltötte a nyaralását, vagyis az elsősorban a bekapcsolódást, vagy a kikapcsolódást szolgálta-e, illetve ahhoz mennyire volt szüksége információkra. Azaz elmondható, hogy a külföldön nyaralókra és a kulturális programon részt vevőkre inkább jellemző volt az utánajárás, és az internet használata, vagyis főként a gimnáziumban tanulókra, amely feltételezésünknek megfelelően összefüggésbe hozható a szülők iskolai végzettségével (vö. Mester 2008, Nagy 2006).

Másrészt az egyes nyaralás alatt végzett tevékenységekről elmondható, hogy a tanulók körében az életkori sajátosságoknak megfelelően a legnépszerűbb **tevékenységeknek** a strandolás, a vízi sportok, a bulizás és a pihenés bizonyultak (vö. Mester 2008). Ezek a válaszok egybeesnek azzal is, hogy mit tartanak a fiatalok fontosnak egy nyaralás alatt. Eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy az egyes – nyaralás alatt végzett – választott tevékenységeknél meghatározó a család kulturális tőkéje, azaz a szülők iskolai végzettsége és a kulturális fogyasztása (vö. Bourdieu 1978, Szira

2007), illetve kutatásunk alátámasztotta azon feltételezésünket is, hogy a befogadás mértéke jelentős mértékben függ a család kulturális tőkéjétől (vö. Blaskó 2002, 24). A munkánk során kiemelt szerepet szántunk a középiskolások kulturális fogyasztásának, azaz a kulturális tevékenységek végzésének (vö. Tót 2007), amelyeken keresztül a tanulás folyamata még inkább feltételezhető (vö. Durkó 2002). Eredményeink alátámasztják feltételezésünket, mert elmondható, hogy elsősorban – a középiskolai tanulók megítélése szerint – a kulturális tevékenységet végzők körében adott az utazás lehetőséget a konkrét ismeretszerzésre, és főként a gimnáziumban tanulók, illetve a lányok esetében (vö. DiMaggio 1998) mutatkozott erősebb összefüggés az ismeretszerzést illetően, amely a szülők iskolázottságával kapcsolatban áll. Azonban az egyes kulturális programokon való részvételt az is befolyásolja, hogy a kultúrával való találkozást mennyire tartja fontosnak az egyén, amely összefüggésbe hozható az iskola és a kortárs csoportok szocializáló hatásával (vö. Kiss 2006, Lannert 2004). Negyedik hipotézisünk ezek által szintén igazolást nyert.

Feltételezésünknek megfelelően az ifjú korosztály turisztikai **érdeklődése** sem azonos (vö. Hunyadi 2005), amely a nyaralással kapcsolatos véleményeikből is kirajzolódott, illetve a vizsgálatunk során különböző **turistatípusokat** is sikerült képeznünk, amelyek még inkább megvilágítják a különbözőségüket (vö. Bauer et al. 2005, Bauer és Szabó 2005, Hunyadi 2005). A szabadidőben történő tanulás tükrében a megkérdezett fiatalok két fő csoportba sorolhatók a nem, a programtípus, a szülők iskolai végzettsége stb. függvényében. Azaz a „szórakozásra vágyó” és a „kultúra iránt *érdeklődő*” középiskolások (vö. DiMaggio 1998, Hunyadi 2005) jól elkülöníthetők az utazási előkészületük (vö. Nagy 2006), a nyaralás alatt végzett tevékenységük és a tapasztalatszerzésük alapján, amelyeken keresztül többek között a turizmus során megvalósuló tanulásukat vizsgáltuk.

Fő **kutatási kérdéseink** arra irányultak, hogy a turizmus jelenségét az ifjúkor kontextusában elemezzük, különös tekintettel az élményszerzésre, az utazási szocializációra és a turizmus során szerzett tudásokra, kompetenciákra. Eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy a középiskolás tanulók körében a turizmus mint élményszolgáltatás egyre korábban megjelenik, és az utazási döntéseikben a szocializációs közegek (elsősorban a család) szerepe meghatározó. Az is elmondható, hogy a turistává válás folyamán mind az előkészületeket tekintve, mind az elutazás során a tanulás lehetőségei jelen vannak, és az, hogy mennyiben veszi észre az egyén, illetve mennyiben tudatos tevékenység eredménye az, hogy a szabadidő eltöltése közben is „tanult”, illetve

gazdagodott a személyisége, az az előzetes tudásának, tapasztalatának, és a kulturális tőkének (a családi háttérnek és azon belül is az anya iskolázottságának) a függvényében alakul (vö. Bourdieu 1978, Jarvis 2003, Pordány 2006). Vizsgálatunk is mutatja, hogy a szabadidőben történő tanulás sokszor az egyénben nem is tudatosul (vö. Komenczi 2001), amelyet munkánkban a középiskolások azon válaszaiból vonhatunk le, hogy az új dolgok tanulását és tudás bővülését eltérő módon ítélték meg, és feltehetően magát a tanulást a tanulók inkább a formális keretekhez kötik, nem feltétlenül hozzák azt a nyaralással is összefüggésbe.

6.2. A téma lehetséges perspektívái

A tanulás helyszíneinek és a különböző formáinak a kutatása egyre aktuálisabbá válik (vö. Forray és Juhász 2008b, Török 2007, Tót 2007), hiszen a naprakész tudás felértékelődött, az információs technológiák gyors változásokon mennek keresztül, és a különböző kompetenciák szerepe is felerősödött (vö. Komenczi 2001). Ma már ahhoz is „komoly tudásra” van szükségünk, hogy el tudjunk igazodni a hétköznapi dolgokban, és élni tudjunk a technika fejlődése és a kultúra kínálta lehetőségekkel (Csapó 2003, 1480) (vö. Vajda 2008). A tradicionális alapkészségek (írás, olvasás, számolás) továbbra is nélkülözhetetlenek, mert ezek jelentik az alapot, amelyekre a különböző további képességek (mint például az Információs és Kommunikációs Technika) épülni tudnak. A szociális és a személyi kulcskompetenciák, amelyeknek az elsajátítása többek között informális módon történik, elengedhetetlenek a társadalmi érintkezésben, hiszen ezek teszik képessé az egyént a helyzetnek megfelelő magatartásformákra (vö. Komenczi 2001, 125-126), és a különböző kompetenciák azért is töltönek be fontos szerepet, mert az, hogy képes-e az egyén a világban eligazodni, az az önnevelésével, és az önnevelésre képes állapotával is összefügg (vö. Durkó 1999). Az is megállapítható, hogy a **munkaerőpiacon** is értékelt tudások, illetve készségek nem sajátíthatóak el csupán formális keretek között (vö. Török 2007). A magyar iskolarendszerről még mindig elmondható, hogy elsősorban lexikális ismereteket ad (vö. Vári et al. 2002, Molnár 2006), éppen ezért a **mindennapi** életben alkalmazható **tudás** fontosságára a PISA nemzetközi mérések is felhívják figyelmünket, mert a magyar diákok problémamegoldó képessége az eredmények alapján hagy kívánnivalót maga után (Molnár 2006), illetve a formális oktatásnak képessé kell tennie a tanulókat a tanulás elsajátításának a képességére is (Harangi 2004).

Ezt is alátámasztja, hogy megnőtt a jelentősége a nem formális és az informális tanulásnak (vö. Komenczi 2001, Forray és Juhász 2008b, Tót 2007), amelyek kiegészíthetik, pótolhatják, vagy magasabb szintre emelhetik az iskolarendszerben történő tanulásokat és ismeretszerzéseket, illetve a kompetenciák bővüléseit (vö. Forray és Juhász 2008b, Mihály 2000), és napjainkban az információs társadalom (vö. Galáncz 2006, Mead 2006), és a tudásgazdaság korában különösen hangsúlyoznunk kell az egész életen át tartó tanulásnak a jelentőségét, hiszen az „*érvényesnek nevezett tudás*” a fejlődés gyorsulása miatt jelentős mértékben változik (vö. Csapó 2003).

Kiemeljük „*A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés (OTKA Nyilvántartási szám K63555)*” című kutatást Forray R. Katalin kutatásvezető és Juhász Erika társkutató irányításával, amely elsősorban nem az elméleti vonatkozásokra, hanem a gyakorlat oldalára helyezte a hangsúlyt. Egyrészt tudatosítani kívánta az **egész életen át tartó tanulást** – amely a turizmusban való részvétel során is jelen lehet –, másrészt a kutatás azt a célt tűzte ki maga elé, hogy az eredményei a felnőttek tanulását segítő munka számára közvetlenül hasznosíthatóvá váljanak.

Az iskolán kívüli **szabadidő** és a fogyasztás az ifjúsági korszakváltással nagyobb jelentőséghez jutott a serdülőkorú fiatalok életében, amely különösen fontos az élethosszig tartó tanulás folyamatában, mert az összefüggésben áll az egyén felnőttkori tanulásával (vö. Forray és Juhász 2008b, Pordány 2006, Vajda 2008) is, ezért a különböző szocializációs közegeknek (család, iskola stb.) a szabadidő színvonalas eltöltésére való felkészítésére még inkább igény jelentkezik (vö. Mihály 2003, Hunyadi 2005). Az igényes turistává váláshoz ugyanúgy elengedhetetlen a különböző szocializációs közegek segítő munkája, hiszen a gyermek és az ifjú korban szerzett turisztikai élmények alapozzák meg a „**jövő kemény vagy szelíd turistájának**” az igényeit (vö. Szöllős 2005), és ebben a családi mintának, illetve az oktatásnak alapvető szerepe van (vö. Lengyel 2001).

Mivel a turisztikai piac 2015-ös előrejelzése a fiatalokat (20 éves korig) viszonylag „érdektelen célcsoportnak” tekinti, mert nem rendelkeznek önálló jövedelemmel, és a „szülői háztól” függnék (Schuppener 2006), igaz a turizmus Etikai Kódexében (UNWTO 2007a) – erkölcsi alapelvek, amelyek alapján a szakma saját magát kívánja szabályozni – kiemelt kérdés az ifjúsági turizmus fejlesztése, ezért a fiatalok turizmusban való részvételével kapcsolatban **ajánlásként** fogalmazzuk meg a Táboroztatók Országos

Konferenciáján (2003)⁵⁷ elhangzottakkal összhangban, és azt kiegészítve, hogy a fiatalok számára több kedvező nyaralási lehetőség biztosítására lenne szükség, szélesebb körű sportolási, művelődési, kikapcsolódási lehetőséggel. Többek között érdemes lenne a turisztikai szervezeteknek az ifjúsági turizmus kínálatáról egy olyan bemutató kiadványt készíteni, amely lehetővé tenné, hogy abban az ifjúsági turizmusban jelen lévő szolgáltatók megjelenhessenek, és akár számukra különböző kedvezmények is biztosítottak legyenek. Az alanyi oldalt tekintve pedig olyan Alap létrehozására lenne szükség, amely a fiatalok üdülésének, turizmusának támogatását szolgálná, akár az üdülési csekkhez hasonló lehetőséget biztosítana számukra. Kiemeljük azt a kezdeményezést, amely az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága és a Magyar Turizmus Zrt. részéről történt, hogy közös kutatást végeztek a magyarországi ifjúsági turizmus helyzetére vonatkozóan. Reményeink szerint a téma kutatása és a terület vizsgálata tovább fog folytatódni, és a témával foglalkozó, más megközelítésből íródott egyes kutatások megtalálják a közös kapcsolódási pontjaikat, a téma több szempontú, árnyaltabb vizsgálata érdekében.

⁵⁷ 2003-ban Zánkán hetedik alkalommal került megrendezésre a Táboroztatók Országos Konferenciája. A konferencia résztvevői ajánlásokat fogalmaztak meg az ifjúsági turizmus fejlődése érdekében. Bővebben: <http://www.sulinet.hu/tart/fcikk/Kfb/0/12328/1> (letöltés dátuma: 2009.május 10).

Felhasznált irodalom

- ADLER, JUDITH (1985): Youth on the Road: Reflection on the History of Tramping.
[Ifjúság az úton: Gondolatok a csavargások történetéről.]
Annals of Tourism Research, no. 12. 335–354. p.
- Agárdi Irma (2000): A TopTV piaci esélyei.
In GÁBOR KÁLMÁN – JANCsÁK CSABA (szerk.) (2000): *Társadalmi átalakulás és ifjúsági kultúra*. Szeged, Belvedere.
- ANDOR MIHÁLY – LISKÓ ILONA (2000): *Iskolaválasztás és mobilitás*.
Budapest, Iskolakultúra könyvek. 3. kötet.
- ANTZ, CHRISTIAN (et al.) (2003): *Sachsen Anhalt Jugendtourismus. [Sachsen-Anhalt ifjúságturizmusa.]* Herausgeber: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt in Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium und dem Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt, Grafisches Centrum Cuno, Calbe.
- AUBERT ANTAL (szerk.) (2002): *Kutatás a turizmusban. A turizmus aktuális kérdései Magyarországon*. Országos Turisztikai Konferencia 2002.
Pécs, Pécsi Tudományegyetem Turizmus Tanszék.
- BABBIE, EARL (2003): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*.
Budapest, Balassi Kiadó.
- BARANYI KÁROLY (2006): *Gondolatok a nevelésről*.
<http://www.baranyi.hu/szekesf.pdf> (letöltés dátuma: 2006. május 10.)
- BAUMAN, ZYGMUNT (1999): Turisták és vagabundok. A posztmodern kor hősei és áldozatai. *Lettre*, 9. évf. 35. sz. 2–6. p.
- Bandura, Albert (1976): Szociális tanulás utánzás útján. In PATAKI FERENC (szerk.) (1976): *Pedagógiai szociálpszichológia*. Gondolat Kiadó. 84-122.p.
- BÁNHIDI ATTILA (2006): Természetjárás, sportturizmus a fiatalok körében. In *Táboroztatók Országos Konferenciája. 2002. Zánka, Konferenciakiadvány*.
www.zanka.hu/letoltes.ws?file=tok2002/kiadvany.doc (letöltés dátuma: 2006. május 13.)
- BÁTHORY ZOLTÁN - FALUS IVÁN (főszerk.) (1997): *Pedagógiai Lexikon*.
Budapest, Keraban.

- Bauer Béla – Tibori Tímea (2002): Az ifjúság viszonya a kultúrához. In SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA – LAKI LÁSZLÓ (2002): *Ifjúság2000 Tanulmányok*. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet. 173-195. p.
- BAUER BÉLA (et al.) (2005): *Az egri fiatalok helyzete 2005*. Budapest, Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda.
- BAUER BÉLA – SZABÓ ANDREA (szerk.) (2005): *Ifjúság2004 gyorsjelentés*. Budapest, Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda.
- BECK, ULRICH (2003): *A kockázat-társadalom – Út egy másik modernitásba*. Budapest, Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság – Századvég Kiadó.
- BENEDEK ANDRÁS – CSOMA GYULA – HARANGI LÁSZLÓ (szerk.) (2002): *Felnőttoktatási és képzési lexikon A - Z*. Budapest, Magyar Pedagógiai Társaság – OKI Szaktudás Kiadó.
- BENEDEK ANDRÁS (2007): *Magyarország és az egész életen át tartó tanulás*.
<http://mpt.bme.hu/mt/benedek/III.pdf> (letöltés dátuma: 2007. május 13.)
- BEY, HAKIM (1996): Az utazás művészete, Szufi utazók.
Magyar Lettre Internationale, 2. évf. 23. sz. 30–33. p.
- BITSKEY ISTVÁN (2004): Hungáriából Európába – Utazó magyarok a korai újkorban.
Debreceni Disputa, 2. évf. 4–5. sz. 4–11. p.
- BLASKÓ ZSUZSA (1998): Kulturális tőke és társadalmi reprodukció.
Szociológiai Szemle, 8. évf. 3. sz. 55 – 82. p.
- Blaskó Zsuzsa (1999): Üdülések, nyaralások. In SZIVÓS PÉTER – TÓTH ISTVÁN GYÖRGY (szerk.) (1999): *Monitor*. Budapest, TÁRKI.
- BLASKÓ ZSUZSA (2002): Kulturális reprodukció vagy kulturális mobilitás.
Szociológiai Szemle, 12. évf. 2. sz. 3–27. p.
- BOURDIEU, PIERRE (1978): *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest, Gondolat.
- Bourdieu, Pierre (1997): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In ANGELUSZ RÓBERT (szerk.): *A társadalmi rétegződés komponensei*. Válogatott tanulmányok. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó. 156–177. p.
- BRAUN, OTTMAR (1993): *Vom Alltagsstress zur Urlaubszufriedenheit. Untersuchungen zur Psychologie des Touristen*. [A mindennapi stressztől a nyaralás alatti elégedettségig. Vizsgálódások a turisták lélektanáról.] München, Quintessenz.

- BRAUN, OTTMAR (1996): Sozial- und motivationspsychologische Aspekte des modernen Jugendtourismus. [A modern ifjúságturizmus társadalmi- és motivációslélektani aspektusai.] *Gruppendynamik*, Heft 27. 39–50. p.
- CARR, NEIL (1998): The Young Tourist: A Case of Neglected Research. Progress in Tourism. [A fiatal turista: Egy mellőzött kutatás esete. Fejlődés a turizmus területén.] *Hospitality Research*, no. 4. 307–318. p.
- Cohen, Eric (2003a): Turizmus és idő. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Cohen, Eric (2003b): Hitelesség és árúvá válás a turizmusban. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Coleman, James S. (1998): Társadalmi tőke az emberi tőke termelésében. In LENGYEL GYÖRGY– SZÁNTÓ ZOLTÁN (szerk.) (1998): *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája*. Budapest, Aula.
- Coletta, N.J. (2002): Formális, nonformális és informális nevelés. In KOZMA TAMÁS (szerk.) (2002): *Felnőttképzés és gazdaság*. Debrecen, Pallas Debrecina.
- COOMBS, PHILIPP H. (1969): *Die Weltbildungskrise*. [Oktatási világválság.] Stuttgart, Ernst Klett Verlag.
- Costa, Janeen Arnold (2003): Fogyasztás az idegenforgalom hatására. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- CZEIZER ZOLTÁN – GÁBOR KÁLMÁN (2007): *Az ifjúsági korszakváltás és az új kommunikációs státusz kapcsolatának vázlata*.
http://www.kodolanyi.hu/szabadpart/22/22_komm_ceizer_kalman.htm (letöltés dátuma: 2007. április 14.)
- CSAPÓ BENŐ (2001): A nyelvtudást és a nyelvtanulást befolyásoló tényezők. *Iskolakultúra*, 11. évf. 8. sz. 25–35. p.
- CSAPÓ BENŐ (szerk.) (2002): *Az iskolai műveltség*. Budapest, Osiris Kiadó.
- CSAPÓ BENŐ (2003): Oktatás az információs társadalom számára. *Magyar Tudomány*, 48. évf. 12. sz. 1478-1485. p.
- Csapó Benő (2005a): Tanuló társadalom és tudásalapú oktatási rendszer. In KOMLÓSSY ÁKOS (szerk.) (2005): *Ismeretek és képességfejlesztés*. A 42. Szegedi Nyári Egyetem Évkönyve. Szeged, TIT. 5–21. p.
- CSAPÓ BENŐ (2005b): *Az előzetesen megszerzett tudás mérése és elismerése*. Kutatási zárótanulmány. Budapest, Nemzeti Felnőttképzési Intézet.

- Cseh-Szombathy László (1990): Családi viszonyok. In ANDORKA RUDOLF – KOLOSI TAMÁS – VUKOVICH GYÖRGY (szerk.) (1990). *Társadalmi riport 1990*. Budapest, TÁRKI. 487–500. p.
- CSEPELI GYÖRGY (1997): *Szociálpszichológia*. Budapest, Osiris Kiadó.
- CSERNÉ ADERMANN GIZELLA (2000): Az önirányított tanulás. *Tudásmenedzsment*, 1. évf. 1. sz. 4–11. p.
- CSEERNYÁK MARIANN NATÁLIA – JANÁK KATALIN – ZALÁNNÉ OLBRICH ANIKÓ (szerk) (2004): *Az élethosszig tartó tanulás*. Budapest, KSH.
- Csillag Gábor (2003): „Képek és képtelenségek” – a valóságábrázolás határai. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2003): *Helye(in)k, tárgya(in)k, képeink. A turizmus társadalomtudományos magyarázata*. Budapest, Néprajzi Múzeum, Tabula könyvek.
- CSÍKSZENTMIHÁLYI MIHÁLY (2001): *Flow – Az áramlat – A tökéletes élmény pszichológiája*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- CSOMA GYULA (1998): A művelődés pragmatikus útja. *Új Pedagógiai Szemle*, 48. évf. 1. sz. 24–39. p.
- CSOMA GYULA (2003a): Különvélemény az oktatási-képzési minőség biztosításáról (és a minőségről) II. *Új Pedagógiai Szemle*, 53. évf. 7-8. sz. 3–21. p.
- Csoma Gyula (2003b): A tanulás értelmezése és funkciói. In MAYER JÓZSEF ÉS SINGER PÉTER (szerk.) (2003): *A tanulás kora*. Budapest, Oktatókutató Intézet.
- CSOMA GYULA (2008): *Tanuláselméletek és tanítási stratégiák*. Felnőttoktatás, élethosszig tartó tanulás. Esély 2000.
<http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=esely-Csoma-Tanulaselmeletek>
(letöltés dátuma: 2008. szeptember 20.)
- DANIELSSON, JOHANNA – LOHMANN, MARTIN – SONNTAG, ULF (2003): *Urlaubsreisen der Jugendlichen*. [A fiatalok szünidei utazásai.] Kiel-Hamburg, FUR.
- DETTMER, HARALD (et al.) (2000): *Tourismustypen*. [Turistatípusok.] Wien, Oldenbourg.
- DiMaggio, Paul (1998): A kulturális tőke és az iskolai teljesítmény. In RÓBERT PÉTER (szerk.) (1998): *A társadalmi mobilitás: Hagyományos és új megközelítések*. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó. 198-220. p.

- Durkó Mátyás (1984): Öznevelés, önművelés és nevelési irányítása. In DURKÓ MÁTYÁS (szerk.) (1984): *A művelődési felnőttnevelési folyamatok hatékonysága és kutatása*. Debrecen, Acta Andragogiae et Culturae, 6. sz. 43-68. p.
- DURKÓ MÁTYÁS – SZABÓ JÓZSEF (1999): Az ezredforduló kihívása: az integráló andragógia. *Magyar Pedagógia*, 99. évf. 3. sz. 307-321. p.
- DURKÓ MÁTYÁS (1999): *Andragógia (A felnőttnevelés és közművelődés új útjai)*. Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- Durkó Mátyás (2002): Gondolatok az öznevelésről. In B. GELENCSEK KATALIN ÉS PETHŐ LÁSZLÓ (2002) (szerk.): *Közművelődés és felnőttképzés: Írások Maróti Andor 75. születésnapjára*. Budapest, Élethosszig Tartó Művelődésért Alapítvány. 84-87. p.
- ÉLES CSABA (2007): Iskolán túl – az „életen” innen. Az utazás szerepe a 16–19. századi (ön)nevelésben és (ön)művelődésben. *Új Pedagógiai Szemle*, 57. évf. 11. sz. 109-117. p.
- ERDŐS ISTVÁN – PUSZTAI GABRIELLA (2008): *Jelentés a Debreceni Református Kollégium Dóczy Gimnáziumában végzett szülői elégedettség-vizsgálatról*.
http://doczy.drk.hu/doczy/elege_12.htm (letöltés dátuma 2008. április 28.)
- ETC (2009): *Tourism Trends for Europe*. [Turisztikai trendek Európában.]
<http://www.etc-corporate.org/modules.php?pa=showpage&pid=100&name=Content> (letöltés dátuma 2009. május 28.)
- FÁBIÁN ZOLTÁN – KOLOSI TAMÁS – RÓBERT PÉTER (2000): *Fogyasztási csoportok*. Budapest, TÁRKI Társadalompolitikai Tanulmányok.
- FALUSSY BÉLA (2004): *Az időfelhasználás metszetei*. Budapest, Új Mandátum Kiadó.
- Fejős Zoltán (2000): Múzeum, turizmus. A kulturális találkozás és reprezentáció rendszere. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- FEKETE MÁTYÁS (2007): *Hétköznapi turizmus. A turizmuselmélettől a gyakorlatig*. Magyar Elektronikus Könyvtár, <http://mek.oszk.hu/04100/04167/04167.pdf> (letöltés dátuma: 2007. szeptember 3.)
- FERGE ZSUZSA (1976): *Az iskolarendszer és az iskolai tudás társadalmi meghatározottsága*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Finkelstein, Joanne (2003): Divat, ízlés, éttermek. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.

- Fónai Mihály (2008): Szakképző iskolák tanulóinak rekrutációja és motivációja. In JUHÁSZ ERIKA (szerk.) (2008): *Andragógia és Közművelődés*. Debrecen, Acta Andragogiae et Culturae, 21. sz., 137–158. p.
- FÓRIÁN-VIRÁG EDINA (et al.) (szerk.) (2007): *Jelentés a turizmus 2006. évi teljesítményéről*. Budapest, KSH.
- FORRAY R. KATALIN – JUHÁSZ ERIKA (2008a): *Tanésetek az autonóm tanulásról*.
<http://www.autonomtanulas.hu/publikacio.html> (letöltés dátuma: 2008. április 10.)
- FORRAY R. KATALIN – JUHÁSZ ERIKA (2008b): Az autonóm tanulás és az oktatás rendszere. *Új Pedagógiai Szemle*, 58. évf. 3. sz. 62 – 68. p.
- FÖLDVÁRI MÓNICA (2004): *Vallásosság és értékek együttjárása a magyar társadalom generációiban*. PhD értekezés. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem.
- Freyer, Walter (1997): Tourismus und Wissenschaft – Chance für den Wissenschaftsstandort Deutschland. [Turizmus és tudomány – Esély a turizmus tudományhelyzetére Németországban.] In FELDMANN, OLAF (Hrgs.) (1997): *Tourismus – Chance für den Standort*. Baden, Baden.
- FURLONG, ANDÉ – STALDER, BARBARA – AZZOPARDI, ANTHONY (2003): *Sebezhető ifjúság. Sebezhetőség az oktatásban a munkavállalásban és a szabadidőben Európában*. Szeged, Belvedere Meridionale.
- FUSSELL, PAUL (1987): *Osztálylétrán Amerikában*. Budapest, Európa Könyvkiadó.
- FÜLEP TEOFIL (2003): Szelíd, öko- és természetjáró turizmus az idegenvezetés és a túravezetés összekapcsolódása. *A Puszta*, Miskolc. 229-261. p.
- FÜLÖP ILONA (2000): *A kultúra és a turizmus a változó világban*. Doktori értekezés. Kézirat. Debrecen, Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete Könyvtára.
- GÁBOR KÁLMÁN (1996): Társadalmi átalakulás és ifjúsági korszakváltás. *Educatio Füzetek*, Vol. 2. 13-34. p.
- GÁBOR KÁLMÁN (szerk.) (2000): *Társadalmi átalakulás és ifjúság. A szabadság mint esély?* Szeged, Belvedere.
- Gábor Kálmán (2002): A magyar fiatalok és az iskolai ifjúsági korszak. Túl a renden és osztályon? In SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA – LAKI LÁSZLÓ (2002): *Ifjúság2000 tanulmányok*. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet.

Gábor Kálmán (2003): Előszó. Sebezhető ifjúság.

In FURLONG, ANDÉ – STALDER, BARBARA – AZZOPARDI, ANTHONY (2003): *Sebezhető ifjúság. Sebezhetőség az oktatásban a munkavállalásban és a szabadidőben Európában*. Szeged, Belvedere Meridionale.

Gábor Kálmán (2006a): Társadalmi átalakulás és ifjúsági kultúra.

In GÁBOR KÁLMÁN – JANCSÁK CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere Meridionale.

Gábor Kálmán (2006b): Az ifjúságkutatás irányai a kilencvenes években.

In GÁBOR KÁLMÁN – JANCSÁK CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere Meridionale.

Gábor Kálmán – Molnár Péter (2006): Az ifjúsági kultúra korszakváltása. (A magyar és nyugatnémet fiatalok a nyolcvanas években.) In GÁBOR KÁLMÁN – JANCSÁK CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere Meridionale.

GÁBOR KÁLMÁN – SZEMERSZKI MARIANNA (2007): *Sziget fesztivál 2005. Az új fiatal középosztály és az élettervezés*.

www.hier.iif.hu/hu/kutatas_kozben.php - 48k (letöltés dátuma: 2007. január 18.)

GALÁNCZ ANNA (szerk.) (2006): *A digitális jövő térképe a World Internet Projekt tükrében*. Budapest, ITHAKA Kht.

Gans, Herbert J. (2003): Népszerű kultúra és magas kultúra. In WESSELY ANNA (szerk) (2003): *A kultúra szociológiája*. Budapest, Osiris. 114-150. p.

Gayler, Brigitte (1993): Jugendreisen, Jugendtourismus. [Ifjúsági utazások, ifjúsági turizmus.] In HAHN, HEINZ- KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München, Quintessenz Verlags-GmbH.

GAZSÓ FERENC – LAKI LÁSZLÓ (2004): *Fiatalok az újkapitalizmusban*.

Budapest, Napvilág Kiadó.

GERGELY ORSOLYA (2005): Karrierről álmodó ifjúság.

Korunk, 16. évf. Novemberi sz. 119–120. p.

GIBB, DEBBIE (2007): *Outlook for the Student and Youth Travel Industry 2006*. [Kilátás a diák- és ifjúsági utazási iparra 2006.] TIA Marketing Outlook Forum.

<http://www.syta.org/uploads/Stat-Research/2006OutlookforSYTravelInd.pdf>

(letöltés dátuma: 2007. április 24.)

- GIESECKE, HERMANN (1993): Tourismus als neues Problem der Erziehungswissenschaft. [A turizmus mint a neveléstudomány új problémája.] In HAHN, HEINZ – KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München, Quintessenz Verlags-GmbH.
- GIESECKE, HERMANN (2007): *Gesammelte Schriften*. [Összegyűjtött írások.] Band 3.
<http://5tc1.de/giesecke/werke3.htm> (letöltés dátuma: 2007. január 18.)
- Gilbert, David C. (2003): Az Európai Közösség és a pihenési szokások. In SZÖLLÖS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- GKI Gazdaságkutató Rt. (1999): A turizmus statisztikai szabványosítása.
Turizmus Bulletin, 3. évf. 2. sz. 9–14. p.
- Günter, Wolfgang (1993): Tourismuspädagogik. [A turizmus pedagógiája.] In HAHN, HEINZ – KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München, Quintessenz Verlags-GmbH.
- Günther, Armin (1996): Reisen als ästhetisches Projekt. Über den Formenwandel touristischen Erlebens. [Utazás mint esztétikai projekt. A turisztikai tapasztalat változásáról.] In HARTMANN, H. A. – HAUBL, R. (Hg.) (1996): *Freizeit in der Erlebnisgesellschaft: Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz*. Opladen, Westdeutscher Verlag. 95–124. p.
- GYÖMREI SÁNDOR (é.n.): *Az utazási kedv története*.
 Budapest, Gergely R. kiadása.
- HAHN, HEINZ – KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie – Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. [Turizmuspszichológia és turizmuszociológia – A turizmustudomány kézikönyve.] München, Quintessenz Verlags-GmbH.
- HAHN, KURT (1986): *Erziehung und die Kriese der Demokratie. Reden, Aufsätze, Briefe eines politischen Pädagogen*. [A demokrácia nevelés és krízise. Egy politikus pedagógus beszédei, tanulmányai, levelei.] Stuttgart, Klett-Cotta.
- HALÁSZ PÉTER (2008): Honismeret és ifjúsági turizmus.
Honismeret, 36. évf. 3. sz. 34–36. p.
- Halbwachs, Maurice (1971): A munkásosztály fogyasztási tendenciái.
 In FERGE ZSUZSA (szerk.) (1971): *A francia szociológia*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

- Hajdú Gabriella (2000): Az utazás mint modern mítosz.
In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- Hankiss Elemér (1998): Proletár reneszánsz (I.) Az európai civilizáció egy újabb korszaka?
In KIBÉDI VARGA ÁRON – KÓNYA MELINDA – PIRI ZOLTÁN (szerk.) (1998): *Az új század küszöbén*. Pécs, Jelenkor Kiadó.
- HANKISS ELEMÉR (2002): Trabant a kertben. A magyar társadalom habitusának alakulásáról. In Uő: *Új diagnózisok*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Harangi B. László (1986): A felnőttkori értelmi fejlődés és tanulás mérése, értékelése. In SOÓS PÁL – SZ. SZABÓ LÁSZLÓ (szerk.) (1986): *Tömegkultúra és közművelődés*. Debrecen, Acta Andragogiae et Culture sorozat, 7-8. sz. 157-183. p.
- HARANGI LÁSZLÓ (2004): Az élethosszig tartó tanulás minőségi követelményei az európai oktatásban. *Új Pedagógiai Szemle*, 54. évf. 6. sz. 77–82. p.
- HARCSA ISTVÁN (szerk.) (2007): *Társadalmi helyzetkép 2005*. Budapest, KSH.
- HARTMANN, KLAUS-DIETER (1981): *Wirkungen von Auslandsreisen junger Leute*. [A fiatalok külföldi utazásának a hatásai.] Starnberg, Studienkreis für Tourismus.
- Heimann Ilona (2006): A táborozás. In TRENCSENYI LÁSZLÓ (szerk.) (2006): *A gyakorlati pedagógia néhány alapkérdése – Iskolán kívüli nevelés*. Budapest, Bölcsész Konzorcium, ELTE PPK Neveléstudományi Intézet.
- HENDRY, LEO (et al.) (1993): *Young People's Leisure and Lifestyles*. [A fiatal emberek szabadideje és életmódjai.] London, Routledge.
- HENNING, CHRISTOPH (1999): *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*. [Utazási kedv. Turisták, turizmus és nyaralási kultúra.] Frankfurt am Main, Insel Verlag.
- HERZBERG, FREDERICK R. (1974): *Még egyszer: hogyan ösztönözzük alkalmazottainkat?* *Üzempszichológia*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Hetesi Erzsébet (2004): A fogyasztás szociológiája.
In CZAGÁNY LÁSZLÓ – GARAI LÁSZLÓ (szerk.) (2004): *A szociális identitás, az információ és a piac*. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. Szeged, JATEPress.

- HIRLING, BOZENA (2006): A lengyel ifjúsági turizmusban rejlő lehetőségek. In *Táboroztatók Országos Konferenciája*. Zánka, Konferenciakiadvány.
www.zanka.hu/letoltes.ws?file=tok2002/kiadvany.doc (letöltés dátuma: 2006. május 13.)
- HORN GERGELY (2001): A turizmus hatása az ökológiai és a társadalmi sokféleségre.
Kövász, 5. évf. 3-4. sz. 153–165. p.
- HORVÁTH ATTILA (1998): *Turizmus a kultúrában – kultúra a turizmusban*.
Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- HORVÁTH ENDRE (1999): A turizmus mint élményfogyasztás.
Magyar Tudomány, 44. évf. 11. sz. 1372–1376. p.
- HUNYADI ZSUZSA (2004): *A fesztiválok közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban*. Találkozások a kultúrával 2.
Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- HUNYADI ZSUZSA (2005): *Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások, életmód csoportok*. Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- HUNYADI ZSUZSA – INKEI PÉTER – SZABÓ JÁNOS ZOLTÁN (2006): *Fesztivál-világ. NKA kutatások 3.* Budapest, Kelet-Közép-Európai Kulturális Obszervatórium Alapítvány.
- HYDE, K. F. – LAWSON, R. (2004): Az egyéni utazás természete.
Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból, 3. sz.
- JAKAB GYÖRGY (2007): *Adalékok a mozgóképkultúra és médiaismeret modultantárgy helyzetelemzéséhez*. <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=szakmai-2001-Jakab> (letöltés dátuma: 2007. június 15.)
- JARVIS, PETER (2003): Az egész életen át tartó tanulás szociológiai perspektívái.
Tudásmenedzsment, 3. évf. 1. sz. 8 – 17. p.
- JENKEI LÁSZLÓ (2002): *Értekezés a turizmus elméletének szociológiai megközelítéséről*.
Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Juhász Erika (2001): Az ifjúkor főbb jellemzői. In RUBOVSKY KÁLMÁN (szerk.) (2001): *Felnőttoktatás Ifjúság Művelődés*. Debrecen, Acta Andragogie et Culturae, 19. sz.
- JUHÁSZ ERIKA – LUDÁNYI ÁGNES (2008): Kompetenciák egy életen át.
Pedagógusképzés, 6. évf. 3. sz. 93-105. p.
- JUNGK, ROBERT (1980): Wieviele Touristen pro Hektar Strand? [Mennyi turista van hektáronként a strandon?]
Geo, no. 10. 154–156. p.

- KABAI IMRE (2007): *A posztindusztriális társadalmak és az ifjúság a modern szociológiában.*
<http://poltud.tatk.elte.hu/kabaiimre/eszmelet.rtf> (letöltés dátuma: 2007. február 20.)
- KIEFL, WALTER – BACHLEITNER, REINHARD (2005): *Lexikon zur Tourismussoziologie.*
 [Turizmuszociológiai lexikon.] München, Wien, Profil Verlag.
- KISS GABRIELLA (2001): Tömegturizmus és tömegkultúra.
Kultúra és közösség, 5. évf. 2-3. sz. 9–17. p.
- KISS GABRIELLA (2006): Szabadidő diskurzusok a XXI. század elején.
Szín Közösségi Művelődés, 5. sz. 30–33. p.
- KOLAKOWSKI, LESZEK (1998): *Kis előadások nagy kérdésekről.*
 Budapest, Európa Könyvkiadó.
- KOLB, DAVID A. (1984): *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development.* [Tapasztalati tanulás: a tapasztalás mint a tanulás és a fejlődés forrása.] Prencite-Hall, Engelwood Cliffs.
- KOLOS TAMÁS (1984): *Státusz és réteg.*
 Budapest, Társadalomtudományi Intézet.
- KOLOS TAMÁS (2000): *A terhes babapiskóta. A rendszerváltás társadalomszerkezete.*
 Budapest, Osiris Kiadó.
- KOMENCZI BERTALAN (2001): Az Európai Bizottság Memoranduma az egész életre kiterjedő tanulásról. *Új Pedagógiai Szemle*, 6. sz. 122–132. p.
- KOZMA TAMÁS (1998): Szabadság vagy igazság?
Új Pedagógiai Szemle, 48. évf. 10. sz. 3-19. p.
- KOZMA TAMÁS (2001): Paradigmáink.
Iskolakultúra, 11. évf. 10. sz. 3–14. p.
- KOZMA TAMÁS – SIKE EMESE (szerk.) (2004): *Pedagógiai informatika.*
 Debrecen, Kossuth Egyetemi Kiadó.
- Kreitzman, Leon (2003): A huszonnégy órás társadalom.
 In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia.*
 Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- KRIPPENDORF, JOST (1986): *The Holiday Makers.* [A szünidő csinálók.]
 Oxford, Butterworth Heinemann.
- Krippendorf, Jost (2003): A turizmus az ipari társadalom rendszerében. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia.* Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.

- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2009a): A lakosság belföldi turisztikai utazásai, 2008. *Statisztikai Tükör*, 49. sz. 2009. április 6.
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2009b): *Módszertani megjegyzések*.
<http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/beu/beu20812m.pdf> (letöltés dátuma: 2009. június 15.)
- Lannert Judit (2003): Középiskola-választás a kilencvenes évek végén.
 In NAGY MÁRIA (szerk.) (2003): *Mindenki középiskolája. Középfokú képzés az ezredforduló Magyarországon*. Budapest, Országos Közoktatási Intézet.
- LANNERT JUDIT (2004): *Pályaválasztási aspirációk (A 13 és 17 évesek továbbtanulási aspirációi mögött munkáló tényezők három kistérségben)*. Ph.D. értekezés.
 Budapest, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem.
- LEHOCZKY JÁNOS (1999): *Iskola a természetben, avagy a környezeti nevelés gyakorlata*. Budapest, Raabe.
- LENGYEL MÁRTON (2001): *A turizmus általános elmélete*. Budapest, Képzőművészeti Kiadó.
- LIPP SZILVIA (2004): Az utazási motivációk változásának vizsgálata a történelem tükrében. *Turizmus Bulletin*, 8. évf. 2. sz. 48–53. p.
- LISKA, ALLAN – RITZER, GEORGE (2007): McDonaldisation and Post Tourism. [McDonaldizáció és posztturizmus.]
<https://www.turizmus.vein.hu/store/mcdisney.pdf> (letöltés dátuma: 2007. június 15.)
- LISKÓ ILONA (2000): Társadalmi esélyek és iskola.
Új Pedagógiai Szemle, 50. évf. 1. sz. 59–63. p.
- LOSONCZI ÁGNES (1977): *Az életmód az időben, a tárgyakban és az értékekben*. Budapest, Gondolat.
- LÖFGREN, OLSEN (2004): Máshol föld.
Aetas, 19. évf. 3-4. sz. 214–219. p.
- MacCannell, Dean (2003): Az átalakított etnikai megjelenés. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2009): *A világ turizmusának várható alakulása – a pénzügyi válság hatása Magyarország turizmusára*. www.itthon.hu (Letöltés dátuma: 2009. június 30.)

- MATUSCHEK, INGO (2005): *Zeit und Devianz. [Idő és deviancia.]*
<http://edoc.hu-berlin.de/dissertation/matuschek-ingo.1999-07-19/PDF/Matuschek.pdf> (letöltés dátuma: 2005. március 20.)
- Mayer Péter (2000): Ally McBeal Hévízen. Az egészségturizmus képei. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2004a): A magyar lakosság belföldi utazási szokásai, 2003. *Turizmus Bulletin*, 8. évf. 1. sz. 19-26. p.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2004b): A magyar lakosság külföldi utazásai, 2003. *Turizmus Bulletin*, 8. évf. 2. sz. 3-10. p.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2006): A magyar lakosság utazási szokásai, 2005. *Turizmus Bulletin*, 10. évf. 1. sz. 16-29. p.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2007): A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai. *Turizmus Bulletin*, 11. évf. 3. sz. 23-27. p.
- MEAD, MARGARET (1974): *Der Konflikt der Generationen. Jugend ohne Vorbild*. [A generációk konfliktusai. Fiatalok példakép nélkül.] München, Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Mead, Margaret (2006): Kultúra és elkötelezettség. A generációk közti új viszonyok a hetvenes években. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCÁS CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere.
- Mérő László (2001): Virtuális valóság és a psziché. In SZABÓ LÁSZLÓ TAMÁS (szerk.) (2001): *Didaktika szöveggyűjtemény*. Debrecen, Pallas Debrecina.
- MESTER TÜNDE (2003): Turisztikai trendek Európában (2001). Az ETC „Megatrends of Tourism in Europe to the Year 2005 and beyond” c. tanulmánya alapján.
Turizmus Bulletin, 7. évf. 4. sz. 39-42. p.
- MESTER TÜNDE (2008): Ifjúsági turizmus Magyarországon.
Turizmus Bulletin, 12. évf. 2. sz. 2-13. p.
- Michalkó Gábor (2001): Turizmus és területfejlesztés. In BELUSZKY PÁL – KOVÁCS ZOLTÁN (szerk.) (2001): *A terület és településfejlesztés kézikönyve*. Budapest, CEBA Kiadó. 113-120. p.
- MICHALKÓ GÁBOR – RÁTZ TAMARA (2003): A sátorverésen túl. A turizmustudomány magyarországi állapotairól. *Magyar Tudomány*, 48. évf. 6. sz. 447-457. p.

- Michalkó Gábor – Rátz Tamara (2005): A kulturális turizmus élmény-gazdaságtani szempontjai. In ENYEDI GYÖRGY – KERESZTÉLY KRISZTINA (szerk.) (2005): *A magyar városok kulturális gazdasága*. Magyarország az ezredfordulón. Stratégiai kutatások. Budapest, MTA.
- MIHÁLY ILDIKÓ (2000): Törekvések az előzetesen megszerzett tudás meg- és elismer(tet)ésére. *Új Pedagógia Szemle*, 50. évf. 11. sz. 83–89. p.
- MIHÁLY ILDIKÓ (2003): Iskolások, iskolák és a szabadidő.
Új Pedagógiai Szemle, 53. évf. 4. sz. 92–99. p.
- Miles, Steven (2003): A sportáruházak mint véleményformáló eszközök.
In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- MIMIKRI KÖZVÉLEMÉNY- ÉS PIACKUTATÓ BT. (2007): Gyermekek és fiatalok az európai Budapesten 2003.
http://www.studiometropolitana.hu/doc/sm_gyermekek_es_fiatatok.pdf (2007. január 20.)
- MOLNÁR GYÖNGYVÉR (2006): A tudáskonceptió változása és annak megjelenése a PISA 2003 vizsgálat komplex problémamegoldás-moduljában. *Új Pedagógiai Szemle*, 56. évf. 1. sz. 75–86. p.
- MÖNKS, FRANZ J. – KOEERS, ALPHONS M. P. (1998): *Fejlődéslélektan. Pedagógiai pszichológia*. Budapest, FITT Image-Ego School.
- MURÁNYI ISTVÁN – SZARVÁK TIBOR: (2007): *Jász – Nagykun – Szolnok megye ifjúságának helyzete*. http://vfk.vfmk.hu/00000026/muranyi_szarvak_01.pdf (letöltés dátuma: 2007. szeptember 5.)
- MÜLLER ANETTA – KÖNYVES ERIKA – LÁZÁRNÉ FODOR IBOLYA (2006): Minőségi turizmus avagy minőség a turizmusban. *Szolnoki Tudományos Közlemények X*.
- MÜLLER, HANSRUEDI (2002): *Freizeit und Tourismus: eine Einführung in Theorie und Politik*. [Szabadidő és turizmus: Bevezetés az elméletbe és a politikába.] Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern.
- NAGY ATTILA (2001): Kulturális tőke és internethasználat – középiskolás szemmel.
Könyv és nevelés, 3. évf. 3. sz. 14–22. p.
- NAGY JÓZSEF (2002): *XXI. század és nevelés*.
Budapest, Osiris.

- NAGY RÉKA (2006): *Digitális egyenlőtlenségek: Mítosz vagy valóság? Információs technológiák használatának aspektusai az ifjúság körében*. Ph.D értekezés Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem.
- Narancsik Ágnes (2000): Az alternatív kultúrától a fogyasztói iparig.
In GÁBOR KÁLMÁN (szerk.) (2000): *Társadalmi átalakulás és ifjúság*. Szeged, Belvedere.
- Nicholson-Lord, David (2003): Turizmus-politika, a turizmus csak egy jól álcázott gyarmatosítás? In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- OPASCHOWSKI, HORST (1996): *Pädagogik der freien Lebenszeit*. [A szabadidő pedagógiája.] Hamburg, Leske + Budrich Verlag.
- ORTT (2007): *Háttér, szakmai-közéleti elemzések a valóságműsorokról*.
http://www.ortt.hu/elemzesek/20/1149622621valosagshow_20031128.pdf (letöltés dátuma: 2007. január 15.)
- PIKÓ BETTINA (2005): Középiskolás fiatalok szabadidő struktúrája, értékattitűdjei és egészségmagatartása. *Szociológiai Szemle*, 15. évf. 2. sz. 88–99. p.
- PINE, B. JOSEPH – GILMORE, JAMES H. (1998): Welcome to the Experience Economy. [Isten hozott a tapasztalati gazdaságban.] *Harvard Business Review*, no. 7-8. 97-105. p.
- PLOG, STANLEY (1991): *Leisure travel: Making it a growth market...again!* [Szabadidős utazás: hogyan tegyük növekvő piaccá... újra!] New York, John Wiley and Sons, Inc.
- P. MIKLÓS TAMÁS (2003): Fejezetek a hazai gyermeküdültetés és ifjúsági turizmus történetéből. Cserkésztaborozás és turisztikai tevékenység a 20. század első felében. *Új Pedagógiai Szemle*, 53. évf. 7-8. sz. 218–227. p.
- P. MIKLÓS TAMÁS (szerk.) (2004): *Gyermek és serdülőkori szervezetek*. Zánka, Gyermek- és Ifjúságiszervezet Történeti Múzeum.
- POLÁNYI MIHÁLY (1994): *Személyes tudás I-II. Úton egy posztkritikai filozófiához*. Budapest, Atlantisz Könyvkiadó.
- POLGÁR JUDIT – SÜLYÖK JUDIT – KISS KORNÉLIA (2006): A belföldi turizmus alakulása 1990-től napjainkig. *Turizmus Bulletin*, 10. évf. 1. sz. 3–15. p.
- Pordány Sarolta (2006): Az informális tanulás értelmezése és mérése. In FEKETÉNÉ SZAKOS ÉVA (szerk.) (2006): *Fókuszban a felnőttek tanulása*. Gödöllő, Szent István Egyetem Gazdasági-és Társadalomtudományi Kar Tanárképző Intézet, 25–33. p.

- PORWOL, BERNHARD (2001): Qualität im Jugendtourismus: Die zentrale Bedeutung der Kundenzufriedenheit. Eine empirische Untersuchung. [Minőség az ifjúságturizmusban. A vásárlói elégedettség központi jelentősége. Egy empirikus vizsgálat.] *Bielefelder Jugendreiseschriften*, Band 3. Bielefeld, IFKA.
- PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA (2000): *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszere*. Budapest, Geomédia Szakkönyvek.
- PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA (2002a): *A turizmus hatásai*. Budapest, Aula Kiadó.
- PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA (2002b): A tematikus park mint turisztikai attrakció. *Turizmus Bulletin*, 6. évf. 1. sz. 6–15. p.
- PUSKÁS LÁSZLÓ (2006): A lakosság belföldi utazásai 2005-ben. In „*Számokban utazunk.*” *A Központi Statisztikai Hivatal utazási kiadványa*. 3. sz. Budapest, KSH. 18–20. p.
- Pusztai Bertalan (1998): Vallás és turizmus.
In FEJŐS ZOLTÁN (szerk.) (1998): *A turizmus mint kulturális rendszer*. Budapest, Néprajzi Múzeum.
- Pusztai Bertalan (2000): Remény és beteljesülés. Utaslevelek a turizmus kutatásában.
In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- PUSZTAI BERTALAN (2004): Turizmus, képzelet, történelem.
Aetas, 19. évf. 3-4. sz. 211–213. p.
- PUSZTAI GABRIELLA – VERDES EMESE (2000): A társadalmi tőke hatása a felekezeti gimnazisták továbbtanulási terveire.
Szociológiai Szemle, 10. évf. 1. sz. 89–105. p.
- PUSZTAI GABRIELLA (2004): *Iskola és közösség. Felekezeti középiskolások az ezredfordulón*. Budapest, Gondolat.
- RÁCZ JÓZSEF (1995): Ifjúsági marginalizáció, ifjúsági szubkultúrák.
In GAZSÓ FERENC – STUMPF ISTVÁN (szerk.) (1995): *Vesztesek: Ifjúság az ezredfordulón*. Budapest, Ezredforduló Alapítvány.
- RÁCZ JÓZSEF (1996): Semmittevés Lakótelep és szegénynegyed-mentalitás.
Szociológiai Szemle, 6. évf. 2. sz. 81–83. p.
- RÁTZ TAMARA (1999): *A turizmus társadalmi-kulturális hatásai*. Budapest, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Ph.D Disszertáció.

- REMPLEIN, HEINZ (1962): *Die seelische Entwicklung des Menschen im Kindes- und Jugendalter. Grundlagen, Erkenntnisse und pädagogische Folgerungen der Kinder- und Jugendpsychologie.* [Az ember lelki fejlődése gyermek és ifjúkorban. A gyermek és ifjúságpszichológia alapjai, felismerései és pedagógiai következtetései.] München, Ernst Reinhardt Verlag.
- RICHARD, GREG – WILSON, JULIE (2005): Új távlatok az ifjúsági és diákutaztatás területén. Jelentés a Nemzetközi Diákutaztatási Szövetség (ISTC) és az Idegenforgalmi és Szabadidős Oktatási Egyesület (ATLAS) számára. *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból.* Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola. 5–21. p.
- RICHARD, GREG – WILSON, JULIE (2007): Hátizsákos turizmus, avagy az ifjúsági turizmus napjainkban. *Turizmus Bulletin*, 11. évf. 3. sz. 28–38. p.
- Richards, Greg (2003): Az európai kulturális idegenforgalom termelése és fogyasztása. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia.* Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Ritzer, Georg (2003): A fogyasztás új arca – poszt turizmus és McDisneyzáció. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia.* Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Rubovszky Kálmán (2002): Informális nevelés a felnőttoktatás peremvidékén. In B. GELENCSÉR KATALIN ÉS PETHŐ LÁSZLÓ (szerk.) (2002): *Közművelődés és felnőttképzés. Írások Maróti Andor 75. születésnapjára.* Debrecen, Élethosszig Tartó Művelődésért Alapítvány.
- SCHMIDT, HERALD (1990): *Der deutsche Jugend-Tourist.* [A német ifjú turista.] Berlin, Verlag für universitäre Kommunikation.
- SCHÖNHAMMER, R. (1992): Youth Tourism as Appropriation of the World: A Psychological Perspective. [Ifjúsági turizmus mint a világ kisajátítása. Egy pszichológiai perspektíva.] *Phenomenology and Pedagogy*, no. 10. 19-27. p.
- SCHULZE, GERHARD (1992): *Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart.* [Élménytársadalom. A jelenkor kultúrszociológiája.] Frankfurt-New York Campus.
- SCHULZE, GERHARD (2000): Élménytársadalom. A jelenkor kultúrszociológiája. *Szociológiai Figyelő*, 4. évf. 1-2. sz. 135–157. p.
- Schulze, Gerhard (2003): A Német Szövetségi Köztársaság kulturális átalakulása. In WESSELY ANNA (szerk.) (2003): *A kultúra szociológiája.* Budapest, Osiris. 186-205. p.

- SCHUPPENER, HERING (2006): *Geburt einer neuen Urlaubergeneration*. [Egy új nyaralógeneráció születése.] http://www.wissen.dsft-berlin.de/Die_Geburt_einer_neuen_Urlaubergeneration/Info-16-520-4-4.0.html (letöltés dátuma: 2006.december 20.)
- SCITOVSKY TIBOR (1990): *Az örömtelen gazdaság*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Kiadó.
- Seaton, A. V. (2003): A társadalmi rétegződés hatása a turizmusban a háború óta. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Simmel, Georg (1973): A divat. In SIMMEL, GEORG (1973): *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Budapest, Gondolat, 473–508. p.
- SIMMEL, GEORG (2004): *A pénz filozófiája*. Budapest, Osiris Kiadó.
- SLATER, DON (2005): A fogyasztói kultúra körvonalai. *Replika*, 51-52. sz. 197–205. p.
- SOMLAI PÉTER (1997): *Szocializáció. A kulturális átörökítés és a társadalmi beilleszkedés folyamata*. Budapest, Corvina.
- SOMLAI PÉTER – TÓTH OLGA (2002): A házasság és család változásai az ezredforduló Magyarországon. *Educatio*, 11. évf. 3. sz. 339–348. p.
- STAGL, JUSTIN (2002): *Eine Geschichte der Neugier. Die Kunst des Reisens 1550-1800*. [A kíváncsiság története. Az 1550-1800 utazások művészete.] Wien, Böhlau Verlag.
- STEHRENBARGER, BRIGITTE (1986): *Junge Schweizer als Touristen*. [Fiatal svájciak mint turisták.] Bern, Verlag Peter Lang AG.
- SULYOK JUDIT (2005): Kulturális turizmus az európai városokban. *Turizmus Bulletin*, 9. évf. 3. sz. 18–29. p.
- SÜVEGES ANDRÁS (2007): *Fenntartható turizmus*. <http://www.mjvsz.hu/resourceb/5/09J0jmdtGf5Hj3vGI0EKPSXpw.pdf> (letöltés dátuma: 2007.június 20.) 1–4. p.
- SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA – LAKI LÁSZLÓ (szerk.) (2002): *Ifjúság2000 Tanulmánykötet*. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet.
- SZABÓ ILDIKÓ – FALUS KATALIN (2000): Politikai szocializáció Közép-Európai módra. A magyar sajátosságok. *Magyar Pedagógia*, 100. évf. 4. sz. 383–400. p.

- Szabó József – Durkó Mátyás (2006): Új utakon az integráló andragógia. In BALIPAP FERENC (szerk) (2006): *Az illegitim andragógusképzés megteremtője. In Memoriam Durkó Mátyás (1926-2005)*. Budapest, Magyar Művelődési Intézet. 64–73. p.
- Szapu Magda (2004): A zene mentén szerveződő mai ifjúsági csoportkultúrák. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCSÁK CSABA (szerk.) (2004): *Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben*. Szeged, Belvedere.
- SZEKSZÁRDI JÚLIA (et al.) (2000): A serdülők erkölcsi szocializációja. *Magyar Pedagógia*, 100. évf. 4. sz. 473–498. p.
- SZENTANNAI ÁGOTA (1999): Ifjúsági korszakváltás. *Web*, 2. évf. 4-5 sz. 13–28. p.
- Szijártó Zsolt (2000): A turizmus mint menedék. Képek és elképzelések a Káli medencében. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- Szijártó Zsolt (2003): Szimbólumtermelés – élménynyfogyasztás: a tér szerepe a turizmusban. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2003): *Helyeink, tárgyaink, képeink. A turizmus társadalomtudományos vizsgálata*. Budapest, Néprajzi Múzeum.
- SZIRA JUDIT (2007): *Új egyenlőtlenségek a tanuló társadalomban*.
<http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=nyitott-16-szira-uj> (letöltés dátuma: 2007. augusztus 5.)
- SZONDA IPSOS (2000): A felnőtt lakosság véleménye az aktív üdülési és kulturális tevékenységekről. *Turizmus Bulletin*, 4. évf. 4. sz. 38–42. p.
- SZÖLLŐS PÉTER (2005): *A turizmus társadalmi beágyazottsága*. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem.
- TAKÁCS VIOLA (2000): A szülők iskolai végzettsége és gyermekeik iskolázási terve. *Iskolakultúra*, 10. évf. 8. sz. 14–33. p.
- Takáts József (2000): Genus migrans. A turizmus kulturális azonosítása egy 1897-es szövegben. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- TASNÁDI JÓZSEF (2002): *A turizmus rendszere*. Szolnok, Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola.

- TÓT ÉVA (2002): A nem formális tanulás elismerése – szemlélet és módszerek.
Szakképzési Szemle, 18. évf. 2. sz. 178-193. p.
- TÓT ÉVA (2007): *A nem formális tanulás elismerése – szemlélet és módszerek*.
http://newsite.tpf.iif.hu/leonardo/docs/Elozetes_tudas.doc (letöltés dátuma: 2007. március 20.)
- TÖRÖK PÉTER (2002): E-turizmus: az internet és az e-business szerepének növekedése a turizmusban. *Turizmus Bulletin*, 6. évf. 1. sz. 16–22. p.
- TÖRÖK BALÁZS (2007): *A nem formális és az informális tanulás elismerése*.
http://www.tpf.hu/upload/docs/palyazatok/leonardo/Segedanyagok/2007-es_prioritasok/szovegek/informalis_nem_formalis.pdf (letöltés dátuma: 2007. március 20.)
- TÖRZSÖK KÁROLYNÉ (1997): Nyaralás? Üdülés? Táborozás?
Fejlesztő Pedagógia, 8. évf. 2. sz. 79–81. p.
- TRENCSENYI LÁSZLÓ (1997): Mozgalmak évada?
Új Pedagógiai Szemle, 47. évf. 11. sz. 31–34. p.
- UNWTO (2002): *Youth Outbound Travel of the Germans, the British and the French* [Német, brit és francia fiatalok külföldi utazásai.] Madrid, UNWTO.
- UNWTO (2007a): *Globális Etikai Turisztikai Kódex*.
www.unwto.org/code_ethics/pdf/languages/Hungary.pdf (letöltés dátuma: 2007. június 22.)
- UNWTO (2007b): *Manila Declaration*. [Manilai Nyilatkozat.]
<http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/1980%20Manila-eng.pdf> (letöltés dátuma: 2007. augusztus 21.)
- UNWTO (2008): *Definition of Tourism*. [A turizmus definíciója.]
http://www.mta.com.mt/uploads/1675/WTO_definition_of_tourism.pdf (letöltés dátuma: 2008. június 29.)
- URRY, JOHN (2007a): *A turisztikai érdeklődés*.
<https://www.turizmus.vein.hu/store/tourgaze2003.pdf> (letöltés dátuma: 2007. március 20.)
- URRY, JOHN (2007b): *Turizmus, utazás és modern személyiség*.
www.turizmus.vein.hu-store-turszocio-12_fogyasztas_2.mdi (letöltés dátuma: 2007. március 20.)

- URRY, JOHN (2007c): *Kulturális változások és a turizmus átstrukturálódása*.
www.turizmus.vein.hu-store-turszocio-09_statusszimbolum.mdi (letöltés dátuma 2007. március 20.)
- UTASI ÁGNES (1984): *Életstíluscsoportok, fogyasztási preferenciák. Rétegződés-modell vizsgálat. 5. kötet*. Budapest, MSZMP KB Társadalomtudományi Intézete.
- UTASI ÁGNES (2002): Társadalmi integráció és családi szolidaritás.
Educatio, 11. évf. 3. sz. 384–403. p.
- VAJDA ZSUZSANNA (2008): Tudáshalászat: Az internet és a tanulás.
Educatio, 17. évf. 2. sz. 241–252. p.
- VARGA ATTILA (2006): Diákok környezeti attitűdjei.
Iskolakultúra, 16. évf. 9. sz. 58–64. p.
- VARGA ATTILA (2009): *A környezeti nevelés helyzete a magyar közoktatásban*.
<http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=okologia-Varga-Kornyezeti> (letöltés dátuma 2009. május 20.)
- VÁRI PÉTER (et al.) (2002): Gyorsjelentés a PISA 2000 vizsgálatról.
Új Pedagógiai Szemle, 52. évf. 1. sz. 38–65. p.
- VASKOVICS LÁSZLÓ (2002): Családfejlődés a mai Európában.
Educatio, 11. évf. 3. sz. 349–364. p.
- VEBLEN, THORSTEIN (1975): *A dologtalan osztály elmélete*.
 Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- VIRÁG IRÉN (2008): *Az arisztokrácia neveltetése Magyarországon (1790-1848)*.
 Ph.D értekezés. Kézirat. Debrecen, Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete Könyvtára.
- WALLACE, CLAIRE (1998): Ifjúság, munka és oktatás a posztkommunista Európában:
 Út az individualizáció felé? *Korunk*, 6. sz. 5–12. p.
- WEBER, MAX (1998): *Tanulmányok*.
 Budapest, Osiris.
- WESSELY ANNA (1996): Élményhajhász társadalom.
Új-Symposion, 8. sz. 25–29. p.
- ZAHL, BENTE (et al.) (2003): *Urlaubsreisen von Kindern und Jugendlichen*. [Gyermekek és fiatalok nyaralásai.] Kiel, Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH. in Kooperation mit der Christian-Albrechts-Universität.

- Zinnecker, Jürgen (2006): Gyermekkor, ifjúság és szociokulturális változások a Német Szövetségi Köztársaságban. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCSÁK CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere.
- ZINS, ANDREAS H. (1996): *Psychographic Tools in Tourism Behaviour Models: A Cross Validation*. [Pszichografikus eszközök az idegenforgalmi viselkedési modellekben: egy kereszt megerősítés.] Budapest, Competitive Paper, EMAC.
- ZSOLNAI ANIKÓ (1998): A szociális kompetencia fejlettsége a serdülőkorban. *Magyar Pedagógia*, 98. évf. 3. sz. 187–210. p.

A táblázatok jegyzéke

Táblázatok:	oldalszám
1. sz. A turizmus hatásai a természeti és a társadalmi-kulturális környezetre	22
2. sz. A kemény és a szelíd turizmus összehasonlítása	23
3. sz. Turizmusformák	26
4. sz. A turizmus alanyi oldala	27
5. sz. A Maslow-féle szükségletpiramis az utazási motivációk tükrében	31
6. sz. A turisták tipizálása	33
7. sz. A pénz megszerzésének motivációi	35
8. sz. Magatartástípusok az anyagi javak kezelésében	36
9. sz. Célok, értékek, magatartásformák	45
10. sz. Az ifjúkori életkori események bekövetkezése (%)	49
11. sz. Életmódcsoportok összetétele	52
12. sz. A különböző értékrendű csoportok aránya a társadalmi-demográfiai szegmensekben	58
13. sz. A gyermek és ifjúsági üdülések fejlődése Nyugat és Kelet-Németországban 1960-1990 között	60
14. sz. A német fiatalok nyaralás alatti legfontosabb motivációi	63
15. sz. A német fiatalok és ifjú felnőttek nyaralása számokban	64
16. sz. Diszkóba, szórakozóhelyre való készülődés és ismerkedés közötti kapcsolat	66
17. sz. A lengyel ifjúsági turizmus jellemzői	67
18. sz. Cohen turistakategóriái	81
19. sz. Különbségek a tanulók és a látogatók között	98
20. sz. A mintakiválasztásra került iskolák és osztályaik	102
21. sz. A megkérdezettek középiskolai programtípus szerinti megoszlása	107
22. sz. Faktorok	162
23. sz. A kirándulások és az utazások legfontosabb jellemzői	205
24. sz. A főutazások legfontosabb jellemzői, 2003-2005 között	206
25. sz. A belföldi utak megoszlása úti cél szerint, 2005	208
26. sz. A magyar háztartások főutazásai, 2005	209
27. sz. Top 10 a férőhelyek alapján	211
28. sz. Top 10 a vendéglétszám alapján	211

29. sz. A Zánkai Ifjúsági Centrum által szervezett programok	212
30. sz. A 2006/2007-es tanév 11. évfolyamos diákjainak és osztályainak száma az egri középiskolákban	213

Az ábrák jegyzéke

Ábrák:	oldalszám
1. sz. A turizmus rendszere és környezete	24
2. sz. Az egyes életesemények bekövetkezése	
A bekövetkezett és tervezett életesemények átlagévben	50
3. sz. Baráti körrel nem rendelkezők településtípus szerint	51
4. sz. A pénzgyűjtés célja szerinti megoszlás a válaszolók százalékában	56
5. sz. A 2003-as évben nyaralók százalékos megoszlása	68
6. sz. A budapesti fiatalok nyaralásának megszervezése	69
7. sz. A budapesti fiatalok üdülése	70
8. sz. Tematikus parkok csoportosítása	83
9. sz. Az internetet használók aránya a kor szerint képzett csoportokban, 2005	95
10. sz. A szülők iskolai végzettsége	108
11. sz. Az anya iskolai végzettsége programtípus szerinti bontásban	109
12. sz. Együtt lakik...	110
13. sz. A lakóhely programtípus szerinti bontásban	111
14. sz. Testvér	112
15. sz. A család anyagi helyzete	114
16. sz. Családi nyaraló birtoklása	115
17. sz. Zsebpénz	116
18. sz. Munkavállalás a nyári szünidőben	118
19. sz. Nyelvvizsgák száma	119
20. sz. Az internet használata	121
21. sz. Barátok, szabadidő	123
22. sz. Az egyes értékek fontossága	124
23. sz. A nyaralás alatt fontosnak vélt dolgok	126
24. sz. Ha választhatna, legszívesebben utazna...	129
25. sz. Az első önálló nyaralás	130
26. sz. Az első önálló nyaralás programtípus szerinti bontásban	131
	202

27. sz. A nyaralás színhelye	132
28. sz. A nyaralásra pénzt gyűjtők az önálló nyaralóknál	133
29. sz. Nyári munkavállalás az önállóan nyaralóknál	134
30. sz. Az elutazás oka	135
31. sz. A családi nyaralások az elmúlt 3 évben (2004-2007)	137
32. sz. A családi nyaralás jellemzői	139
33. sz. A minden évben jelentkező családi utazások típusai	141
34. sz. A családi nyaralás megszervezése	143
35. sz. Tapasztalatszerzés	146
36. sz. Az önálló nyaralás lehetőséget ad...	147
37. sz. Az ötlethozók megoszlása	149
38. sz. Az internet használata az utazás megszervezéséhez	152
39. sz. Az internetes információforrások megoszlása	153
40. sz. Az önálló nyaralás megszervezése	154
41. sz. Az önálló nyaralás megszervezése időben	155
42. sz. A helyszín kiválasztását befolyásoló tényezők megoszlása	156
43. sz. A nyaralás alatt végzett tevékenységek	157
44. sz. A nyaralás alatt végzett tevékenységek megoszlása	158
45. sz. Meglátogatott fesztiválok	160

Mellékletek

Melléklet száma	oldalszám
1. sz. melléklet Jegyzet a magyar háztartások utazási szokásainak jellemzőiről	205.
2. sz. melléklet Ifjúsági szálláshelyek statisztikai adatairól	211.
3. sz. melléklet A 2006/2007. tanév 11. évfolyamos diákjainak és osztályainak száma az egri középiskolákban	213.
4. sz. melléklet Kérdőív a nyaralási szokásokról	214.
5. sz. melléklet A szerző publikációi, konferencia előadásai	222.

1. sz. melléklet

Jegyzet a magyar háztartások utazási szokásainak jellemzőiről

Jegyzetünk célja, hogy a magyar háztartások utazási szokásainak főbb jellemzőiről képet nyújtson, illetve a családi utazásokról részletesebb képet kapjunk.

Összehasonlító felmérések a magyar lakosság utazási szokásaira vonatkozóan 2003 óta készülnek azonos módszertannal, ezért közvetlenül a 2003-2005. évi adatok hasonlíthatóak össze (Polgár – Sulyok – Kiss 2006, 3-15). Megállapítható, hogy jelentős változás a három év során nem történt a kirándulók, az utazók arányát és a belföldi utazások legfontosabb úti céljait tekintve. Emelkedett viszont a külföldre utazók aránya, és az utazások hossza, különösen a belföldi utazásoké. Csökkent azonban az utazások és a kirándulások száma az utazók között.

A kirándulások és az utazások legfontosabb jellemzői

23. sz. táblázat

	2003	2004	2005
Kirándulások			
Kirándulók aránya (%)	66	61	65
Belföldi kirándulások száma a belföldön kirándulók között	7,4	7,2	5,5
Külföldi kirándulások száma a külföldön kirándulók között	2,67	1,27	2,08
Utazások			
Utazók aránya (%)	62	60	61
Belföldre utazók aránya (%)	67	67	62
Külföldre utazók aránya (%)	9	17	18
Mindkét helyre utazók aránya (%)	24	16	19
Utazások száma az utazók között	5,21	3,3	2,66
Belföldi utazások aránya (%)	89	83	79
Külföldi utazások aránya (%)	11	17	21
Belföldi utazások legfontosabb úti célja	Budapest- Közép- Dunavidék, Észak- Magyarország	Budapest- Közép- Dunavidék, Balaton Észak- Magyarország	Balaton, Budapest- Közép- Dunavidék, Észak- Magyarország
Külföldi utazások legfontosabb úti célja	Horvátország, Románia, Ausztria	Horvátország, Románia, Ausztria	Ausztria, Olaszország, Horvátország
Utazások hossza (nap)	3,1	4,1	4,97
Belföldi utazások hossza (nap)	2,7	3,6	4,45
Külföldi utazások hossza (nap)	6,6	6,6	6,95
Egy utazás költsége (Ft)	26 313	71 710	44 566

Forrás: Polgár – Sulyok – Kiss (2006, 3-15)

Az európai trendek arról számolnak be, hogy a főutazások – a háztartások által legfontosabbnak megnevezett utazás – hossza egyre inkább csökken, amely a táblázatból (24. sz. táblázat) is kiolvasható, és a több, rövidebb, szabadidős célú utazás válik jellemzővé, amelyeket jól mutatnak az egyre népszerűbbé váló hosszú hétvégék. Az internet használatának az aránya mind a belföldi, mind a külföldi utazás megszervezéséhez a három év során nőtt, és feltételezhetően a jövőben tovább fog emelkedni, az internethez való hozzáférésnek köszönhetően. A trendek szerint a tapasztalt turisták egyre inkább saját maguk állítják össze az egyes elemeket a közvetlen foglalás révén, mert az egyes szolgáltatásokat az utasok közvetlenül a világhálón keresztül is meg tudják vásárolni, és ez az utazási irodák szerepére is hatással lesz (ETC 2009).

A főutazások legfontosabb jellemzői, 2003-2005 között

24. sz. táblázat

	2003	2004	2005
Főutazások			
Főutazások aránya	50	44	43
Belföldi főutazások aránya (%)	69	64	61
Külföldi főutazások aránya (%)	31	36	39
Belföldi főutazások legfontosabb fő úti célja	Balaton, Észak- Magyarország, Budapest- Közép- Dunavidék	Balaton, Észak- Magyarország, Budapest- Közép- Dunavidék	Balaton, Észak- Magyarország, Budapest- Közép- Dunavidék
Külföldi főutazások legfontosabb fő úti célja	Horvátország Olaszország Románia	Horvátország Románia Görögország	Horvátország Olaszország Ausztria
Főutazások hossza	8,36	6,88	4,97
Belföldi főutazások hossza	9,57	6,25	5,37
Külföldi főutazások hossza	9,54	8,04	8,28
Résztevők száma	2,5	2,64	2,34
Egy belföldi főutazás költsége (Ft)	53 411	55 795	49 029
Egy külföldi főutazás költsége (Ft)	166 953	175 138	157 805
Utazási iroda által szervezett utazások aránya	15	14,5	18
A főutazás helyszínéről turisztikai információt gyűjtők aránya (%)	31	47	45,5
Internetet információforrásként használók aránya a belföldi főutazások esetében (%)	19	22	29,5
Internetet információforrásként használók aránya a külföldi főutazások esetében (%)	37	42	56,3

Forrás: Polgár – Sulyok – Kiss (2006, 3-15)

Elemzésünket 2005-ös adatok részletesebb elemzésével folytatjuk, a Központi Statisztikai Hivatal „*Számokban utazunk*” című kiadványa⁵⁸ (Puskás 2006, 18-20) és a Magyar Turizmus Zrt. megbízásából a M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság⁵⁹ által végzett felmérés alapján (M.Á.S.T 2006, 16-29).

A KSH felmérés (Puskás 2006, 19) a belföldi utazások – azon belül mind a szabadidős, mind a hivatásturizmust figyelembe véve – motivációját vizsgálta, és elmondható, hogy a motiváció a különböző időtartamú utaknál eltérő volt (25. sz. táblázat). Legfontosabb célként a rokon- és barátlátogatás szerepelt. Az egynapos utak 31,5 százaléka, a kettő-négynapos utak 58 százaléka, az öt- és több napos utak pedig 32 százaléka volt ilyen. A kettő-négy napos utaknál a rokon- és barátlátogatáson kívül gyakori volt a vízparti üdülés is (19 százalék). Az öt- és több napos utazások elsősorban a nyaraláshoz, kikapcsolódáshoz kötődtek. Az ilyen időtartamú utak 28 százaléka vízparti, míg 15 százaléka hegyvidéki üdülés volt. Az utazás megszervezéséhez a belföldi utazásoknál a többség nem vett igénybe utazási irodát, az utazások mindössze egy százaléka volt szervezett út. Az utazók iskolai végzettségét tekintve kétharmaduk a közép- és felsőfokú végzettségűek közül került ki. Az életkor szerinti megoszlásról elmondható, hogy az utazás szempontjából a legaktívabb korosztály a 25–44 évesek voltak (az utazások 32 százalékaival), őket követték a 45–64 évesek (az utazások negyedével).

⁵⁸ A KSH 2003 júniusától kezdődően negyedévenként 12 ezer háztartást keres fel és kérdezik arról őket, hogy az elmúlt három hónapban részt vettek-e a turizmus valamely formájában. Ha nem utaztak az elmúlt időszakban, akkor azt kérdezték, melyek voltak azok a körülmények, amelyek ezt nem tették lehetővé (Puskás 2006).

⁵⁹ A Magyar Turizmus Zrt. megbízásából a M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság a magyar lakosság utazási szokásait feltáró kutatást végzett 1000 fős, a 18 év feletti lakosságra megye, településméret, nem és kor szerint *országosan* reprezentatív mintán. A kutatás az adatfelvételt megelőző 12 hónap egy – és többnapos utazásait vizsgálta. Mivel az utazások jellemzően több családtagot is érintenek, a háztartás utazási szokásai kerültek vizsgálatra (M.Á.S.T. 2006, 16-29)

A belföldi utak megoszlása úti cél szerint, 2005

25. sz. táblázat

Motiváció	Egynapos	2-4 napos	5 és többnapos	Összes
Utazások aránya, %				
Vízparti üdülés	3,0	19,3	28,4	5,2
Hegyvidéki üdülés	1,3	3,5	15,3	1,9
Falusi turizmus	0,1	1,5	2,3	0,3
Városnézés	1,9	1,3	1,5	1,8
Rokon, barát meglátogatása	31,5	58,0	31,5	33,8
Iskolai tanulmányút, tábor	0,6	0,7	1,5	0,6
Egészségmegőrzés	0,7	1,3	2,9	0,8
Konferencia, kongresszus	0,4	1,0	0,3	0,5
Üzleti út, kiállítás, vásár	1,9	1,0	0,3	1,8
Kulturális rendezvény, sportrendezvény	1,2	0,9	0,4	1,1
Vallási okok	0,5	0,2	0,1	0,5
Vásárlás	25,2	0,2	0,1	22,3
Tanulás	3,3	1,3	6,5	3,2
Munkavégzés	13,5	1,8	3,4	12,1
Hobbi jellegű munkavégzés	1,4	6,3	3,9	1,9
Egyéb	13,6	1,7	1,7	12,1
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: Puskás (2006, 18-20)

A külföldi és belföldi főutazások tekintetében a fent említett Magyar Turizmus Zrt. által készült 2005-ös felmérésre támaszkodunk (M.Á.S.T 2006). A rendelkezésre álló adatok alapján a magyar háztartások legfontosabbnak nevezett utazását, az úgynevezett főutazást vizsgálhatjuk meg részletesen (26. sz. táblázat). A résztvevők motivációját, a végzett tevékenységek rangsorát tekintve a külföldi és belföldi főutazásoknál jelentős különbségekkel nem találkozunk. A tartózkodás szempontjából jellemző volt, hogy az utazást a résztvevők egy helyszínen töltötték. A főutazás hossza a belföldi főutaknál rövidebb volt, mint a külföldi főutazások esetében. Különbség leginkább az utazás megszervezésének módja között található. Külföldi utazás megszervezéséhez gyakrabban igénybe vették az utazási irodát, azonban az internetet is magasabb arányban használták az információgyűjtés szempontjából. Belföldön jelentős a rokon és baráti látogatás – ez kihat a szálláshelyek igénybevételére is, azaz az utazók jellemzően nem vettek igénybe kereskedelmi szálláshelyet – addig a külföldi főutazásnál ez az arány 15 százalékos csupán. A következő táblázat segítségével ennek bemutatására törekszünk, a **főbb jellemzők** kiemelésével.

A magyar háztartások főutazásai, 2005

26. sz. táblázat

	Belföldi főutazás	Külföldi főutazás
Résztevők motivációja	Vízparti üdülés (39,6%) Ismerősök, rokonok felkeresése (29,8%)	Vízparti üdülés (43,5%) Városlátogatás (15,2%) Ismerősök, rokonok felkeresése (11,5%) Hegyvidéki üdülés 10,8%
Végzett tevékenységek rangsora	Passzív pihenés (75,0%) Strandolás, fürdőzés (54,3%)	Passzív pihenés (66,2%) Városlátogatás (65,4%) Strandolás (58,2%), természeti (57,9%) és kulturális (58,4%) látnivalók
Úticél	Balaton (39,6%) Észak-Magyarország régió (13,5%) Budapest-Közép-Dunavidék (9,4%)	Horvátország (15,3%) Olaszország (13,4%) Ausztria (11,8%) Bulgária (6,2%)
Az úti cél kiválasztásakor a legfontosabb mérlegelési szempont	Korábbi tapasztalat (35,5%) A régió kedvező természeti adottságai (34,5%) Meghívás (32,9%) A válaszadók átlagosan 2,5 szempontot neveztek meg.	Az úticél természeti adottsága (50,2%) Kedvező éghajlat(42,0) Korábbi kedvező tapasztalat (34,0%) Az ismerősök, rokonok ajánlása (33,5%) A válaszadók átlagosan 3,5 szempontot neveztek meg.
A konkrét úti célról döntés	Egy-két hónappal az utazás előtt (33,9%) Néhány nappal az utazás előtt (14,2%) A többség 1-4 héttel a főutazás előtt választotta ki úti célját.	Egy-két hónappal az utazás előtt (56,2%) Néhány nappal az utazás előtt (5,7%) 1-2 héttel a főutazás előtt (6,6%)
A főutazás hossza	4 éjszakánál rövidebb volt (36%) A válaszadók átlagosan 5,37 éjszakát töltöttek otthonuktól távol a főutazás során. A belföldi főutazáson átlagosan 2,47 fő vett részt.	6 éjszakánál rövidebb volt (29,5%) Az ennél hosszabb külföldi főutazások aránya 32,4%. A válaszadók átlagosan 8,28 éjszakát töltöttek a külföldi főutazás során otthonuktól távol. Egy külföldi főutazáson átlagosan 2,15 fő vett részt.
Megközelítés	Személygépkocsival (70,2%) Vonattal (19,2%)	Személygépkocsival (43,2%) Repülővel (22,5%) Busszal (21,5%)
Szállás	<i>Szálláshely nem volt fizetős</i> (55,1%) ebből: 39,3% ingyenes rokon, baráti szállás, 10,2% saját telek, nyaraló, 5,0% vállalati üdülő, 0,6% vadkempingezés. <i>A fizetős szálláshelyek közül:</i> Szálloda (11,5%) Fizető magánszállás (11%) Panzió (7,2%), Kemping (4,4%)	<i>Szálláshely nem volt fizetős</i> (15,7%) <i>A fizetős szálláshelyek közül:</i> Szálloda (30,3%) Apartman (20,8%)
Ellátás	Nem vett igénybe szálláshoz kapcsolódó ellátást (73,2%) Saját maga gondoskodott az ellátásáról (43,3%) A meglátogatott rokonok, ismerősök gondoskodtak róla. (29,9%)	Nem vett igénybe szálláshoz kapcsolódó ellátást (59,8%) Saját maga gondoskodott az ellátásáról (47,5%) A meglátogatott rokonok, ismerősök gondoskodtak róla. (12,4%) Azok körében, akik igénybe vettek ellátást, a félpanzió volt a legnépszerűbb (25,5%).
Szervezés	Önállóan szervezett (84,2%) Utazási iroda is részt vett (5,5%) Egyéb intézmény: (10,3%) A kik mégis igénybe vették az utazási irodák szolgáltatásait, a leggyakrabban szállást igényeltek.	Önállóan szervezett (53,2%) Utazási iroda is részt vett (37,1%) Egyéb intézmény: (9,7%) A kik utazási irodához fordultak, a leggyakrabban szállást (44,2%) foglaltak. A válaszadók az utazási irodáktól jellemzően két-három (átlagosan 2,6) szolgáltatást vettek igénybe.

Költség	Egy belföldi főutazás átlagosan 49 029 forintba került. Az egy főre jutó utazási kiadás 20 592 forint volt.	Egy külföldi főutazás átlagosan 157 805 forintba került. Az egy főre jutó utazási kiadás 75 992 Ft volt.
Információgyűjtés	Előzetesen gyűjtött információt (29,5%) Az utazás előtt és közben is (7,9%) Csak az utazás közben (3,5%) Prospektusokból (44,0%) Korábban ott járt ismerősöktől (43,4%) Térképekből (34,0%) Az internetet 29,5% vette igénybe.	Előzetesen gyűjtött információt (70,4%) Az utazás előtt és közben is (37,6%) Csak előtte gyűjtött információt (29,2%) Csak az utazás közben (3,6%) Prospektusokból (54,7%) Útikönyvekből (49,7%) Korábban ott járt ismerősöktől (48,3%) Térképekből (44,8%) Az internetet 56,3 % vette igénybe.

Forrás: M.Á.S.T. (2006, 16-29), rövidített

2. sz. melléklet

Ifjúsági szálláshelyek statisztikai adatairól

Jelen melléklet az ifjúsági szálláshelyekről kíván képet nyújtani. Az adatok összegzésének célját képezi az is, hogy érzékeltesék az ifjúsági turizmusban jelenlevő szolgáltatók súlyát. A Táboroztatók Országos Konferenciáján (TOK) évről évre elkészítik TOP 10 táblázatsorban azokat a szálláshelyeket, amelyek a legtöbb ifjúsági férőhellyel rendelkeznek, illetve a vendégforgalom alapján a legjelentősebb adatokat mutatják. A táblázatokban bemutatott adatokat a szálláshelyek szolgáltatják.

TOP 10 a férőhelyek alapján

27. sz. táblázat

Sor sz.	Szálláshely / üzemeltető neve	Megye/ főváros	Férőhely	
			összes	szezonális
1.	Zánkai Gyermek és Ifjúsági Centrum Kht.	Veszprém	2.812	2.212
2.	Somogy Megyei Gyermektábor	Somogy	1.888	1.888
3.	Zalatour Kemping	Zala	1.174	1.136
4.	Hajdútourist Kemping	Hajdú	1.095	1.095
5.	Csillebérci Szabadidő Központ	Budapest	994	930
6.	Füzes Camping	Jász-N.-Sz.	965	965
7.	Hotel Ezüspart	Somogy	610	210
8.	MÁV Rt. Üdülő	Veszprém	572	72
9.	Hotel Touring	Budapest	500	-
10.	Strand Kemping	Nógrád	470	412

Forrás: TOK 2004

TOP 10 a vendéglétszám alapján

28. sz. táblázat

Sor sz.	Szálláshely / üzemeltető Neve	Megye/ Főváros	Belföldi Vendéglétszám
1.	Zánkai Gyermek és Ifjúsági Centrum Kht.	Veszprém	32.351
2.	Csillebérci Szabadidő és Ifjúsági Központ Kft.	Budapest	20.451
3.	Somogy Megyei Gyermektábor	Somogy	14.766
4.	Hotel Touring	Budapest	10.907
5.	Füzes Camping	Jász-N.-Sz.	10.691
6.	Hunguest Hotel Szilvás	Heves	6.304
7.	Ifjúsági Üdülő	Veszprém	6.103
8.	Öreg-Tó Club Hotel	Komárom-E.	4.911
9.	Imókő Üdülő	Heves	4.461
10.	Hajdútourist Kemping	Hajdú-B.	4.362

Forrás: TOK 2004

A fenti táblázatok alapján az első helyen álló Zánkai Gyermek és Ifjúsági Centrumot választottuk részletesebb bemutatásunk tárgyául.

A Zánkai Ifjúsági Centrum által szervezett programok

29. sz. táblázat

Egyéni táborok	Megcélzott célcsoport
Balaton-parti Vakáció	8-14 éves korosztály
Bűvész Tábor	8-14 és 15-30 éves korosztály
Carlos Brazil Foci Tábor	7-15 éves korosztály
Divat Tábor	12-16 éves korosztály
Hastánc Tábor	10-14 éves korosztály
Íjász Tábor	10-16 éves korosztály
Jóga Tábor	Nincs adat
Kézműves Tábor	10-18 éves korosztály
Média Tábor	10-18 éves korosztály
Modell Tábor	7-23 éves korosztály
Művész Tábor	8-16 éves korosztály
Nagyi és családi Tábor	Nincs adat
Nyelvi Tábor	18-12 és 12-16 éves korosztály
Tenisz Tábor	6-18 éves korosztály
Természetismereti Tábor	10-18 éves korosztály
Túlélő tábor	Nincs adat
Strandröplabda Tábor	12-18 éves korosztály
Vitorlás Tábor	12-18 éves korosztály
Csoportos táborok	
Erdei Iskola	Általános- és középiskolás diákcsoportok számára
Nyári Vakáció	Óvodai, iskolai gyermek és ifjúsági csoportok tagjait 26 éves korig felnőtt kísérővel.
Örökmozgó Edzőtábor	Aktív pihenésre vágyó sportkedvelő fiatalok felnőtt kísérővel.

Forrás: www.zanka.hu

3. sz. melléklet

A 2006/2007. tanév 11. évfolyamos diákjainak és osztályainak száma az egri középiskolákban

30. sz. táblázat

Középiskola	Gimnázium		Szakközépiskola		Szakiskola	
	osztály	fő	osztály	fő	osztály	fő
Szilágyi Erzsébet Gimnázium	4 – 15,4%	131 – 16,3%				
Neumann János Szakközépiskola és Gimnázium	7 – 30,0%	187 – 23,2%	4 – 12,5%	92 – 11,0%		
Dobó István Gimnázium	5 – 19,0%	164 – 20,4%				
Sancta Maria Gimnázium	1 – 3,8%	32 – 3,9%				
Pásztortölgyi Gimnázium	2 – 7,7%	58 – 7,2%				
Gárdonyi Géza Gimnázium és Szakközépiskola	4 – 15,4%	130 – 16,2%	1 – 30,1%	28 – 3,3%		
Eszterházy Károly Főiskola Gyakorló Gimnáziuma	2 – 7,7%	67 – 8,3%				
Wigner Jenő Szakközépiskola			4 – 12,5%	111 – 13,3%		
Andrássy György Szakközépiskola			5 – 15,6%	124 – 14,9%		
Kossuth Zsuzsa Szakközépiskola és Szakiskola	1 – 3,8%	33 – 4,1%	2 – 6,2%	58 – 6,9%	1 – 8,3%	30 – 8,9%
Bornemissza Gergely Szakközép és Szakiskola			2 – 6,2%	49 – 5,9%	1 – 8,3%	26 – 7,8%
Egri Kereskedelmi és Vendéglátóipari Szakközépiskola és Szakiskola			5 – 15,6%	102 – 12,2%	7 – 58,3%	203 – 60,1%
Szent Lőrinc Szakközépiskola és Szakiskola			3 – 9,4%	100 – 11,9%	2 – 16,7%	45 – 13,4%
Eventus Szakközépiskola és Szakiskola			3 – 9,4%	78 – 9,3%		
IQpont Szakközépiskola és Szakiskola			2 – 6,2%	53 – 6,3%	1 – 8,3%	31 – 9,2%
Kontawig Szakközépiskola és Szakiskola			1 – 3,1%	39 – 4,7%		
Összesen (egy-egy programtípuson belül)	26 – 100%	802 – 100%	32 – 100%	834 – 100%	12 – 100%	335 – 100%
Összesen (összes programot együtt nézve):						
- összes diákon belül		40,7%		42,3		17,0%
- összes osztályon belül	37,1%		45,7%		17,1%	

Forrás: Eger Megyei Jogú Város Köznevelési Iroda. Eger, 2007.

Kérdőív a nyaralási szokásokról

A kérdőív kitöltése önkéntes és névtelen!

Kedves középiskolás diák!

Kérdőíves felmérésünk a Debreceni Egyetem Neveléstudományi Doktori Programjának keretében készül, és a kutatás a középiskolások utazási, nyaralási szokásainak a megismerését, vizsgálatát választotta céljául. A kérdőívet névtelenül kérjük kitölteni, az eredmények összesítve kerülnek a doktori értekezésben felhasználásra. Munkánk sikerességét válaszaiddal nagymértékben segíted, ezért segítő munkádat előre is köszönöm.

Simándi Szilvia
doktorjelölt

I. Általános és szabadidőre vonatkozó információk.

Kérlek, karikázd be a válaszod sorszámát!

1. A kitöltő neme: 1. Fiú vagyok.
2. Lány vagyok.
2. Kollégista vagy? 1. Igen, mert egy másik városban lakom.
2. Igen, és egyébként faluban lakom.
3. Nem, mert Egerben lakom.
4. Nem, mert bejáró vagyok.
3. Kivel élsz egy háztartásban?
1. Szüleimmel (nevelőszüleimmel) és együtt élnek.
2. Édesapámmal (nevelőapámmal) élek.
3. Édesanyámmal (nevelőanyámmal) élek.
4. Egyéb: _____

4. A szülők (a 3. kérdésnél adott válasznak megfelelően) legmagasabb iskolai végzettsége:

Apa	Anya
1. Nyolc általános iskolai osztály, vagy annál kevesebb.	1. Nyolc általános iskolai osztály, vagy annál kevesebb.
2. Szakmunkásképző.	2. Szakmunkásképző.
3. Szakközépiskola.	3. Szakközépiskola.
4. Gimnázium.	4. Gimnázium.
5. Főiskola, egyetem.	5. Főiskola, egyetem.

5. Van testvéred? (Egy válasz lehetséges!)
1. Igen, és idősebb nálam.
2. Igen, és fiatalabb nálam.
3. Igen, és középső gyerek vagyok.
4. Egyéb: _____
5. Nincs.

6. Rendelkeztek saját nyaralóval? (Egy válasz lehetséges!)

1. Igen, víkendházunk van.
2. Balatoni, tóparti nyaralónk van.
3. Külföldön van nyaralónk.
4. Nem, mert üdülési joggal rendelkezünk.
5. Nem.
6. Egyéb: _____

7. Van-e olyan baráti köröd, társaságod, akikkel gyakran vagy együtt nyáron a szabadidődben? (Egy válasz lehetséges!)
1. Nincs.
2. Vannak barátaim, de nem sok (szabad)időt töltünk együtt.
3. Igen, mert sok barátom és sok szabadidőm van.
4. Nincs szabadidőm.

8. Kérem, jelöld be, ha rendelkezel nyelvvizsga bizonyítvánnyal! Választásod karikázd be! (Több válasz lehetséges!)

	alapfok		középfok		felsőfok	
Nyelv:	írásbeli	szóbeli	írásbeli	szóbeli	írásbeli	szóbeli
Angol	1	2	3	4	5	6
Német	1	2	3	4	5	6
Egyéb: _____	1	2	3	4	5	6

9. Hogyan ítéled meg a családot anyagi helyzetét? (Egy válasz lehetséges!)
1. Gond nélkül élünk.
 2. Beosztással jól kijövünk.
 3. Jövedelmünkől éppen, hogy kijövünk.
 4. Hónapról hónapra anyagi gondokkal küzdünk.
 5. Nélkülözések közepette élünk.
 6. Nem tudom megítélni.

10. Szoktál internetezni? (Egy válasz lehetséges!)
1. Minden nap.
 2. Hetente többször.
 3. Hetente egyszer.
 4. Havonta többször.
 5. Havonta egyszer vagy ritkábban.
 6. Nem internetezek.

11. Mennyire fontosak számodra a következő dolgok a nyaralás során? Karikázd be a választásod!

	Tényező	egyáltalán nem fontos	kevésbé fontos	inkább fontos	nagyon fontos
1.	Ismerkedés.	1	2	3	4
2.	Új dolgok tanulása, megismerése.	1	2	3	4
3.	Pihenés.	1	2	3	4
4.	Más kultúrák megismerése.	1	2	3	4
5.	Önállóság.	1	2	3	4
6.	Flörtölés.	1	2	3	4
7.	Jól érezni magam a barátaimmal.	1	2	3	4
8.	Izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni.	1	2	3	4
9.	Azt tenni, amit akarok.	1	2	3	4
10.	Bulizás.	1	2	3	4
11.	Kulturális programlehetőségek. (színház, világörökségek, múzeumok)	1	2	3	4
12.	Természeti környezet megismerése.	1	2	3	4

12. Szoktál zsebpénzt kapni? Karikázd be a választásod! (Egy válasz lehetséges!)
1. Igen, havonta egyszer előre meghatározott összeget.
 2. Havonta egyszer, de nem meghatározott összeget (amennyire éppen szükségem van).
 3. Bármikor kapok pénzt, ha kérek.
 4. Nem.

13. Vállaltál az idén nyári munkát? Karikázd be a választásod! (Egy válasz lehetséges!)
1. Igen, 1-2 hétig.
 2. Igen, 3-4 hétig.
 3. Igen, 4 hétnél többet.
 4. Nem.

14. Tettél már félre pénzt nyaralásra? Karikázd be a választásod! (Egy válasz lehetséges!)
1. Igen.
 2. Nem, mert nincs rá szükségem.
 3. Nem, mert nem tudok.
 4. Egyéb válasz: _____

15. Voltál-e nyaralni ezen a nyáron...? (Folytatás a táblázatban.) Karikázd be a választásod!

Sorszám		Igen	Nem
1.	... szüleiddel?	1	2
2.	... más családtaggal (családtagokkal)?	1	2
3.	... barátaiddal, ismerőseiddel?	1	2
4.	... iskolád szervezésben?	1	2
5.	... valamilyen egyesület szervezésében (pl. sportegyesület)?	1	2
6.	... egyéb válasz: _____	1	2

16. Ha választhatnál, kivel mennél legszívesebben nyaralni? Kérlek, add meg a 15-ös kérdésnél megjelölt válaszok közül a számodra legkedvesebbet!

A választásom sorszáma: _____

17. Mennyire fontosak számodra a következő értékek? 1 = *egyáltalán nem fontos*, 4 = *nagyon fontos* (Egy válasz lehetséges!)

	Érték	Egyáltalán nem fontos	Kevésbé fontos	Inkább fontos	Nagyon fontos
1.	A hagyományok tisztelete.	1	2	3	4
2.	Hatalom.	1	2	3	4
3.	Vallásos hit.	1	2	3	4
4.	Nemzet szerepe.	1	2	3	4
5.	Gazdagság.	1	2	3	4
6.	Társadalmi rend.	1	2	3	4
7.	A szépség világa.	1	2	3	4
8.	Változatos élet.	1	2	3	4
9.	Vezetés és döntésre való jog.	1	2	3	4
10.	Érdekes élet.	1	2	3	4
11.	Kreativitás.	1	2	3	4
12.	Egység a természettel.	1	2	3	4
13.	Udvariasság.	1	2	3	4
14.	Szabadság.	1	2	3	4
15.	Belső harmónia.	1	2	3	4
16.	Békés világ.	1	2	3	4
17.	Igaz barátság.	1	2	3	4
18.	Szerelem, boldogság.	1	2	3	4
19.	Családi biztonság.	1	2	3	4

II. A kérdőívnek a következő részében a közös családi utazásokat és nyaralásokat szeretnénk megismerni.

18. A legutolsó családdal történt utazásnál hogyan történt az utazás megszervezése? Karikázd be a választásod! (Egy válasz lehetséges!)

1. Barátok, ismerősök információi alapján.
2. Egyénileg történt, Internet segítségével.
3. Utazási iroda bevonásával.
4. Nem tudom.

19. Hányszor utaztatok el kirándulni vagy nyaralni a családdal együtt az elmúlt 3 évben (2005-2007 között)? Karikázd be a választásod! (Egy válasz lehetséges!)

1. Egyyszer sem.
2. 1-2 alkalommal.
3. 3-5 alkalommal.
4. 5-nél több alkalommal.

20. Van-e olyan utazás, amelyen minden évben részt vesztek? Ha, igen, mi az? Karikázd be a választásod!

		Igen	Nem
1.	A nem egy településen lakó nagyszülők, rokonok meglátogatása	1	2
2.	Síelni járunk.	1	2
3.	Valahová mindig elutazunk nyaralni.	1	2
4.	Egyéb:	1	2

21. Melyik kijelentés illik Rád és melyik nem? Karikázd be a választásod!

		Igaz	Nem igaz
1.	A családukbán megszokott dolog a nyaralás.	1	2
2.	Minden évben törekszünk arra, hogy közösen elutazzunk valahová.	1	2
3.	Ha tehetnénk, egy évben többször is közösen elutaznánk.	1	2
4.	Szüleim és én külön nyaraltunk az utóbbi 3 évben	1	2
5.	Az úti cél kiválasztásánál az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe vesszük.	1	2
6.	Általános iskolás koromban inkább jellemző volt a közös családi nyaralás.	1	2

III. A kérdőívnek ebben a részében a barátokkal (felnőtt kíséret nélküli) történő utazásodról (nyaralásról, kirándulásról, fesztiválozásról) szeretnénk képet kapni.

22. a Voltál már a szüleid nélkül, a barátaiddal nyaralni, kirándulni vagy fesztiválozni?

1. Igen.
2. Nem → Ugrás a 23-as kérdésre!

22. b. Idén utaztál el először a szüleid nélkül?

1. Igen.
2. Nem. → Ugrás a 22. c. kérdésre!

22. c. Ha nem, hány éves korodban engedtek el először a szüleid a barátaiddal?

1. 14 évesen.
2. 15 évesen.
3. 16 évesen.
4. 17 évesen.
5. Egyéb: _____

23. Amennyiben **nem voltál** még barátaiddal nyaralni, fesztiválozni, kirándulni, annak mi az oka? Karikázd be a válaszaidat! → Utána ugrás a 36-os kérdésre!

		Igaz	Nem igaz
1.	Szüleim nem engednek el.	1	2
2.	Nincs kivel elmennem.	1	2
3.	Nincs rá igényem, nem is akarok.	1	2
4.	Anyagi okok miatt.	1	2
5.	Egyéb válasz:	1	2

24. Milyen fesztiválon vettél eddig részt? Karikázd be a válaszaidat!

		Igen	Nem
1.	Sziget Fesztivál	1	2
2.	Hegyalja Fesztivál	1	2
3.	Budapest Parádé	1	2
4.	Művészetek Völgye (Kapolcs)	1	2
5.	EFOTT	1	2
6.	Sportsziget	1	2
7.	Más magyarországi fesztiválon	1	2
8.	Más, nem magyarországi fesztiválon	1	2

25. Mennyire értesz a következő állításokkal egyet? Választásod karikázd be!
(Osztályozd egytől-négyig, **1: azt jelenti, hogy egyáltalán nem értesz egyet, a 4: azt jelenti, hogy teljesen egyetértesz**)

Az önálló, barátokkal történő (felnőtt kíséret nélküli) nyaralás során:

1.	A nyaralás alatt önállóan érzem magam.	1	2	3	4
2.	Lehetőséget nyújt önmagam jobb megismerésére.	1	2	3	4
3.	Szervezést, odafigyelést igényel.	1	2	3	4
4.	Alkalmazkodóképességet, együttműködést igényel.	1	2	3	4
5.	Szükséges egyfajta munkamegosztás. (Például, amikor magatok főztek)	1	2	3	4
6.	Sok gonddal, nehézséggel jár.	1	2	3	4
7.	Veszélyes, mert nem lehet megbízni az emberekben.	1	2	3	4
8.	Mindig lehet új dolgokat tanulni.	1	2	3	4
9.	Felszabadultabbak lehetünk, mint a szülőkkel történő nyaraláskor.	1	2	3	4
10.	Az utazás során szerzett ismeretek, tapasztalatok segítik az iskolai tanulmányaim keretében tanultak mélyebb megértését, rögzülését.	1	2	3	4
11.	Barátaimat jobban, alaposabban megismerhetem.	1	2	3	4

Figyelem! A 26 – 34. feltett kérdések, amennyiben többször utaztál már barátaiddal el, az általad legfontosabbnak ítélt utazásra vonatkoznak!

26. Hol nyaraltatok, hová utaztatok? (Egy válasz lehetséges!)

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. Külföldön, szomszédos országban. | 2. Külföldön, nem szomszédos országban. |
| 3. Nyugat-Magyarországon. | 4. Kelet-Magyarországon. |
| 5. Tisza-tónál. | 6. Balatonnál. |
| 7. Budapesten. | 8. Egyéb: _____ |

27. Milyen célból utaztatok el a barátaiddal? Karikázd be a válaszaidat!

		Igen	Nem
1.	Otthonról kicsit kimozduljunk.	1	2
2.	„Világot” lássunk.	1	2
3.	Fesztiválon, programon részt vegyünk.	1	2
4.	Nem szeretek otthon lenni.	1	2
5.	Egyéb válasz: _____	1	2

28. Mikor kezdtétek szervezni az utazásokat? (Egy válasz lehetséges!)

- | | |
|-------------------------|-----------------------------|
| 1. Félévvel hamarabb. | 2. 1 hónapon belül. |
| 3. 1-3 hónappal előtte. | 4. Csak az utolsó napokban. |

29. Mi alapján választottátok ki a helyszínt? Karikázd be a válaszaidat!

		Igaz	Nem igaz
1.	Már jártam, jártunk ott korábban is.	1	2
2.	Az ára alapján.	1	2
3.	Barátaim ajánlották.	1	2
4.	Felnőttek ajánlották.	1	2
5.	Ismeretszerzési lehetőségek.	1	2
6.	Új dolgokkal is meg tudjunk ismerkedni.	1	2
7.	Az általunk választott rendezvény helyszíne volt.	1	2
8.	Egyéb: _____	1	2

30. Az utazás megtervezéséhez, információszerzéshez használtad az Internetet? (Egy válasz lehetséges!)

1. Igen.
2. Nem, mert nem volt információra szükségünk.
3. Nem, mert más módon szereztem információt, mégpedig: _____
4. Egyéb válasz: _____

31. Az interneten hol találtál információt? Karikázd be a válaszaidat!

	Igen	Nem
Utazási irodák honlapján.	1	2
Google, vagy más kereső segítségével.	1	2
Szálláskereső honlapokon.	1	2
Az adott település honlapján.	1	2
Fórumokon.	1	2
Nem kerestem az interneten információt.	1	2
Egyéb:	1	2

32. Milyen tevékenységeket végeztetek a nyaralásotok ideje alatt? Karikázd be a válaszaidat!

	Igen	Nem
1. Pihenés, semmittevés.	1	2
2. Természeti látnivalók megtekintése.	1	2
3. Strandolás, fürdőzés, vízi sportok.	1	2
4. Műemlékek, múzeumok meglátogatása.	1	2
5. Vásárlás.	1	2
6. Helyi ételek megkóstolása, borkóstolás.	1	2
7. Világörökség megtekintése.	1	2
8. Rokonok, ismerősök felkeresése.	1	2
9. Hobbij gyakorlása.	1	2
10. Bulizás, diszkó, tánc.	1	2
11. Kulturális rendezvények meglátogatása.	1	2
12. Nyelvgyakorlás.	1	2
13. Ismerkedés.	1	2
14. Egyéb:	1	2

33. Mennyire volt megszervezve a nyaralás? (Egy válasz lehetséges!)

1. Részletesen, alaposan.
2. Elég részletesen, de spontán elemeket is tartalmazott.
3. Spontán módon, nem szerveztük meg előre.
4. Egyéb válasz: _____

34. Kinek az ötlete volt a barátokkal történő nyaralás? Karikázd be a válaszaidat!

	Igen	Nem
1. Enyém, saját ötlet volt.	1	2
2. Barátaim ötlete volt.	1	2
3. Szüleim javasolták.	1	2
4. Testvérem ötlete volt.	1	2
5. Egyéb válasz:	1	2

35. Az utazás során szereztél olyan tapasztalatokat, amelyeket majd a későbbiekben tudsz hasznosítani?

1. Igen.

2. Nem.

36. Hogyan folytatnád a mondatot? A barátokkal történő nyaralás azért volt jó, mert:

(Ha még nem nyaraltál együtt barátaiddal, akkor azt írd le, szerinted miért lenne jó velük nyaralni!)

37. Mi volt számodra a legemlékezetesebb helyzet a barátaiddal történő nyaralás során?

Köszönöm a segítségedet!

5. sz. melléklet

A szerző publikációi, konferencia előadásai

A szerzőnek a dolgozat témájához kapcsolódó lektorált publikációi:

- Simándi Szilvia (2009): A turista élmény és tanulás. In Bajusz Bernadett (et al.) (2009): *Professori Salutem. Tanulmányok a 70 éves Kozma Tamás tiszteletére*. Debrecen, Doktoranduszok Kiss Árpád Közhasznú Egyesülete. 63-70. p. (ISBN 978 963 473 273 0)
- Simándi Szilvia – Juhász Erika (2008): Autonóm tanulás és turizmus összefüggései egy kutatás tükrében. *Educatio*, 17. évf. 2. sz. 301-307. p. (ISSN 1216-3384)
- Simándi Szilvia (2007): Rousseau vagy az utazásról és a turizmus. *Iskolakultúra*, 17. évf. 8-10. sz. 23-31. p. (ISSN 1586-202X)
- Simándi Szilvia (2007): Az ifjúsági turizmus. *Képzés és Gyakorlat*, 5. évf. 2. sz. 99-107. p. (ISSN 1589-519X)
- Simándi Szilvia (2007): Középiskolások a turizmusban.
In Mankovits Tamás – Molnár Sándor Károly – Németh Sarolta (szerk.) (2007): *Tavaszi Szél*. Budapest, Doktoranduszok Országos Szövetsége. 135-140. p. (ISBN 978-963-87569-0-9)
- Simándi Szilvia (2007): A tanulmányi kirándulások és a turizmus kapcsolata. *Mester és Tanítvány*, 4. évf. 13. sz. 53-59. p. (ISSN 1785-4342)

A szerző további írásai:

- Simándi Szilvia (2008): Die Kirchen und der Tourismus – Die Möglichkeit der Zusammenarbeit anhand deutscher Beispiele. (Egyházak és a turizmus – Az együttműködés lehetőségei német példa nyomán.) In Pusztai Gabriella (szerk.) (2008): *Religion and Values in Education in Central and Eastern Europe*. Debrecen, CHERD. 445-451. p. (ISBN 978 963 473 103 0; ISSN 2060-2596)
- Simándi Szilvia – Juhász Erika (2008): Aus der Geschichte der ungarischen Erwachsenenbildung. (Szemelvények a magyar felnőttképzés történetéből.) In Sári Mihály (főszerk.) (2008): *A felnőttképzés története Közép-Európában. Regionalisierung-Internationalisierung. Geschichte der Erwachsenenbildung in*

Zentraleuropa. Pécs, Pécsi Tudományegyetem. 227-237. p. (ISBN 978 963 642 265 3)

A szerzőnek a dolgozat témájához kapcsolódó konferencia előadásai:

Simándi Szilvia (2009): *Turizmus és tanulás. (Előadás).*

Nem formális – Informális – Autonóm tanulás Konferencia. Eger.

Simándi Szilvia (2009): *Az autonóm tanulás megjelenése a sporttevékenységek és a turizmus során. (Előadás)* II. Taní-tani Konferencia. Miskolc. Társelőadó: Herpainé Lakó Judit

Simándi Szilvia (2008): *Kitekintés más kutatások autonóm tanulási vonatkozásaira. (Előadás)* VIII. Országos Neveléstudományi Konferencia. Budapest.

Simándi Szilvia (2008): *Turizmus és szabadidő. (Poszter előadás.)*

A harmadfokú képzés szerepe a regionális átalakulásban (TERD). Debrecen.

Simándi Szilvia (2008): *Informális tanulási lehetőségek a turizmus során. (Előadás)*

I. Taní-tani Konferencia. Miskolc.

Simándi Szilvia (2007): *Középiskolások a turizmusban. (Előadás)*

Tavaszi Szél Doktorandusz Konferencia. Budapest.

A szerző további előadásai:

Simándi Szilvia (2008): *Aus der Geschichte der ungarischen Erwachsenenbildung. (Szemelvények a magyar felnőttképzés történetéből.) (Előadás)*

Regionalisierung-Internationalisierung – X. Symposium Geschichte der Erwachsenenbildung in Zentraleuropa. Pécs. Társelőadó: Dr. Juhász Erika

Simándi Szilvia (2007): *A turizmus és az egyházi közösségek Az együttlét új formája Németország példáján. (Poszter előadás.)*

Oktatás és egyház Közép- és Kelet-Európában c. konferencia. Debrecen.

Simándi Szilvia (2006): *Tanulás külföldön különböző programokon keresztül. (Poszter előadás.)* VI. Országos Neveléstudományi Konferencia. Budapest.

Summary

Our dissertation focuses on the youth age-group. We examined them in the context of their experience-consumption during tourism, touristic socialization and learning connected to tourism.

As regards its topics, the dissertation can be divided into **two main parts**: theoretical overview and empirical research. The theoretical background can be divided into three big stages, the aim of which is systemic, conceptual clarification. We have examined the literature of this field through foreign and domestic works, studies, and writings published in scientific journals (see Kozma and Sike 2004). In this respect, the sociological relations of tourism theory, books on pedagogy, and the literature of a wider scope are published primarily, showing the multidisciplinary of this paper. Beside that we also made an attempt at exploring empirical studies related to this topic.

We started the theoretical overview by introducing and analyzing the phenomena of tourism, and we did not leave the critical approach of mass tourism out of consideration either. The point of tourism theory can be grasped through the system of tourism, and for this reason we have also given a short description of the systemic approach of tourism, focusing on the **subject** of it. Throughout the section, we have outlined the fundamental conditions of taking part in tourism: motivation, freetime, and the discretionary income. The analysis of motivation was very useful for making tourist-typologies more tinged; in connection with the discretionary income, we examined consumption habits, and we were searching for the relation between tourism and social status specifically.

In the section entitled „The youth in tourism” our aim was to form a conception of the young age-group as tourists. As tourism is connected to freetime, and it is some kind of consumption itself, we have taken the characteristics of their lifestyle into consideration first – stressing freetime and consumption habits – considering the most important features of the so called beginning of a new era in the life of the youth. After that we have given a detailed description of the antecedents of travelling of the youth, and presented and analyzed international and domestic research results.

In the third theoretical section of the paper (Learning opportunities during tourism) we have examined the role of experience while being a tourist, the media of touristic socialization, and the different ways of learning in the context of tourism. Since tourism and learning are related to freetime among other things, we also paid attention to gaining

experience and learning through the reception of travel experience during freetime. Considering that qualification has an important role in doing self-studies or not, we also examined the role of cultural capital (see Bourdieu 1978) in the context of tourism.

The second part of the paper deals with our own empirical research that we carried out among undergraduate secondary school students from Eger. The collection of data was done in the form of questionnaires, and the results gained from them were analyzed using the SPSS statistical program. We also compared our results with other nation-wide data that were available. The **empirical research** made an attempt at getting to know the secondary school students' participation in tourism, all the learning opportunities that can be related to it, and all the factors that can influence or determine it. We either strengthened or discarded our preliminary hypotheses based on the results.

The major **questions of our research** were aimed at examining how tourism as a popular freetime activity – in the form of memories and activities gained by experience – forms the personal development and knowledge of the youth, what it gives to them, focusing on the travelling features of secondary school students and the exploration of socio-cultural factors in the background. We have bestowed special attention to touristic socialization, participation in consumption, and spending freetime while on vacation in the context of learning, and we even made an attempt at setting up some kind of a typology in connection with them.

Resümee

Im Mittelpunkt unserer Dissertation steht die Jugend, die wir durch ihren „Erlebniskonsum“, ihre Sozialisation und ihr Lernen im Kontext des Tourismus untersucht haben.

Die Thematik kann in zwei größere Abschnitte – theoretische Übersicht, empirische Forschung – geteilt werden. Die Theorie besteht aus drei Teilen, und sie hat das Ziel, eine systematische und begriffliche Auslegung zu ermöglichen.

Wir haben die Fachliteratur durch ausländische und heimische Studien, beziehungsweise wissenschaftliche Zeitschriften untersucht, hier werden in erster Linie der sozialwissenschaftliche Aspekt des Tourismus und die Fachbücher der Erziehungswissenschaften dargestellt und es wird auf die Multidisziplinarität der Dissertation hingewiesen. Daneben haben wir noch Versuche gemacht, die zum Thema gehörenden empirischen Betrachtungen zu zeigen.

Wir haben die theoretische Übersicht mit der Darstellung und Analyse des Tourismus begonnen, wo wir die Kritik des Massentourismus nicht außer Acht gelassen haben. Da der Tourismus ein komplexes System ist, haben wir kurz darauf verwiesen, und wir haben die Betonung auf die Seite des Subjekts gestellt. Wir haben auch die Grundbedingungen der Teilnahme im Tourismus konturiert: also die Motivation, die Freizeit und das diskretionäre Einkommen. Die Analyse der Motivation leistet Hilfe zum Erkennen der Touristentypologie, und im Zusammenhang mit dem diskretionären Einkommen haben wir die Konsum-Gewohnheiten erforscht, indem wir den Zusammenhang zwischen dem Sozialstatus und dem Tourismus gesucht haben.

Das Kapitel „Jugend im Tourismus“ hat sich das Ziel gesteckt, ein Bild über die jungen Touristen schaffen zu können. Da sich der Tourismus an die Freizeit knüpft, haben wir zuerst die Charakterisierung der Lebensweise der Jugend vorgenommen und die Betonung auf die Gewohnheiten ihrer Freizeit und ihres Konsums gesetzt. Danach haben wir uns mit den Vorgängen der Jugendreisen beschäftigt, und ausländische, bzw. heimische Forschungen dargestellt, analysiert.

In dem dritten theoretischen Kapitel (Lernmöglichkeiten im Tourismus) haben wir die Rolle der im Tourismus gewonnenen Erlebnisse, die Instanzen der Sozialisation und das Lernen im Kontext des Tourismus betrachtet. Da sich der Tourismus unter anderem an

die Freizeit knüpft, haben wir unsere Aufmerksamkeit auf das Lernen, und Erfahrungssammeln, das in der Freizeit zustande kommt, gerichtet.

Unter Berücksichtigung dessen, dass der schulische Abschluss eine bedeutende Rolle spielt, ob jemand sich selbst bildet (Bourdieu 1978), haben wir die Rolle des kulturellen Kapitals im Kontext des Tourismus erforscht.

Der zweite Abschnitt der Dissertation beschäftigt sich mit der eigenen empirischen Forschung, die wir in Eger unter 17-18-Jährigen mit Hilfe von Fragebögen geführt haben, und wir haben sie mit dem statistischen Programm SPSS bearbeitet, beziehungsweise haben wir unsere Ergebnisse mit den verfügbaren Landesangaben möglichst verglichen. Die empirische Forschung hat unter anderem Versuche auf die Untersuchung der Teilnahme der Jugend im Tourismus, auf die Erkenntnis der Lernmöglichkeiten bzw. auf die im Hintergrund stehenden, beeinflussenden und bestimmenden Faktoren gemacht. Danach haben wir unsere aufgestellten Hypothesen nach unseren Ergebnissen bestätigt oder verworfen.

Unsere Hauptfragen sind daran angelangt, wie der Tourismus als populäre Tätigkeit in der Freizeit – in der Form der gewonnenen Erlebnisse der Erfahrungen und Tätigkeiten – die Entwicklung der Persönlichkeit und das Wissen der jungen Touristen gestaltet, was er der Jugend anbietet, besonders im Hinblick auf die Reisen der 17-18-Jährigen. Wir haben besondere Aufmerksamkeit der touristischen Sozialisation, der Teilnahme der Jugend im Tourismus, und der Freizeitgestaltung im Kontext der Tourismus geweiht, und wir haben versucht, eine Typologie im Kreis der jungen Touristen zu bilden.