

# Lakossági attitűdvizsgálatok a turizmusfejlesztésről

## Vargáné Csobán Katalin

Debreceni Egyetem, Agrártudományi Centrum  
Agrárszaknyelvi és Kommunikációs Tanulmányok Tanszék

Kulcsszavak: turizmusfejlesztés, attitűdvizsgálat, tervezés, kutatási módszerek,  
Keywords: tourism development, resident attitudes, planning, research methods

### ÖSSZEFOGLALÁS

*A turizmus világszerte jelentős szerepet kap a különböző gazdasági fejlesztési tervekben és stratégiákban. Így van ez a vidékfejlesztési programok esetében is, hiszen a megélhetési nehézségekkel küzdő vidéki népesség számára nemritkán a turizmus tűnik lehetséges kitérési pontnak. Az ágazat fellendülésétől remélt pozitív gazdasági és társadalmi hatások azonban elmaradhatnak, a negatív tendenciák pedig felerősödhetnek, ha a közösségek nem támogatják, vagy egyértelműen elutasítják turizmusfejlesztést. Ezért kiemelkedő fontosságú, hogy a tervek készítői, a döntési pozícióban levő személyek megismerjék a lakosság véleményét.*

*A nemzetközi szakirodalomban növekvő számban jelennek meg tanulmányok a lakosság turizmusfejlesztéssel kapcsolatos attitűdjéről. Dolgozatomban áttekintem, hogy az eddigi kutatások szerint milyen társadalmi és gazdasági tényezők befolyásolják az egyének és a közösségek viszonyulását, bemutatom, hogy az eredmények tükrében milyen közösségi tipológiákat alkottak, valamint megkísérlem feltárni, hogy milyen elméleti modellekbe illeszthetők a kutatások eredményei.*

### SUMMARY

Tourism has an important role in the various development plans and strategies around the world. It has also become an important component of rural development programmes, as rural communities experiencing serious economic downturns often consider tourism to be a possible way of development. The expected positive economic and social impacts may not occur and negative tendencies are reinforced if communities do not support or even oppose tourism development. For this reason, it is highly important for planners and decision-makers to understand how the public perceives the tourism industry.

In the international literature there is a growing number of studies about residents' attitudes toward tourism development. In the present study I review the social and economic factors that influence the attitudes of residents and communities, as well as demonstrate the tipologies that were created on the basis of the results. Finally, I summarize the theoretical models that are used to interpret the results of the investigations.

### BEVEZETÉS

A turizmus világszerte a gazdaság egyik húzóágazata. A döntéshozók gyakorta ösztönzik a turizmusfejlesztést, azzal a fő céllal, hogy ezúton javítsák a lakosság életminőségét. A turizmus előnyei főként gazdasági jellegűek, így például adóbevételek növekedése, munkahelyteremtés, kiegészítő jövedelemforrások megjelenése, stb., míg a legjelentősebb negatív hatások a desztinációk fizikai környezetét, valamint a társadalmi és kulturális jellemzőket érintik. A változások elfogadása nehézséget okozhat a fogadóterületek közösségeinek.

A turizmus alapja a vendégszeretet, a jó házigazda-vendég kapcsolat. A turisták által sűrűn látogatott fogadóterületeken azonban ez a kapcsolat rendszerint formális, sőt akár ellenséges is lehet. Az ágazat fenntartható fejlesztéséhez elengedhetetlen a lakossági támogatás. A kutatások fontos kérdése azoknak a tényezőknek a meghatározása, amelyek befolyásolhatják a helyi lakosság turizmus iránti attitűdjeit.

### A LAKOSSÁG ATTITŰDJEIT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

#### Szocio-ökonómiai tényezők

A turizmussal foglalkozó szakirodalomban széleskörben foglalkoztak a szocio-ökonómiai tényezőknek a lakosság attitűdjére gyakorolt hatásával. A leggyakrabban vizsgált változók közé tartoznak a következők:

- a jövedelem
- a nemzetiségi hovatartozás
- a helyi lakos tartózkodásának ideje az adott településen
- az életkor
- a nem
- iskolázottság
- lakóhely
- a kulturális háttér.

Az alábbiakban az ezekkel kapcsolatos eredmények közül emelek ki néhányat a nemzetközi publikációk tükrében. A helyi lakosok tartózkodási idejét illetően többnyire az adott településen hosszabb ideje élők ítélték meg negatívan a turizmus hatásait (McCool és Martin, 1994). Egy másik kutatás szerint a helyi lakosok közül a rövidebb ideje ott lakók vélték pozitívabbnak a turizmust, de a településen eltöltött időtől függetlenül tudatában

voltak a turizmus előnyeinek és hátrányainak. (Snaith és Haley, 1999). Egy ausztrál felmérés szerint a turizmust elsősorban a településre újonnan költözött lakosok támogatták. Véleményüket az is befolyásolhatta, hogy ők voltak azok, akik jellemzően interakcióba léptek a turistákkal. (Weaver és Lawton, 2001)

Az életkor tekintetében eltérő eredményeket olvashatunk. Egy ausztrál tanulmány szerint az idősebb lakosok toleránsabbak voltak a külföldi turistákkal szemben és a turizmus által okozott káros környezeti hatásokat sem tartották aggasztónak. (Tomljenovich és Faulkner, 1999). Ezzel szemben egy Törökországban végzett felmérés az idősebb korú lakosok negatívabb véleményéről számol be. (Cavus és Tanrisevdi, 2002)

A megkérdezettek neme is befolyásolta a turizmusról alkotott véleményeket. Általában a nők elleneztek jobban a turizmust, annak negatív hatásai miatt, különösen a forgalom, a zajártalom és bűnözés növekedése miatt. (Mason és Cheyne, 2000). Egy másik tanulmány is megerősíti azt a következtetést, miszerint a nők viszonyultak negatívabban a turizmusfejlesztéshez, a várható gazdasági előnyök ismeretében is. (Harrill és Potts, 2003) A lakóhely változó jelentőségét igazolta Sheldon és Var (1984) kutatása, mely szerint a vidéki közösségek kevésbé látták szívesen a turizmus fejlesztését, mint a városi lakosság. A felsorolt példák alapján látható, hogy nem ítélték meg egyértelműen a szocio-ökonomiai tényezőknek a lakosság attitűdjére gyakorolt hatását, mivel a kutatások nemritkán egymással ellentétes eredményre jutottak. Ezek a tényezők tehát önmagukban nem bizonyultak elegendőnek az attitűdváltozatok magyarázatára.

### **Térbeli tényezők**

A turizmussal kapcsolatos lakossági attitűdvizsgálatok jelentős része foglalkozik az úgynevezett térbeli tényezők szerepével, azaz a helyi lakosok és a turisták közötti fizikai távolság összefüggéseivel. A kutatások alapvető hipotézise, hogy minél közelebb él egy egyén a turisták által látogatott területhez, annál negatívabb lesz az attitűdjé a turizmus fejlesztése iránt. Ezeknek a vizsgálatoknak a gyakorlati fontossága vitathatatlan, hiszen a turizmus tervezésében érintettek számára fontos információkkal szolgálhat egy turisztikai fejlesztés helyének kijelölésekor, illetve segíthet a fejlesztésre alkalmatlan területek körülhatárolásában.

A törökországi Antalya üdülőövezetében végzett felmérés szerint a turizmust támogatók nem éltek a turisták által elsősorban látogatott területek közelében, valamint minél közelebb lakott valaki a turisták elsődleges célpontjához, a tengerparthoz, annál negatívabb volt az attitűdjé. Az utóbbiak kedvezőtlen véleményén az sem változtatott, hogy a turizmus munkalehetőséget teremtett a számukra. (Korca, 1996)

Jurowski és Gursoy (2004) felmérése úgyszintén megerősítette, hogy a turisztikai attrakciók közvetlen közelében élők negatívabban ítélték meg a turizmus hatásait, mint a távolabb lakók. Különösen azok viseltettek ellenérzéssel a turisták iránt, akik olyan rekreációs létesítményt akartak használni, amelyet a turisták is látogatnak, és úgy érzik, hogy a turisták kiszorítják őket. Ezek a lakosok kiemelték a zsúfoltságot, a bűnözés elterjedését, a zajt, és a megélhetési költségek emelkedését, mint a turizmus kellemetlen velejáróit. Ugyanakkor a távolabb lakók a turizmusból származó előnyöket helyezték előtérbe, úgy vélték, ha nő a turisták száma, akkor a haszon meghaladja a költségeket.

Hasonlóképpen Harrill és Potts (2003) egy dél-karolinai város történelmi negyedében végzett kutatása szerint a turizmus helyszínéhez legközelebb élők szenvedték el a káros hatások többségét és attitűdjük is negatívabb volt, mint a távolabb lakóknak. A szerzők következtetése szerint a turizmusfejlesztés iránti attitűd részben a távolság függvénye, ugyanakkor fontos szerepe van a turizmustól való gazdasági függőségnek is.

### **Gazdasági függőség**

A gazdasági függőség mind az egyén, mind a közösség szempontjából kiemelkedő jelentőséggel bír a kutatások alapján. Az erre irányuló vizsgálatok alapvető hipotézise az, hogy minél jobban függ az egyén vagy a társadalom a turizmusból származó jövedelemtől, annál pozitívabb lesz a turizmus iránti attitűdjé, és annál inkább támogatja a turizmusfejlesztést. Ezt a feltevést számos empirikus kutatás eredménye alátámasztotta. (Lepp, 2006; Puczko és Rátz, 2002; Smith és Krannich, 1998; Weaver és Lawton, 2001)

Lepp (2006) Ugandában végzett felmérése szerint a lakosság túlnyomó többségének pozitív véleménye van a turizmusról, amely abból ered, hogy úgy érezték, a turizmus élénkíti a mezőgazdasági termékeik piacát, jövedelemforrásként szolgál, sőt bizonyos esetekben jelentős vagyonosodáshoz vezet, és a közösség fejlődéséhez is hozzájárul.

Haukeland (1984) a turizmus szocio-kulturális hatásait vizsgálva azt állapította meg, hogy a turizmus iránti ellenérzés különösen a hagyományos iparágak művelői körében volt nagy, és közvetlenül összefüggött a fejlesztések nagyságrendjével. Egy ciprusi felmérés szerint a lakosság negatív véleményét elsősorban az váltotta ki, hogy a korábbi jól fizetett munkák helyett a turizmusban alacsonyabb bérezésű állásokhoz jutottak, valamint az egyének gazdasági helyzete megváltoztatta a helyi társadalomban betöltött szerepeket is. (Akis és mtsai, 1996) Más kutatások arra az eredményre jutottak, hogy azok az egyének vagy csoportok, akik nem részesültek közvetlenül a turizmus gazdasági előnyeiből, nem támogatták a további fejlesztést. (Martin és mtsai, 1998) Több vizsgálat igazolta, hogy a helyi lakosok tudatában vannak a turizmustól való gazdasági függőségük pozitív és negatív következményeinek. Egy ausztrál felmérés szerint a lakosság a kibővült rekreációs lehetőségeket és a gazdasági tevékenység élénkülését ítélte a legkedvezőbbnek, míg a növekvő ingatlanárakat találta különösen hátrányosnak. (Ross, 1992) Lankford (1994) megállapítása szerint a helyi közösség a turizmus által kínált

munkalehetőségeket értékelte a legtöbbre, bár megoszlottak a vélemények tekintetben, hogy a turizmus emeli-e az egyének életszínvonalát. Lawson és munkatársai (1998) új-zélandi kutatásának eredménye szerint a lakosok azt is kétségesnek találták, hogy a turizmusból származó jövedelmek a helyi gazdaságban maradnak-e. A gazdasági függőséggel magyarázható az a vizsgálati eredmény is, mely szerint a helyi lakosság annak ellenére támogatta a turizmus további fejlesztését, hogy több negatív hatást jeleztek a felmérés során, úgymint az árak emelkedését, a kábítószer használatát, a vandalizmus, a bűnözés növekedését. (Haralambopoulos és Pizam, 1996)

A bemutatott főbb tényezőkön kívül a kutatásokban számos más faktor hatását vizsgálták. Így például, elemezték a turistákkal való interakciók mennyiségét és minőségét, a kulturális beágyazottságot, a házigazdák értékrendjét, helyi problémák iránti érdeklődését, környezetvédelem iránti elkötelezettségét, identitástudatát, helyi közösséghez való kötődését. Ezek a tényezők nem egy esetben jelentősebbnek bizonyultak, mint a demográfiai jellemzők. Természetesen a lakosság attitűdje nem csupán a házigazdák jellemzőitől függ, hanem a turisták és a turizmus típusától és a környezettől is.

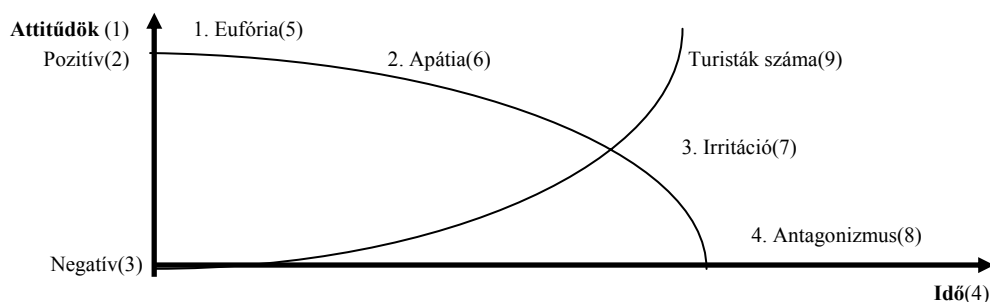
## **AZ EREDMÉNYEK ELEMZÉSÉNEK ELMÉLETI HÁTTERE**

### **Lakossági tipológiák**

A lakossági attitűddel kapcsolatos vizsgálatok számának növekedése lehetővé tette, hogy az eredmények alapján a helyi lakosok és közösségek különféle kategóriáit alkossák meg a kutatók. A lakosságot és a közösségeket a turizmus iránt tanúsított attitűdjük szerint típusokba sorolták be, azzal a szándékkal, hogy ezáltal megjósolhatóvá váljon a jövőbeni magatartásuk is. A turizmus tervezéséért felelősök abban bíztak, hogy a kategorizálások megkönnyítik a turisztikai fejlesztések közösség általi elfogadtatását, illetve az esetleges elutasításuk is előre jelezhető lesz.

A lakosság turizmussal kapcsolatos attitűdjének jellemzésére több modellt is alkottak az elmúlt évtizedek során. Az egyik legkorábbi és legismertebb modell Doxey „Irridex” (irritációs index) modellje, amely a turizmus társadalmi hatásainak eredményeképp kialakuló lakossági attitűd meghatározására tesz kísérletet. (Doxey, 1975) (1. ábra)

1. ábra: Irridex



Forrás: Doxey, 1975; Glasson és mtsai, 1995; Puczkó és Rátz, 2002

Figure 1: Irridex

attitudes(1), positive(2), negative(3), time(4), euphoria(5), apathy(6), irritation(7), antagonism(8), tourist number(9)

A modell alapvető hipotézise szerint a turisták számának emelkedése növekvő feszültséget gerjeszt a fogadó lakosság körében, így az attitűdjük is egyre negatívabbá válik. A toleranciájuk küszöbértéke nem mérhető általános érvénnyel, mivel mind a fogadóközösségek, mind a turisták jellemzői igen nagymértékben különbözhetnek. A helyi lakosság attitűdjének változásai azonban rendszerint jól körülhatárolhatóak. A szerző a lakosság attitűdváltozásának négy szakaszát különíti el, melyeket az „eufória”, „apátia”, „irritáció” végül az „antagonizmus” állapotával ír le.

A turizmus fejlődésének korai szakaszát jellemzi az *eufória* állapota. A lakosság lelkesen fogadja a turistákat, akik egyelőre kevés számban érkeznek, és tiszteletben tartják a helyi kultúrát. Mivel a fogadóterület népszerűsítésére szolgáló marketingakciók nincsenek, vagy csupán kezdetlegesek, a turisták szájhagyomány útján szereznek róla tudomást, és a turisztikai szolgáltatások iránti igényeik sem nagyok. A házigazdák valódi vendégszeretettel fordulnak a látogatók felé, és nemcsak a turistákat fogadják szeretettel, hanem a befektetőket is. Esetleges negatív hatások fel sem merülnek, és így a turizmusfejlesztés szakszerű tervezése sem tűnik szükségszerűnek.

Bizonyos idő elteltével, ahogy a turisták száma gyarapodni kezd, a lakosság köréből egyre többen részesülnek a turizmus gazdasági hasznából. Ugyanakkor a helyiek kezdeti lelkesedése alábbhagy, a turistákkal kialakított kapcsolatuk formálissá, üzleti jellegűvé válik, és növekszik azoknak az aránya, akik kifogásolják a turizmus vélt vagy valós negatív hatásait. Ez a szakasz jellemezhető az *apátia* állapotával. Megkezdődik a

turizmus tervezése, de ebben a szakaszban ez főleg marketingtervezést takar, melynek célja a turisták számának növelése és a szolgáltatások bővítése.

A harmadik szakaszban, melyet Doxey az *irritáció* állapotával jellemez, a turisták számának további növekedése a helyi lakosság erőteljes frusztrációját vonja magával. A desztináció közeledik a telítettségi ponthoz, ennek ellenére a turizmus korlátozása helyett a döntéshozók rendszerint az infrastruktúra további fejlesztését szorgalmazzák. A vállalkozók rendszerint újabb befektetésekre kezdenek a megnövekedett turistaáramlás érdekében, a helyi turisztikai kisvállalkozásokat pedig gyakran vásárolják fel külső ingatlanbefektetők. A szakasz vége felé megtörténhet, hogy elszigetelt üdülővezeteket hoznak létre, illetve a turizmus térbeli terjedését korlátozni próbálják.

A negyedik szakaszban a helyi lakosság *antagonisztikus* viselkedése válik dominánssá. Itt a legmagasabb a turisták száma, a fogadóterület a tömegturizmus színterévé válik. A turizmus káros környezeti és társadalmi hatásai nyilvánvalóvá válnak. A lakosság nem látja szívesen a turistaáradatot, sőt egyértelműen ellenérzésekkel viseltetnek irántuk, melynek kifejezőmódja széles skálán mozoghat a közömbösötől akár a nyílt erőszakig. A turistákról sztereotipikus, negatív kép alakul ki a helyi közösség tagjai körében. A felsorolt szakaszok között egyirányú az átmenet, a desztináció az utolsó szakaszba érve többnyire tovább hanyatlik, csak átfogó fejlesztés keretén belül újrapozicionálva válhat ismét versenyképesé. Doxey modelljének gyakorlati jelentősége abban áll, hogy segítséget nyújthat a döntéshozóknak abban, hogy tudatos tervezéssel megakadályozzák az antagonisztikus szakasz kialakulását.

Az „Irridex” modellből kiindulva több kutató vizsgálta a helyi lakosság attitűdjének különböző változatait. Rothman (1978) három csoportot különített el a turizmus fejlődésével kapcsolatos véleményük alapján. Az első csoportba azok tartoztak, akik szerint a közösség jobban élne a turizmus nélkül. A második csoport kedvezőnek tartotta a turizmus fejlődését, míg a harmadik, legnépesebb csoport véleménye ambivalens volt. Davis és munkatársai (1988) öt kategóriát állítottak fel empirikus kutatásuk eredményei nyomán.

A kategóriák a következők:

- „a turizmus gyűlölöi”, akiknek negatív véleménye volt a turistákról és a turizmusról
- „a turizmus szerelmesei”, akik különösen jó véleménnyel voltak róla
- „az óvatos romantikusok”, akik felismerték a turizmus előnyeit, de az ágazat további növekedését nem támogatták
- „a köztesek”, akiknek nem volt határozott véleménye a turizmus előnyeiről és hátrányairól
- „az érdeklődők”, akik támogatták a turizmusfejlesztést, elsősorban az ágazat által teremtett munkahelyek és a rekreációs lehetőségek bővülése miatt.

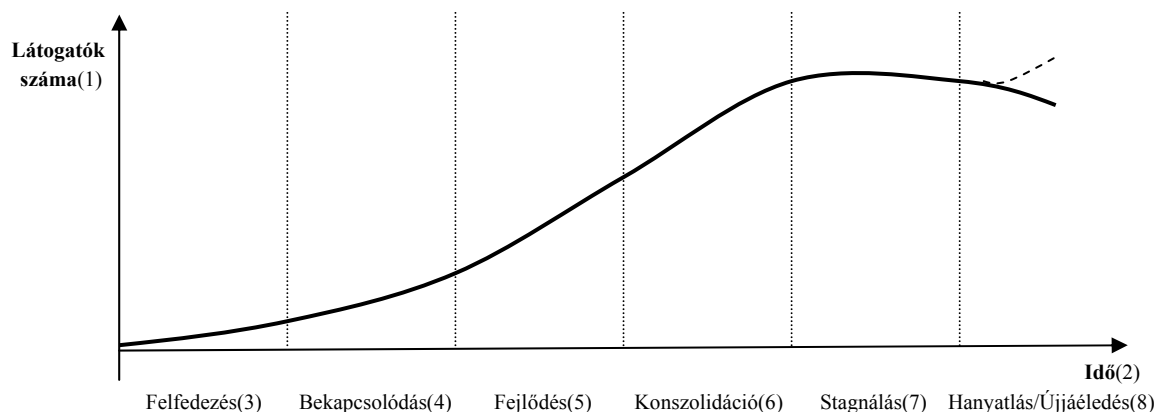
Weaver és Lawton (2001) Ausztráliában végzett kutatása alapján három kategóriát határozott meg.

- „a támogatók”: a településre újonnan betelepülők, akik szorosabb kapcsolatot alakítottak ki a turistákkal
- „a semlegesek”: akik elismerik a turizmus gazdasági előnyeit, de ambivalens érzéseik vannak a társadalmi hatásokkal kapcsolatban
- „az ellenzők”: akik szerint a turizmus egyetlen előnye, hogy munkalehetőséget teremt.

A kutatások során megfigyelhető volt, hogy azok támogatták a turizmust, akik jól ismerték annak gazdasági jelentőségét.

Egy másik nagyhatású modell, amely hozzájárul a helyi lakosoknak a turistákkal és a turizmussal szemben tanúsított attitűdjének magyarázatához Butler (1980) desztinációs életciklus görbéje. (2. ábra)

2. ábra: A turisztikai desztináció evolúciós görbéje



Forrás: Butler, 1980; Puczko és Rátz, 2002

Figure 2: Tourist area evolution curve

Visitor number(1), time(2), exploration(3), involvement(4), development(5), consolidation(6), stagnation(7), decline/rejuvenation(8)

Az elmélet szerint a turisztikai desztinációk fejlődése nagyon hasonlít egymásra, bár a fejlődés időtartama és a növekedési ráták különbözőek lehetnek. Az életciklus görbéje hat szakaszra bontható, melyek során változik a turisták száma, típusa, a turizmus fejlettsége és hatásai.

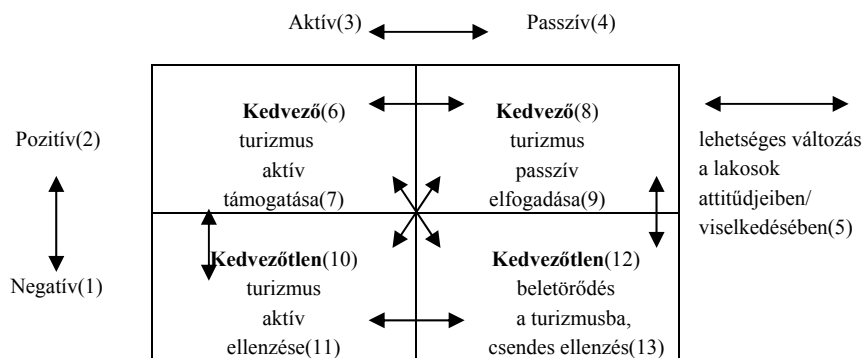
Az egyes szakaszok főbb jellemzői a következők:

- **Felfedezés:** A turisták száma alacsony, érkezésük rendszertelen. A terület vonzerejét érintetlen természeti környezete és kultúrája jelenti. A helyi lakosság és a turisták kapcsolata személyes jellegű. A turizmus nem gyakorol jelentős hatást a helyi gazdaságra és társadalomra, a természet kis mértékben károsodik.
- **Bekapcsolódás:** A turisták száma növekedésnek indul. Az érkezésük rendszeresebbé válik, kialakul a turistaszezon. A házigazda-turista kapcsolat többnyire személyes jellegű marad. A helyi lakosok közül egyre többen kapcsolódnak be a turisztikai szolgáltatásokba, ezáltal érezhetővé válnak a turizmus gazdasági hatásai. A természeti környezetre gyakorolt hatások is egyre nyilvánvalóbbakká válnak.
- **Fejlődés:** A turisták száma jelentősen megnő, esetenként akár meg is haladhatja a helyi lakosság létszámát. A turisztikai vállalkozásoknak csak a kisebb hányada marad helyi kézben, növekszik viszont a külföldi befektetések aránya. Nagymértékben nő a környezetet érő terhelés, a turistákat kiszolgáló infrastruktúra fejlettsége elmarad a kívánatostól.
- **Konzolidáció:** A turisták számának növekedése csökken, de még így is meghaladja a helyi lakosság számát. A gazdasági hatások kiemelkedők, akár függőségi viszony is kialakulhat. A közösség egy része – különösen akiknek nem fűződik anyagi érdekük a turizmus fejlesztéséhez – elégedetlenné válik a nagyszámú turista jelenléte miatt.
- **Stagnálás:** A turisták száma eléri a maximumot. A területen erőteljesen jelentkeznek turizmus negatív gazdasági, társadalmi és természeti hatásai. Az eredeti természeti és kulturális vonzerőket mesterségesen létrehozott turisztikai attrakciók váltják fel.
- **Hanyatlás/ újjáéledés:** A fogadóterület fokozatosan elveszíti a piacait, nagymértékben lecsökken a turisták száma. Több turisztikai létesítményt alakítanak át, új funkciót szánva nekik. A turisztikai szolgáltatások csökkenésével tovább csökken a kereslet, míg végül a területen megszűnik a turizmus. Egy másik lehetőség, hogy új, mesterséges attrakció megalkotásával, esetleg addig kiaknázatlan természeti erőforrás felhasználásával a területet „újjáélesztik”.

Butler feltételezése szerint a helyi lakosság attitűdje nagymértékben függ attól, hogy a desztináció az életciklusának melyik szakaszában van. Az első szakaszban a lakosság pozitívan fogadja a turistákat, ahogy azonban a számuk fokozatosan nőni kezd, úgy kezelik egyre nagyobb fenntartással az érkezőket. Az egyre negatívabbá váló attitűd hátterében az állhat, hogy egyrészt a lakosság kezdeti várakozásai irreálisak voltak, másrészt a turizmus előnyeiből viszonylag kevesen részesülnek. Összességében a turizmusból származó gazdasági hasznot meghaladják a társadalmi és környezeti költségek.

Butler másik jelentős hozzájárulása a fogadó lakosság turizmussal kapcsolatos attitűdjeinek kutatásához az a mátrix, melyben a pozitív és negatív attitűdöket, valamint aktív és passzív viselkedést ábrázolta. (Butler, 1975) Az aktív viselkedéssel a helyiek megpróbálnak részt venni a turizmussal összefüggő döntésekben, míg a passzivitás általában akkor jellemző, ha a turizmus nincs közvetlen hatással a lakosok életére, vagy úgy vélik nem befolyásolhatják az eseményeket. A mátrixban leírt „attitűd-viselkedés” kombinációk a valóságban egymás mellett létezhetnek egy adott közösségen belül, és folyamatosan változhatnak is különböző tényezők hatására, mint például a turisták számának változása, a turisztikai fejlesztések jellemzői, egyéni tulajdonságok, stb. A mátrix jól mutatja, hogy Butler hipotézise szerint egy desztináció lakosainak véleménye minden irányban változhat, nemcsak a pozitív felé, ahogyan Doxey modellje sugallja. Ez a modell magyarázatot ad arra is, hogy a helyi társadalom tagjainak véleménye gyakran nem egységes. (3. ábra)

3. ábra: A házigazdák turizmussal kapcsolatos attitűdjei és viselkedési reakciói



Forrás: Butler, 1975; Puczko és Rátz, 2002

Figure 3: Host attitudinal and behavioural responses to tourism

negative(1), positive(2), active(3), passive(4), possible changes in host attitudes/behaviour(5), favourable(6), active support of tourism(7), favourable(8), passive acceptance of tourism(9), unfavourable(10), active resistance against tourism(11), unfavourable(12), resignation to tourism, silent resistance(13)

Más kutatók nemcsak az attitűdváltozatok meghatározására törekedtek, hanem a lakosságnak a turizmus hatásai által kiváltott viselkedési reakcióit is leírták. Ap és Crompton (1993) felmérése szerint a lakosság négy alapvető stratégiát alkalmazott. A reakciók közül a *befogadás* volt a legkedvezőbb, amely rendszerint akkor fordult elő, ha a közösség tagjainak közvetlen előnye származott a turizmusból (például a munkalehetőség révén). A következő viselkedési reakció a *tolerancia* volt, amely szerint a fogadó közösség eltűrte a turizmus hatásaiból eredő kellemetlenségeket, illetve költségeket. Az *alkalmazkodás* stratégiáját választók hozzászórtak a turizmus jelenlétéhez, de sem negatív, sem pozitív érzéseket nem fejeztek ki az ágazat iránt. A  *visszavonulás* lehetőségével azok éltek, akik elutasították a turizmust, ezért semmilyen kapcsolatban nem voltak vele.

A helyi lakosokkal kapcsolatban kialakított kategóriák kiterjeszthetők egész közösségekre is. Smith és Krannich (1998) az USA vidéki fogadóterületein végzett kutatása alapján háromféle - „turizmussal telített”, „turizmust megtapasztaló” és „turizmusra éhes” - közösséget különböztetett meg. A „turizmussal telített” közösségek jellemzője, hogy a jövőben egyértelműen kisebb nagyságrendű turizmust és kevesebb turistát szeretnének látni, a gazdasági fejlődés és az ágazat negatív hatásait fokozottan érzékelik, így a lakosság elégedetlen. A „turizmust megtapasztaló” közösségekben észlelik a turizmus fokozatosan növekvő jelenlétét, és ambivalens érzéseket táplálnak a turizmus jövőbeni fejlesztése iránt. A „turizmusra éhes” közösségek egyértelműen a turizmus fejlesztését kívánják, azt remélve, hogy a helyi gazdaság jelentősen fellendül általa.

### **Elméleti modellek az attitűdváltozatok magyarázatára**

Mivel a turizmus kutatása az utóbbi évtizedekben került előtérbe, ezért az empirikus kutatások eredményeinek magyarázatához más tudományterületek, így pl. a szociológia és a pszichológia által használatos modelleket alkalmazták. A közösséghez való kötődés, valamint a társadalmi csere elmélete lehetőséget nyújt annak magyarázatára, hogy hogyan változik a helyi lakosság turizmusfejlesztésről való véleménye.

#### *A társadalomhoz való kötődés elmélete*

McCool és Martin (1994) meghatározása szerint a közösségi ragaszkodás a társadalmi részvétel, a közösségi életbe való integráció és a környezet iránti érzélem mértéke és módja. A kutatások szerint minél hosszabb ideje tagja valaki egy közösségnek, és minél erősebbek a családi kötelékei, annál erősebb lesz a közösséghez való kötődése. A népesség és népsűrűség növekedésével a ragaszkodás rendszerint csökken.

A turizmus kutatói a közösséghez való kötődés és a turizmussal kapcsolatos lakossági attitűdök közötti összefüggést negatív perspektívából közelítették meg. Ennek oka, hogy a turizmus jelentősen ronthatja egy közösség életminőségét. A kiinduló hipotézisük szerint minél inkább ragaszkodnak a lakosok a közösséghez, annál kedvezőtlenebbül ítélik meg a turizmusfejlesztést.

A turizmus területén a fogadóközösségek kötődését különböző tényezőkkel mérték: McCool és Martin (1994) a turizmussal szembeni attitűdök a turizmus szintje a közösségekben eltöltött időnek a hossza és a közösség iránt táplált érzelmek közötti összefüggést vizsgálta. Williams és Lawson (2001) a lakosok életkorát és jövedelmét is meghatározónak találta a közösségekhez való ragaszkodás mérésében. Jurowski (1998) a lakosság életminőségével és közösséggel kapcsolatos elégedettségét mérte. Harrill és Potts (2003) a közösségi aktivitást tekintette a közösséghez való tartozás fontos ismérvének.

McCool és Martin (1994) azt találta, hogy az erősen kötődő lakosok a turizmus pozitív hatásait emelték ki, bár igazságtalannak találták, hogy a közösség tagjai nem egyenlő mértékben viselik a turizmus költségeit. Hasonlóképpen Williams és Lawson (2001) azt találták, hogy az erősebben ragaszkodó lakosok jobban támogatták a turizmust, mint a közösséghez kevésbé ragaszkodók. Jurowski (1998) felmérésében a közösség ragaszkodó tagjai pozitívan értékelték a társadalmi és gazdasági hatásokat, és negatívan a környezeti hatásokat. A szerző megerősítette, hogy a közösséghez ragaszkodók támogatták inkább a turizmusfejlesztést és a turizmus életminőségére gyakorolt hatásaival kapcsolatban is optimisták voltak.

Az említett szerzők a kiinduló hipotézist nem tudták megerősíteni, az eredmények azt igazolták, hogy a közösséghez jobban kötődő lakosok ítélték meg kedvezőbben a turizmusfejlesztést, szemben a kevésbé kötődőkkel.

#### *A társadalmi csereelmélet*

A társadalmi csere elmélete szerint az egyének és csoportok viszonyossági alapon kicserélik az erőforrásokat egymás között. Az erőforrások lehetnek konkrétak vagy szimbolikusak, anyagi, társadalmi, vagy pszichológiai természetűek. A társadalmi csere elméletét a turizmus kutatásában is alkalmazták, azt feltételezve, hogy a turizmus fejlődése gazdasági előnyöket nyújt, a társadalmi és környezeti hatásokért cserébe.

Ap és Crompton (1993) szerint a társadalmi csere elmélete azt is jelenti, hogy a cserekapcsolatból a résztvevő felek kölcsönösen előnyökre tesznek szert. Ebből következően a csere elsődleges motivációja a közösség

társadalmi és gazdasági jólétének javítása. Ezért amikor a csere kiegyensúlyozott vagy a fogadóközösség számára kedvező, a lakosok is kedvezőnek találják a turizmus hatásait, ellenben egyensúlyhiányos csere esetén az egyik fél negatívan fogja megítélni a turizmus hatásait. Így például, ha a turista azt tapasztalja, hogy a pénzéért nem kap megfelelő szintű szolgáltatást, vagy ha a házigazdák úgy érzik, hogy a turisták visszaélnék a vendégszeretetével, akkor valószínűleg a későbbiekben nem fognak részt venni a cserében, azaz nem fogják támogatni a további turizmusfejlesztést.

Az elméletet alátámasztja Madrigál (1995) kutatása, aki azt tapasztalta, hogy azok a lakosok, akik pozitívnak találták a turizmus hatásait, úgy gondolták, személyesen tudják befolyásolni a turizmust érintő döntéseket és hogy a turisztikai vállalkozásoknak nem volt politikai befolyása a helyi döntéshozatalra. Ezzel ellentétben, akiknek a véleménye negatív volt, úgy gondolták személyesen nem tudják befolyásolni a döntéseket és a turisztikai vállalkozásoknak túl nagy hatalmuk van.

## **KÖVETKEZTETÉSEK**

A lakossági attitűddel kapcsolatos kutatások jelentősége egyrészt abban áll, hogy a tapasztalatok tematizálásával, rendszerezésével, valamint elméletek és módszerek kialakításával segítséget nyújthatnak a turizmus tervezői számára. A döntéshozóknak fontos ismerniük, hogy a helyi lakosság a turizmus beindulásakor az esetek többségében támogatja a turizmusfejlesztést, ugyanakkor tarthatnak az ellenőrizetlen növekedéstől és a terület pusztulásától, életminőségük romlásától. A tervezőknek lehetőségük van a növekedés korlátozására, illetve a fejlesztések folyamatos ellenőrzésére. A kormányzati szervek gazdasági intézkedésekkel segíthetik a lakosságot (pl. adókedvezmények nyújtásával a turizmus negatív hatásait elviselni kényszerülők számára). A lakosság és a turisták közötti feszültséget enyhítheti az átgondolt településfejlesztés. Megoldást jelenthet turistaövezetek létrehozása, melyek elválasztják a lakosságot a turistáktól, mérsékelve a negatív társadalmi hatásokat. Nyilvánvaló, hogy a turizmus fenntartható fejlesztésének alapvető követelménye a helyi lakosság részvétele a döntéshozatalban, és folyamatos tájékoztatásuk a pozitív és negatív hatásokkal kapcsolatban.

A társadalmi kötődéssel foglalkozó irodalom szerint a közösséghez erősen kötődő egyének pozitívabbnak látják, a turizmus hatásait, mint a kevésbé ragaszkodók. A turizmus tervezői számára ez azért fontos, mert a közösséghez erősen kötődők figyelmét fel kell hívniuk a negatív hatásokra is, míg a kevésbé kötődőket tájékoztatni kell a pozitív hatásokról.

A társadalmi csere elméletét illetően a kutatások bebizonyították, hogy a turizmus fejlesztésével kapcsolatos attitűdök részben a társadalmi, környezeti, gazdasági hatások egyensúlyán múlnak. A turizmusfejlesztésért felelős szervezeteknek fontos feladatuk, hogy közvetítsenek ezekben az úgynevezett cserékben úgy, hogy annak eredményeképpen egyensúlyi állapot jöjjön létre.

A dolgozatomban áttekintett kutatásokban szereplő változók egyike sem volt alkalmas arra, hogy egyértelműen magyarázza a lakosság turizmussal kapcsolatos attitűdjeit. Viszonylag szűkös a társadalmi tőke és olyan tényezők, mint pl. a bizalom, a szolidaritás, az együttműködési képesség, a helyi identitástudat hatásának vizsgálata a turizmus irodalmában. A lakosság által észlelt hatások összevetése a valós változásokkal ritkán történik meg. Szintén érdekes kérdés, hogy a lakosság attitűdjei miként változnak a különböző motivációjú és érdeklődésű turistákkal való találkozáskor. Mindezeknek a tényezőknek a további vizsgálata jelentheti a lakossági attitűdvizsgálatok tárgyát a jövőben.

## **IRODALOM**

- Akis, S.-Peristianis, N.-Warner, J. (1996): Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 17. 4. 481-494.
- Ap, J.-Crompton J.L. (1993): Residents' strategies responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 31. 1. 47-50.
- Butler, R. V. (1975): Tourism as an agent of social change. In: Helleiner, F. (ed): *Tourism as a Factor in National and Regional Development*, Occasional Paper no. 4, Department of Geography, Trent University, Peterborough, Ontario, USA
- Butler, R. V. (1980): The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24. 1. 5-12.
- Cavus, S.-Tanrisevdi, A. (2002): Resident attitudes toward tourism: A case study of Kusadasi, Turkey. *Tourism Analysis*, 7. 3-4. 259-268.
- Davis, D.-Allen, J.-Cosenza, R.M. (1988): Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourists. *Journal of Travel Research*, 27. 2. 2-8.
- Doxey, G. V. (1975): A causation theory of visitor-resident irritants, methodology, and research inferences. Sixth annual conference proceedings of the Travel Research Association, San Diego, California, 195-198.
- Glasson, J. et. al. (1995): *Towards Visitor Impact Management*. Averbury, Aldershot, London, UK
- Haralambopoulos, N.-Pizam, A. (1996): Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23. 3. 503-526.
- Harrill, R.-Potts, T. D. (2003): Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69. 3. 233-244.
- Haukeland, J. V. (1984): Sociocultural impacts of tourism in Scandinavia: Studies of three host communities. *Tourism Management*, 5. 3. 207-213.
- Jurowski, C. (1998): A study of community sentiments in relation to attitudes toward tourism development. *Tourism Analysis*, 3. 17-34.
- Jurowski, C.-Gursoy, D. (2004): Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31. 2. 296-312.

- Korca, P. (1996): Resident Attitudes toward Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 23. 3. 695-726.
- Lankford, S. V. (1994): Attitudes and perceptions toward tourism and rura regional development. *Journal of Travel Research*, 32. 2. 35-43.
- Lawson, R.-Williams, J.-Young T.-Cossens, J. (1998): A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand towns. *Tourism Management*, 19. 3. 247-256.
- Lepp, A. (2006): Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, article in press
- Madrigal, R. (1995): Residents' perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22. 1. 86-102.
- Martin, B. F.-McGuire F.-Allen L. (1998): Retirees' attitudes toward tourism: Implications for sustainable development. *Tourism Analysis*, 3. 1. 43-51.
- Mason, P.-Cheyne, J. (2000): Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27. 2. 391-411.
- McCool, S.F.-Martin, S.R. (1994): Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32. 2. 29-34.
- Puczko, L.-Rätz, T. (2002): *A turizmus hatásai*. Aula, Budapest
- Ross, G.F. (1992): Resident perceptions of the impact of tourism on Australian city. *Journal of Travel Research*, 30. 3. 13-17.
- Rothman, J.K. (1998): *Devil's bargain: Tourism in the twentieth-century American West*. Lawrence: University of Kansas Press
- Sheldon, P. J.-Var, T. (1984): Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5. 2. 40-47.
- Snaith, T.-Haley, A. (1999): Residents' opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management*, 20. 1. 595-603.
- Smith, M. D.-Krannich R. S. (1998): Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25. 4. 783-801.
- Tomljenovic, R.-Faulkner, B. (1999): Tourism and older residents in a sunbelt resort. *Annals of Tourism Research*, 27. 1. 93-114.
- Weaver, D. B.-Lawton, L. J. (2001): Resident perceptions in the urban-rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28. 2. 439-458.
- Williams, J.-Lawson, R. (2001): Community issues and resident opinions of tourism, *Annals of Tourism Research*, 28. 2. 269-290.