

Hegedüs Sára

**A társadalmi normák szerepe a desztináció- és
közlekedéseszköz-választásban
a környezettudatosság vonatkozásában**

Turizmus Tanszék

Témavezető:

Dr. Kiss Kornélia, PhD

©Hegedüs Sára

**A társadalmi normák szerepe a desztináció- és
közlekedéseszköz-választásban
a környezettudatosság vonatkozásában**

Doktori értekezés

Hegedüs Sára

Budapest, 2024.

Tartalom

Köszönetnyilvánítás	6
1. BEVEZETÉS	7
1.1. Problémafelvetés.....	7
1.2. A témaválasztás indoklása és a kutatási kérdések	10
2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	13
2.1. Fenntarthatóság a turizmusban	15
2.1.1. A fenntartható turizmus mint a téma értelmezési kerete	16
2.1.2. Társadalmi trendek, társadalmi mozgalmak a turizmus és a fenntarthatóság viszonyában.....	20
2.2. A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás elméletei.....	23
2.2.1. A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás meghatározása	24
2.2.2. A környezettudatos viselkedés legnépszerűbb modelljei, önérdékkövetés és proszociális pszichológiai tényezők fókusszal.....	29
2.2.3. A társadalmi meghatározottságra, a kontextusra és a rutinra fókuszáló elméletek	37
2.3. A normák szerepe a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartásra ható tényezők között	48
2.3.1. A tudás, az attitűd és normatív elemek.....	48
2.3.2. Társadalmi normák és észlelt társadalmi normák hatása	53
2.4. A környezettudatos fogyasztói viselkedés turisztikai sajátosságai.....	59
2.5. A turisztikai fogyasztói magatartás fókuszba emelt területei: a desztináció- és közlekedésköz-választás	61
2.6. A kutatás elméleti kerete.....	66
3. A kutatás módszertana	70
3.1. Kutatási kérdések.....	70
3.2. Módszertani megfontolások.....	71
3.3. A mintaterület bemutatása	75
3.4. Az adatgyűjtés és az adatelemzés módszere.....	79
3.4.1. Az adatgyűjtés módszere és a minta összeállításának ismérvei	80
3.4.2. Az adatelemzés módszere és folyamata	88
3.5. A minta bemutatása	90
4. A PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI	95
4.1. Utazási szokások, utazási döntési szempontok.....	95
4.1.1. Desztinációválasztás.....	96
4.1.2. Közlekedésköz-választás.....	111
4.1.3. Demográfiai eltérések az utazási szokásokban.....	117
4.2. A fenntarthatóság, illetve környezettudatosság és az utazás kapcsolatának értelmezése.....	118
4.3. Környezettudatos magatartás	126

4.3.1.	Hétköznapi környezettudatosság – önreflexiók és gyakorlatok	126
4.3.2.	Megvalósított környezettudatos gyakorlatok szabadidős utazáskor.....	132
4.3.3.	A flight shame mozgalom ismertsége és megítélése, a Hemester	139
4.4.	Rendszerkritikák és a felelősség kérdése	143
4.5.	Társadalmak, társadalmi csoportok környezettudatossága	145
4.5.1.	Vélekedés a közvetlen környezet környezettudatosságáról	146
4.5.2.	Vélekedés Magyarország és Svédország környezettudatosságáról	147
4.5.3.	Demográfiai eltérések.....	155
4.5.4.	Társadalmi normák a válaszdók szemével	156
5.	KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	158
5.1.	A kutatás konklúziói	158
5.2.	Elméleti és gyakorlati hasznosság	171
5.3.	A kutatás korlátai és további kutatási irányok	173
6.	ÖSSZEFOGLALÁS.....	176
	FELHASZNÁLT IRODALOM	179
	MELLÉKLETEK	199
	1. sz. melléklet: A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás témájában megjelent, az értekezés szempontjából legjelentősebb források összefoglaló táblázata	200
	2. sz. melléklet: Interjú vezérfonál magyar nyelven	208
	3. sz. melléklet: Interjú vezérfonál angol nyelven	210
	4. sz. melléklet: Az interjúalanyok akvirálásához használt Facebook-csoportok.....	212
	5. sz. melléklet: Kódstruktúra (fontosabb kódok és témakategóriák).....	213

Rövidítésjegyzék

Rövidítés	Angol elnevezés	Magyar elnevezés
ABC-keretrendszer	attitude-behaviour-change	attitűd-viselkedés-változás
CCN	Consumer Citizenship Network	Fogyasztópolgárság Hálózat
CSR	Corporate Social Responsibility	társadalmi felelősségvállalás
EC	European Commission	Európai Bizottság
ENSZ	United Nations	Egyesült Nemzetek Szervezete
EU	European Union	Európai Unió
GDP	Gross domestic product	Bruttó hazai termék
GEB	General Environmental Behavior (scale)	általános környezetbarát viselkedés (skála)
IATA	International Air Transport Association	Nemzetközi Légiközlekedési Szövetség
MGB	Model of Goal-directed Behaviour	célvezérelt viselkedés elmélete
NAM	Norm Activation Model	normaaktivációs modell
NEP	New Environmental Paradigm	Új Környezeti Paradigma
PEB	pro-environmental behaviour	környezettudatos viselkedés
REB	Responsible Environmental Behavior	felelős környezeti magatartás modellje
SWEA	Swedish Women's Educational Association	Svéd Nők Edukációs Egyesülete
TEF	touristic ecological footprint	turisztikai ökolábnyom
TIB	Theory of Interpersonal Behaviour	interperszonális viselkedés elmélete
TPB	Theory of Planned Behavior	tervezett magatartás elmélete
TRA	Theory of Reasoned Action	indokolt cselekvés elmélete
UN	United Nations	ENSZ - Egyesült Nemzetek Szövetsége
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change	Egyesült Nemzetek Éghajlatváltozási Keretegyezménye
UNWTO (korábban WTO)	United Nations World Tourism Organization	az ENSZ Turisztikai Világszervezete
VBN	Value-Belief-Norm	érték-hiedelem-norma modell
WCED	World Commission on Environment and Development	az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottsága
WTO	World Tourism Organization	Turisztikai Világszervezet
WTTC	World Travel & Tourism Council	Utazási és Turisztikai Világtanács

Ábrajegyzék

1. ábra – A Scopus adatbázisban a társadalmi normák környezettudatos fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásáról szóló cikkek száma 1986-2025 között.....	14
2. ábra - A fenntarthatóság és a turizmus kapcsolatának értelmezései.....	19
3. ábra - A környezettudatos és a fenntartható turisztikai fogyasztói magatartás tartalmi felosztása.	27
4. ábra - Ajzen (1991) tervezett magatartás elméletének (TPB) modellje	30
5. ábra - A felelős környezeti magatartás modellje (Hines et al. 1987)	31
6. ábra - Schwartz (1977) normaaktivációs modellje (NAM)	33
7. ábra - Az érték-hiedelem-norma modell.....	34
8. ábra - Bamberg és Möser (2007) modellje	35
9. ábra - Melnyk, Carrillat és Melnyk elméleti kerete a társadalmi normák és a viselkedés kapcsolatára ható tényezőkről	42
10. ábra - Triandis interperszonális kapcsolatok elméletének modellje (1977)	43
11. ábra - Kollmuss és Agyeman szintetizáló modellje a környezettudatos viselkedésről	46
12. ábra - A normatípusok egymáshoz fűződő viszonya és a társadalmi normák funkciói	55
13. ábra - A turizmus hatásai vizsgálatának lehetséges vonatkozásai.....	62
14. ábra - A kutatás elméleti kerete	69
15. ábra - Az interjú tematikus struktúrája	85
16. ábra - Az adatgyűjtés és -elemzés folyamata.....	89
17. ábra - A külföldi/belföldi desztinációválasztásra ható motivációk	111
18. ábra - A közlekedéseszköz-választás szempontjai	117
19. ábra - A magyar társadalom környezettudatossága a válaszadók szemével.....	154
20. ábra - A svéd társadalom környezettudatossága a válaszadók szemével	154

Táblázatjegyzék

1. táblázat- A környezettudatos fogyasztói magatartással foglalkozó elméletek terminushasználata	25
2. táblázat – A racionális tényezőket fókuszba emelő elméletek főbb ismérvei és tényezői	32
3. táblázat - A normatív elemeket fókuszba állító két fontos elmélet	34
4. táblázat - A habituális, a kontextuális és a társadalmi meghatározottságú tényezőkre fókuszáló elméletek	44
5. táblázat - Tudásdimenziók és az azokra vonatkozó terminushasználat.....	49
6. táblázat - Az értékek és attitűdök rendszere a környezettudatos turisztikai fogyasztás tekintetében.....	51
7. táblázat - A társadalmi normák moderáló tényezői	56
8. táblázat- Svédok és magyarok hajlandósága fenntartható turisztikai viselkedésmódokra	78
9. táblázat - A minta összetétele nem és generációk szerint.....	87
10. táblázat - A Magyarországon élő magyar interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai	91
11. táblázat -- A Magyarországon élő svéd interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai	91
12. táblázat - A Svédországban élő magyar interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai	92
13. táblázat - A Svédországban élő svéd interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai	92

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Mindenekelőtt szeretném kifejezni hálámat és köszönetemet témavezetőmnek, Dr. Kiss Kornéliának, akinek bizalma nélkül sosem kezdtem volna bele a doktori folyamatba és aki nemcsak szakmailag, de emberileg is végig támogattott ezen az úton. Szakmai profizmusával, lendületességével és empátikus, támogató hozzáállásával biztos háttérrel jelentett számomra, amelyért végtelenül hálás vagyok.

Köszönöm az értekezéstervezetem bírálóinak, Dr. Csutora Máriának és Dr. Neulinger Ágnesnek, hogy javaslataikkal hozzájárultak a kutatás sikeres lefolytatásához és megerősítettek abban, hogy jó úton haladok.

Köszönöm a bizalmat és a támogatást a Corvinus Doktori Iskolák korábbi vezetőjének, Dr. Michalkó Gábornak, akinek szakmai tudása és bizalma szintén nagyon sokat jelentett számomra.

Köszönöm Dr. Lugasi Andreának, aki 2024 júniusáig a BGE KVIK dékánjaként munkaviszonyom első napjától kezdve mind szakmailag, mind emberileg támogatta a munkámat, és aki Dr. Kiss Kornéliával közösen lehetővé tette, hogy minél hatékonyabban fókuszálhassak a doktori kutatásomra.

Köszönöm mind a Budapesti Corvinus Egyetemen, mind a Budapesti Gazdasági Egyetemen dolgozó kollégáimnak, hogy tanácsaikkal, ötleteikkel segítették a munkámat vagy csak néhány jó szóval biztattak a folyamat során. Külön köszönöm azoknak, akik segítségemre voltak az interjúalanyok felkutatásában is. Kérem, nézzék el nekem, hogy nem sorolom fel őket név szerint, de olyan sokaktól kaptam segítséget, hogy kevés lenne ez az oldal megköszönnöm mindannyiuknak.

Köszönöm Boros Kittinek a sok közös gondolkodást és a támogatást. Kittivel együtt kezdtük a doktori tanulmányainkat, s párhuzamosan haladva, egymást támogatva haladtunk mindvégig. Köszönöm, hogy mindig számíthattam rá!

Köszönöm Kun Zsuzsannának és Tarcsay Tibornak, akik a BGE-vel történt együttműködés keretében a svéd alanyokkal folytatott interjúk elkészítésében nyújtottak segítséget. Köszönöm 63 interjúalanyomnak, hogy rendelkezésre álltak és értékes idejüket szánták a kutatásra.

Köszönöm a BGE Turizmus Tanszék demonstrátorainak, hogy adminisztrációs vagy szerkesztési feladatok megoldásával vagy a leiratok elkészítésében segítségemre voltak. Köszönöm Tóth-Patkó Viktóriának, aki az angol nyelvű leiratok véglegesítésében nyújtott segítséget.

Végezetül – de kiemelt helyen – köszönet illeti a Családomat, akik hihetetlen empátiával és támogatással kísérték végig ezeket az éveket. Az első köszönet a férjemé, Záboji Andrásé, akitől mérhetetlen mennyiségű türelmet és elismerést kaptam és gyermekeimé, akik elviselték, amikor nem csak ők voltak fókuszban, ráadásul kibírták – habár a legrosszabb nyárnak nyilvánították – a tervezőtírásra használt teljes 2022-es nyarat. Férjem mellett köszönöm a szüleimnek, anyósomnak, nővéremnek és a nagyobb család tagjainak a támogatást, érkezett az akár gyerekvigyázás, főtt étel, néhány jó szó vagy egyéb formában. Köszönöm a barátaimnak, akik a családommal együtt a nehezebb időszakokban is megtartó szociális hálót jelentenek számomra és akik biztattak ezen az úton is.

1. BEVEZETÉS

1.1. Problémafelvetés

A turizmus dinamikus növekedésével párhuzamosan a fenntarthatóság megkerülhetetlen kérdéssé vált – a gazdaság többi ágazatához hasonlóan – ebben a szektorban is. A Párizsi Egyezmény (2015) és a Glasgow-i Klíma Paktum (2021), amelyet az Egyesült Nemzetek Éghajlatváltozási Keretegyezménye (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC) tagjai kötöttek, nagymértékben érinti a turizmust, mind a károsanyag-kibocsátási törekvések, mind az átláthatóság, s a klímaváltozást figyelembe vevő irányítás tekintetében.

Az utóbbi években a turizmus és a fenntarthatóság kapcsolatáról élénk vita alakult ki a szakirodalomban, egyes kutatók szerint (Barr et al., 2010) a turizmus fenntarthatóbb irányba történő elmozdítása az ágazat szereplőinek aktív, felelős viselkedését igényli, míg kritikussabb teóriák (Haergraves, 2011; Higgins-Desbiolles et al., 2019) szerint a jelenlegi társadalmi-gazdasági berendezkedésben, a gazdasági növekedési kényszer mellett nincs lehetőség a turizmus fenntarthatóbb pályára állítására. Annyi bizonyos, hogy az ágazat jelenlegi mozgatórugói és kihívásai egyelőre nem teszik lehetővé, hogy – az egyezmények által megkívánt mértékben – elmozduljon fenntartható irányba (Becken, 2019).

A légit közlekedési piac liberalizációja, a repülőjegyárak csökkenése, a vízumkorlátozások enyhülése és a világ számos területére jellemző életkörülmény-javulás következtében az ágazatra 2019 végéig a dinamikus és szinte töretlen növekedés volt jellemző, amelynek mértéke a korábban prognosztizálnál is magasabb volt. 2019-ben a nemzetközi turistaérkezések száma elérte az 1,4 milliárdot (UNWTO, 2020a). A belföldi vendégforgalom – bár pontos statisztikai adatok nincsenek – egy 2018-as becslés szerint ennek hatszorosa (UNWTO, 2020b). 2019-ben a turizmus a világ GDP-jéhez több mint 10%-kal járult hozzá (WTTC, 2019). A 2020-as COVID-19 világjárvány hatására drasztikus visszaesés következett, majd az ukrán-orosz konfliktus kitörése, az infláció és az energiaválság okozott további bizonytalanságokat az iparág jövőjével kapcsolatban (UNWTO, 2022).

A pandémiai alatt és után született tanulmányok között még számos olyant találunk, amelyek szerint az ágazat újjáépítése csak fenntarthatóbb alapon lehetséges és szükséges, az érintettek magasabb szintű együttműködésével (Bhaskara & Filimonau, 2021). Ugyanakkor az utasforgalom nem várt gyorsasággal indult újra, 2023-ban a nemzetközi turistaérkezések száma már megközelítette a 2019-es volumen 90%-át. 2024 első

negyedévének adatai a járvány előtti utolsó év azonos időszakától csupán 3%-kal maradtak el (UNWTO 2024) és újra felpezsdült az overturizmus megelőzésével és kezelésével kapcsolatos diskurzus. A látogatóforgalom ugyanis újra olyan méreteket öltött Európa és a világ legkedveltebb desztinációiban, hogy – többek között – Mallorcán, Barcelonában és a Kanári-szigeteken a helyiek tüntetésekkel fejezték ki nemtetszésüket, Velencében belépődíjat vezettek be, Barcelona polgármestere pedig bejelentette, hogy öt éven belül megszünteti a rövid távú lakáskiadást a városban (Martiny, 2024). A közeljövőre érvényes turisztikai trendek (UNWTO 2024) azt mutatják, hogy 2024-re a turizmus volumene meghaladja a 2019-es szintet, ugyanakkor a korábbihoz képes nagyobb jelentősége marad a belföldi turizmusnak, legfőképp az infláció okozta gazdasági nehézségek, a megnövekedett közlekedési és szálláshely-árak miatt.

A turizmus fizikai környezetre gyakorolt káros hatásai az 1960-as évek óta foglalkoztatják a kutatókat (Saarinen, 2006). A hatások számbavétele és csoportosítása számos szerző által (Gössling 2002a, Puczko & Rätz 2002, Patterson et al., 2008), különböző logika szerint megtörtént, vizsgálható többek között a károsanyag-kibocsátás vagy az erőforrás-felhasználás mértéke vagy a fizikai rombolás. Nehézséget jelent ugyanakkor, hogy a turisztikai iparág termékekből és szolgáltatásokból tevődik össze, s környezeti hatásai a turista kiinduló helyétől a fogadóterületig számos helyen keletkezhetnek (Hunter, 2002), ráadásul a helyiek és turisták által igénybe vett szolgáltatások köre nehezen elkülöníthető.

A fenntartható turizmust az ezredforduló környékén az alternatív- vagy az ökoturizmussal azonosították, amely globálisan szemlélve nem állja meg a helyét. Egy közeli tömegturisztikai termék igénybevétele lehetséges, hogy kisebb turisztikai ökolábnyommal¹ (TEF – touristic ecological footprint) jár, mint egy hosszú távú repülőút és a célállomáson való etikus és felelősségteljes viselkedés, ezért a turizmusban célszerű az ökolábnyom-számítás, amely vonatkoztatható a teljes iparágra, a szektor egy szeletére, magára egy termékre, egy fogadóterületre, időszakosan egy-egy szezonra, illetve egy-egy turisztikai szolgáltatóra.

Habár folyamatosan történnek az iparágat érintő technológiai fejlesztések, az innovációk ellenére növekvő tendenciát mutat a turizmus klímaváltozásra gyakorolt hatása (World Tourism Organization and International Transport Forum, 2019). Általánosságban is elmondható a fogyasztással kapcsolatban, hogy a technikai-innovációs fejlesztések hatását

¹ Az ökolábnyom egy olyan mutató, amely azt méri, hogy egy adott populáció vagy egyén mennyi biológiailag produktív területet igényel az általa fogyasztott erőforrások előállításához és az általa termelt hulladékok elnyeléséhez. (Global Footprint Network, 2024)

felülmúlja a fogyasztás növekedéséből következő környezetkárosítás (Steg & Vlek, 2009). Még ha különlegesen hatékony innovációk támogatnák is a károsanyag-kibocsátás csökkenését, a turizmus dinamikus növekedése minimum ellensúlyozná ezeket, s összességében ez sem lenne elegendő (Gössling, 2013).

Környezeti hatásai közül a közlekedés, azon belül is a légitözlekedés jelenti a legnagyobb problémát (Lenzen et al., 2018), amely 2019-ig szintén dinamikus fejlődést mutatott. A 2020-as drámai visszaesést követően a légiutasforgalom hamar növekedésnek indult és 2023-ban már kevesebb mint 6%-kal maradt el a pandémia előtti szinttől (UNWTO 2024) és várhatóan még 2024-ben túlszárnyalja azt. A kiemelt időszakokban a légitözlekedés már most is nagyon túlterhelt, de a forgalom volumene mellett a gyarapodó szélsőséges időjárási jelenségek vagy az informatikai rendszerek problémái is számos járatkésést vagy -törlést okoznak világszerte (hvg.hu 2024.07.03.)

A szakirodalom évtizedek óta foglalkozik a turizmus egyes érintettjeinek szerepével az ágazat fenntarthatóvá vagy fenntarthatóbbá válásában, amely megvalósulhat technológiai innovációk, állami szabályozások és ösztönzők, valamint a fogyasztók viselkedésének önkéntes megváltozása révén, pontosabban ezek megfelelő mértékű kombinációjával (Gössling, 2012). Ráadásul az egyes szereplők viselkedésváltozása is hathat a többi szereplőre, például a fogyasztók igényeinek változása a szolgáltatókra, a kínálat alakításának vonatkozásában. Habár már korábban is számos kutatás hangsúlyozta a turisztikai fogyasztói magatartás változásának szükségességét és kulcsfontosságát (Hassan, 2000; Budeanu, 2007; Verbeek & Mommaas, 2008), a nemzetek fölötti turisztikai szervezetek is a szemléletformáló kampányokra helyezték a fókuszot (Budenau, 2007), elég, ha az UNWTO 2017-es, felelős turizmussal kapcsolatos témaévére gondolunk. A világjárvány hatására a turisták viselkedése – mint az iparág jövőbeni változásának legfőbb mozgatórugója – még inkább fókuszba került (Tasci et al., 2021).

A Turisztikai Világszervezet továbbra is azt prognosztizálja, hogy a fenntarthatósági szempontok jelentősége a fogyasztók döntéseiben nő és a természeti turizmus népszerűsége fontos marad. Kérdés természetesen, hogy az elmúlt évek eseményei és a következő időszak bizonytalanságai milyen irányba befolyásolják mindezt. Egy – a világjárványt követően készült – kutatás szerint (EC, 2021) az európai lakosság nagy többsége (82%) állította, hogy hajlandó lenne legalább részben megváltoztatni utazási és turisztikai szokásait a fenntarthatóbbá tétel érdekében.

A környezettudatosság témaköre a pszichológiában, a szociálpszichológia, a fogyasztói magatartástudomány, a vállalatgazdaságtan és a marketingtudomány területén hatalmas szakirodalommal rendelkezik, és a turizmus kontextusában is számos kutatás foglalkozott a témával. A korai elméletek a tudás és az attitűd szerepét emelték ki, míg később az önéreklövetéssel kapcsolatos és normatív elemek is fókuszba kerültek. A normák három típusa jelent meg a modellekben: a személyes normák (amelyeket erkölcsi vagy morális normáknak is nevezhetünk) belső ösztönzők, amelyek alapján az egyén helyesnek vagy helytelennek ítél egy magatartást (Schwartz, 1977; Schwartz & Howard, 1984); a társadalmi normák egy közösség vagy társadalom meggyőződése a helyes viselkedésről, amelyekhez – nem jogi – szankciók vagy jutalmak társulhatnak (Thøgersen, 2009); a szubjektív vagy észlelt társadalmi normák pedig az egyének elgondolásai arról, hogy a közösség milyen normáknak történő megfelelést vár el tőle. Egyes szerzők (Ajzen, 1991) szerint az egyének a megfelelési vágy miatt követik a társadalmi normákat, míg a másik elgondolás (Bamberg et al., 2007), hogy azok információforrásként könnyen előhívhatók az egyének számára, s ezért alkalmazkodnak hozzájuk.

Az utóbbi években a környezettudatos fogyasztói magatartással foglalkozó kutatások fókuszába került a társadalmi normák mellett és azokkal összefüggésben a kontextus, a társadalmi gyakorlatok és rutinok vizsgálata (Stern, 2000; Hargreaves, 2011; Barr & Prillwitz, 2014). A társadalmi normák hatását már a korai elméletek is próbálták integrálni a modellekbe, a gyakorlatelmélet képviselői pedig kiemelten kezdtek foglalkozni a rutinok szerepével, a társadalmi gyakorlatokkal. Mindazonáltal a társadalmi normák és a környezettudatos turisztikai viselkedés kapcsolatával leginkább az ösztönző üzenetek megfogalmazásának módja vagy a közvetlen környezet hatásának vonatkozásában foglalkoztak tanulmányok.

1.2. A témaválasztás indoklása és a kutatási kérdések

A Covid világjárvány előtt a fenntarthatóság, ezen belül legfőképp a környezetvédelem kérdése egyre inkább a figyelem középpontjába került, klímavédelmi mozgalmak alakultak. 2018-ban Svédországban elindult Greta Thunberggel a Fridays for Future, Nagy-Britanniában az Extinction Rebellion mozgalom és Svédországban pedig egy szervezeten kívüli társadalmi mozgalom is, a „flygskam” vagy „flight shame”, amely repülési szégyent jelent.

A közlekedési eszközválasztással kapcsolatos diskurzus a fent említett mozgalomnak is köszönhetően élénk volt az utóbbi években, ugyanakkor fontos szempontot jelent a

desztinációválasztás is, amely – összefüggésben az előbbiekkal – szintén nagy hatást gyakorolhat a turisztikai viselkedés környezeti hatásaira. Értekezésemben éppen ezért a desztináció- és a közlekedéseszköz-választásra fókuszálok.

A társadalmi normák környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartásra gyakorolt hatására mindezidáig kevés kutatás fókuszált, pedig a kutatók mind a társadalmi normák egyéni (hétköznapi) viselkedésre gyakorolt hatását (Melnik et al., 2022), mind a társadalmi mozgalmak társadalmi normákra gyakorolt hatását (Gössling et al., 2020) igazolták már. Arra vonatkozóan is vizsgáldtak már korábban a kutatók, hogy milyen típusú (leíró vagy felszólító) társadalmi normák okoznak nagyobb valószínűséggel viselkedésváltozás, például szállodai textíliacsere vonatkozásában (többek között Doran & Larsen, 2016), ezek a kutatások azonban mikroszinten vizsgáldtak és a megfogalmazott üzenetekkel voltak kapcsolatosak. Azzal kapcsolatban is születtek tanulmányok, hogy az utazásokra vonatkozó uralkodó társadalmi normák mennyiben befolyásolják a desztinációválasztást (Moran et al., 2018), ezek a kutatások azonban nem a környezettudatosság vonatkozásában vizsgáldtak.

Kevesebb figyelmet kapott ugyanakkor a társadalmi normák hatása olyan – az utazás és a fenntarthatósági szempontok alapján is releváns – döntések vonatkozásában, mint a desztináció- vagy a közlekedéseszköz-választás. A kutatás Svédországban és Magyarországon, négy szegmensben (Magyarországon élő magyarok és svédek, Svédországban élő svédek és magyarok) vizsgálódik, amely lehetőséget nyújt arra, hogy egyrészt a társadalmi normák szerepét feltárjuk a fogyasztók környezettudatos desztináció- és közlekedéseszköz-választásában, másrészt, hogy az országváltók esetében megvizsgáljuk, hogy mely társadalom normái relevánsabbak számukra és hogyan hatnak rájuk a fenti két utazási döntés vonatkozásában. Fő kutatási kérdésem tehát, hogy milyen hatással vannak a társadalmi normák a desztináció- és közlekedéseszköz-választásra a környezettudatosság vonatkozásában. Ahhoz, hogy a fogyasztók általános környezettudatosságáról képet kapjak, elsőként szükségesnek tartom megvizsgálni, hogy hogyan alakulnak a fogyasztók hétköznapi környezettudatos viselkedésmintái a vizsgált csoportokban. A fogyasztók tudáskészletéről és észlelt társadalmi normákról is információkhoz juthatunk a turizmus és a környezettudatosság kapcsolatának értelmezéseire irányuló kérdés alapján: milyen gyakorlatokat tartanak környezettudatosnak az utazásaik során a válaszadók. A legfontosabb alkérdést az jelenti, hogy magában az utazási magatartásban végül mennyire jelent tényezőt a környezettudatosság, azaz hogyan alakulnak az utazási döntések – kiemelten

külföldi/belföldi desztinációválasztáshoz és a közlekedésköz-választáshoz kapcsolódóan – a környezettudatosság vonatkozásában a vizsgált csoportokban. Az észlelt társadalmi normák alaposabb megismeréséhez a válaszadókat arról kérdezem, hogy hogyan látják a társadalmi csoportokat (közvetlen környezetüket és az egy/két ország társadalmát), amelyekben élnek, illetve amelyekből származnak a környezettudatosság vonatkozásában. És végül az is fontos, hogy megvizsgáljam, hogyan változott az országváltók esetében a környezettudatosság az attitűdök és a viselkedés vonatkozásában, a hétköznapi és a szabadidős utazási gyakorlatok esetében.

A kutatás az elméletalkotáshoz való hozzájárulás mellett a fogyasztási minták megváltoztatásának hatékony módjaiba is bepillantást enged, ezzel a politikai stratégiaalkotás és a marketingtervezés számára is hasznos információkkal szolgálhat.

Kutatási kérdéseim megválaszolásához elsőként áttekintem a releváns szakirodalmat a fenntarthatóság és a turizmus kapcsolata, az általános környezettudatos fogyasztói magatartás, a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás és turizmus trendjei és vele összefüggő társadalmi mozgalmak témáiban. Megvizsgálom, hogy a környezettudatos fogyasztói magatartásra ható tényezők között hogyan jelennek meg a normák és milyen kapcsolatban állnak más tényezőkkel. Ezt követően ismertetem a módszertani megfontolásokat, bemutatom a kutatás mintaterületeit, részletesen ismertetem a kutatási kérdéseket és alkérdéseket. Az eredmények bemutatását az induktív elemzés logikájával, a kutatási kérdést és alkérdéseket szem előtt tartva, de az elemzés során felmerülő témakategóriákat elemezve ismertetem. A konklúziók fejezetet, az elméleti és gyakorlati hasznosságról, végül a limitációkról és további kutatási irányokról szóló fejezet zárja, végül röviden összefoglalom az eredményeket.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A szakirodalmi feldolgozás tudományos céljai szerteágazóak. Randolph (2019) nyomán a kutatási terület körülhatárolása, az eddigi tudás szintetizálása és új perspektívák megtalálása, feltáratlan kutatási problémák azonosítása, a témához kapcsolódó terminusok megismerése, módszertani megfontolások azonosítása és elméleti keret alkotása egyaránt a szakirodalmi áttekintés céljai között szerepelhetnek. Értekezésem szakirodalmi áttekintésének legfontosabb célja az elméleti keret megalkotása volt, miközben koncentráltam a feltáratlan területek megtalálására.

Elsőként a fenntartható turizmussal és az iparág környezeti hatásaival foglalkozó tanulmányokat dolgoztam fel, amelyekben több szakirodalmi áttekintés típusú tanulmány volt segítségemre. Ez jelentette témám szempontjából az értelmezési keretet. A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás megértéséhez elengedhetetlen az általános környezettudatos fogyasztói magatartásról szóló legfontosabb elméletek megismerése, áttekintése. A kutatásom fókuszát jelentő környezettudatos turisztikai viselkedéssel kapcsolatos szakirodalmat szisztematikus áttekintéssel végeztem, amellyel kapcsolatban az elsődlegesen használt adatbázis a Scopus volt, amely több publikációt indexel, mint a Web of Science (WoS). A WoS által tartalmazott elemek a környezettudatos viselkedés vonatkozásában többnyire a Scopuson is megtalálhatók, ahogyan erre egy kutatás a közelmúltban rámutatott (Loureiro et al., 2022).

Értekezéstervezetemhez 2022 április és augusztus között végeztem el a források feldolgozását. Ekkor az első kulcsszavas keresés² 1220 találatot jelentett, a szisztematikus áttekintés eredményeképp végül 179 tanulmány képezte első körben a feldolgozás alapját. A cikkek olvasásakor természetesen további irodalmakhoz jutottam a hólabda módszerrel. Az egyes, témám szempontjából kiemelt altémákra külön keresést is végeztem ilyen módon, amelyeket terjedelmi okoknál fogva nem részletezek, csupán a lábjegyzetben³ egy példával ismertetek, a metódus tisztázása érdekében.

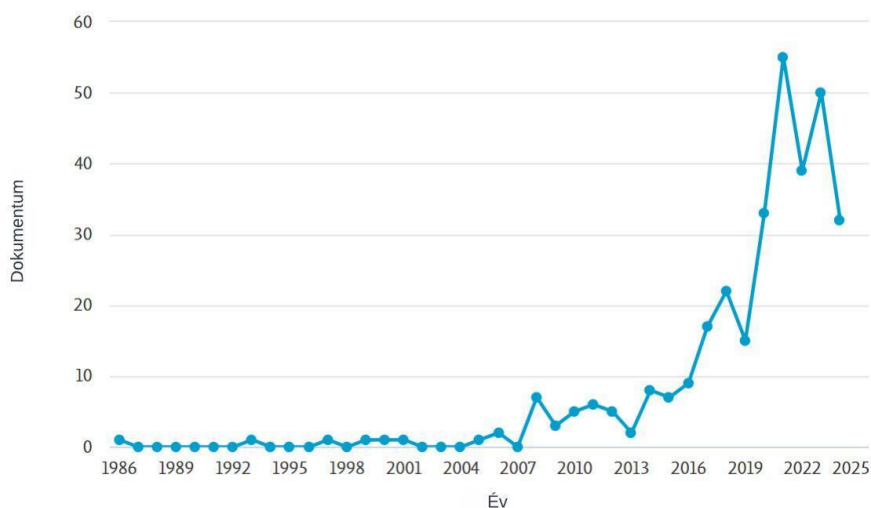
² Az alábbi kulcsszó-kombináció alapján folyóiratcikkek keresése történt tudományterületi szűrővel: TITLE-ABS-KEY (sustainab* AND tourism AND ((consumer* OR tourist*) AND (behaviour OR behavior))). Az 1220 találat utolsó 5 naptári évből származó 712 találatát tekintettem át elsőként, a címek alapján 128 releváns tanulmányt azonosítottam. Ezt követően a 200 legtöbb citációt kapott tanulmányból 57 cikket választottam ki, az átfedéseket leszámítva 179 cikk képezte az áttekintés alapját.

³ A társadalmi normák és a kulturális kontextus hatásaival kapcsolatban pl. az alábbi kulcsszó-kombinációval kerestem, majd leszűkítettem releváns tudományterületekre: TITLE-ABS-KEY ((touris* AND (sustainab* OR responsib*)) AND (behaviour OR behavior) AND ("social norm" OR culture)) A kereséskor legfrissebb öt év és a legtöbb hivatkozást kapott cikkek (hivatkozások számától függően 10-30%) kerültek áttekintésre.

Az értekezéstervezet beadását és vitáját követően 2022 és 2024 között folyamatosan figyelemmel kísértem a szakirodalmi eredményeket a témában és további forrásokból nyert eredményekkel egészítettem ki az elméleti háttérrel.

Fontos megemlíteni, hogy a fent részletezett keresés mellett célzottabb kereséseket is végeztem az egyes altémákhoz, amelyek között a legfontosabb a társadalmi normák környezettudatos fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásával kapcsolatos eredmények felkutatása volt. Tekintettel arra, hogy a téma az általános fogyasztói kutatásoknál is csak utóbbi években került fókuszba, itt kiemelten fontos volt gyakran ellenőrizni az új forrásokat. Az alábbi, 1. számú ábrán jól látható, hogy a társadalmi normák általános környezettudatos fogyasztó viselkedésre gyakorolt hatásáról szóló források száma ugrásszerűen növekedett a Scopus adatbázisában az elmúlt években, turisztikai kontextusban viszont még mindig kevés cikk áll rendelkezésre, azok is elsősorban olyan viselkedési területekről, és mint például a törülközőhasználat vagy az adományozás, elsősorban az üzenetek megfogalmazásának vonatkozásában.

1. ábra – A Scopus adatbázisban a társadalmi normák környezettudatos fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásáról szóló cikkek száma 1986-2025 között



Forrás: Scopus.com (2024)

2.1. Fenntarthatóság a turizmusban

Az 1960-as, 1970-es években jelentek meg a környezeti problémákra való figyelem felkeltésére szolgáló első írások, amelyek nagy hatást gyakoroltak a fenntarthatósági eszme terjedésére: többek között Rachel Carson „Silent Spring” (1962) című könyve, majd a Római Klub 1972-ben megjelent „A növekedés határai” című publikációja (Johnson 2014).

Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottságnak (World Commission on Environment and Development – WCED) 1987-ben publikált „Közös jövőnk” című, Brundtland-jelentésként is ismert dokumentuma a gazdasági növekedés új korszakát szorgalmazta, amely társadalmilag és környezetileg fenntartható. Ehhez a dokumentumhoz kötik a fenntartható fejlődés fogalmának lefektetését, amely szerint „a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk képességét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket” (WCED 1987, 16.o.).

Az 1990-es években tovább nőtt a téma népszerűsége a kutatók körében (Costanza et al., 1991; Pearce et al., 1994) és a jelentés által meghatározott fenntartható fejlődéssel kapcsolatos kritikák is megjelentek (Daly, 1991). A gazdasági-társadalmi-környezeti hárompilléres koncepció évtizedek óta uralja a fenntarthatóságról folyó diskurzust, azonban az erős és gyenge fenntarthatóság fogalmának megjelenése árnyalta ezt a hármas megközelítést (Daly, 1991). Míg a gyenge fenntarthatóság az erőforrások helyettesíthetőségét feltételezi, addig az erős fenntarthatóság minden töketípus fenntartását tartja szükségesnek (Goodland, 1995). Bár voltak olyan tanulmányok, amelyek a két terminus közötti minőségi különbséget más alapokra helyezték (Hediger, 1999), az erős fenntarthatóság még mindig fontos kiindulópont, még ha megvalósíthatósága vitatott is. Az erős fenntarthatóság arra törekszik, hogy a gazdaságot integrálja a környezeti és társadalmi-ökológiai rendszerekbe, és a fogyasztást a bolygó kapacitásain belül tartsa (Roome, 2012), míg a gyenge fenntarthatóság csak a természeti környezeti szempontokat emelte be a gazdaság keretei közé (Goodland, 1995).

Az 1960-as évekig a turizmus hatásaival szinte kizárólag pozitív kontextusban foglalkoztak, hiszen gazdasági növekedést generált (Rutty et al., 2015). Az 1970-80-as években a hangsúly eltolódott a negatív gazdasági, társadalmi és környezeti hatások vizsgálatára, majd az 1980-90-es években a fókusz az volt, hogy a gazdasági szempontokat hogyan lehet integrálni a társadalmi és környezeti szempontok közé (Postma & Schmuecker, 2017). Az ágazat káros környezeti hatásainak vizsgálata problémát jelent a

turizmus neoliberais gazdasági növekedési modelljének keretein belül (Cohen & Cohen, 2012). A fenntartható fejlődés brundtlandi definíciója (WCED, 1987) a turizmusba néhány év alatt szivárgott át, s létrejött a fenntartható turizmus (sustainable tourism) kifejezés, amellyel kapcsolatban az 1990-es évek első felében jelentek meg az első tudományos cikkek (Hall et al., 2015). Habár ezzel egyidőben a turizmuspolitika és a -menedzsment is adoptálta a fogalmat, a turizmus hozzájárulása a környezeti változásokhoz erős növekedési pályán maradt, köszönhetően annak, hogy a turizmus volumene folyamatos növekedett (Hall et al., 2015).

A turizmus fenntarthatóságával kapcsolatos diskurzusba beágyazódott a felelősségteljes vagy felelős turizmus fogalma is. Az alapvető fogalmi keretrendszer meghatározása sok problémát vet fel, hiszen sem a fenntartható, sem a felelősségteljes turizmus terminussal kapcsolatban nincsen konszenzus sem az akadémiai-kutatói, sem a gyakorlati szakemberek körében (Mihalic, 2016). A fenntartható és a felelősségteljes turizmus terminusok történetének tanulmányozása kutatásomnak nem célja, ezt több tanulmány feldolgozta korábban (Butler, 1999; Goodwin, 2011), azonban az értelmezési keretek meghatározása feltétlenül szükséges.

2.1.1. A fenntartható turizmus mint a téma értelmezési kerete

A fenntartható turizmus legelterjedtebb definíciója a Turisztikai Világszervezet nevéhez fűződik, amely szerint „a fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi turisták és fogadóterületek szükségleteit, másrészt védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit” (WTO, 1998, p. 21). Az elmúlt évtizedek során egyre bizonyosabbá vált, hogy a fenntarthatóság kérdése a turizmusban igen bonyolult, s megvalósulásához nem elegendő az általános elvek és javaslatok betartása (Michalkó, 2003), illetve, hogy a fenntartató fejlődés keretrendszere nem alkalmazható egy az egyben a turizmusra (Sharpley, 2000).

A szakirodalomban nem jött létre egyetértés a fenntartható turizmus definícióját illetően és eltérő kiindulópontok alapján határozták meg a kutatók annak mibenlétét (Saarinen, 2006). Ráadásul az akadémiai értelmezések és a gyakorlati megvalósítás között is szakadék húzódik (Mihalic, 2020; Sharpley, 2020).

Saarinen (2006) szerint a növekedés korlátainak „hagyományát” a turizmus fenntarthatóságának meghatározásába eltérő megközelítéssel építették be. Az erőforrás-alapú szemlélet (1) feltételezi, hogy van egy meghatározható, számszerűsíthető teherbíró-képesség, egy növekedési határ. Cél, hogy az erőforrások változatlanul megmaradjanak, ehhez vagy csökkenteni kell a látogatók számát, vagy el kell érni, hogy változtassanak a

viselkedésükön. Ebben az értelmezésben problematikus, hogy mit tekintünk eredeti, kiinduló állapotnak az erőforrások esetében. A tevékenység-alapú megközelítés (2) szerint a turizmus tevékenysége fontosabb, mint az erőforrások megőrzése. Ide tartozik Butler (1980) életciklus-modell megközelítése, amely azt állítja, hogy a turisztikai ipar tevékenységétől függ, hogy hol vannak a növekedés határai, nem az erőforrásoktól. Mára ez az elmélet az erősödő fenntarthatóság-igény miatt ebben a formában nem jelenik meg. A közösség-alapú megközelítés (3) a szereplők, leginkább a helyiek bevonásának fontosságát hangsúlyozza. Eszerint a növekedés határai attól függnék, hogy mit, mennyit visel el a közösség, amely nem számszerűsíthető és nem univerzális érvényű.

A turizmus és a fenntarthatóság kapcsolatát tehát igen széles körben értelmezi a szakirodalom. Míg a kutatások jelentős részének a turizmus valamely szereplője vagy szereplő-csoportja van a fókuszában, addig a vizsgálódások másik nagy csoportja a rendszert, a struktúrát veszi górcső alá (Verbeek & Mommaas, 2008).

A fenntarthatóság és a turizmus kapcsolati minőségének megítélése megosztja a kutatókat. Az egyik nézőpont szerint a turizmus fenntarthatósága sokkal inkább egy folyamatos minőségi javulás kell legyen, egy normatív orientáció, amely a társadalmi struktúrák és viselkedési rendszerek fenntartható fejlődés irányába történő alakulását jelenti (Passafaro, 2020; Bramwell et al., 2017). Ebben a megközelítésben a felelős egyéni, vállalati és állami viselkedés kerül fókuszba, a másik megközelítés szerint viszont a turizmus fenntarthatóvá tétele csak a teljes gazdasági-társadalmi berendezkedés átalakításával lehetséges (Higgins-Desbiolles et al., 2019). A két megközelítés bemutatását utóbbival kezdem, előbbivel folytatom.

Hall (2013) szerint az elgondolást, hogy létezik „zöld növekedés”, amelyet az erőforrás hatékonysággal, az energiamix változtatásával növekedő látogatószám mellett el lehet érni, „extrém módon problémás” (Hall, 2013, p. 1092), hiszen az ágazat szerinte csupán a körforgásos gazdaság megvalósulása esetén állhat fenntartható pályára. A körforgásos gazdaság elmélete olyan termelési és fogyasztási folyamatokat lát szükségesnek, amelyek korlátozzák a – főként nem megújuló – erőforrások használatát, minimalizálják a hulladéktermelést, és előtérbe helyezik az újrahasznosítást (Andersen, 2007).

Hall (2013), áttekintve a turizmus fenntarthatóságát célzó elméleteket, arra jutott, hogy a zöldnövekedés-elmélet képviselői – mivel a fókusz továbbra is a GDP és a látogatószám növekedésén van – a fenntarthatóság problémáját az egyéni fogyasztásra és felelősségre helyezi. A nemnövekedés elméletek képviselői (Wheeller, 1993; Higgins Desbiolles et al.,

2019; Gascón, 2019) is kritikusabban szemlélik a turizmus és fenntarthatóság viszonyát. Wheeler (2007, p. 73.) másfél évtizeddel ezelőtt úgy fogalmazott, hogy „A turizmus magába foglalja az utazást, és minden utazás közlekedéssel jár: a közlekedés egyik formája sem fenntartható: akkor hogy az ördögbe lehetne fenntartható a turizmus?”. Higgins-Desbiolles és kollégái (2019) szerint a turizmus iparág jelenleg csak eltereli a figyelmet a valódi problémáról a neoliberális kapitalizmus logikája szerint, a felelős turizmus zászlaja alatt. Nem elegendő ugyanis felhívni a turizmusban részt vevők figyelmét a problémára (Dolnicar, 2020), a turizmus és fenntarthatóság között rejlő ellentmondást csak a gazdasági berendezkedés teljes átalakításával lehet feloldani, megszüntetve a növekedési kényszert, ami a turizmusban (is) alapvető nézőpontváltást eredményezne. Az újradefiniált turizmus progresszív, befogadó, igazságos és méltányos kell legyen, amelyet csak úgy lehet elérni, ha a helyi közösségek jogai élveznek prioritást, szemben a turisták jogaival és a turisztikai vállalkozások profitjával (Higgins-Desbiolles et al., 2019). Mindez azt is jelenti, hogy a nemzetközi turizmus helyett a belföldi és szociálturizmus⁴ élénkítése szükséges (Higgins-Desbiolles et al., 2019). Az ágazat fenntarthatóságához szintén szükséges lenne a természet intrinzik értéként való elismerésére, azaz, hogy nem csak a belőle származó hasznok miatt kell fontosnak tartanunk a természet védelmét, hanem önmagáért is (Holden, 2019). A kritikusabb kutatók tehát gyökeresebb változásokat látnak szükségesnek, ugyanakkor elismerik, hogy léteznek már kezdeményezések, amelyek az átalakulás irányába hatnak, úgymint a slow turizmus⁵ vagy a lokalizmus⁶ (Higgins-Desbiolles et al., 2019). Habár a szakirodalom irányadó áramlata a viselkedés tényezőivel, s megváltoztatásának mikéntjével foglalkozik, egyes szerzők szerint a klímaváltozás kezelhetősége alapvető kérdések újragondolását igényli, úgymint az állam szerepe és a felelősség kérdése.

A másik, a szereplőkből kiinduló irányzat képviselői – ahogyan fent említésre került – a turizmus fenntarthatóbbá tételét jelen gazdasági-politikai berendezkedés mellett is lehetségesnek tartják, a turizmus szereplőinek folyamatos törekvése mellett. Az 1980-as évek végén a társadalmi és környezeti kérdések politikai megközelítése az egyének felelősségére helyezte a hangsúlyt: az a nézet vált irányadóvá, hogy nekik – mint állampolgároknak és mint fogyasztóknak – kellene a változás motorjainak lenni (Barr &

⁴ A szociálturizmus zászlajára tüzi, hogy a kiszolgáltatottabb csoportok számára is hozzáférhetőek legyenek az üdülési és turisztikai lehetőségek, gyakran kormányzati vagy nem kormányzati szervezetek támogatásával (Jolin 2020).

⁵ A slow vagy lassú turizmus koncepciója a nyugalmat és elmélyülést, a desztináció kultúrájának, lakóinak és környezetének alapos megismerését szorgalmazza, a fenntarthatóság alapelveit figyelembe véve (Krešić & Gjurašić, 2022).

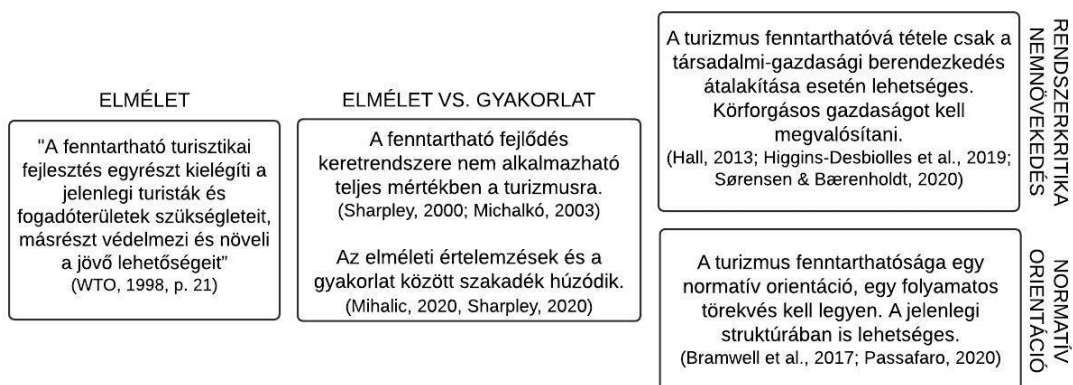
⁶ A lokalizmus a helyi közösségek érdekeinek prioritizálását jelenti a turizmusfejlesztésben és a döntésekben. (Higgins-Desbiolles and Bigby, 2022)

Prillwitz, 2012), amely a neoliberális gazdasági berendezkedéssel van összhangban. Az, hogy a szakirodalomban és a politikai programokban is a fogyasztók viselkedése és annak változtatása, tehát az ABC-keretrendszer (attitude-behaviour-change) (Shove, 2010) van a fókuszban, jelzi, hogy az éghajlatváltozásra való reagálás felelőssége az egyénekre terelődik, arra az elgondolásra, hogy az ő döntéseik hozhatják meg a változást. Szintén fontos, hogy ez az elgondolás tulajdonképp az egyénekre bízza, hogy milyen döntésekkel, milyen viselkedésmódosításokkal élnek, amelyek segítségével csökkenthetik utazásaik káros hatásait, tehát voltaképpen az egyéni felelősségvállalásra apellál.

A felelős turizmus definiálásához Goodwin (2011) meghatározását érdemes alapul venni, amelynek lényege, hogy a felelősségteljes turizmus minimalizálja a természeti, társadalmi és kulturális környezetre gyakorolt negatív hatásokat. A felelős viselkedés éppúgy jellemezheti a fogyasztókat, mint a szolgáltatókat vagy az ágazat egyéb szereplőit (Happ, 2014). Fontosnak tartom megjegyezni, hogy a hazai szakirodalomban a felelősségteljes turizmus kifejezés esetében hangsúlyos a társadalmi hatásokkal kapcsolatos felelősség kérdése (Ásványi, 2019), míg a nemzetközi szakirodalom „sustainable” és „responsible” jelzői közelebb állnak egymáshoz, a kettő közötti kapcsolatot leginkább úgy jellemezhetjük, hogy a felelős(ségteljes) turizmus a szereplők aktív cselekvésére fókuszál, amely révén megvalósulhat a fenntartható turizmus mint cél (Goodwin, 2011).

A fent bemutatott főbb értelmezéseket a 2. ábrán foglaltam össze.

2. ábra - A fenntarthatóság és a turizmus kapcsolatának értelmezései



Forrás: a hivatkozott források alapján saját szerkesztés

Értekezésemben abból indulok ki, hogy a fent említett megközelítések egymás kiegészítéseként is szolgálhatnak. Az infrastrukturális változások, az innovációk és a körkörös gazdaság irányába tett strukturális lépések éppúgy szükségesek a turizmus

fenntarthatóbbá tételéhez, mint a turizmus szereplőinek viselkedésváltozása (Sørensen & Bærenholdt, 2020). A kínálati és keresleti oldal közötti ellentmondások – például a tájékoztatás és ismeretek hiánya vagy a megfelelő fizikai, infrastrukturális feltételek a fenntartható turizmussal kapcsolatosan – a körforgásos gazdasági gyakorlatok megvalósulásának akadályait jelentik (Sørensen & Bærenholdt, 2020), tehát mindegyik megközelítésnek helye van.

Tekintettel arra, hogy a turizmus fenntarthatóságának nincsen „abszolút értéke”, a normatív orientációt tekintem elsődleges megközelítésnek, tehát a kérdés, hogy hogyan lehet elmozdítani a szektort egy olyan irányba, hogy a környezetre és a helyi társadalmakra kevesebb káros hatást gyakoroljon. Jelen értekezés a témán belül – a szektor szereplői közül – a fogyasztók viselkedésváltozását vizsgálja.

2.1.2. Társadalmi trendek, társadalmi mozgalmak a turizmus és a fenntarthatóság viszonyában

A turizmus globális trendjei között évek óta szerepel a fenntarthatóság fontossága, amelyet jól mutat, hogy a 2017-es évet az UNWTO a Fenntartható turizmus évének nyilvánította (UNWTO, 2017).

A társadalmak általánosságban a környezethez fűződő attitűdjeivel kapcsolatban 2020-ban az Európai Bizottság publikált jelentését vehetjük alapul (EC 2020), amely szerint az európaiak számára személyesen is fontos a környezet védelme, a kérdés, hogy az attitűdök azután a viselkedésben realizálódnak-e. Az eredmények összességében a svéd társadalom kiemelkedő környezettudatosságát igazolták, amely nem jelenti, hogy az ökolábnymuk is kisebb lenne, mint az európai átlag, ahogyan ez nincs is így (Global Footprint Network, 2024).

Az elmúlt néhány év eseményei természetesen az utazási és a környezeti attitűdökre és szokásokra is hatást gyakoroltak. A Covid-19 világválság hatására 2021-ben az európai lakosság több mint egyharmada számított arra, hogy összességében kevesebbet utazik majd, viszont az utazásaiknak nagyobb részét tölti belföldön (EC, 2021). Az európaiak 82%-a állította, hogy hajlandó változtatni, legalább részben, az utazási szokásain a fenntarthatóság érdekében (EC, 2021). A konkrét cselekedetek, amelyekben hajlandóak változtatni, elsősorban a helyi élelmiszerek fogyasztása, a hulladékcsökkentés és a főszezon és a túl népszerű helyek elkerülése voltak (EC, 2021), tehát kevésbé került előtérbe a desztinációválasztás (leszámítva az overturizmussal sújtott úti célok kerülését) vagy a közlekedéseszköz-választás.

Ugyanakkor 2024-ben már jól látszik, hogy az utazások volumene várhatóan már idén visszaáll a világjárvány előtti szintre. A Booking 2023 nyarán mérte fel közel 28 ezer felhasználója 2024-re szóló utazási terveit, szerte a világból, amelyből kiderül, hogy ugyan az árak emelkedését érzik a válaszadók, az utazásokat anyagi megfontolásokról nem akarják elhalasztani, hanem áthelyezik például szezonon kívülre vagy hitelkártyával fizetnek. Az utazók több mint fele (53%) kényelmes, de a fenntarthatóságot attraktív innovációkkal segítő szállást keres. Kétharmaduk számára elsődleges hívószó a természet jelenléte és habár az utazók érdeklődnek a környezetbarát megoldások iránt, ezek választásáért cserébe örömmel fogadnának például pontgyűjtő applikációkban jutalmakat (60%) (Booking, 2023). Ebből jól látszik, hogy habár az utazók fontosnak tartják a fenntarthatósági szempontokat, tenni érte csak akkor hajlandók, ha a kényelem nem sérül vagy ha valamiféle előnyük is származik belőle. Árnyalja a képet viszont, hogy ez az előny lehet például az is, hogy a helyiekkel kapcsolatot építhetnek és autentikusabb élményeket szerezhetnek.

Szintén a Booking készíti azt a fenntartható turizmusról szóló felmérést (Booking, 2024) amelyből kiderül, hogy habár a fenntarthatóság az utazások tekintetében 83% szerint fontos, ezzel párhuzamosan 45% állítja, hogy fontos, de nem prioritás és a válaszadók 28%-a már belefáradt, hogy mindig a klímaváltozásról halljon. A kitöltők 28%-a úgy érzi, hogy az utazással töltött idő különleges, amikor nem ez jelenti a legfontosabb szempontot. Mindezek ellenére 75%-uk akar fenntarthatóbban utazni a jövőben, mint korábban és 45%-uk tervez fenntarthatóbb közlekedési eszközöket választani. Nagyon fontos, hogy 44% nem tudja, hogyan teheti utazását fenntarthatóbbá.

A fenntarthatóság iránti általános érdeklődés fokozódásával párhuzamosan a világjárvány kitörése előtt a turizmust is érintő mozgalmak indultak útjukra. A légitözlekedés klímaváltozásra gyakorolt hatásával kapcsolatos növekvő figyelem és tudatosság hatására Svédországban született meg (Gössling et al., 2020) a „flygskam”, angolul „flight shame”, azaz repülési szégyen jelensége (Chiambaretto et al., 2021; Mkono, 2022), amelyre a továbbiakban flight shame néven hivatkozom. Ennek előzménye, hogy 2017-ben kezdődött egy diskurzus a környezetvédelmi légitözlekedési adó bevezetéséről, amely a svéd sajtóban is nagy visszhangot kapott. 2018 elején befolyásos újságírók és celebritások jelentették be, hogy lemondanak a repülésről (Jacobson et al., 2020). Élénk vita kezdődött a mainstream és a közösségi médiában az egyéni felelősségről, és létrejött a repülési szégyen kifejezés, valamint Greta Thunberg mozgalma, a Fridays for Future, amely a klímaváltozás ellen küzdő fiatalokat szólítja meg. A repülési szégyen jelenség és

mozgalom lényege, hogy az egyén pszichológiai kellemetlenséget vagy bűntudatot érez, amikor úgy dönt, hogy a légitársaságot választja (Flaherty & Holmes, 2020; Gössling et al., 2020), amely egyfajta reflexió is a társadalmilag nem kívánatos tevékenységére (Gössling & Buckley, 2019). Habár a svédek tudatában vannak a légitársaság káros környezeti hatásának (Gössling et al., 2009; Jacobson et al., 2020), a fogyasztás-alapú károsanyag-kibocsátásuk még mindig magas és ötször annyit repülnek, mint a világszerte. A svédek által tett nemzetközi repülőutak a svéd fogyasztás alapú kibocsátás 10%-át adják (Larsson et al., 2018 in Jacobson et al., 2020). 2019-ben – tehát még a világválság előtti évben, a mozgalom megjelenését követő évben – viszont először csökkent az utasforgalom a Swedavia (Svédország reptereinek fejlesztője és üzemeltetője) repülőterein, a nemzetközi kisebb (2%), a belföldi nagyobb (9%) mértékben (Swedavia, 2020). A nemzetközi és a belföldi forgalmat tekintve a járatok száma (menetrendszerinti és charter együtt) 6%-kal volt kisebb, mint az azt megelőző évben. Ezek az adatok jelezhetik az utasok egy részének változó magatartását (Jacobson et al., 2020). A jelenség légitársaságra gyakorolt lehetséges hatását már a Nemzetközi Légitársasági Szövetség (International Air Transport Association – IATA) is elismerte 2019-es gazdasági jelentésében (IATA, 2019). Habár a világválság minden korábbi trendet kérdésessé tett, azt elmondhatjuk, hogy a flight shame mozgalom Európában növekvő jelentőségre tesz szert (Chiambaretto et al., 2021; Mkonko, 2022).

Gössling és Buckley (2019) közvetlenül a Covid-világválság előtt vizsgálták, hogy mennyire szükséges, hogy ilyen magas legyen a repülőutak aránya (57%) a nemzetközi turistaérkezéseken belül. Morális és gazdasági oldalról vizsgálták meg a motivációkat, s azt találták, hogy a légitársaság társadalmi normává vált, amely egészen a 2018 őszi Svédországban megjelent flight shame mozgalom elindulásáig nem ingott meg. A repüléssel kapcsolatos aggályok azonban a Fridays for Future környezetvédelmi mozgalom által még erősebb hangsúlyt kaptak a médiában, ezért Gössling és kollégái (2019, 2020) a légitársasággal kapcsolatos társadalmi normáknak az átalakulását vetítik előre. A repülési szégyen jelenség a közösségi fórumokon is nagy figyelmet kap (Becken et al., 2021; Mkonko & Hughes, 2020). Mkonko (2022) tanulmányában a Reddit közösségi fórumon megjelent, repülési szégyennel kapcsolatos bejegyzéseket és az ezek kapcsán kialakult beszélgetéseket elemezte. Külön érdekesség, hogy a virtuális beszélgetők döntő többsége európai volt, a hat elemzett beszélgetésből pedig egyet egy svéd, a másikat egy magyar indította, a többi négyről nem derült ki a nemzetisége. A beszélgetőpartnerek többsége (90%-a) nem érez repülési szégyent, de többnyire nem utasítják el a jogosságát a gondolatnak, csak éppen nem tartják könnyen

hozzáférhetőnek vagy kényelmesnek a repülés alternatíváját. A beszélgetőpartnerek nemzetiségét tekintve Mkono (2022) azt találta, hogy azon nemzetiségek – főleg a svédok és a németek – vannak túlsúlyban, ahol intenzíven megjelent a flight shame mozgalom.

A világjárvány alatti korlátozások miatt jelentősen csökkent a légi közlekedés volumene a világban, ugyanakkor 2023-ban csupán 6%-kal maradt el a járvány előtti szinttől, és várhatóan még 2024-ben eléri azt. (UNWTO 2024). Mindebből jól látszik, hogy a mozgalom jelenleg nem gyakorolt nagy hatást globálisan az utazási szokásokra. Ha azonban a primer kutatás két fókuszterületét vizsgáljuk, akkor mindenképpen beszédes, hogy míg Svédország 10 legfontosabb repterének 2023-as évi légi utas-forgalmi adatai a 2019-esnek csupán 80%-át teszik ki, Magyarországon a vezető Budapesti Nemzetközi Liszt Ferenc Repülőtér forgalma 2023-ban 90%-a volt a 2019-es értéknek. 2024 nyarán a Magyar Állam tulajdonába került a repülőtér, amely kapcsán a kormány bejelentette, hogy 2025-től kivezetik a légitársaságok különadóját (Világgazdaság, 2024), ez is hatással lehet a repülőjegyárakra és így a forgalom volumenére is.

A járvány óta eltelt időszak nem elegendő ahhoz, hogy megállapításokat tegyünk a tendenciával kapcsolatban, ehhez több időre van szükség. Ugyanakkor a globálisan gyorsan helyreálló turisztikai iparág megkérdőjelezi a járványidőszakban kijelölt fenntarthatósági elképzelések megvalósulását. A két országra vonatkozóan pedig mindenképp érdemes az esetlegesen eltérően kijelölt fejlesztési irányokat, adózási szabályokat és az ennek kapcsán alakuló tendenciákat figyelemmel kísérni.

2.2. A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás elméletei

A környezettudatosság vizsgálatával az 1960-as, 1970-es évek óta foglalkoznak a kutatók. Az azóta eltelt évtizedekben számos kutatás vette górcső alá a környezettudatos viselkedés egy-egy tényezőjét önállóan vagy komplexen több tényezőt, modellbe ágyazva. A környezettudatos viselkedés vonatkozásában sokféle fogalommal, elnevezéssel és definícióval találkozunk a szakirodalomban, ezért ebben a fejezetben elsőként ezeket tekintem át és jutok el az általam használatos tartalomhoz.

Ezt követően rátérek a környezettudatos magatartás elméleteire. Az elmúlt négy évtizedben rendkívül sok tanulmány foglalkozott a környezettudatos fogyasztói magatartást befolyásoló tényezőkkel, ráadásul a kutatások sok tudományterületet képviselnek a pszichológiától a fogyasztói magatartástudományon át a viselkedéstudományig (Lange & Dewitte, 2019). Értekezésemnek nem lehet célja az általános értelemben vett környezettudatos magatartás fogalmának és elméleteinek teljes körű áttekintése,

ugyanakkor elengedhetetlen, hogy ismerjem azon teóriákat, amelyeket turisztikai kontextusban is alkalmaznak és amelyek témám szempontjából releváns eredményekkel bírnak. Ehhez az általános környezettudatos fogyasztói viselkedést feldolgozó szakirodalmi áttekintő tanulmányokat és az általános környezettudatos fogyasztói magatartással foglalkozó eredeti cikkek elméleti fejezeteit hívtam segítségül, ezeken belül elsősorban Kollmuss és Agyeman (2002), Antimova és kollégái (2012), Kasza-Kelemen (2015) és Han (2021) munkáira támaszkodtam. Ezután hólabda módszer segítségével folytattam a vizsgálódást és az elméletek szintetizálását. A hétköznapi környezettudatos magatartásra ható tényezők között ezen elméletekben vannak egyéni, interperszonális és szituációs vagy kontextuális tényezők is.

Az eredmények egyértelművé tették, hogy a jelenség oly mértékben komplex, hogy nagyon nehéz egyetlen modellbe sűríteni (Kollmuss & Agyeman, 2002; Anable et al., 2006), illetve egy nagyon sok tényezőt magába foglaló modell létrehozása a téma vizsgálata szempontjából nem előremutató, hiszen kezelhetetlen. Emiatt az elméletek többsége ugyan többféle tényezőtípust tartalmaz, de rendszerint a fókuszban néhány tényezőtípus szerepel.

Az áttekintett elméleteket két nagy csoportba osztva mutatom be. Az első alfejezetben bemutatom a leggyakrabban alkalmazott modelleket, amelyek fókuszában gyakrabban szerepelnek egyéni tényezők, majd a második alfejezetben az utóbbi években fókuszba került társadalmi és habituális tényezőkkel, valamint kontextuális elemeket középpontba helyező elméletekkel foglalkozom. Mindkettő esetben ismertetem azt is, hogy turisztikai kontextusban készült kutatások milyen eredményekre jutottak a modellek alkalmazásával. Szintén fontosnak tartottam már ezen modellek esetében rávilágítani a normák megjelenésének módjára és szerepének fontosságára vagy háttérbe sorolódására.

2.2.1. A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás meghatározása

A környezettudatos fogyasztói magatartás mint terminus meghatározása elengedhetetlen, különös tekintettel arra, hogy a témában végzett kutatások sem térnek ki minden esetben a fogalomhasználat tartalmi pontosítására. Ahogyan majd látni fogjuk a módszertani fejezetben, sok esetben ráadásul nem is a magatartás, inkább a viselkedési szándék a függő változó. A terminushasználat igen diverzifikált és különböző nyelvi variációk is nehezítik a kérdést. Elsőként tehát a terminusok és jelentéstartalmuk áttekintésére van szükség, hogy meghatározhassam azokat, amelyek a kutatás elméleti keretébe illeszkednek.

A fogyasztói magatartás az a tevékenység, amelyek során az emberek vásárolnak, fogyasztanak és elhasználnak termékeket, illetve szolgáltatásokat vesznek igénybe (Hofmeister-Tóth, 2017). Erre a folyamatra hatással vannak kulturális, társadalmi, személyes és pszichológiai tényezők is, és mindez valamilyen kontextusban zajlik (Hofmeister-Tóth, 2017). Amikor fenntartható vagy környezettudatos fogyasztói magatartásról beszélünk, akkor tehát valamilyen terméket vagy szolgáltatás fogyasztása vagy nem fogyasztása mellett döntünk, de a fogalom jelentéstartalma meghatározható a cselekvő szándékoltása és a viselkedés környezeti hatása mentén is.

1. táblázat- A környezettudatos fogyasztói magatartással foglalkozó elméletek terminushasználata

terminus - nemzetközi szakirodalom*	általános elméletek	turisztikai fókuszú elméletek
sustainable behaviour (fenntartható viselkedés)		Holmes et al. 2021; Nowak et al. 2024
pro-environmental behaviour (környezetért tett, környezetbarát viselkedés)	Kollmuss & Agyeman 2002, Kim et al., 2020	Dolnicar, 2010; Barr et al. 2011; Kim et al. 2018; Juvan & Dolnicar, 2017; Kiatkawsin & Han, 2017; Han et al., 2015; Reese et al. 2014
ecological behaviour (ökológiai viselkedés)	Kaiser et al, 1999	
environmentally responsible behaviour (környezetileg felelős viselkedés)	Thøgersen, 2009	Chiu et al. 2014; Jiang et al. 2022, Cheng & Wu 2015
responsible environmental behaviour (felelős környezeti viselkedés)	Hines et al, 1987	Abdullah et al 2020;
green behaviour (zöld viselkedés)	Do & Do 2024	Han et al. 2009; Wang et al 2018
environmentally sustainable behaviour (környezetileg fenntartható viselkedés)	Cheng et al., 2011	Juvan & Dolnicar, 2017; Budeanu, 2007, Ballantine et al. 2021, Barr & Prillwitz 2014
environmentally friendly behaviour (környezetbarát viselkedés)		Dolnicar et al. 2019; Dolnicar, 2020
environmentally significant behaviour (környezetileg szignifikáns viselkedés)	Stern, 2000, Gatersleben et al. 2002	
terminus - magyar nyelvű szakirodalom	általános elméletek	turisztikai fókuszú elméletek
környezettudatos magatartás/viselkedés	Nagy, 2006, 2018; Lányi, 2008; Albert ,2013; Piskóti, 2015	Kasza-Kelemen, 2015; Gonda & Raffay, 2021; Hegedüs et al., 2023
környezetbarát magatartás	Majláth, 2010	

*zárójelben a szó szerinti (saját) fordításban értendő magyar megfelelője

Forrás: a megjelölt hivatkozások alapján saját szerkesztés

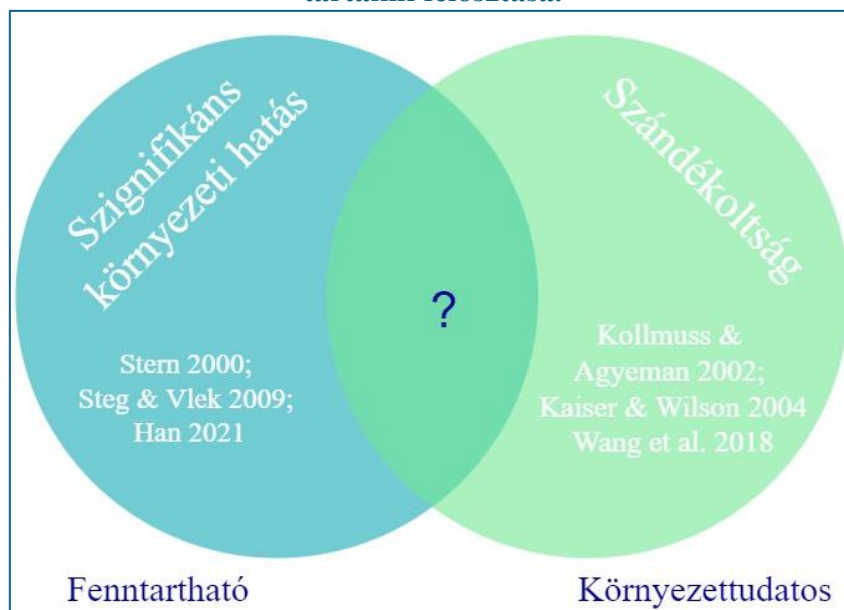
Mind az angol, mind a magyar nyelvű szakirodalom több hasonló jelentésű terminust használ a jelenségre, általánosságban és turisztikai kontextusban is. Angolul a fenntarthatóság három pillérét szem előtt tartó „sustainable behaviour” vagy a kifejezetten a környezeti fenntarthatóságra utaló kifejezések is használatosak. A nemzetközi

szakirodalom általam feldolgozott tanulmányai leggyakrabban a „pro-environmental behaviour” kifejezést használják. A magyar szakirodalomban pedig a „környezettudatos” terminussal találkozunk leggyakrabban. A fogalomhasználatot a fontosabb források megjelölésével általános fogyasztói magatartás és turisztikai fogyasztói magatartás kontextusában az 1. táblázatban foglalom össze. Habár a táblázatban felsorolt fogalmak között vannak szinonimák, jelentésben inkonzisztenciákat találunk a kutatások között. A legfontosabb tartalmi különbség, hogy az adott cselekvés céljai között szerepel-e a környezet javítása vagy pedig környezeti szempontból semleges/pozitív hatású viselkedésről van szó.

A szakirodalomban leggyakrabban használt definíció Kollmuss és Agyeman (2002) nevéhez fűződik, amelynek lényege, hogy környezettudatosnak (pro-environmental behaviour – PEB) nevezzük azon viselkedésformákat, amelyek céljai között szerepel, hogy az egyének a cselekedeteiknek a természeti és épített környezetre gyakorolt negatív hatásait csökkentsék. A kiindulópont tehát, hogy a motivációik között szerepel a környezet védelme. A környezettudatos viselkedést tekinthetjük egy, az egyéni érdekek és a mások (legyen az más emberek, a következő generáció, fajok vagy az egész ökoszisztéma) iránti törődés – vagyis az önérdék és a proszociális motívumok – elegyének (Bamberg & Möser, 2007), amelyet értekezésem következő fejezeteiben részletesen is taglalok. Ugyanakkor ezt, a szándékolt – vagy célorientált (Piskóti, 2015) – viselkedést, amelyet – elfogadva Kollmuss és Agyeman (2002) definícióját – környezettudatosnak nevezek, meg kell különböztetnünk a környezeti szempontból szignifikáns (Stern, 2000), – egyes forrásokban fenntartható (sustainable) – viselkedéstől, amelyek függetlenül a cselekvő szándékától hatásukat tekintve pozitívak vagy semlegesek a környezetre nézve.

Kaiser és Wilson (2004), Kollmuss és Agyeman (2002) valamint Wang és kollégái (2018) kifejezetten a célorientált viselkedéseket javasolják környezettudatos fogyasztói viselkedésnek tekinteni, míg Steg és Vlek (2009), Stern (2000) és Han (2021) a környezeti hatásaik miatt szignifikáns viselkedésekre fókuszál. Értelmezésemben az a viselkedés környezettudatos, amelynek létrejöttét meghatározó döntés meghozatalakor figyelembe vette a fogyasztó a környezeti szempontokat. Fenntarthatóhatónak nevezem az olyan magatartást, amely környezeti szempontból nem negatív hatású, függetlenül a szándékoltól. Ezek nem azonos fogalmak, noha a két fogalomnak van közös halmaza (Kurusu, 2015). Ezt mutatja be a 3. ábra.

3. ábra - A környezettudatos és a fenntartható turisztikai fogyasztói magatartás tartalmi felosztása.



Forrás: a megjelölt források alapján saját szerkesztés

Ez azért is fontos, mert kutatások igazolták, hogy a környezettudatosság által motivált viselkedés nem feltétlenül jelent kisebb negatív hatást a környezetre, a környezeti hatások mérlegelése nélkül hozott döntés pedig elképzelhető, hogy pozitív hatást vált ki (Gatersleben et al., 2002; Csutora, 2012). A környezettudatos szándék ellenére lehetséges, hogy a környezetre gyakorolt hatás nem semleges vagy pozitív, ha például egy környezettudatos indíttatásból zero waste életmódot kezdő fogyasztó rengeteg új, messziről szállított eszközt megvásárol, amit zero waste-nek hirdetnek. Az ellenkezőjére is természetesen számtalan példát hozhatunk, hiszen választhatja valaki a vonatot a repülő helyett a repüléstől való félelem miatt, illetve dönthet egy hazai úti cél mellett – szemben egy külföldivel – anyagi okokból kifolyólag. Steg és Vlek (2009) – amikor azt javasolják, hogy rangsoroljuk a cselekvéseket és csak azokkal kapcsolatosan vizsgálódjunk, amelyek következményei jelentős mértékben befolyásolják a környezet állapotát – hozzáteszik, hogy ehhez a különböző tudományágak hatékony együttműködésére van szükség, hiszen az egyes viselkedések vagy viselkedésváltozások életciklus-elemzése vagy egyéb számítási módszerek szükségesek ahhoz, hogy azok környezeti hatását meg lehessen állapítani. Természetesen van egy közös halmaz, amely mindkét értelmezésnek megfelelő viselkedéseket tartalmazza, tehát amelyek hatásaikban pozitívak a környezet szempontjából és a cselekvő figyelembe vette a környezet védelmét, amikor emellett a viselkedésforma mellett döntött. Ugyanakkor a turizmusra különösen igaz, hogy az egyes cselekedetek valódi környezeti-társadalmi hatását nagyon nehéz vagy épp nem is lehetséges mérni.

A tartalmat, tehát a konkrét viselkedéselemeket tekintve sincsen konszenzus a szakirodalomban: Stern (2000) például az általa „környezeti szempontból szignifikáns viselkedésnek” („environmentally significant behaviour”) nevezett fogalom értelmezési lehetőségei mellett kitér az egyes cselekedettípus-csoportokra és azok tudományos jelentőségére is. Egyes komplex megközelítések az egyének viselkedését nem csupán fogyasztói – hanem az élet bármely területén tanúsított (például környezetvédelmi aktivizmus, mozgalmak támogatottsága, érzelmi viszonyulások) – magatartásformáik alapján vizsgálják, míg a szűkebb értelmezés csak a fogyasztói viselkedési elemekre koncentrál (Majláth, 2009, 2010). Ahogyan Nemcsicsné Zsóka (2005) rávilágít, arról is döntést kell hozni, hogy állapotként vagy folyamatként tekintünk a környezettudatos magatartásra, hiszen igen nehezen határolható körül, hogy vizsgálatunk tárgya a repüléssel kapcsolatos környezettudatosság esetében például a repülőgéppel megtett távolság legyen vagy hogy egy korábbi időszakhoz képest hogyan változott mindez.

A környezettudatos fogyasztói magatartás tartalma alapján a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás definiálása kézenfekvőnek tűnhet, ugyanakkor a turisztikai termékek speciális tulajdonságaiból – megfoghatatlanság, birtoklás hiánya vagy a termék létrejöttének a fogyasztástól való elválaszthatatlansága, illetve a „romlékonyság” (Michalkó, 2012) – következően egyáltalán nem az. Ha például Dolnicar (2004) egy korábbi értelmezését vesszük alapul – amely szerint a környezettudatos turisztikai magatartás azt jelenti, hogy a turisták óvják a turisztikai desztinációban a természeti értékeket – akkor éppen azon magatartásformákat (desztináció- és közlekedésszükségletválasztása) hagyjuk figyelmen kívül, amelyek a kutatások szerint a legnagyobb hatást gyakorolhatják a környezetre. Alkalmazhatóbb a Chiu és kollégái (2014) által megfogalmazott definíció, amely szerint a környezettudatos turisták kerülnek vagy csökkentik az ökológiai környezet károsítását, így tágabb viselkedési portfóliónál maradhatunk.

Értekezésemben a továbbiakban környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartásnak nevezem azon viselkedéseket, amelyeknek céljai között szerepel, hogy minél kisebb negatív hatásuk legyen a környezetre és amelyek turisztikai kontextusban értelmezhetőek. Elfogadom tehát Chiu és kollégái (2014) definícióját a szándékoltság vonatkozásában, kiemelt figyelmet szentelek ugyanakkor – a szándékoltságon belül – Steg és Vlek (2009) javaslatát szem előtt tartva azon döntéseknek, amelyekről a szakirodalom alapján kijelenthető, hogy hatásuk nagy szerepet játszik a turizmus káros környezeti hatásaiban. Ilyen módon törekszem a 3. ábrán kérdőjellel jelölt terület tartalmának megtalálására

turisztikai kontextusban. Ezen viselkedési területek meghatározását a 2.5. fejezetben fejtem ki.

Kutatásomban ugyanakkor azt is vizsgálom, mit tekintenek maguk a fogyasztók környezettudatos turisztikai viselkedésnek, melyek azok az utazási döntések, amelyek esetében úgy vélik, hogy cselekedhetnek környezettudatosan és hogyan teszik ezt.

2.2.2. A környezettudatos viselkedés legnépszerűbb modelljei, önértékelés és proszociális pszichológiai tényezők fókusszal

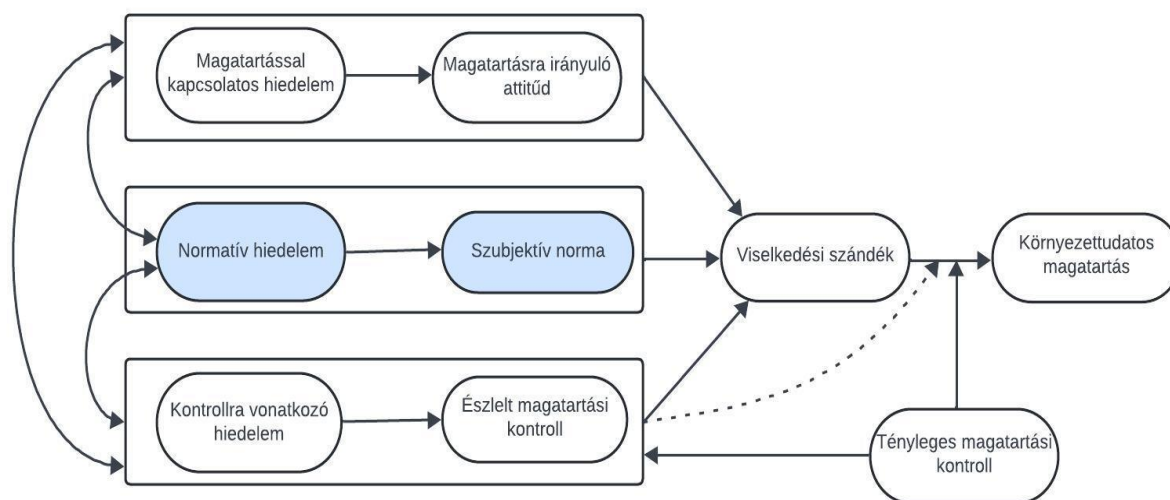
A környezettudatos fogyasztói magatartás legnépszerűbb elméletei nagy hangsúlyt helyeztek a pszichológiai tényezőkre. A legkorábbi elméletek lineáris kapcsolatot feltételeztek a tudás-attitűd-viselkedés (knowledge-attitude-behaviour) mentén, és ez modell (Burgess et al., 1998) gyakorta megjelenik a szakirodalomban, habár számos kritika érte leegyszerűsítő, illetve kizárólag racionalitást feltételező volta miatt (Antimova et al., 2012). A tudás és az attitűd változók szerepét a kiemelt tényezők bemutatásánál ismertetem.

Ajzen (1991) tervezett magatartás elmélete (Theory of Planned Behavior – TPB), amely Ajzen és Fishbein (1980) indokolt cselekvés elméletének (Theory of Reasoned Behavior TRA) továbbfejlesztett változata az egyik leggyakrabban használt modell a szakirodalomban (Kollmuss & Agyeman, 2002). Az elmélet nem kifejezetten a környezettudatos, csupán a tudatos cselekvések magyarázatát célozta (Nemcsicsné Zsóka, 2005). A TRA azért jelentett fontos kiindulópontot a későbbi kutatások számára, mert megállapította, hogy a viselkedésre vonatkozó attitűd nem közvetlenül, hanem a cselekvési szándékon keresztül befolyásolja a viselkedést (Ajzen & Fishbein, 1980). A másik fontos faktor a szubjektív norma, amely az egyéneknek azon elgondolását jelenti, hogy a számára releváns közösség hogyan ítéli meg a cselekedetét, mit várnak tőle, hiszen ezeknek meg szeretne felelni. Ez a változó az, amely túlmutat az egyéni pszichológiai tényezőknél és amely értékelésem szempontjából fontos, hiszen voltaképpen az egyén társadalmi norma-észlelését jelenti.

A tervezett magatartás elmélete (TPB) (4. ábra) azt feltételezi, hogy az egyének elsősorban racionálisan mérlegelik döntéseiknél, hogy a cselekedeteiknek milyen következményeik lesznek és az egyes verziók iránti attitűdöt az észlelt pozitív vagy negatív következmények (büntetés vagy jutalom) összevetése határozza meg. Az TRA-hoz képest a TPB az észlelt magatartásirányítást – egy szituációs tényezőt – is beveszi a modellbe, ami alatt azt érti Ajzen (1991), hogy az egyén mennyire tartja könnyűnek, s mit gondol arról, hogy

mennyire képes megvalósítani az adott magatartást (Lányi, 2008). Utóbbi már szituációs elemként is felfogható. A modell népszerűségét egyrészt átláthatóságának és matematikailag egyszerű alkalmazhatóságának (Kollmuss & Agyeman, 2002), másrészt annak köszönheti, hogy az önértékkövetés mellett a normatív tényezőket is beemeli, ráadásul éppen a külső megfeleléssel kapcsolatos szubjektív vagy észlelt normákat (az ábrán kékkel jelölve), nem pedig a személyes, belső meggyőződésként értelmezhető morális normákat.

4. ábra - Ajzen (1991) tervezett magatartás elméletének (TPB) modellje



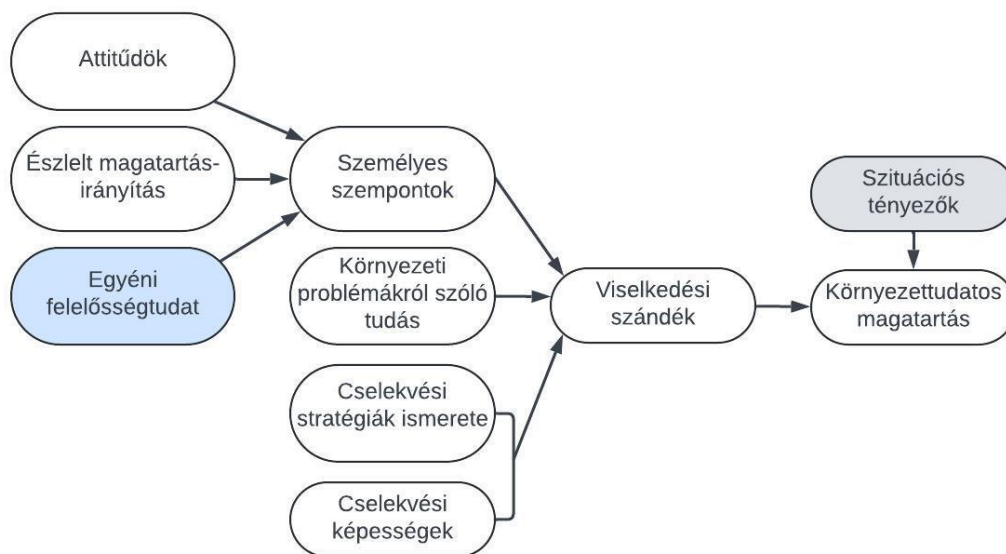
Forrás: Ajzen (1991) alapján saját szerkesztés

A népszerűsége mellett számos kritika is érte (Ajzen, 2011), legfőképpen, hogy sokak szerint túlságosan épít a fogyasztók racionális megfontolásaira (Kollmuss & Agyeman, 2002).

A modell bővítésekor bevezetett új változók között szociodemográfiai faktorok éppúgy szerepelnek, mint személyiség, tudás vagy érzelmi elemek (Liu et al., 2020). Később látni fogjuk, hogy a társadalmi normák információs szerepe is kiemelkedően fontos, ezért a tudás mint tényező kimaradása a modelltől témám szempontjából is csökkenti az alkalmazhatóságát.

Hines, Hungerford és Tomera (1987) a TRA és a TPB elméletek alapján egy, a korábbi kutatásokon alapuló meta-analízis segítségével megalkotta a felelős környezeti magatartás modelljét (Responsible Environmental Behavior, REB) (5. ábra), amelyben már megjelennek külső, szituációs tényezők is egy összefoglaló változóként (az ábrán szürkével jelölve).

5. ábra - A felelős környezeti magatartás modellje (Hines et al. 1987)



Forrás: Hines et al., (1987) alapján saját szerkesztés

Ezen kívül a környezeti problémákkal kapcsolatos tájékozottság mellett az egyes viselkedési stratégiák ismeretének hatása – azaz tudással kapcsolatos faktorok – is belekerülnek a modellbe. A cselekvési képességek felmérése, az észlelt magatartásirányítás elsősorban racionális, míg a felelősségtudat normatív tényezőként értékelendő. A normákat ebben a modellben ugyanis az egyéni felelősségtudat tényezője (kékkel jelölve) testesíti meg, amelyet a szerzők a személyes vagy egyéni szempontok közé sorolnak. A személyes szempontok nincsenek összefüggésben a tudásdimenziók elemeivel a modellben, hanem önállóan hatnak a viselkedési szándékra.

A turizmusban megvalósuló fogyasztói döntések és a normák szempontjából ez az elmélet több is fontos tanulságokkal szolgál. Egyrészt a szituációs tényezők ebben a kontextusban nagy szerepet játszanak, akár a speciális terméktulajdonságokra gondolunk, akár arra, hogy az utazás a mindennapi fogyasztási környezetből való kikerüléssel jár. Ugyanakkor ez azt is jelenti, hogy bekerült egy olyan változó a modellbe, amely rengeteg akadályozó tényezőt takarhat, úgymint költségszempontok, időráfordítás vagy erőfeszítés túlzott mértéke, infrastruktúra hiánya (Nemcsicsné Zsóka, 2005). Kiemelendő, hogy ide sorolhatók az úgynevezett bevált szokások, rutinok is mint akadályozó tényezők, amelyek a későbbiekben bemutatásra kerülő gyakorlatelméletek kiindulópontját jelentik. A normatív elemekről ugyanakkor a modell másképp vélekedik, mint Ajzen (1991), mert kizárólag a személyes normát jeleníti meg a felelősségtudat formájában, míg Ajzennél éppen a szubjektív normával találkozunk.

A korai lineáris modelleket, a TRA- és a TPB-modelleket és az ezek bővítésével létrejött elméleteket a 2. táblázat foglalja össze. A tényezőtípusok meglétét az elméletben szürkével jelöltem, halványabb szín esetén az elmélet érintőlegesen foglalkozik az adott tényezőcsoporttal, az elméletek fókuszában lévő tényezőcsoportokat pedig erősebb színnel jelöltem.

2. táblázat – A racionális tényezőket fókuszba emelő elméletek főbb ismérvei és tényezői

Szerzők (évszám)	Elmélet megnevezése	Ki- indul ó elmél et	A viselkedésre közvetlenül vagy közvetve ható fontosabb változók	Fókusz (tényezők típusa)			
				racionális	affektív	normatív	szituációs
korai elméletek (Burgess et al. 1998 alapján)	tudás-attitűd- viselkedés (KAB)		tudás, attitűd				
Ajzen & Fishbein, 1980	indokolt cselekvésemélet (TRA)		viselkedési szándék, szubjektív norma, a viselkedéssel kapcsolatos attitűd, az attitűdöt érintő és a nor- matív megfontolások relatív fontossága, értékelő hiedelmek, normatív hiedelmek				
Ajzen, 1991	tervezett magatartás elmélete (TPB)	TRA	TRA + észlelt és tényleges viselkedési kontroll (képes-e a cselekvést végrehajtani)				
Hines et al., 1987	felelős környezeti magatartás modellje (REB)	TPB	TPB + környezeti problémák ismerete, szituációs tényezők, egyéni felelősségtudat, cselekvési stratégiák és képességek ismerete				

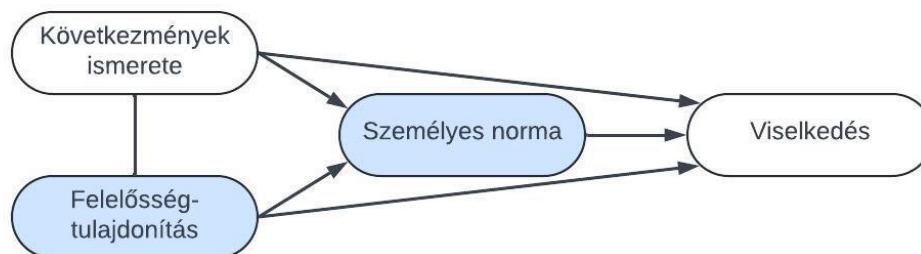
Forrás: Ajzen, (1991), Ajzen és Fishbein (1980), Burgess és kollégái (1998), Hines és kollégái (1987) alapján saját szerkesztés

A normaaktivációs modell (Norm Activation Model – NAM) – amely Schwartz (1977) nevéhez fűződik – már kifejezetten az erkölcsi és személyes normákra helyezi a hangsúlyt, amelyet a következmények ismerete és a felelősség érzése aktivál cselekvéssé (Schwartz, 1977). Központi eleme a személyes norma, amelyre hat a viselkedés következményeinek tudatossága és az azokért vállalt felelősség elfogadása (Piskóti, 2015). Kezdetben olyan morális és proszociális kérdések vizsgálatához használták, mint az adományozás vagy az önkéntesség, később a környezettudatos cselekvéseket is vizsgálták a modell segítségével (de Groot & Steg, 2009).

A NAM (6. ábra) abból indul ki, hogy meghatározó a különbség az önmagukat középpontba állító, önmegvalósító (hedonista és egoista) és az én-átalakító (altruista és

bioszférikus) értékorientációjú emberek hozzáállásában, ami a környezettudatos cselekvéseket illeti.

6. ábra - Schwartz (1977) normaaktivációs modellje (NAM)



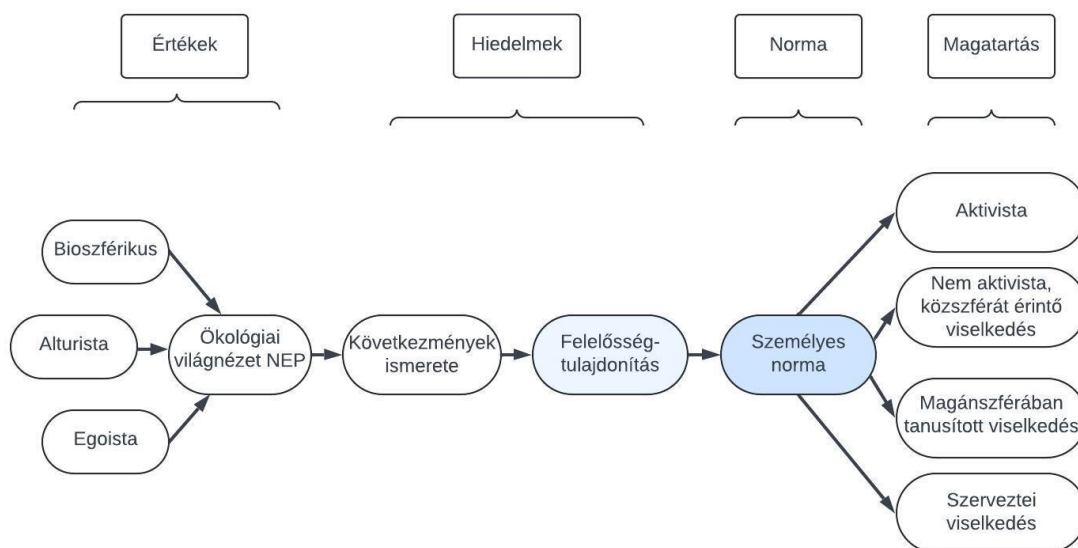
Forrás: Piskóti (2015) alapján saját szerkesztés

Későbbi kutatások (Stern et al., 1993, in Kollmuss & Agyeman, 2002) a bioszférikus értékorientációt már az egoista és az altruista mellett harmadik kategóriaként említik. Habár több kutatás igazolta (Stern, 2000), más tanulmányok nem tudták bizonyítani az egyes értékorientációk és a környezettudatos magatartás közötti összefüggést (Kasza-Kelemen, 2015).

A NAM koncepcióját vitte tovább Stern és kollégái (1999) érték – hiedelem – norma (Value-Belief-Norm – VBN) modellje (7. ábra), amelybe bekerült az értékek és világnézet (NEP), valamint a káros következmények ismerete és a felelősségtudat tényezője is.

Az értékek egy életre megalapozott motívumok, míg a hiedelmek változhatnak többször is egy ember életében (Juvan & Dolnicar, 2014). A modellben a proszociális viselkedés különböző formái (aktivizmus, közszférában való nem aktivista viselkedés, privátszférában történő viselkedés, szervezeti viselkedés – tehát nem elsősorban a fogyasztói viselkedésről van szó) a kötelességtudat normájának aktiválásával jönnek létre. A viselkedés közvetlen előrejelzőjének ugyanis az ábrán személyes normaként jelölt tényező tekinthető, ez az eredeti modellben, a tényezők részletes kifejtésén azonban a "kötelességtudat a környezetvédelmi cselekvések iránt" címkét viseli.

7. ábra - Az érték-hiedelem-norma modell



Forrás: Stern és kollégái (1999) alapján saját szerkesztés

Kutatásom szempontjából – habár a társadalmi normák nem szerepelnek az elméletben – azért fontos Schwartz (1977) és Stern és kollégái (1999) modellje, mert a következmények ismerete külön változóként szerepel, amely sokkal konkrétabb, mint a környezeti tudás volt: magának a viselkedésnek a konkrét hatásával foglalkozik. Ennek jelentőségét majd a tudás különböző dimenzióiról szóló eredmények árnyalják, amelyekre a tényezők ismertetésénél térek rá.

A normatív tényezőket fókuszba állító, fent bemutatott két elméletet a 3. táblázat foglalja össze.

3. táblázat - A normatív elemeket fókuszba állító két fontos elmélet

Szerzők (évszám)	Elmélet megnevezése	Kiinduló elmélet	A viselkedésre közvetlenül vagy közvetve ható fontosabb változók	Fókusz (tényezők típusát illetően)			
				racionális	affektív	normatív	szituációs
Schwartz, 1977	norma-aktivációs modell (NAM)		személyes norma, felelősség-tulajdonítás, következmények ismerete				
Stern et al., 1999	érték-hiedelem-norma modell (VBF)	NAM	NAM+világnézet, értékek, személyiség				

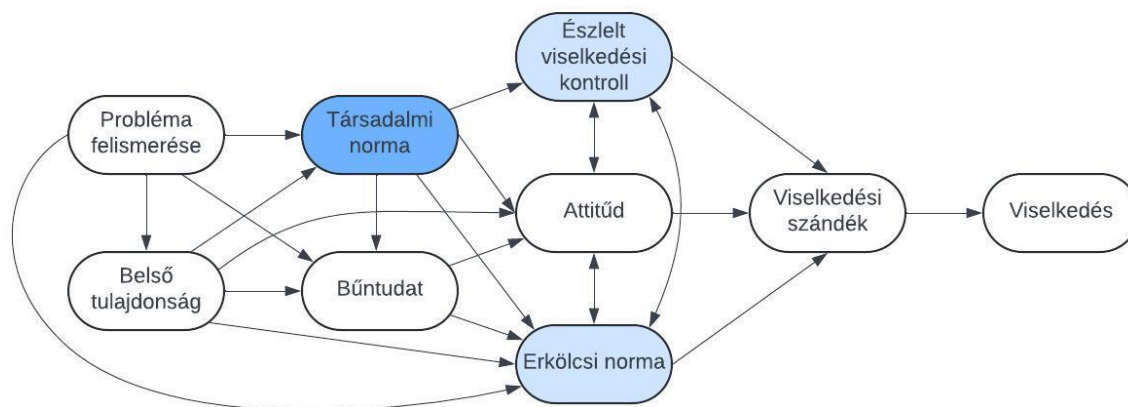
Forrás: Schwartz (1997), Stern et al. (1999) alapján saját szerkesztés

A normatív elméletekben, különösképp a VBN-modellben az altruizmus hangsúlya jelenik meg az önérdékkel szemben, a normatív elemek elsősorban belső motivációs tényezők. A

TPB a személyes érdeket vagy hasznot helyezi fókuszba, még ha meg is jelenik normatív értékelés a viselkedés helyességéről, de az inkább kívülről érkező faktor (Anable et al., 2006). Ezen kívül fontos különbség, hogy a viselkedési szándék megjelenik a TPB és TRA elméletekben, de a normatív elméletekben nem.

Bamberg és Möser (2007) a két különböző megközelítésű elmélet egyidejű figyelembevételét, kombinációját javasolja. Meta-analízissel végzett kutatásuk eredménye azt mutatta, hogy az attitúd, az észlelt viselkedési kontroll és az erkölcsi (moral) normák nagymértékben magyarázzák a viselkedési szándékot. Fontos, hogy a társadalmi normák Bamberg és Möser (2007) szerint ezen három változón keresztül hatnak, nem közvetlenül, mint ahogy a büntudat is. Utóbbi új változóként került bele a modellbe és a személyes norma szignifikáns előrejelzőjének bizonyult. A tudatosság is fontos elem, amely a normán keresztül is hat az identitásra, ami pedig a viselkedésre. Bamberg és Möser (2007) modelljét a 8. ábra mutatja be grafikusán. Ez a modell is rendkívül sok tényezőt és kapcsolatot próbál egyidejűleg figyelembe venni, így nehezen kezelhető. Témám szempontjából viszont nagyon fontos, hogy a társadalmi norma egyrészt hat a személyes vagy erkölcsi normán keresztül, valamint az észlelt viselkedési kontrollon keresztül, amely tulajdonképp az észlelt társadalmi normát jelenti. Tehát ellentétben a korábban bemutatott elméletekkel, amelyek vagy a személyes normát jelenítették csak meg (Hines et al., 1987) vagy a szubjektív normát (Ajzen, 1991), Bamberg és Möser (2007) úgy vélik, hogy a társadalmi norma hathat a személyes vagy erkölcsi normára az internalizálódáson keresztül, de jelentkezhethet úgy is, hogy viselkedési kontrollt gyakorol az egyénre, illetve egyből az attitúdre vagy a büntudatra hat. Ezen tényezőket kézzel jelöltem a modellben.

8. ábra - Bamberg és Möser (2007) modellje



Forrás: Bamberg & Möser (2007) alapján saját szerkesztés

Ezen legfontosabb elméletcsoportok alkalmazása a turisztikai fókuszú kutatásokban is hangsúlyos. Ajzen (1991) tervezett magatartás elméletének (TPB) népszerűsége turisztikai kontextusban is igazolható, számos kutatás elméleti keretét képezi, amelyek közül csak néhányat ismertetek. Leggyakrabban kibővített modelleket alkalmaztak a kutatók. Meng és Choi (2016) úgy találták, hogy az autenticitás érzékelése esetén a modell jobban magyarázta a lassú turizmusban való részvételt, míg a környezeti problémákról való gondolkodás beemelése nem változtatott. Egy, a természeti desztinációkat meglátogató turisták környezettudatos viselkedési szándékait vizsgáló tanulmány (Fenitra et al., 2021) a TPB elméletet bővítve alkalmazta a környezeti tudással, a bioszférikus értékorientációval és a pozitív érzelmi tapasztalattal, amelyek pozitívan hatnak a környezettudatos viselkedéssel kapcsolatos attitűdre, amely a szubjektív normákkal és az észlelt viselkedési kontrollal együtt pozitívan hat a viselkedési szándéokra. Habár a TPB kiinduló modelljét, a TRA-t ritkábban alkalmazzák, Buonincontri és kollégái (2017) a közelmúltban ezt a modellt használták kutatásukban, amelynek eredménye, hogy a látogatók örökségturisztikai helyszíneken szerzett élményeinek kognitív és affektív elemei befolyásolják a látogatók helykötődését és fenntartható magatartását.

Turisztikai kontextusban a NAM és a VBN elméletek alkalmazása kevésbé terjedt el, mint a TPB modell (kibővített) használata (Han, 2014, Tölkes, 2020). Han (2015) a TPB és a VBN elméletek kombinálásával egy komplex modellt alkotott, amelyben kombinálta a bioszférikus értékrendszert, az ökológiai világnézetet, a következmények ismeretét, a felelősségtulajdonítást, a környezettudatos cselekvésre vonatkozó kötelességérzetet, a viselkedésre vonatkozó attitűdöt, a szubjektív normát és az észlelt viselkedési kontrollt, mindez hatékonyan magyarázta a fogyasztók környezettudatos döntéseinek alakulását.

Han és kollégái (2015) a normaaktivációs modellt az akarati, érzelmi, tapasztalati és szokásbeli tényezőkkel bővítették a környezettudatos szálláshelyekkel kapcsolatos kutatásukban. Azt találták, hogy az elvárt érzelmek, az attitűdök, a korábbi viselkedés és a környezeti aktivitás beemelésével a modellbe annak magyarázóereje megnőtt. A várható érzelmek mediáló hatását Zhao és kollégái (2020) is igazolták örökségturisztikai kontextusban.

Confente és Scarpi (2021) a felelősségtulajdonítás, a környezeti érzékenység és helykötődés változókat építették be a modellbe, amelyek közvetítő változóként erősítették azt. A szerzők hangsúlyozták, hogy a turizmus következményeinek tudatosítása fontos a felelősségérzet növelése és a környezettudatos viselkedés szempontjából, mindez ismét a tudásdimenziók fontosságát emeli ki.

A VBN elmélet magyarázó erejét néhány kutatás eredeti formában bizonyította: Van Riper és Kyle (2014) a nemzeti parkok kontextusában bizonyította, hogy a bioszférikus és altruista értékorientáció pozitívan jelezte előre a környezeti aggodalmat és a viselkedést és hogy az értékstruktúrák előrejelezték a személyes normákat. Az úgynevezett „last chance” azaz utolsó esély turizmusban való részvételi szándékot vizsgálták Denley és kollégái (2020) és az ő eredményeik a környezettudatos értékeket valló turisták paradox viselkedését igazolták, amely szerint az utazás káros hatása ellenére szívesen keresik fel ezeket a pusztuló látványosságokat.

Kiatkawsin és Han (2017) az elváráselmélettel (Vroom 1964) kombinált VBN-modell alapú kutatása azt találták, hogy az utazók – különösen a környezeti értékeket vallók – hajlandóak erőfeszítéseket tenni, ha a cselekvés várható kimenetele számukra kívánatos, azaz, ha hozzájárul a környezet jóllétéhez és a környezet jó állapotával kapcsolatos elégedettséghez. Eredményeik alapján az vezet inkább környezettudatos viselkedési szándékhoz, ha a cselekvés várható eredményét vonzóvá tesszük. Véleményem szerint ez összefügg az önérdékkövető viselkedéssel, hiszen ahogy láttuk a Booking (2023) kutatásában, a válaszadók örömmel választanak fenntartható szolgáltatásokat, ha a végén valamilyen jutalomban részesülnek, akár abban, hogy a helyiekkel szorosabb kapcsolatot részesíthetnek. Ahogyan a társadalmi normák értelmezésénél felmerült, a jutalom lehet maga az elismerés is a közösség részéről.

Itt érdemes megemlítenünk Tölkes (2020) tanulmányát, amely Kiatkawsin és Han (2017) eredményével együttesen a meggyőzésre irányuló kommunikációval kapcsolatban bír hasznos implikációkkal. Arra hívja fel a figyelmet, hogy ezek a kutatások a kontextuális faktorokat figyelmen kívül hagyják, például a meggyőzésre irányuló kommunikáció szerepét. Úgy találta, hogy a különböző hiedelemstruktúrával rendelkező turistákra eltérő módon hatnak a kommunikációs üzenetek (Tölkes, 2020).

2.2.3. A társadalmi meghatározottságra, a kontextusra és a rutinra fókuszáló elméletek

Az előző fejezetben ismertetett elméletek fókuszában főként pszichológiai tényezők álltak, de megjelentek társadalmi, habituális és kontextuális változók is. Ahogyan Hargreaves (2011, p. 81.) fogalmaz, „nemrégiben felismerték, hogy az egyének nem egyfajta társadalmi vákuumban léteznek” és néhány esetben a kontextusok felülírják a kognitív tényezők hatását (Stern, 2000). Barr és Prillwitz (2014) arra hívják fel a figyelmet, hogy a szakirodalom irányadó értelmezése a fogyasztás fenntarthatóbbá tételének lehetőségeit és

akadályait az egyéni tényezőkben keresi, pedig a társadalmi gyakorlatoknak, gazdasági faktoroknak és fogyasztási rutinoknak hatalmas szerepe van a magatartásban, így nem tekinthetünk el ezek vizsgálatától. Anable és szerzőtársai (2006) is kiemelik az egyéni tényezőket vizsgáló elméletek csoportja mellett az interperszonális és közösségi elméletek fontosságát is. Kasza-Kelemen (2015) arra hívja fel a figyelmet, hogy mivel a fogyasztás jelentős része az egyén társadalmi pozicionálásának céljával jön létre (Hirsch, 1977, in Kasza-Kelemen, 2015), újra kell értelmeznünk az eddigi gyakorlatot és a fogyasztóra mint egy közösség tagjára kell tekintenünk, amely az individualista megközelítést hangsúlyozó társadalmi-gazdasági struktúrában kihívást jelent.

A következőkben sorra veszem azon elméleteket, amelyek – az egyéni tényezők fontosságát nem vitatva – a hangsúlyt a külső tényezőkre helyezik a környezettudatos fogyasztói viselkedés mozgatórugóinak vizsgálatakor. Ezen teóriákat logikailag két csoportra oszthatjuk: az egyikbe a kontextust és a bejáratott viselkedésformák sorolhatók, a másikba azon elméletek, amelyek az egyént egy közösség/csoport/társadalom tagjának tekintik (Kasza-Kelemen, 2015), s ezen viszonyok hatását vizsgálják. Témám szempontjából azért fontos, hogy mindkettő elméletét megismerjem, mert a primer kutatás során vizsgált két ország nemcsak eltérő társadalmi normákkal, de eltérő kontextuális elemekkel, környezettudatosságot lehetővé tevő infrastruktúrával is rendelkezik.

A kontextuális elemeket az egyéni fókuszú modellek vagy egy összefoglaló változóként jelenítették meg (Hines et al., 1987) vagy közvetetten – a TPB esetében – észlelt viselkedési kontrollként. Ezek természetesen rengeteg féle változót takarhatnak. A környezettudatosság vonatkozásában vizsgálták a kínálati elemek, az infrastrukturális elérhetőség (például a szelektív gyűjtés vagy egy közlekedésszükség-választás esetében) vagy az árazási kérdések hatását, amelyek mind befolyásolják az egyének környezettudatos viselkedését (Van Diepen & Voogd, 2001, in Steg & Vlek, 2009). A kontextus többféle módon hathat egy adott viselkedésre: közvetlenül, amikor lehetetlenné teszi (például nincs szelektív gyűjtés egy adott területen) vagy épphogy előhívja azt (például egy ajándék vonatjegy eredményezhet vonatos utazást) és közvetve, amikor az attitűdre hat egy körülmény, s az hat a viselkedésre (például bemutatják a szelektív hulladékgyűjtést és ez hat az attitűdökre), ugyanakkor lehet moderáló változó a személyiség, illetve a személyes célok is (Steg & Vlek, 2009).

Mivel racionálisan viselkedni minden egyes döntés esetében felettébb erőforrásigényes, számos esetben bejáratott viselkedésmintákat alkalmazunk (Jackson, 2005), heurisztikák, rutinok mentén cselekszünk, amelyek rövid távon jutalmazással társulnak (Kasza-

Kelemen, 2015). A gyakorlatok (az angol nyelvű szakirodalomban „practices”) rutinizált cselekedetek vagy szóbeli kinyilatkoztatások, amelyeket arra alkalmas emberek végeznek vagy mondanak (Lamers et al., 2017). Szociológiai értelemben a rutinok az egyének igényei és társadalomtechnikai struktúrák közötti interakciók kifejeződései (Giddens, 1984), amelyek – ahogyan azt Giddens (1984) struktúraelméletében megfogalmazza – a társadalmi intézmények kialakítása és fenntartása szempontjából nélkülözhetetlenek (Sík, 2013). A habituálisan végzett viselkedések nem a gyakoriságra utalnak, hanem arra a módra, ahogyan a döntéseket a cselekvésről meghozzuk: ezeket a cselekvéseket egy olyan kognitív struktúra váltja ki, amelyet az egyének egy adott helyzet észlelésekor megtanulnak, elraktároznak, majd előhívják az emlékezetük segítségével (Steg & Vlek, 2009). A rutinoknak mindig van céljuk, az eredményük rendszerint kielégítő az egyén számára és mentális folyamatok kísérik a cselekvést (Aarts et al., 1998). Ezen bejáratott fogyasztói szokások éppúgy megnehezíthetik a fogyasztók számára a környezetbarát módon történő viselkedést (Jackson, 2005), mint a kialakult normák és körülmények kínálta korlátozott lehetőségek.

A kontextus és a rutinok fontosságát hangsúlyozza az úgynevezett “practice theory”, azaz gyakorlatelmélet, amely egészen Giddens fent említett elméletéig nyúlik vissza (Hargreaves, 2011) és az egyének helyett a gyakorlatokra, a cselekvési rutinokra koncentrál. Nincs egységes gyakorlatelméleti megközelítés és az elméletet több szerző nevéhez kötődik, állítja Hargreaves (2011), aki a környezettudatos cselekvésekre alkalmazta azt. Hargreaves Schatzki könyvét jelöli meg kiindulópontnak, aki már maga is számos szerzőre hivatkozik, ahol az elmélet magja vagy elemei megjelentek. Giddens (1984) szerint mind a szereplők, mind a struktúrák nélkülözhetetlenek a társadalmi gyakorlatok megértéséhez. Welch (2016) kiemeli, hogy a viselkedés megváltoztatására irányuló stratégiák túlbecsülik a választás jelentőségét a rutin-cselekvésekben. A gyakorlatelmélet azon alapszik, hogy a cselekedetek többsége nagyobb részt automatikus és korlátozott az infrastruktúra, a társadalmi normák és az erőforrásokhoz való hozzáférés által. Az attitűdökre és viselkedésre koncentráló tanulmányok Higham és kollégái (2013) szerint figyelmen kívül hagynak számos társadalmi, kulturális és gyakorlati hatást, illetve ahogyan Hargreaves (2011) fogalmaz, a kontextusra vonatkozó információk vizsgálatba történő bevonásával (társadalmi normák, szociális háló, infrastruktúra) kezelhetetlenül nagy lesz a változók száma, ha az egyén marad a vizsgálat középpontjában. A kontextus, mint láttuk, nagyon gyakran ugyanis felülírja a kognitív folyamatok hatását (Stern, 2000). A gyakorlatelmélet képviselői szerint tehát magukat a cselekvéseket kell vizsgálni (Hargreaves, 2011), és eredményt úgy lehet elérni, ha közvetlenül azok megváltoztatására

kapnak az egyének konkrét alternatívákat. A gyakorlatelmélet mindazonáltal már részben átvezet az egyén és a közösség viszonyára fókuszáló elméletekre, hiszen ezek a gyakorlatok társadalmilag konstruáltak (Bargeman & Richards, 2020) és éppen a társadalmi hálózatoknak köszönhetően folyamatos változásban vannak. Ahogyan egy friss tanulmány (Yao et al. 2024) – amely a TPB elméletet kombinálta a gyakorlatelmélettel – rámutat, a szokások és a társadalmi gyakorlatok szorosan összekapcsolódnak a társadalmi normákkal. Értekezésem szempontjából ennek legnagyobb jelentősége, hogy a habituális jelleg egy cselekedetben nem csupán egyéni rutin, hanem éppen társadalmi normák alapján meghatározott rutinszerűség lehet.

Számos kutatás bebizonyította, hogy mások viselkedésének vagy véleményének a megfigyelése befolyásolja a magatartást, hiszen egyrészt megkönnyíti a döntési folyamatot (Cialdini et al., 1990), másrészt a társadalmi rendnek történő megfelelés a „társas harmónia” érzését nyújtja az egyén számára (Lin et al., 2013).

Az attitűd és viselkedési rés vizsgálatának egyik meghatározó elmélete a kognitív disszonancia, illetve a kognitív disszonancia-redukció elmélete, amely Festingertől (1957, in Csepeli, 1997) származik. Ez az egyik első olyan teória, amely, habár egyéni tényezőket vizsgál, mégis az egyén és közösség viszonyának egy szintjét értelmezi, mert a lényege, hogy az egyének ellentmondásmentes világképre törekszenek. Ha egy cselekvéssel kapcsolatos attitűdjük és a cselekvés maga nem konzisztens, akkor ez frusztrációt okoz, s az egyének hajlamosak a véleményüket, az attitűdjüket is megváltoztatni az adott cselekvésről, ha magát a cselekvést már nem tudják megváltoztatni (Csepeli, 1997). Ha erre az ellentmondásra fény derül a cselekvő számára, akkor az egyszerűen elvégezhető cselekvéseknél az attitűd és a cselekedet összhangja könnyen megvalósítható a cselekvés megváltoztatásával, azonban a nagyobb költséggel (legyen az idő, erőforrás, egyéb lemondás) járó viselkedéseknél célravezető lehet az egyén számára magát a véleményt változtatni meg a disszonancia csökkentése érdekében (Tobler et al., 2012). Utóbbi megállapítás turisztikai kontextusban kiemelt fontosságot kap, hiszen a szabadidős utazások a hétköznapi cselekvéseken kívül esnek, és sok szempontból nagy lemondást jelenthet a környezettudatos alternatíva választása (például vonat a repülő helyett időben és pénzben).

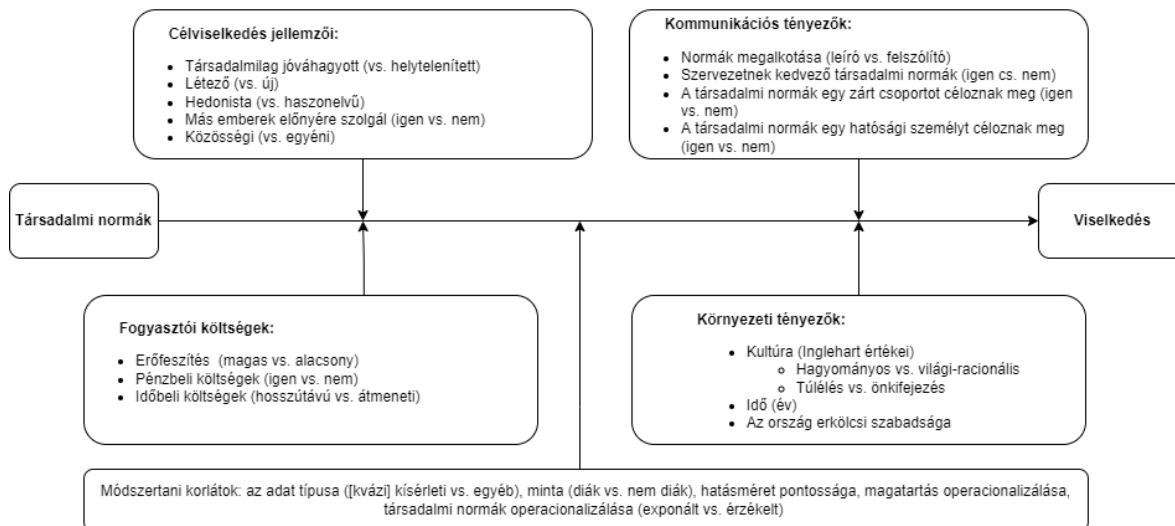
A kognitív disszonancia jelenségét Thøgersen (1999) is továbbvitte tovagyűrűző hatás elméletében (spillover effect), amely azt állítja, hogy ha az egyén valamilyen környezettudatos cselekvést gyakorol, akkor nagyobb valószínűséggel fog egy másik fajta viselkedésre vonatkozólag is környezettudatosan dönteni.

A fogyasztói identitást fókuszba állító elméletek esetében is belső, pszichológiai tényezőkről beszélhetünk, ugyanakkor az identitással az egyén kategorizálja magát és egy bizonyos csoporthoz tartozását, ezért az identitáselméletekről itt ejtek szót. A társadalmi identitás elmélete (Tajfel & Turner, 1979) abból indul ki, hogy egy adott csoporthoz való tartozás bizonyos viselkedéseket valószínűsít, míg más viselkedéseknek az elutasítását teszi valószínűvé (Teeroovengadum, 2019). Az egyének egyes cselekvéseket elfogadnak vagy elutasítanak aszerint, hogy mennyire tükrözi az identitásukat vagy identitásaikat (Gatersleben et al., 2019). Az identitás reflektál a környezetre, a társadalmi normákra és társadalmi csoportokra, mindazokra, amelybe az egyén tartozik vagy tartozni szeretne, s azokra is, amelyeknek nem tagja, hiszen meg szeretne felelni a saját csoportjai normáinak. Az identitás tehát sokkal inkább kontextuális (Hibbert et al., 2013) és a társadalomtól, közösségtől függő jelenség, mint a korábban említett pszichológiai faktorok. Értekezésem szempontjából mindennek jelentősége abban rejlik, hogy a válaszadók négy csoportja érdekes mintázatokkal rendelkezik az identitás tekintetében, az országváltók esetében például megjelenhet az új társadalomhoz való tartozás vágya. Mindazonáltal értekezésemnek nem áll fókuszában az identitás vizsgálata, viszont egyrészt erős összefüggésben áll a társadalmi normákkal, másrészt a társadalmi hovatartozással kapcsolatos motivációkat segíthet megérteni.

Primer kutatásom szempontjából különösen fontos Melnyk, Carrillat és Melnyk (2022) társadalmi normák hatásával kapcsolatos elmélete. A társadalmi normák olyan szabályok és standardok, amelyeket egy csoport tagjai vallanak (Cialdini & Trost, 1998), közös meggyőződések arról, hogy hogyan kellene cselekednünk. Ezek jogilag nem kötelező érvényűek ugyan (Melnyk et al., 2022), de szankciók vagy jutalmak társulhatnak hozzájuk (Thøgersen, 2009). A társadalmi normák fogyasztói viselkedésre gyakorolt hatásának vizsgálata ellentmondásos eredményeket hozott, amelyek részben a normák eltérő típusának, részben a független változó eltérésének (megfigyelt vagy önbevallásos viselkedés vagy viselkedési szándék) köszönhető (Melnyk et al., 2022). Melnyk és munkatársai (2022) meta-analízisen alapuló kutatásából jól látszik, hogy a társadalmi normák hatással vannak a viselkedésre, ugyanakkor többnyire moderáló változókon keresztül. Az elmélet – amely nem a környezettudatos fogyasztói viselkedést, hanem általánosságban a viselkedést vizsgálta – Brehm (1966) reaktancia-elméletét veszi alapul: a társadalmi normáknak való ellenállás azért alakulhat ki, mert a túl direkt meggyőzés sérti az egyén autonómiáját (Forgács, 2017). A társadalmi normák pedig aszerint hatnak a viselkedésre, hogy mennyire váltanak ki ellenállást az egyénből. A 9. ábra bemutatja, milyen moderáló változókat vizsgált a kutatás, amelyből láthatóvá válik a társadalmi

normák komplex tulajdonságstruktúrája. Az értekezés szempontjából releváns változókat a tényezők elemzésénél tárgyalom részletesebben.

9. ábra - Melnyk, Carrilat és Melnyk elméleti kerete a társadalmi normák és a viselkedés kapcsolatára ható tényezőkről



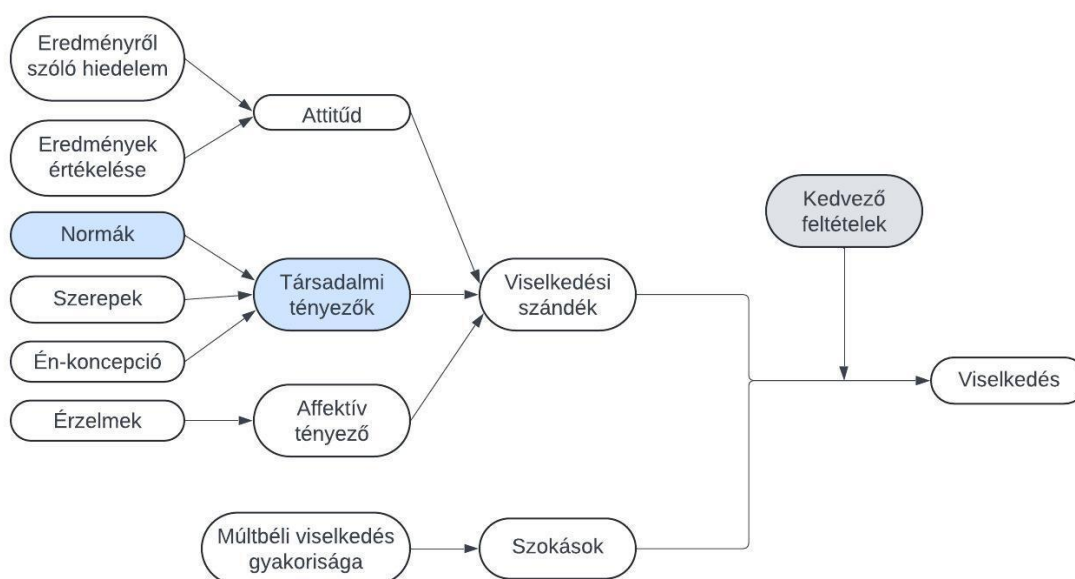
Forrás: Melnyk és munkatársai (2022) alapján saját szerkesztés

Az interperszonális elméletek a szociológiában gyökereznek és abból indulnak ki, hogy a viselkedésre a közvetlen környezetünkben élő emberek, a kortárs csoportunk gyakorolja a legnagyobb hatást (Anable et al., 2006). A szocializációs elmélet (Giddens, 1997) szerint a szocializáció egész életünkön át zajlik és a különböző szocializációs közegek – a család, a kortárs csoportok, az iskolák/munkahely és a tömegkommunikációs eszközök – vagy újabb tanulmányok szerint (Hunter-Jones, 2014) a hagyományos szocializációs közegek (a család, a társak és az iskola), a professzionális közegek (marketing és kommunikációs üzeneteket küldők) és a virtuális szocializációs közegek (közösségi média) által. Az interperszonális szintű fogyasztói viselkedés elméletek szerint a viselkedés megváltoztatására irányuló erőfeszítéseknek a közösség mozgósítására kell fókuszálniuk, ezáltal módosítva a kortárshálózat normáit.

Habár Triandis interperszonális viselkedés elmélete (Theory of Interpersonal Behaviour – TIB) 10. ábra) is még az egyéni tényezőkből indul ki, hangsúlyosan jelen vannak benne a társadalmi és a kontextuális tényezők (Jackson, 2005). A társadalmi faktorokba bekerültek többek között a normák, és a modell szokatlan módon explicit szerepet szán az affektív tényezőknek (Anable et al., 2006). Ezeket a pozitív vagy negatív érzelmi reakciókat meg kell különböztetni a következmények racionális értékelésétől. Szintén fontos, hogy a habituális cselekvések (szokások) esetében a viselkedési szándék szerepe lecsökken, valamint, hogy a körülményeknek is megfelelőnek kell lenni, amelyet egy változóba sűrít

a modell. Jackson (2005) szerint, habár a modell nagyon alapos, ráadásul születtek jó eredmények az alkalmazása során, nem tett szert nagy népszerűsége, amelynek oka valószínűleg nehezen kezelhető komplexitása. Azt is észre kell vennünk, hogy a „kedvező feltételek” nevet viselő tényező ebben a modellben is a kontextust, a szituációs elemet jelenti, amely rendkívül sok tényezőre vonatkozhat az infrastrukturális körülményektől az anyagi lehetőségeken át akár az időjárásig. A szokások pedig nem csupán a múltbeli tényezők gyakoriságán múlnak, hanem eredeztethetők a társadalmi gyakorlatokból is ahogyan azt a gyakorlatelméleti eredményeknél láttuk, így ez ebben a modellben leegyszerűsítésre került.

10. ábra - Triandis interperszonális kapcsolat elméletének modellje (1977)



Forrás: Jackson (2005) alapján saját szerkesztés

Bandura (1986) szociális tanuláselmélete hangsúlyozza, hogy a körülöttünk lévők (szüleink, társaink, médiaszereplők) viselkedésének megfigyelése fontos szerepet játszik saját viselkedésünkben. A közösségek szerepét hangsúlyozta Kurani és Turrentine (2002) is, aki az innovációk elfogadásának terjedésével foglalkozott, s megállapította, hogy a közösségek szerepe rendkívül nagy az attitűdök és viselkedések megváltoztatásában, s voltaképpen a környezettudatos viselkedésekre tekinthetünk egyfajta innovatív viselkedésként.

A fenti elméleteket – a szövegben való előfordulásuk sorrendjében – a 4. táblázat foglalja össze.

4. táblázat - A habituális, a kontextuális és a társadalmi meghatározottságú tényezőkre fókuszáló elméletek

Szerző(k) (évszám)	Elmélet megnevezése/leírása	Kiinduló elmélet (ha volt)	Vizsgált tényezők és eredmény
Giddens (1984)	struktúraelmélet		A rutinok a társadalmi intézmények kialakítása és fenntartása szempontjából nélkülözhetetlenek.
Schatzki (1996)	gyakorlatelmélet		A társadalmi gyakorlatok a társadalmi élet alapvető jelenségei.
Hargreaves (2011)	gyakorlatelmélet alkalmazása a környezettudatos fogyasztói magatartásra	gyakorlatelmélet	A cselekedetek többsége, így a környezettudatos viselkedés is nagyobb részt automatikus és az infrastruktúra, a társadalmi normák és az erőforrásokhoz való hozzáférés által korlátozott.
Festinger (1957)	kognitív disszonancia, kognitív disszonancia-redukció elmélete		Az egyének ellentmondásmentes világképre, az attitűdjeik és a viselkedésük konzisztenciájára törekcsenek.
Thøgersen (1999)	tovagyűrűző hatás elmélete	kognitív disszonancia elmélet	Egy környezettudatos cselekvés gyakorlása esetén nagyobb a valószínűsége egy másik fajta viselkedésre vonatkozólag is környezettudatosan dönteni
Tajfel & Turner (1979)	társadalmi identitás elmélete		Egy adott csoporthoz való tartozás bizonyos viselkedéseket valószínűsít. Az egyének egyes cselekvéseket elfogadnak vagy elutasítanak aszerint, hogy mennyire tükrözi az identitásukat vagy identitásaikat.
Melnyk et al., (2022)	társadalmi normák hatásával kapcsolatos elmélet	reaktancia-elmélet (Brehm, 1966)	A társadalmi normák hatással vannak a viselkedésre, ugyanakkor többnyire moderáló változókon keresztül.
Triandis (1977)	interperszonális viselkedés elmélete		Társadalmi és kontextuális tényezők hangsúlya az egyéni tényezők mellett: normák, szerepek, szokások, körülmények
Bandura (1986)	szociális tanuláselmélet		A körülöttünk lévők (szüleink, társaink, médiaszereplők) viselkedésének megfigyelése fontos szerepet játszik saját viselkedésünkben

Forrás: Bandura (1986), Brehm (1966), Festinger (1957), Giddens (1984), Hargreaves (2011), Melnyk, Carrillat & Melnyk (2022), Schatzki (1996), Tajfel & Turner (1979), Thøgersen (1999), Triandis (1977) alapján saját szerkesztés

Ezen elméletek áttekintését követően világosan látszik, hogy a környezettudatos viselkedés nagyon összetett tényezőstruktúrával rendelkezik. Kollmuss és Agyeman (2002) áttekintő kutatása arra hívja fel a figyelmet, hogy maga a környezettudatosság jelensége annyira komplex, hogy nem jelenthető ki, hogy az egyik megalkotott modell működik, a másik nem (Kollmuss & Agyeman, 2002) és az elmélet grafikus ábrázolását (11. ábra) nem modellnek szánják a szerzők. Külső, belső és demográfiai komponensekre bontották a környezettudatos viselkedés tényezőit és bemutatták, hogy mely ponton milyen tényezők akadályozhatják a magatartás felé vezető úton a megvalósulást.

A külső komponensek között találjuk

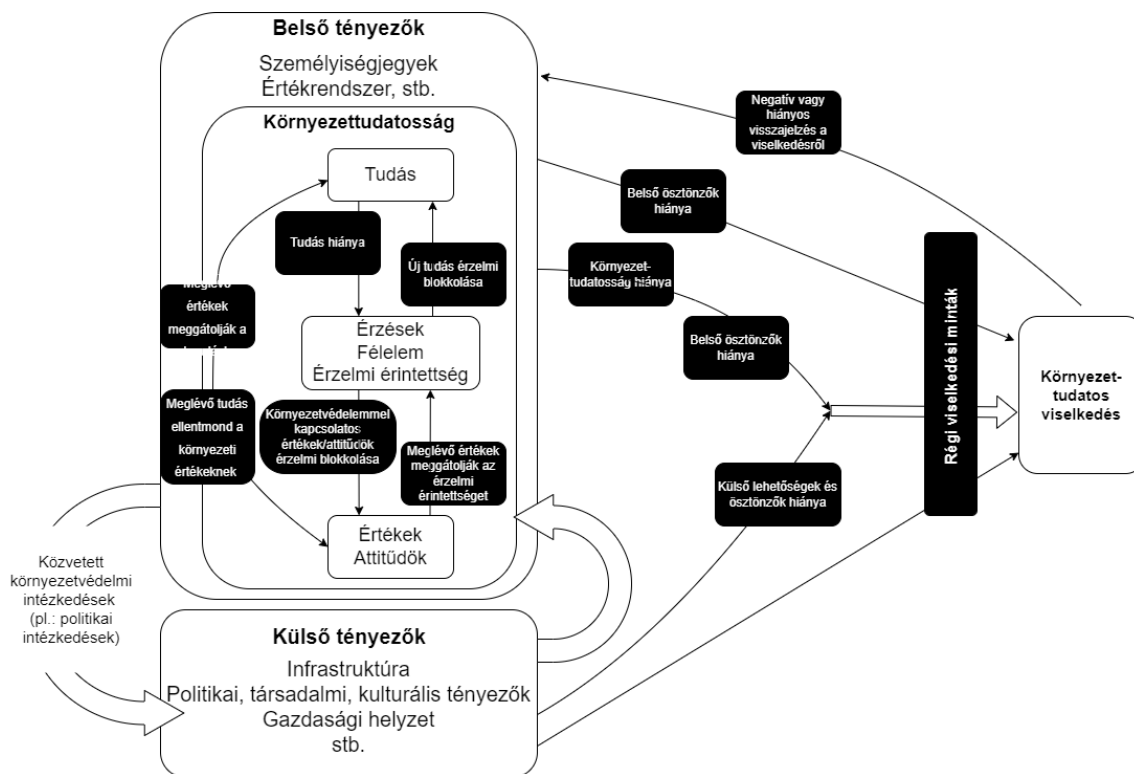
- az intézményi tényezőket, például a korábban kontextuális faktorként azonosított infrastrukturális háttérrel (például tömegközlekedés vagy szelektív hulladékgyűjtés fizikai feltételeinek megléte, enélkül nem tud megvalósulni a cselekvés),
- a gazdasági tényezőket, amelyek esetében hangsúlyozzák a szerzők, hogy az egyén viselkedése nem feltétlenül racionális, elképzelhető, hogy a rövidebb távú kicsi hasznot választja a hosszabb távú jóval nagyobb haszonnal szemben,
- a társadalmi és kulturális faktorokat, ahova a fentiekben a harmadik csoportba tartozó elméletek egyes elemei sorolhatók, mint a társadalmi normák vagy a kulturális adottságok.

A belső komponensek közé sorolja

- a motivációt, amely lehet elsődleges (például értékek) vagy szituációs (például aktuális kényelem elérése) és egyik felülírhatja a másikat,
- a környezeti tudást,
- a környezeti tudatosságot (environmental awareness értelemben), amely jelzi, hogy az egyén tisztában van az ember környezeti hatásaival,
- a társadalmilag meghatározott értékek rendszerét, amely itt belső, stabil értékeket takar,
- az attitűdöket (amennyiben a környezettudatos viselkedés alacsony költséggel – idővel és erőfeszítéssel – jár az egyén számára, a pozitív környezeti attitűdnek megfelelően cselekszik, illetve egyéb moderáló változókon keresztül is hat),
- a környezethez fűződő affektív kapcsolatot, azaz az érzelmi bevonódást,
- a külső/belső kontrollról szóló hiedelmeket, azaz mit vár el a környezet és milyen a cselekvés hatása, ezekben a szubjektív társadalmi normák is szerepet játszanak
- és végül a felelősségről és prioritásokról szóló hiedelmeket.

Harmadik komponensnek az elmélet a demográfiai jegyeket említi, Kollmuss és Agyeman (2002) a szekunder elemzés során a képzettség és a nem esetében találtak összefüggést a környezettudatos viselkedéssel, a magasabban képzettek és a nők esetében jellemzőbb ez a viselkedés.

11. ábra - Kollmuss és Agyeman szintetizáló modellje a környezettudatos viselkedésről



Forrás: Kollmuss & Agyeman (2002) alapján saját fordítás és szerkesztés

Mіндеzekben a tényezőkön kívül a szerzők hangsúlyozzák, hogy a szokásoknak, s így egy-egy cselekedet gyakorlásának milyen nagy szerepet tulajdonítanak, illetve a személyes tulajdonságok és személyiség fontosságára hívják fel a figyelmet. Az elmélet megalkotása azért jelent fontos állomást, mert nem az egyik vagy másik korábbi modell mellett teszi le a voksot, hanem a jelenség rendkívüli összetettségét igazolja.

Értekezésem szempontjából az elmélet legfontosabb tanulsága, hogy a nagyszámú tényező együttes hatásának következtében nehezen különíthető el csak egyetlen faktor befolyása, ugyanakkor ezen tényezők – a társadalmi normákat is beleértve – hatásának vizsgálata releváns kérdést jelent. A viselkedés létrejöttét akadályozó, illetve elősegítő elemek beazonosításának módszere mindenképp előremutató jelen kutatás szempontjából is.

A turisztikai fogyasztói viselkedés komplexitásának okán – ahogyan arról már volt szó – a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartást vizsgáló kutatásoknak érdemes meghatározott cselekvésekre és kontextusokra koncentrálni Bergin-Seers és Mair (2009) szerint.

Külön érdemes szót ejteni a rutinok szerepéről, hiszen az utazások egyik fontos eleme a hétköznapi habituális cselekvésekből történő kiszakadás (Hegedüs et al. 2023),

ugyanakkor hiába nem hétköznapi gyakorisággal előkerülő döntésekről van szó, mégis megvannak azok a rutinszerű, ismétlődő vagy bejáratott döntések, amelyek leegyszerűsítik az egyén számára a döntéseket. A turisztikai gyakorlatok kialakulása, rutinizálódása megérthető, ha például Thomas Cookra gondolunk, aki megalapozta a szervezett utazások gyakorlatát vagy a közelmúltra, amikor kialakult az online szállásfoglalások gyakorlata (Verbeek & Mommaas, 2008). Ugyanilyen gyakorlat lehet véleményem szerint a légitársaságok elsődleges választása vagy a külföldi utazások preferálása, hiszen ahogyan Gössling és Buckley (2019) rámutatott, a repülés az azt ellenző mozgalom megjelenése előtt évtizedekig pozitív társadalmi normaként volt jelen.

Sørensen és Bærenholdt (2020) a körforgásos gazdaságba illeszthető turisztikai gyakorlatokra irányuló – Delphi módszerű – kutatása megállapította, hogy a szakértők között sincs konszenzus arra vonatkozólag, hogy mely gyakorlatok és hogyan lehetnek a jelenleginél fenntarthatóbbak a turizmus kontextusában. A javaslatok sokszínűsége ugyanakkor azt is jelentheti a szerzők értelmezése szerint, hogy a megoldások sokfélék lehetnek, és a teljes szektorban, minden szereplő által kezdeményezhetők (Sørensen & Bærenholdt, 2020). A fenntartható turisztikai gyakorlatokról a keresleti oldalnak sincs egybehangzó elképzelése, a turisták számára nemcsak nem prioritás a fenntarthatóság, de más és más gyakorlatokat és megoldásokat értenek alatta (Bernini et al., 2021). Iaquinto (2015) gyakorlatelméleti megközelítésű kutatása a környezet védelmének nem prioritizált volta tekintetében hasonló eredményre jutott, hátizsákos turisták rutinjait vizsgálva megállapította, hogy habár a turisták tényleges cselekvéseit alapvetően nem motiválja a környezet védelme, hanem leginkább a költségek alacsonyan tartása, utazásaik során viselkedésük negatív környezeti hatása kisebb, mint amikor otthon vannak. Mindez nagyon fontos kutatásom szempontjából, mert kapcsolódik az információs elemekhez, amelyek a társadalmi normák egyik funkciójaként is megjelennek, hiszen ha nincsenek tisztában az alanyok a környezettudatos viselkedés mibenlétével kapcsolatban, akkor a szándékoltság kevés a fenntartható viselkedés megvalósításához és visszafelé: ha megfelelő alternatívákat kínálnak a fogyasztóknak, akkor akár szándékoltság nélkül is választhatják a fenntarthatóbb alternatívát.

A kognitív disszonancia elmélet volt Juvan és Dolnicar (2014) kutatásának fókuszában, amelyben környezeti aktivisták kognitív disszonancia redukciójára vonatkozó megoldásait mutatta be (Hegedüs et al. 2023). Egy, a légitársaságokkal kapcsolatos kutatás (Nikolić et al., 2021) arra az eredményre jutott, hogy ha az utazók nem is rendelkeztek mélyreható tudással a légitársaságok káros hatásairól, tisztában voltak azzal, hogy az negatív hatással

van a klímaváltozásra, mégsem mutattak irányában negatív attitűdöket, tehát a rés nem az attitűdök és a viselkedés között keletkezett. A szerzők azt feltételezték, hogy mivel a résztvevők nem voltak hajlandóak változtatni utazási szokásaikon, a nyaralással és az éghajlatváltozással kapcsolatos attitűdjeiket úgy alakították ki, hogy azok összhangban legyenek a viselkedésükkel, ilyen módon elkerülve a kognitív disszonanciát.

A társadalmi normákkal kapcsolatos elméleteket kiemelten, a 2.3.3. fejezetben mutatom be.

2.3. A normák szerepe a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartásra ható tényezők között

A fent bemutatott modellek jól megvilágítják a környezettudatos fogyasztói viselkedés komplexitását és az arra ható tényezők sokszínűségét. Jelen fejezet célja, hogy a normák vonatkozásában vizsgáljam és szintetizáljam azon tényezőket, amelyek relevánsak a környezettudatos fogyasztói magatartás szempontjából. Amellett, hogy elemzem a normatív tényezőkre vonatkozó eredményeket, azt is bemutatom, hogy milyen kapcsolat fűzi ezeket a többi tényezőhöz, illetve milyen tanulságok vonhatók le a kutatás szempontjából.

2.3.1. A tudás, az attitűd és normatív elemek

Ahogy az elméleteknél ismertettem, a környezettudatossággal foglalkozó első tanulmányok fókuszában a környezeti tudás állt, amely – habár a fent bemutatott modellek közül nem szerepel mindegyikben – máig kihagyhatatlan elemét képezi a vizsgált tényezők sorának. Annak ellenére, hogy azóta számos tanulmány jutott arra az eredményre, hogy a környezeti tudás közvetlenül nincs hatással a viselkedésre (Ajzen, 2011; Ajzen et al., 2011; Kasza-Kelemen, 2015), jelenleg is látnak napvilágot olyan tanulmányok, amelyek kontextustól függően akár közvetlen összefüggést is találnak, közvetett kapcsolatot pedig számos tanulmány igazolt. Hines és kollégái (1987) 128 korábbi tanulmány eredményeit felhasználó metaanalízisükben arra jutottak, hogy a kapcsolat a tudás-attitűd-viselkedés között igazolható.

Turisztikai kontextusban is ellentmondásosak az eredmények, egyes tanulmányok nagy szerepet tulajdonítanak a tudásnak (Kim et al., 2018; Debbage & Debbage, 2019; Abdullah et al., 2020), míg más kutatások nem találnak összefüggést a viselkedéssel (Abdullah et al., 2020). Az bizonyos, hogy köztes változók bevezetésével többnyire a tudás erősebben hatott a viselkedésre (Cheng & Wu, 2015; Debbage & Debbage, 2019; Abdullah et al.,

2020). Juvan és Dolnicar (2017) is megállapította, hogy a környezet ismeretével és védelmével kapcsolatos tudás nagyobb valószínűséggel eredményez környezettudatos viselkedést az utazások során.

A környezeti tudás hatásával kapcsolatos eltérő eredmények feltételezhetően az eltérő tudáskészletek vizsgálatából, illetve az egyes tudásdimenziók pontatlanságából fakadnak (Frick et al., 2004; Abdullah et al., 2020), és ebben rejlik a társadalmi normákkal kapcsolatos összefüggésük is, ahogyan arra korábban utaltam. Számos környezeti tudással foglalkozó kutatás ugyanis megkülönbözteti a különböző tudáskészleteket vagy tudásdimenziókat. Ahogy az 5. táblázatban látható, a forrásul szolgáló szerzők hasonló dimenziókat különböztettek meg, eltérő elnevezéssel. A dimenzióknak – a harmadikat kivéve, ahol Frick és kollégái elnevezését vettem át – új, a tartalmat jobban kifejező megnevezést adtam, a jövőben így utalok ezekre.

5. táblázat - Tudásdimenziók és az azokra vonatkozó terminushasználat

Tudásdimenzió	Frick és kollégái 2004	Krishnan és Iris 2012 in Abdullah és kollégái 2020	Saját elnevezés
alapvető környezeti tudás – az egyén mennyire van tisztában az ökoszisztéma működésével, az ember és a természet kapcsolatának dimenzióival	rendszer tudás	tényszerű tudás	alapvető tudás
cselekvési stratégiák ismerete – milyen cselekvési módokat valósíthatunk meg	tevékenységhez kapcsolódó tudás	konceptuális/fogalmi tudás	stratégiai tudás
cselekvési képességet és azt az ismeretet is magába foglalja, hogy a cselekvés milyen hatást gyakorolhat a környezetre	hatékonyságról való tudás	procedurális tudás	hatékonyságról szóló tudás

Forrás: Frick et al. (2004), Abdullah et al. (2020) alapján saját szerkesztés

Felmerül a kérdés, hogy turisztikai szempontból milyen típusú tudáskészlet releváns, milyen konkrét tartalommal., hiszen mindez szerteágazó lehet az általánostól az egészen specifikusig: általános természetismeret, a környezeti hatásokkal kapcsolatos, a desztináció környezeti adottságaira vonatkozó vagy kifejezetten az adott utazás környezetterhelési összetevőire vonatkozó. A különböző szintű környezeti ismeretek hiányát fontos akadályozó tényezőnek találták a kutatók a környezettudatos viselkedés megváltoztatása vonatkozásában (Gössling et al., 2009; Juvan & Dolnicar, 2014). Jól jelzi az ismeretek diverzifikáltságát turisztikai kontextusban, hogy még a környezetvédelmi

aktivisták sem feltétlenül érzik tájékozottnak magukat az utazás környezeti hatásaival kapcsolatban (Juvan & Dolnicar, 2014). Gössling és kollégái (2009) pedig rávilágítottak a repülés karbon-kompensációjával kapcsolatos kutatásukban, hogy az emberek tudásának bővítése a repülés klímaváltozáshoz való hozzájárulásáról elengedhetetlen a viselkedés megváltoztatásához. A társadalmi normák információs funkciójáról később bővebben lesz szó, de annyit feltétlenül fontos itt megjegyeznünk, hogy a társadalmi normák cselekvési stratégiákat (stratégiai tudás) kínálhatnak, s ezáltal is szorosan összefonódnak bizonyos tudáskészletekkel.

Farmer, Knapp és Benton (2007) felveti, hogy nem csupán a tudás fajtájától, de az információ megszerzésének módjától és az információ mennyiségétől is függ, hogy mennyire változtatja meg a hiedelmeket, az attitűdöket, a viselkedési szándékot vagy a viselkedést (Babakhani et al., 2020). Szállásfoglalás esetén például olyan nagy információmennyiséggel találkozunk a fogyasztók egy foglalóoldalon egy-egy szálláshely CSR-tevékenységéről, hogy nem veszik a fáradságot annak feldolgozására és a figyelem hiánya következtében nem is jutnak információhoz (Babakhani et al., 2020). Mindenesetre a Booking (2024) fogyasztói kutatása arra az eredményre jutott, hogy a válaszadók jelentős részének elképzelése sincs, milyen döntéseket kellene hozzon ahhoz, hogy környezettudatos legyen utazáskor.

Témám szempontjából ennek a jelentősége abban rejlik, hogy a turisztikai döntések összetettsége még inkább fontossá teszi, hogy ne alapvető tudással, hanem a stratégiai (tehát az viselkedési lehetőségekről szóló) és hatékonyságról szóló tudással (milyen hatással van az adott viselkedés) is rendelkezzenek a fogyasztók. Hiszen ahogyan láttuk a fent bemutatott elméleteket igazoló eredményekben, a következmények ismerete vagy a környezeti tudás fontos hatással voltak közvetlenül vagy közvetetten a viselkedésre. Szintén kiemelten fontos, hogy a stratégiai tudáskészlet (de akár a hatékonyságról szóló is) elemei összefonódhatnak a társadalmi normákkal.

A tudás-attitűd-viselkedés modell középső eleme az attitűd, amely a modellek jelentős részében jelen van, bizonyos értelemben a viselkedés alapját jelenti (Antimova et al., 2012). Az attitűd egy bizonyos tárgyra vagy fogalomra irányuló érzelmi állapotot és hajlandóságot jelent (Ajzen & Fishbein, 2000, in Abdullah et al., 2020), témám szempontjából fontos, hogy egy adott viselkedési módra is irányulhat. Az attitűd az egyén átfogó pozitív vagy negatív érzése egy cselekvésre vonatkozóan (Fishbein et al., 2002). A környezeti attitűd viselkedésre gyakorolt hatását számos kutatás vizsgálta (Kasza-Kelemen, 2015), s az attitűdkutatások a mai napig a környezettudatossággal kapcsolatos

vizsgálódások egyik legjelentősebb csoportját jelentik. Míg sok tanulmány pozitív hatást tulajdonított a környezeti attitűdnek (Han et al., 2009) a viselkedésre vonatkozólag, más tanulmányok szkeptikusak voltak ezzel kapcsolatban (Nagy, 2006). Az eredmények különbözősége nem csupán a szituációs hatásokból, hanem az attitűdök eltérő értelmezéséből is fakad (Nagy, 2006).

Az attitűdök szerepe a környezettudatos fogyasztói magatartásra a turizmus területén is megosztja a kutatókat. Nem csupán az attitűdök erős vagy közvetlen befolyását a viselkedésre kérdőjelezzik meg, hanem azt is, hogy ezek a kinyilatkoztatott attitűdök mennyire társadalmi elvárásoknak való megfelelési vágyból adódnak, illetve, hogy a társadalmi gyakorlatoknak, illetve a strukturális-technológiai kontextusnak mi a szerepe ezekben (Passafaro, 2020). Sőt mi több, az attitűdök terminusértelmezése is olyan diverzifikált, hogy Passafaro külön értelmezési keretet nyújt a különböző típusú, attitűdként értelmezhető motívumok (beleértve az értékeket is) vizsgálatához (6. táblázat) és azok turizmusban történő értelmezéséhez, a felső jelenti a tágabb, lefelé egyre szűkebb tárgyú attitűdöket. A konkrét cselekvés iránti attitűdök gyakrabban vannak közvetlen hatással magára a viselkedésre, mint az általános attitűdök (Passafaro, 2020). Ha ezeket összevetjük a tudásról szóló kutatási eredményekkel, láthatjuk, hogy az egyes tudáskészletek és az egyes attitűdök hasonlóan sokrétűek lehetnek és párhuzam vonható közöttük.

6. táblázat - Az értékek és attitűdök rendszere a környezettudatos turisztikai fogyasztás tekintetében

Értékek és világnézetek rendszere (politikai, vallási, kulturális)
Általános környezettudatos attitűdök (például NEP)
Attitűdök a környezeti szempontból tágan értelmezetten releváns ügyek irányába (például a fenntartható turizmus iránti attitűd általában)
A fenntartható turizmus egyes formáival (például ökoturizmussal, falusi turizmussal stb. kapcsolatos) kapcsolatos attitűdök
Konkrét kínálati elemekkel (például ökoszállodák, fenntartható éttermek, környezetbarát utazási módok) kapcsolatos attitűdök
Konkrét környezetbarát cselekvésekkel (például ökoszálloda választása nyaralás céljából, helyi szolgáltatók által kínált szolgáltatások igénybevétele, nem repülés) kapcsolatos attitűdök

Forrás: Passafaro (2020) alapján saját szerkesztés

Az általános környezettudatos fogyasztói kutatásoknál bemutatott attitűd és viselkedés közötti rés a turizmusban is jelentkezik (Budeanu, 2007; Antimova et al., 2012; Juvan & Dolnicar, 2014).

Passafaro (2020) tipológiájában az értékrendszer az attitűdök felett álló motívumként jelenik meg, az értékek, értékrendszerek a legmélyebben beágyazott támpontok (Csepeli, 1997) egész életünkön át elkísérnek és nagyon nehezen változnak. Az értékek nagyon fontos elemét képezik számos környezettudatos viselkedéssel kapcsolatos elméletnek, habár leginkább közvetett hatást gyakorolnak a normákon, a hiedelmeken és az attitűdökön keresztül (de Groot & Thøgersen, 2018). Schwartz (1992) nevéhez fűződik az addigi eredményeket szintetizáló alapértékek elmélete, amelyben az értékek egyik csoportja én-fókuszú, a másik csoport közösség-fókuszú. Habár a környezettudatos viselkedést jellemzően az utóbbi csoportba tartozó értékekkel hozzák összefüggésbe, valójában érthetjük a saját magunk érdekében tett magatartásnak is (Rahman et al., 2021), mindez az individualizmus és a kollektívizmus értékorientációinak konceptualizálási kérdése. Az alapértékek mellett a környezettudatos fogyasztói magatartás esetében a környezeti értékek vizsgálata is számos tanulmányban megjelent (Stern & Dietz, 1994; de Groot & Thøgersen, 2012). A VBN modell (Stern, 1999) az értékorientációi (bioszférikus, altruista, egoista) közül a legtöbb esetben az egoista értékek negatívan hatnak a környezeti meggyőződésekre és a viselkedési szándékokra, míg az altruista és a bioszférikus értékorientáció – amely kettő egymással is korrelál – pozitívan.

Mindazonáltal ugyanazon viselkedésre többféle értékorientációból más motivációval el lehet jutni (például, ha valaki nem használ autót, annak okai sokfélék lehetnek: az egoista értékrendű azért, mert drága, az altruista értékorientációval rendelkező nem akarja a helyi lakosság levegőjét rontani, a bioszférikus pedig nem akarja szennyezni a környezetet). Éppen ezért a viselkedés-specifikus normák és attitűdök jobb előrejelzői a viselkedésnek, mint az értékek (Eagly & Chaiken, 1993; de Groot & Thøgersen, 2012), utóbbiak leginkább a hiedelmeken, a normákon és attitűdön keresztül hatnak, még ha bizonyos tanulmányok találtak is közvetlen kapcsolatot (de Groot & Thøgersen, 2012). Habár az értékek, értékrendszerek kialakulása nagyrészt társadalmilag meghatározott (Kollmuss & Agyeman, 2002), mivel a primer kutatásomban alapvetően két nyugati társadalomról beszélünk, és nem az értékek vannak a kutatás fókuszában, az értékutatások nem képezik a vizsgálódásom tárgyát.

A normák jelentik a következő fontos tényező-csoportot, amely hatással van a környezettudatos fogyasztói magatartásra, azonban, mivel a kutatás fókuszában a társadalmi normák állnak, ezekről a 2.3.2., kiemelt alfejezetben szólok.

Az affektív elemekről, az érzelmekről kevés szó esett, habár a cselekvés elvégzése utáni várható érzelmeknek hatása van a környezettudatos viselkedésre (Steg & Groot, 2010;

Perugini & Bagozzi, 2001). Ahogyan a 2.2.2. fejezetben láttuk, turisztikai kontextusban a TPB, a NAM és a VBN modelleket affektív elemekkel kiegészítve nőtt azok magyarázó ereje. Az érzelmek személyes normákon keresztül is hatnak a környezettudatos viselkedésre (de Groot & Steg, 2009). A pszichológusok is csak mostanában kezdték el feltárni az ökobűntudat és az ökoszorongás fajtáit és tényezőit (Ágoston et al., 2022). A klímaváltozáshoz sokféle érzelem kapcsolódhat, az egyik ilyen az öko- vagy klímaszorongás, amely az ökológiai katasztrófák, illetve a klímaváltozás miatti stresszt (Ágoston et al., 2022), egyfajta fenyegetettség érzését jelenti, rávilágítva az egyén sebezhetőségére, az utódok jövőjének bizonytalanságára (Clayton 2020). A másik ilyen érzelem az ökobűntudat, amikor a bűntudat a környezeti attitűdök, meggyőződések, normák és értékek és a tényleges viselkedés közötti ellentmondások miatt merül fel (Mallett, 2012, in Bahja et al., 2022). A bűntudattal mint érzelemmel az 1950-es években kezdtek el először foglalkozni a pszichológiában, és azóta több kutatás bizonyította, hogy a bűntudat öntudatos, cselekvésorientált és proszociális érzelem (Leach, 2017). A kognitív diszsonancia elméletben (Festinger, 1957) fontos elemként jelenik meg. A legtöbb kutatás lineáris kapcsolatot feltételez az (öko)bűntudat és a proszociális viselkedés között, pedig a kognitív folyamatok és a társadalmi-kulturális környezet nagy mértékben befolyásolják a bűntudat hatását a viselkedésre. Az egyéni és kollektív bűntudat skáláján is máshol helyezkednek el az egyes kultúrák, például a japánokban nagyobb valószínűséggel merül fel a kollektív, míg a nyugati társadalmakban élőkben az egyéni bűntudat (Bahja et al., 2022). A bűntudat elválaszthatatlan fogalom a személyes és a társadalmi normáktól, és a társadalmi normák közvetlenül és a bűntudaton keresztül közvetve is hatnak az egyén saját morális rendszerére (Bamberg & Möser, 2007). Mindezek okán fontos számításba vennünk ezt a tényezőt is, különösen a bűntudatkeltésre apelláló társadalmi mozgalmak hatásának vizsgálatakor.

2.3.2. Társadalmi normák és észlelt társadalmi normák hatása

Ahogyan a környezettudatos viselkedés modelljeiben láthattuk, a normáknak három fajtáját különböztetjük meg. A személyes (vagy erkölcsi/morális) normák belső ösztönzők, amely alapján az egyén adott viselkedésről eldönti, hogy morálisan helyes vagy sem (Schwartz, 1977; Schwartz & Howard, 1984), azaz egy viselkedés erkölcsi következményeiről való gondolkodást jelent (Thøgersen, 2009). Nem követésük esetén az egyén nem külső szankciókba ütközik, hanem önmagához kapcsolódó negatív érzéseket él át, mint például a megbánás vagy a bűntudat (Bamberg et al., 2007), amiről az érzelmi faktoroknál volt szó.

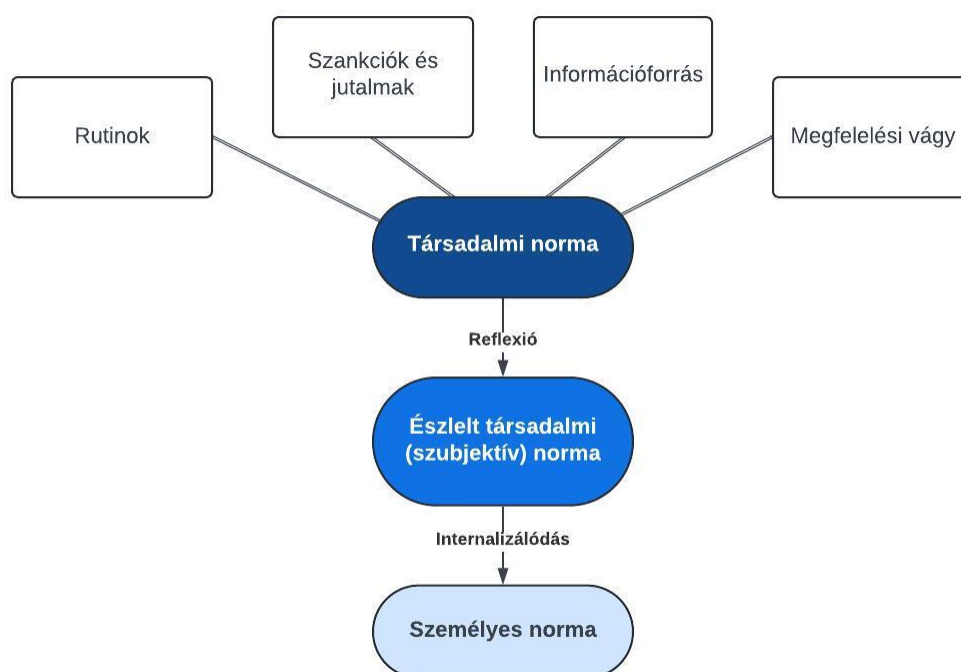
A társadalmi normák közös meggyőződések arról, hogy hogyan kellene cselekednünk. Ezek nem írásba foglalt szabályok, jogi következmények nem társulnak hozzájuk (Cialdini & Trost, 1998), de szankciók vagy jutalmak igen (Thøgersen, 2009). A társadalmi normáknak az egyén Ajzen (1991) szerint elsősorban a közösség nyomására vagy másoknak való megfelelési vágy miatt engedelmessé válik. Gyakran használják a piac vagy a közszféra szereplői az általuk kívánatos viselkedési formákra történő ösztönzésre (Melnik et al., 2022). Ugyanakkor Bamberg és kollégái (2007) éppen arra hívta fel a figyelmet, hogy a társadalmi normák hatása a személyes normák kialakulására kevésbé az emberek társadalmi szankcióktól való félelmén alapul, sokkal inkább azon, hogy ezek könnyen hozzáférhető információforrásként működnek. Az egyén számára a társadalmi normák információt nyújtanak arról, hogy mi a helyes viselkedés, és hogy annak végrehajtása mennyire kellemes és egyszerű. Bambergék (2007) kutatásának adatfelvételére Németország két eltérő társadalmi összetételű területén került sor, és eredményeik igazolták, hogy a társadalmi normák egyfajta információs bázisként is szolgálnak, s ilyen módon a társadalmi kontextus befolyásolja a viselkedést. Ilyen módon mindenképpen összefüggésbe hozható a tudással, hiszen a társadalmi normáknak – például a repülés káros hatásai miatt a légitársaságokhoz való hozzáállás-változásnak – szerves részét képezik az olyan ismereti elemek, amelyek a repülés nagy ökológiai lábnyomára vonatkoznak és arra, hogy hogyan kerülhető el a repülés, milyen egyéb megoldások vannak egy desztinációba történő eljutásra, mindezt mások „hogyan csinálják”. Egy korábbi kutatás (Nolan et al., 2008) szintén igazolta az energiatakarékosság területén a társadalmi normák pozitív hatását a viselkedésre. A szűkebb társadalmi csoportok normáinak és a tudásnak a hatását igazolta egy lengyel kutatás (Witek & Kuzinar 2024) is, habár a rutinszerűség (korábbi vásárlás) erősebb befolyással volt a „zöld” termékek választására.

A társadalmi normák, internalizációjuk során személyes normává válhatnak (Schwartz, 1977), beágyazódhatnak az egyén kognitív struktúrájába, és annál nagyobb hatással bírnak a viselkedésre, minél jobban internalizálódnak (Thøgersen, 2009). Do és Do (2024) a társadalmi normák környezettudatos fogyasztásra való hatását pozitívnak találták, bár a személyiség ennek mértékét nagyban befolyásolja. A függetlenebb fogyasztók esetében ez a hatás kisebb, amely összefügghet a norma internalizációjának mértékével.

A társadalmi normák szubjektív vagy észlelt társadalmi normaként kapcsolódnak az egyénekhez. Az észlelt társadalmi norma ugyanis az egyén elgondolása a számára releváns társadalmi csoportok normáiról (Ajzen, 1991; Schwartz, 1977). Kiindulva Yao és kollégái (2024) tanulmányából, a társadalmi normákat és az észlelt társadalmi normákat nem lehet

élesen elkülöníteni, több tanulmány hivatkozik társadalmi normák által gyakorolt hatásra, amikor a fogyasztók általi észleléseket vizsgálja. A társadalmi normákkal való találkozáskor az egyénben elkezdődik egy reflexiós folyamat, amelynek eredménye az egyik véglet során a megfelelésre törekvés igazi reflexió nélkül, ez a „mi így szoktuk” jelensége. A másik végletben egy nagyon részletes reflexiós folyamat megy végbe, amely során az egyén megvizsgálja, hogy a meggyőződéseivel és céljaival mennyire koherens az adott társadalmi norma (Thøgersen, 2009). A két véglet között az egyén az észlelt társadalmi elvárásokat a megfelelés/nem megfelelés és a büntetés/jutalom mentén vizsgálja meg és cselekszik.

12. ábra - A normatípusok egymáshoz fűződő viszonya és a társadalmi normák funkciói



Forrás: Schwartz (1977) Ajzen (1991), Nolan et al. (2008), Thøgersen (2009), Bamberg et al. (2007) és Yao et al. (2024) alapján saját szerkesztés

A fenti megállapításokat; a normák egymáshoz fűződő viszonyát és a társadalmi normák funkcióit a 12. ábrán foglalom össze.

A turizmus kontextusában az utazáshoz kapcsolódó társadalmi normák hatását igazolta néhány tanulmány a közelmúltban. Ezek a kutatások nem a környezettudatosság vonatkozásában vizsgálódtak, de bemutatásukat a társadalmi normák és a viselkedés kapcsolatának alátámasztása miatt fontosnak tartom. Egyes kutatások úgy találták, hogy az utazásról szóló döntést vagy a desztinációválasztást nagymértékben befolyásolják a közösség társadalmi normái: amerikai utazók például nagyobb valószínűséggel választják

Kubát mint úti célt, ha úgy gondolják, hogy a számukra releváns közösség tagjai is utaznak oda vagy bátorítanak őket, hogy oda utazzanak (Moran et al. 2018). Egy szekunder adatokat elemző európai vizsgálat (Boto-García & Baños-Pino 2022) pedig megállapította, hogy egy-egy ország régióban (NUTS2 szint) eltérő társadalmi normák uralkodnak az utazás-nem utazás és a külföldi vagy belföldi úti cél vonatkozásában, amelyek hatással vannak az egyének utazási döntéseire.

A társadalmi normák észlelése szempontjából az sem mindegy, hogy mindez milyen formában jelenik meg az egyén számára. Az észlelt társadalmi normák lehetnek felszólító normák, amelyek az egyén észlelései arról, hogy mit vár el tőle a közösség vagy társadalom, illetve leíró normák, amelyek az egyén elgondolásai arról, hogy mások mit vagy hogyan tesznek (Wasaya et al., 2022).

7. táblázat - A társadalmi normák moderáló tényezői

A moderáló tényező	A norma hatásával kapcsolatos eredmények	Okok	Forrás
A társadalom által támogatott viselkedés (például szelektív h.gyűjtés)	Stabil, az idő múlásával és a kulturális kontextus változásával is		(Melnik et al., 2022)
A társadalom által helytelenített viselkedés	Napjainkban erősebben hatnak	Ezen viselkedésekkel kapcsolatban az egyén nem vár különösebb szabadságot, ezért kisebb az ellenállás	(Melnik et al., 2022)
Leíró vagy felszólító jellegű normák	A leíró jellegű normák erősebben hatnak	Az egyén kevésbé érzi fenyegetve a választási szabadságát, ha a norma leíró jellegű	(Goldstein et al., 2008; Nolan et al. 2008)
A társadalmi csoport nagysága	A kisebb csoportok, közelebbi társakkal osztott norma erősebben hat	Az egyén kevésbé érzi fenyegetve a választási szabadságát, ha számára relevánsabb társakkal osztozik rajta	(Miller et al. 2006; Melnik et al., 2022)

Forrás: Melnik et al. (2022), Goldstein et al. (2008), Nolan et al. (2008) és Miller et al. (2006) alapján saját szerkesztés

A társadalmi normák hatása a viselkedésre eltérő mintázatot mutat egyes közvetítő változók szerint, amelyet több kutatás is vizsgált, ezt a 7. táblázatban mutatom be.

Kutatásom szempontjából nagyon fontos eredmények, hogy

- a leíró társadalmi normák erősebb hatást gyakorolnak a viselkedésre,
- a helyes viselkedésre vonatkozó normák stabilak,
- a kisebb csoportokkal osztott norma hatása erősebb.

Turisztikai kontextusban egyébként számos szituáció elképzelhető, amely a két típust megtestesíti: leíró társadalmi normákkal a fogyasztók találkozhatnak egészen egyszerű módon is, például, ha egy desztinációban nagy tisztaságot tapasztalnak, az leíró módon

jelzi számukra, hogy az uralkodó társadalmi norma szerint nem szemetelnek az ott élők és az oda látogatók. A felszólító társadalmi normáról ugyanebben a szituációban akkor beszélhetünk, ha a turista a szemetelés elkerülését azért választja, mert fél, hogy például kirekesztik, rászólnak, ki van írva, hogy tilos stb. (Doran & Larsen, 2016). Több vizsgálat (Goldstein et al., 2008; Reese et al., 2014; Doran & Larsen, 2016) foglalkozott a különböző típusú – köztük a leíró vagy felszólító társadalmi normákat tartalmazó – üzenetek hatékonyságával a szállodai törölköző újrahasználat vizsgálatán keresztül. Goldstein és kollégái (2008) az információ leíró normák formájában történő átadását találták leghatékonyabbnak szállodai környezetben, ezen belül is minél szűkebb csoportra vonatkozott a leíró norma, annál nagyobb hatást gyakorolt a viselkedésre. Tehát ha az üzenet arról szólt, hogy az adott szobában lakó vendégek újrahasználják a törölközőt, annak nagyobb hatása volt, mintha az egész szálloda vendégeiről állították ugyanezt. Ugyanakkor utóbbi is kevesebb törölközőhasználatot eredményezett, mint amikor csak egy információt és egy kérést tartalmazó üzenetet helyeztek ki.

A leíró társadalmi normák jelentős befolyással vannak a fenntartható viselkedésre, még ha nem is olyan mértékben, mint az önérdék megjelenítése. Ettől kicsit lemaradva a felszólító társadalmi normák hatása szerepel a tényezők között, derült ki egy holland kutatásból (Hardeman et al. 2017). Mindez annak fényében értékelendő, hogy ugyanennek a viselkedésnek a népszerűsítéséhez használt negyedik féle üzenet, amely a helyiek életminőségére és a helyi gazdaságára való pozitív hatást hangsúlyozta, nem okozott magasabb elköteleződést az utazókban.

Szintén a leíró társadalmi normák hatását igazolta Nowak és kollégái (2023) tanulmánya, amely Svédországban vizsgálta a hegyikerékpáros ösvények fenntartásához szükséges adományozásra ösztönzés hatását. Az útvonalakon kihelyezett táblákon szerepelt, hogy a használók kétharmada adományoz egy bizonyos összeget azok fenntartására. A cél az volt, hogy a kerékpárosok úgy érezzék, hogy az adományozás társadalmilag elvárt és támogatott viselkedés, és hogy ezzel növeljék az adományozási hajlandóságot. Megállapították, hogy az üzenetek gyakoriságának növelésével nem csökken az adakozás mértéke, tehát nem jön létre bumeráng-hatás.

Ezt az eredményt igazolta Reese és munkatársai (2014) kutatása is, kiemelve, hogy a helyi normák szerepe társadalmi kontextusonként eltérő lehet. Éppen ezért felhívták a figyelmet, hogy érdemes lenne megvizsgálni, hogy a leíró normák hogyan működnek különböző társadalmi kontextusokban, az egyes célcsoportok kulturális háttérét tekintve is.

Mindezek a kutatások nemcsak a társadalmi normák hatását igazolták a környezettudatos viselkedésre, de azt is, hogy az üzenet megfogalmazásának módja is fontos. Ugyanakkor különbségek lehetnek kulturálisan vagy kontextus alapján az úgynevezett „social norm-nudging” (társadalmi norma-ösztönző) hatékonyságában, amely tartalmazhat egyébként leíró vagy felszólító üzeneteket is és alkalmazható helyben vagy online is (Hummel & Maedche 2019).

A társadalmi normák és a társadalmi gyakorlatok közötti kapcsolat nem jelent népszerű kutatási területet, de annyi bizonyos, hogy a társadalmi gyakorlat elmélete szerint a mindennapi rutinok, az életmód és társadalmi gyakorlatok szorosan kapcsolódnak a társadalmi normákhoz és a „normális gyakorlatokról” szóló közös elképzeléseikhez, amelyeket az egyének különösebb tudatosság nélkül ismétlődően végeznek (Yao et al 2024).

Ha áttekintjük ezeket az eredményeket, azt látjuk, hogy a társadalmi normák vizsgálata ezekben a kutatásokban mikroszinten történt meg és konkrét viselkedésre, konkrét kontextusra vonatkozott. Ennek vizsgálata kiválóan alkalmas volt arra, hogy betekintést nyerjünk például a szemléletformáló üzenetek megfogalmazásának hatékony módjaiba. Jelen kutatás ugyanakkor arra tesz kísérletet, hogy egy szinttel feljebb lépve megvizsgálja, hogy a válaszadók által észlelt makroszintű (egy-egy ország társadalmát egységnek tekintő) társadalmi normák, illetve a közvetlen környezet észlelt társadalmi normái hogyan befolyásolják az utazás szempontjából olyan alapvető döntéseket, mint a desztinációválasztás vagy a közlekedésszükséglet-választás. A társadalmi normák információs szerepe (Bamberg et al. 2007) pedig azért is fontos, mert egy-egy ország még a jelenlegi, szabad információáramlás korában is feltehetőleg egy információs közösséget alkot.

Mindazonáltal az eddig bemutatott eredményekhez képest új szempont, hogy kevés kutatás foglalkozott a különböző országok társadalmi normái hatásának vizsgálatával a viselkedésre, különösen a környezettudatos magatartásra. Higham és kollégái (2016) tanulmányukban négy ország kontextusában megállapították, hogy a fogyasztók az önkéntes vállalások – mint például a karbonkompenzáció – elfogadásában hasonlóan szkeptikusak, de a szabályozási intézkedések elfogadásának hajlandóságában eltérőek az egyes társadalmak. Filimonau és kollégái (2018) is megállapították, hogy a nemzeti kultúra hatással lehet a környezettudatos-attitűdre, de a szerepe még kevésbé kutatott. Azzal kapcsolatban sem találtam vizsgálódásokat, hogy egy országváltás esetén mely ország

társadalmi normái hatnak erősebben az egyénekre a (turisztikai) fogyasztói magatartás szempontjából.

A társadalmi normák eddigi kultúraközi kutatásaival kapcsolatban Liu és kollégái (2021) kritikát fogalmaztak meg, amely szerint egyrészt a konceptualizálással kapcsolatban is vannak hiányosságok, másrészt az egyes mérési eszközök sem feltétlenül helyezhetők át más kulturális kontextusba. Ennek ellenére a társadalmi normák egyre népszerűbb kutatási területet jelentenek (Liu et al., 2021), a közelmúltban jelentek meg kutatások a kulturális környezet egy-egy meghatározott (nem feltétlenül fogyasztói) viselkedésre gyakorolt hatásáról (Helliwell et al., 2016). A bevándorlók altruista magatartásával kapcsolatos kutatás, amely 130 ország adatait elemezte, azt állapította meg, hogy a bevándorlók új hazájának társadalmi normái sokkal meghatározóbbak az adományozási szokásaikban, mint a származási országuk normái. Míg utóbbi csak körülbelül egyharmad, előbbi kétharmad arányban határozta meg a lakóhelyváltó fogyasztók viselkedését (Helliwell et al., 2016).

Mivel a fogyasztói környezettudatos magatartással kapcsolatos kutatások túlnyomórészt monokulturálisak voltak (Chwialkowska et al., 2020), a társadalmi normák vizsgálata ezen a területen különösen igényli a további vizsgálódásokat, amelyek feltáró jellegűknél fogva kvalitatív megközelítést is igényelnek (Liu et al., 2021). Liu és kollégái (2021) a kevert módszer javaslatával dolgozott ki a társadalmi normák vizsgálatára egy módszertani modellt kommunikációs területen. További néhány kutatás (Chwialkowska et al. 2020, Rahman et al. 2021) foglalkozik Hofstede (1980) kulturális keretrendszerén belüli dimenziók hatásával, azonban ezen kutatások ellentmondásos eredményekre jutottak. Hofstede (1980) értékdimenziói nem tartoznak bele kutatásom elméleti keretrendszerébe, ráadásul több forrás is felhívta a figyelmet (Rahman et al. 2021), hogy egyes értékorientációk konceptualizálása problémás lehet, a környezettudatos viselkedést ugyanis érthetjük a saját és a közösség érdekében végzett cselekvésnek is.

2.4. A környezettudatos fogyasztói viselkedés turisztikai sajátosságai

Ebben a fejezetben azon sajátosságokat veszem górcső alá, amelyek kifejezetten turisztikai kontextusban értelmezhetők vagy abból a szempontból jelentenek fontos eredményeket a környezettudatos viselkedéssel kapcsolatban.

Az attitűd/értékek-viselkedés közötti rés mellett a hétköznapi és az utazások során megvalósuló környezettudatos viselkedés közötti konzisztencia vizsgálata is érdekes eredményeket hozott. Az alapvetően környezettudatosan élő egyének is gyakran

környezetre káros turisztikai fogyasztói magatartást tanúsítanak (Barr et al., 2010; Juvan és Dolnicar, 2014; Bergin-Seers & Mair, 2009). Esett már szó Juvan és Dolnicar (2014) kutatásáról, amely a környezetvédő szervezeteknél dolgozókat vizsgálta kvalitatív kutatást alkalmazva, mert feltételezték, hogy mivel ők bizonyosan rendelkeznek környezetbarát attitűdökkel, ők mutatják majd a legkisebb ellentmondást az attitűdök és a viselkedés között. A kutatók úgy találták, hogy ezen csoport esetében is jelentkezik a rés az attitűdök és a viselkedés között, amely következtében kognitív disszonancia keletkezik, amelynek redukciójára szolgáló magyarázatok tartalmilag eltérőek lehetnek. Hatféle magyarázat-csoportot azonosítottak, ezek a következmények tagadása, a kedvezőtlenekkel való összehasonlítás, a felelősség tagadása, a kontroll tagadása, a kivételességre való hivatkozás és a más „jó cselekedetek” általi kompenzáció. A kutatás másik, számomra fontos eredménye, hogy még a környezetvédő aktivisták sem érzik úgy, hogy tisztában vannak az egyes turisztikai fogyasztói döntések környezeti hatásának mértékével. A hétköznapi tevékenység és a repülés során felmerülő üvegházhatású gázok kibocsátásával kapcsolatban érzett felelősség tekintetében különbségek tapasztalhatók. A repülést egy speciális szabadságnak élték meg a fogyasztók (Becken, 2007), akik maximum egy adó bevezetését tekintették elfogadható megoldásnak.

Juvan és Dolnicar (2014) fent említett kutatása elsősorban arra fókuszált, hogy az attitűd és a viselkedés közötti réseket hogyan magyarázzák a fogyasztók, közülük is azok, akik környezettudatosak. Arra a kérdésre, hogy az alapvetően környezettudatos attitűdökkel rendelkező, s hétköznapi szinten azoknak megfelelően viselkedő emberek inkább mutatnak-e környezetbarát turisztikai viselkedésmintákat, mint a hétköznapijaik során nem környezettudatos, hasonló státuszú emberek, több kutatás igyekezett választ adni. A korábban bemutatott tovaryűrűző hatással (Thøgersen, 2009) kapcsolatban Xu és kollégái (2020) megállapították, hogy a környezettudatos otthoni gyakorlatok meglete pozitívan hat a környezettudatos turisztikai viselkedésre, Barr és munkatársai (2010) viszont úgy találták, hogy habár a környezeti problémákra legnyitottabb csoport tagjai hajlamosak az utazásaik során is figyelembe venni környezeti vagy etikai szempontokat, még bennük sem vetődött fel komolyabb vállalások, mint például a repülő mint közlekedési eszköz elhagyásának gondolata. Bergin-Seers és Mair (2009) arra jutott, hogy a zöld fogyasztók nem térnek el demográfiai jellemzőiket tekintve a nem környezettudatos fogyasztóktól. Előbbiek – nem meglepő módon – nagyobb hajlandóságot mutatnak az utazásaik során is úgy viselkedni, hogy azzal csökkentsék utazásuk ökolábnyomát, amikor a jövőre vonatkozó nyilatkozataikat vesszük alapul. Ugyanakkor, amikor a közelmúltbeli utazásaikról kérdezték a válaszadókat, nem mutatkozott különbség a két csoport

viselkedése és választásai között, tehát itt is eltérés volt tapasztalható az értékek, attitűdök és a viselkedés, illetve a hétköznapi és a turisztikai fogyasztói magatartás között.

Nemcsak a hétköznapi és a turisztikai fogyasztói cselekedetek között van rés a környezettudatosság szempontjából, hanem az egyes környezettudatos cselekedetek között sincsen konzisztencia a hétköznapi cselekedet vonatkozásában sem (Mainieri et al., 1997; Adrita & Mohiuddin, 2020; Nagy, 2018). Aki egy bizonyos termékből vagy szolgáltatásból a környezetbarátot választja, nem feltétlenül választja a „zöld” megoldást egy másik esetben. Juvan és Dolnicar (2017) a turizmus kontextusában arra jutott, hogy eltérő motívumok bújnak meg az egyes környezettudatos viselkedési gyakorlatok hátterében (Hegedüs et al. 2024).

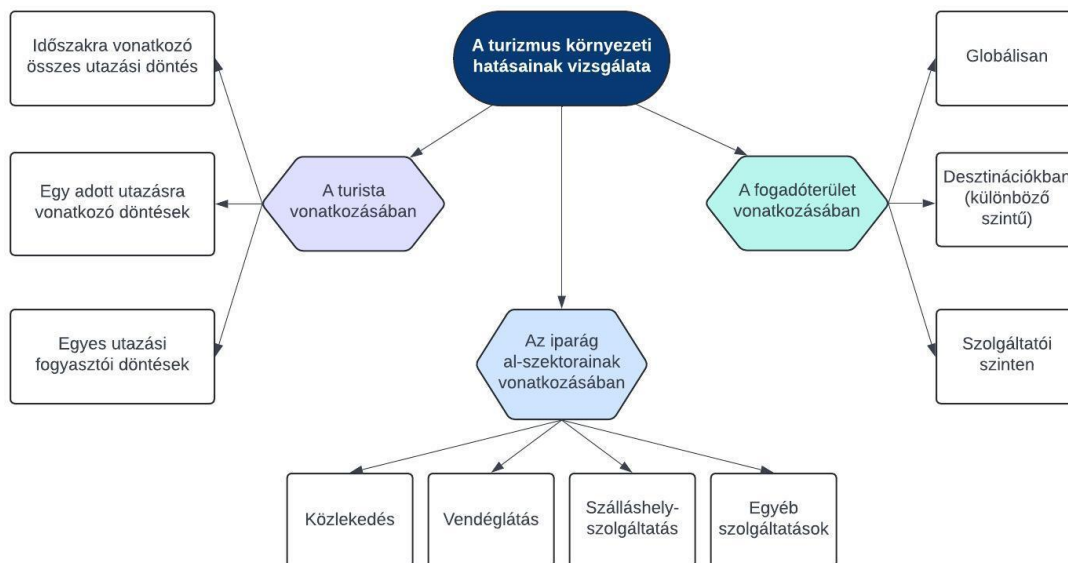
A turizmussal kapcsolatban még egy fontos mintázat figyelhető meg, méghozzá a hétköznapiokból történő kiszakadás fontossága. A turisztikai fogyasztók ugyanis gyakran úgy érzik, hogy a szabadidős utazások során nem szeretnék vagy nem köteleességük a környezet védelmével foglalkozni, a kisebb környezeti hatás érdekében bármilyen áldozatot hozni, tehát nem csupán az infrastrukturális eltérések nehezítik a környezettudatos viselkedést. Juvan és Dolnicar (2014) fent bemutatott kutatásában is felmerült ez egyik magyarázatként a környezetvédők utazásaival kapcsolatban, Pizzetti és kollégái (2024) pedig tengerjáró hajók fiatal utasait kevert módszerrel vizsgálva jutott erre a következtetésre.

2.5. A turisztikai fogyasztói magatartás fókuszba emelt területei: a desztináció- és közlekedéseszköz-választás

Értekezésemben a szándékoltan környezettudatos magatartással foglalkozom, ugyanakkor igyekeztem olyan viselkedésekre fókuszálni, amelyek szignifikánsak a fenntarthatóság szempontjából.

A turizmus természeti környezetre gyakorolt hatásainak megértése azért sem egyszerű, mert számos vonatkozásban megközelíthető a kérdés, ahogyan az a 13. ábrán is látható.

13. ábra - A turizmus hatásai vizsgálatának lehetséges vonatkozásai



Forrás: saját szerkesztés

A turizmus ökolábnymát (TEF) nemcsak globálisan, hanem desztinációs szinten vagy globálisan is lehetséges vizsgálni, ráadásul nem elég a statikus szemlélet, hanem dinamikus, hosszú távú megközelítés szükséges (Patterson et al., 2008). A turizmus ökolábnyma nyomán követésének fontosságára más szerzők (Gössling, 2002b; Yang & Li, 2005) is felhívják a figyelmet a hatékony intézkedések érdekében.

Ha a turizmus hatásait nem globálisan, hanem a turista szemszögéből vizsgáljuk, akkor megállapíthatjuk, hogy a teljes utazási folyamatot áttekintve a turisztikai döntési helyzetek igen sokrétűek, és más-más típusú és mértékű lehetséges környezeti hatást vonnak maguk után. A turisztikai döntési folyamat alapján az alábbi választási pontok különíthetők el: terméktípus, desztináció, vonzerő, szervezethez, az utazás módja (közlekedési eszköz és a szervezés szereplői) és szolgáltatások (Jancsik et al., 2019). Ha minden döntési ponthoz hozzárendeljük az adott cselekedet lehetséges környezeti hatását, beláthatjuk, hogy igen sokrétű jelenségről van szó, amelyben az erőforrások felhasználásától a légszennyezésen át a hulladékkezelésig sokféle hatás felmerül. Az utóbbi években a figyelem a légiközlekedésre irányult, mert a turizmus környezeti hatásait illetően az ezredfordulón felélénkült kutatások (Weaver, 2011) során világossá vált, hogy a légiközlekedés a klímaváltozásra jelentős hatást gyakorol.

A globális turizmus ökolábnymának számszerűsítésére Gössling és Peeters (2015), valamint Lenzen és kollégái (Lenzen et al., 2018) vállalkoztak a közelmúltban. Lenzen és munkatársai 160 ország adatait vizsgáló kutatásuk egyértelművé vált, hogy a nemzetközi

turizmus nagymértékben hozzájárul a károsanyag-kibocsátáshoz, globálisan mintegy 8%-os mértékben. A légitözlekedés – mint a legfontosabb faktor a turizmus káros környezeti hatásaiban – az ágazat széndioxid-kibocsátásának mintegy 20%-ért felelős. Ugyanakkor ez a számítás nem veszi figyelembe, hogy a turisták fogyasztásának bizonyos része (étkezésből, helyi közlekedésből, energiahasználatból származó kibocsátás) az utazás elmaradása esetén, otthon is realizálódna. Mindezt figyelembe véve a repülés hozzájárulása a turizmus negatív környezeti hatásaihoz jóval nagyobb lehet (Lenzen et al., 2018), ahogyan ezt desztinációs szinten Gössling (2002b) is igazolta. A közelebbi úti célok, a lassabb és kevésbé energiaigényes utazási formák elterjedését remélték kutatók a járvány időszakában (Wieckowski, 2021), de jelenleg úgy tűnik, hogy a 2020 előtti tendenciák folytatódnak.

A fogyasztói csoportokat és a preferált szolgáltatásokat tekintve is jelentős különbség mutatkozik a turizmusban való részvétel hatásának tekintetében (Lenzen et al., 2018): a luxusszállodát választók ökolábnyoma értelemszerűen nagyobb, mint a vendégházakban megszállóké (Gössling, 2002b). A magas jövedelmű turisztikai fogyasztók lábnyomának legjelentősebb része a – főként légi – közlekedésből származik, a dobogó második és harmadik fokán az árucikkek vásárlása és a szálláshely-szolgáltatás–vendéglátás áll. Az alacsony jövedelmű utazók ökolábnyoma az utazásuk során is legnagyobb részt a feldolgozatlan élelmiszerek vásárlásából származik, ezt követi a főként közúti közlekedés és a szálláshely-szolgáltatás–vendéglátás (Lenzen et al., 2018). Tehát a második kategóriában is megjelenik a közlekedés szerepe, csak kevésbé domináns, mint az első esetben.

Ahogy erre korábban utaltam, a környezettudatos cselekvést megvalósító egyének ökológiai lábnyoma nem feltétlenül kisebb, mint azoké, akik nem veszik figyelembe döntéseiknél a környezeti szempontokat, sőt, a kifejezetten erre utaló kutatások (Gatersleben et al., 2002; Csutora, 2012) nem találtak különbséget. Habár a környezettudatossággal csökkenthető egy egyén vagy egy társadalom ökolábnyoma, az ilyen módon végbemenő ökolábnyom-csökkenés nem tudja ellensúlyozni az életszínvonal növekedésével, s így a fogyasztói szokások változásával párhuzamosan végbemenő ökolábnyom-növekedést (Csutora, 2012). Minél magasabb jövedelmű valaki, illetve minél magasabb jövedelmű országban él, annál nagyobb az ökolábnyoma és a környezettudatos fogyasztók káros környezeti hatása nem kisebb, mint a nem környezettudatos fogyasztóké (Csutora, 2012; Gatersleben et al., 2002).

Mindazonáltal kiindulva abból, hogy a fogyasztók viselkedésváltozása képes hatást gyakorolni a vállalatokra és a kormányzati lépésekre, illetve, ha elfogadjuk a korábban részletezett normatív orientációs megközelítést, a fogyasztók viselkedése mögött rejlő tényezők vizsgálata semmiképp nem elhanyagolható kérdés.

Számos, a turizmusban végbemenő fogyasztói döntés lehet szignifikáns a környezeti hatások szempontjából. Ahogyan láttuk, a hatások megállapítása összetett, azonban a fentiek alapján két viselkedési területet tekintek relevánsnak: a desztinációválasztást és a közlekedéseszköz-választást, amelyek ismérvei a következők:

- A környezettudatos viselkedéshez kapcsolódó döntéseket a fogyasztó a környezeti szempontok figyelembevételével hozta és értelmezi is ennek vonatkozásában.
- A desztinációválasztással kapcsolatban környezettudatos döntésnek tekintem a belföldi desztinációválasztást. Habár vannak esetek, amikor egy másik országhoz tartozó desztináció közelebb van, mint egy távoli belföldi desztináció, konceptualizálnom kellett a döntést és ezen leegyszerűsítés mellett döntöttem.
- A közlekedéseszköz-választás tekintetében a legfontosabb környezettudatos viselkedésnek a légitözlekedés elkerülését, illetve gyakoriságának csökkentését tartom. Ahogyan fent deklaráltam, a szándékot veszem alapul, ilyen módon, ha egy válaszadó a környezeti szempont alapján dönt egy repülőút elkerülése vagy más közlekedési eszközzel történő helyettesítés mellett, azt környezettudatos viselkedésnek tekintem.

Fontosnak tartottam, hogy a kiválasztott két fókuszterülettel kapcsolatban megjelent tanulmányokat áttekintsem.

A desztinációválasztás az utazási döntések között kiemelkedő fontosságú. Számos kutatás vizsgálta már magát a folyamatot, amelynek során döntés születik az úti célról (Sirakaya & Woodside 2005). A pszichológiai (attitűdök, hiedelmek, érzelmek) és külső (idő, anyagi lehetőségek) tényezőkön kívül a desztinációk imázsát emelik ki a szerzők, mint fontos befolyásoló tényezőt (Sirakaya & Woodside 2005). Egy friss tanulmány (Song et al., 2024) kérdőíves módszert alkalmazva vizsgálta több tényező – köztük a karbonsemlegességgel kapcsolatos „nudging⁷” – hatását a desztinációválasztásra, és arra az eredményre jutott, hogy az útiköltség, a desztináció típusa és a szén-dioxid kibocsátással kapcsolatos nudging is hatással van a desztinációválasztásra, tehát ha egy desztináció tesz a

⁷ A „nudging” a döntéshozók – jelen esetben a fogyasztók – ösztönzését, ösztökélését, valamilyen irányba történő terelését jelenti, miközben meghadja a döntés szabadságát. A magyar szakirodalom is sokszor az angol megfelelőjét használja (Szántó & Dudás 2017)

karbonsemlegességért és ezt kommunikálja, az pozitívan hat a látogatási szándéokra. A nudging egyébként a turisztikai kutatásokban kevésbé alkalmazott fogalom, de Souza-Neto és kollégái (2022) szakirodalmi összegző cikkükben arra jutottak, hogy jó módszer lehet a fenntartható viselkedés eléréséhez. A tanulmány számos kutatást feldolgozott, a szállodai textíliák újrahasználatával, a fenntartható ételek választásával, a szállodai energiahasználattal és a karbonkonpenzációval kapcsolatban, de a külföldi-belföld vagy a közeli desztinációválasztás és a környezettudatosság kapcsolatára fókuszáló kutatásról nem számolt be.

Több tanulmányt találunk viszont a légitözlekedés vonatkozásában a környezettudatosságról, ezek a normákat, az attitűdöket és a büntudatot emelik fókuszba. Fontos megállapítás, hogy korábban a repülés pozitív társadalmi megítéléssel társult, a mobilitás szimbolikus értékével bírt (Gössling et al., 2020). Egy korábbi tanulmányukban Gössling és Peeters (2007) azt figyelték meg, hogy a repüléssel kapcsolatos attitűdök nagyon hasonlítanak az iparági diskurzus által hangoztatott érvekre (úgy mint nélkülözhetetlen, minimális a károsanyag-kibocsátása stb.)

Néhány évvel ezelőtti tanulmányok (Cocolas et al., 2020; Hall et al., 2015) megállapították, hogy az utazói fogyasztói magatartás megváltozása elengedhetetlen a légitözlekedés káros negatív hatásainak csökkentése érdekében. Cocolas és kollégái (2020) felhívták a figyelmet arra, hogy alacsony a tudás a légitözlekedés klímaváltozásra gyakorolt hatásáról, s az attitűdök megváltoztatásához szükség van ezeknek az ismereteknek a terjesztésére. Számos kutatás bizonyította, hogy egészen a közelmúltig a légitözlekedés és klímaváltozás kontextusában nem voltak megfigyelhetők számottevő viselkedésbeli változások (Büchs, 2017; Gössling et al., 2020) és morális aggodalmakról csak az utazók kis hányada számol be. A hétköznapi és az utazások során felmerülő, az üvegházhatású gázok kibocsátásával kapcsolatban érzett felelősség közötti különbség Becken (2007) fent említett tanulmányában is előkerült, ahol új-zélandi utazók a repüléssel kapcsolatban az utazás szabadságát emelték ki, elutasítva, hogy ezt korlátozni lehetne. Vizsgálták a repüléshez való ragaszkodást a „függőség” jelenségén keresztül (Cohen et al., 2011) is, amely kétségkívül létezik, azonban nem tulajdonítható a felelősség a fogyasztóknak ezen kis csoportjára (Young et al., 2014).

Az elmúlt évtizedben ugyanakkor növekszik a repülés klímaváltozásra gyakorolt hatásaival kapcsolatos ismeretek mennyisége, amely főként a flight shame mozgalomnak köszönhető (Gössling et al., 2020). Habár azon utazók aránya, akik a repülés gyakoriságának csökkentéséről vagy a légitözlekedés elkerüléséről számolnak be, még

mindig elenyésző, a politikai beavatkozás (például magasabb adók a szektorban) támogatottsága viszont egyre magasabb (Higham et al., 2016), egyes kutatások szerint kétharmados (Gössling et al., 2020). A turizmus területén még kevésbé elterjedt a büntudat és a szégyenérzet kutatása a környezeti vonatkozásokkal kapcsolatban (Mkono & Hughes, 2020), ugyanakkor a flight shame mozgalom 2018-as megjelenése változást hozott a területen (Gössling et al., 2020), kérdés, hogy a világjárvány miatti visszaesés után ez hogyan alakul. A büntudat elválaszthatatlan fogalom a személyes és a társadalmi normáktól, és a társadalmi normák közvetlenül és a büntudaton keresztül közvetve is hatnak az egyén saját morális rendszerére (Bamberg & Möser, 2007), amely ismét a társadalmi normák vizsgálatának szükségességét igazolja. Azt is vizsgálták, hogy a repülés széndioxid-kibocsátásának kompenzációját a repülőjegyvásárláskor miért választja az utazóknak csak kis hányada (Babakhani et al., 2016). Az eredmények azt mutatták, hogy az okok között szerepel az alacsony érdeklődés, a programok, a karbon-kalkulátorok és az árszabások közötti nehéz eligazodás és az észlelt hatékonyság és átláthatóság hiánya (Babakhani et al., 2016).

Összességében tehát, míg a desztinációválasztás és a környezettudatosság kapcsolata kisebb figyelmet kapott, addig a légitözlekedés vonatkozásában a társadalmi mozgalmakkal párhuzamosan megjelenő változásoknak már több vonatkozását vizsgálták a kutatók.

2.6. A kutatás elméleti kerete

A fenntartható turizmussal kapcsolatos teóriák, valamint a környezettudatos fogyasztói magatartásnak és turisztikai aspektusainak vizsgálatát célzó szakirodalom áttekintése világossá tette, hogy a jelenség nagyon sok szemszögből és sokféle kontextusban vizsgálható. Az innovációk, illetve a szabályozások és strukturális változások szükségességének vizsgálata mellett kiemelt figyelmet kapott a szakirodalomban a turizmus szereplőinek önkéntes vállalásainak, ezen belül is pedig kiemelten a turisták környezettudatos magatartási tényezőinek vizsgálata. A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartást tényezőinek komplexitása amellelt, hogy nehéz feladat elé állítja a kutatókat, számos olyan kutatási témát biztosít, amely összefügg korábban igazoltan fontos más tényezőkkel, de tovább árnyalja a képet.

A turizmus hatásaival kapcsolatos kutatások eredménye rávilágított a desztináció és a közlekedési eszköz választásának a fontosságára a turizmus fenntarthatósága szempontjából, ugyanakkor az egyéni cselekvések környezeti hatásainak mérési

problematikussága miatt a környezettudatos viselkedésnek csak a szándékoltóságát tudjuk alapul venni. Fókuszálhatunk azonban a fenti két szempont figyelembevételével egyes viselkedésekre.

Összességében a szakirodalmi áttekintés konklúziói:

1. A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás meghatározásakor a cselekvő környezettudatos motivációjából indulunk ki. Ugyan a mobilitás hiánya feltehetőleg a legkedvezőbb scenárió a környezeti fenntarthatóság szempontjából, vizsgálatunk célja a fogyasztók viselkedési tényezőinek megismerése, fókuszában a turizmus áll, amely csupán az abban részt vevők viselkedésének változása esetén kerülhet fenntartható(bb) pályára. A turizmus környezeti hatásairól szóló eredmények áttekintése alapján két viselkedési gyakorlat áll a kutatás fókuszában: a külföldi/belföldi desztináció- és közlekedéseszköz-választás.
2. A közlekedéseszköz-választással kapcsolatban fontos eredmény, hogy a repülés környezeti hatásairól szóló ismeretek mértéke megváltozott az elmúlt években (Gössling 2020) és társadalmi mozgalom is indult a repülés elkerülésére. A desztinációválasztásra kisebb figyelem irányult az utóbbi években, különösen a környezettudatosság szempontjából.
3. A környezettudatos fogyasztói magatartás elméletei eltérő módon konceptualizálták, de valamilyen módon többnyire beépítették a társadalmi, az észlelt és a személyes normákat. Hatásukat fókuszáltan az általános környezettudatos fogyasztói viselkedésre (Liu et al., 2021; Melnyk et al., 2022) vizsgálta néhány kutatás, turisztikai környezetben pedig a mesterségesen létrehozott társadalmi-norma-üzenetek hatását kutatták, mikroszintű, konkrét, helyhez kötött szituációkban. Mindazonáltal makroszinten is érdemes a társadalmi normák típusainak eltérő hatásaival számolni (például a repülés elkerülésére buzdító flight shame mozgalom negatív üzenetként jelenik meg). A társadalmi normák leképeződése az egyénekből a szubjektív vagy észlelt társadalmi norma (Ajzen, 1991).
4. Az elméletek hangsúlyos eleme az attitűd. Az attitűdöknek is lehet tárgya maga egy egészen konkrét kontextusban történő viselkedés vagy általánosságban például a belföldi/külföldi desztinációválasztás (Passafaro 2020), vizsgálatuk kihagyhatatlan a kutatási kérdéseim megválaszolása szempontjából.
5. A környezettudatos fogyasztói viselkedés elméletei eltérő módon konceptualizálták a környezeti tudást. A kezdeti elméletek lineáris kapcsolatot

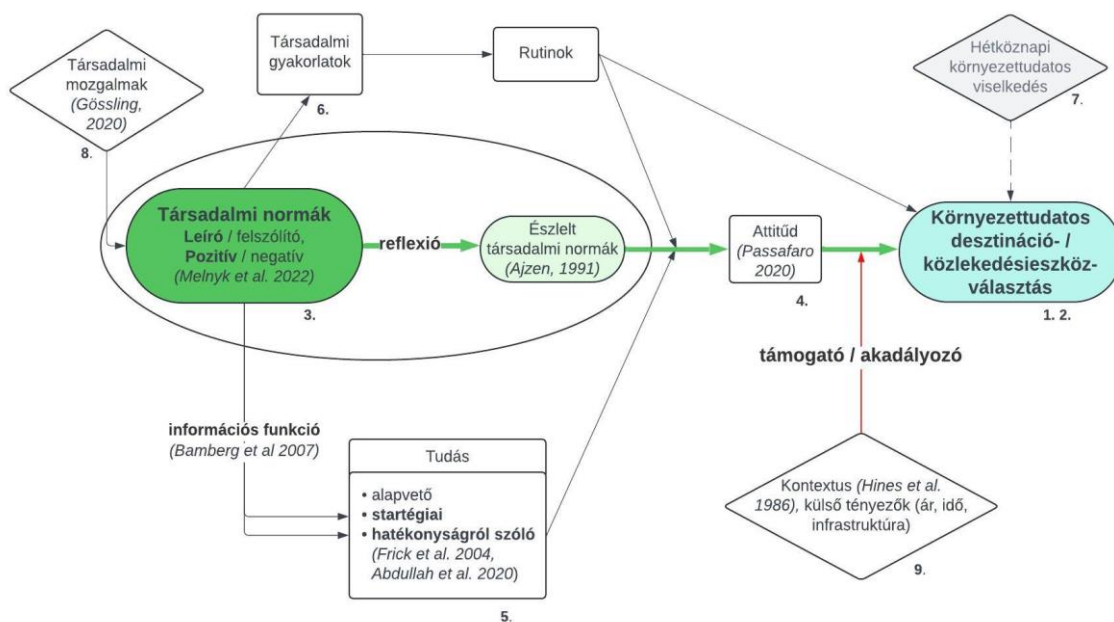
feltételeztek a tudás-attitűd-viselkedés között (Burgess et al. 1998), azonban ez nyilvánvalóan komplexebb megközelítést igényel. Kutatási kérdéseim szempontjából fontos, hogy a társadalmi normák nem csupán a megfelelési vágy és a szankciók/jutalmak mentén hatnak, hanem egyfajta információs eszközként is szolgálnak a fogyasztók számára, ezen keresztül is segítve eligazodásukat (Bamberg et al., 2007). Ebből a szempontból a két releváns tudáskészletnek az általam stratégiainak nevezett és a hatékonyságra vonatkozó tudást (Frick et al., 2004; Abdullah et al., 2020) tartom.

6. A társadalmi normák a rutinokkal is összefüggésben vannak (Yao et al. 2024). Egyes társadalmi normák mentén társadalmi gyakorlatok alakulhatnak ki, amely a turizmusban is fellelhető (például a légitözlekedés mint alapvető eljutási mód külföldre stb.). Kérdés, hogy a környezettudatossággal kapcsolatban kialakultak/kialakulhatnak-e ilyen gyakorlatok.
7. A hétköznapi és a turisztikai környezettudatos viselkedés összefüggését már több tanulmány (Bergin-Seers & Mair, 2009; Becken, 2007; Barr et al., 2010; Juvan & Dolnicar, 2014) vizsgálta. Kutatásom lényegi eleme, hogy két társadalmat hasonlítok össze és az országváltó alanyokat is vizsgálom. Hogy a társadalmi normák szerepét megértsem, szükségesnek látom viszonyítani az utazáskor megvalósuló környezettudatosságot a hétköznapihoz minden szegmensben.
8. A társadalmi mozgalmak társadalmi normákra gyakorolt hatását Gössling és kollégái (2020) igazolták, ezért kutatásomban érdemes a társadalmi mozgalmak ismertségének és megítélésének is figyelmet szentelni.
9. A kontextus szerepét is több elmélet (Hines et al. 1987; Triandis, 1977; Steg & Vlek 2009) igyekezett megjeleníteni, amely a kvantitatív modellek esetében azok komplexitása miatt problémát jelentett. Mindazonáltal feltáró kutatásomban a tényezők között fontosnak tartom, hiszen mind a költségek (anyagi vagy időbeli), mind az infrastrukturális elemek fontos akadályt vagy épp facilitátort jelenthetnek (Hargreaves, 2011).
10. A két társadalom tagjainak, a születéskori országban élők és az országváltók attitűdjeinek és viselkedésének vizsgálata a társadalmi normák hatásával kapcsolatban egy plusz dimenziót eredményez a grafikus elméleti kerethez képest.

Az elméleti keret grafikus ábrázolása a 14. ábrán látható. A szakirodalmi áttekintés során azonosított tényezők közül csupán azokat tartalmazza az ábra, amelyek vizsgálatára fókuszálok. Az ábra nem modellként szolgál, létrehozásával a célom az elméleti keret grafikus bemutatása. A fent részletezett elméleti összefoglalás tételeinek számát

megjelenítettem a releváns pontokon az ábrán. A zölddel jelölt kapcsolat jelenti a fő kutatási kérdést.

14. ábra - A kutatás elméleti kerete



Forrás: A szakirodalmi összefoglalás tételeiben megjelölt források alapján saját szerkesztés

3. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

3.1. Kutatási kérdések

A szakirodalmi áttekintés feltárta a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás komplex tényezőstruktúráját és a személyes normák, a társadalmi normák és a szubjektív normák szerepét. A kutatás elméleti keretének bemutatása során ismerttettem, hogy ezek közül mely tényezők hozhatók szoros összefüggésbe a társadalmi normák és a környezettudatos viselkedés közötti kapcsolattal. Primer kutatásom során két európai ország, Svédország és Magyarország kontextusában vizsgálódom, a turizmusban részt vevő fogyasztók körében.

A fő kutatási kérdésem, hogy milyen hatással vannak a társadalmi normák a desztináció- és közlekedésköz-választásra a környezettudatosság vonatkozásában.

Mivel Svédországban a korábbi fejezetekben említett kutatások alapján elindult a társadalmi mozgalmak révén egyfajta társadalmi norma-átalakulás (Gössling et al., 2020) és a svédek környezeti attitűdjei „igazoltan” átlag feletti (EC 2020), Svédország és Magyarország összehasonlítása kézenfekvő volt a téma szempontjából.

A mintát négy alszegmensből állítottam össze:

- születésüktől fogva Magyarországon élő magyarok,
- Magyarországon felnőtt, de legalább 3 éve Svédországban élő magyarok,
- születésüktől kezdve Svédországban élő svédek,
- Svédországban született, de legalább 3 éve Magyarországon élő svédek.

A minta ilyen módon összeállított alcsoportjai révén mélyebben megérthetem, hogy egy-egy társadalom eltérő normái hogyan hatnak a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartásra, amelyet kutatásomban a külföldi/belföldi desztinációválasztással és a közlekedésköz-választással konceptualizáltam. A minta összeállításának logikájáról és a szűrőfeltételekről bővebben írok a 3.4.1 fejezetben.

Kutatási kérdésem megválaszolásához az alábbi alkérdések vizsgálatával jutok el:

K1. Hogyan alakulnak a fogyasztók hétköznapi környezettudatos viselkedésmintái a vizsgált csoportokban?

K2. Milyen tartalmat társítanak a vizsgált csoportok tagjai a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartáshoz?

K3. Hogyan alakulnak az utazási döntések – kiemelten külföldi/belföldi desztinációválasztáshoz és a közlekedésköz-választáshoz kapcsolódóan – a környezettudatosság vonatkozásában a vizsgált csoportokban?

K4. Hogyan látják a válaszadók a társadalmi csoportokat (közvetlen környezetüket és az egy/két ország társadalmát), amelyekben élnek, illetve amelyekből származnak a környezettudatosság vonatkozásában?

K5. Hogyan változott az országváltók esetében a környezettudatosság az attitűdök és a viselkedés vonatkozásában, a hétköznapi és a szabadidős utazási gyakorlatok esetében?

Tekintettel arra, hogy kutatásom kvalitatív, feltáró jellegű, folyamatos visszacsatolás történt a kutatási kérdésre és alkérdésekre, amelyeket időről időre újragondoltam, finomítottam, amelynek fontosságára Mitev (2015a) is felhívja a figyelmet..

3.2. Módszertani megfontolások

A szakirodalmi áttekintés fontos részét képezte annak elemzése, hogy az eddigi vizsgálódások mely tényezők hatását milyen módszerrel igyekeztek feltárni. Mivel a környezettudatos fogyasztó viselkedés kutatásának hatalmas szakirodalma van, mindenképp fontosnak tartottam, hogy külön fejezetben ismertessem a módszertani áttekintés eredményeit.

A fogyasztói viselkedés szakirodalmát leginkább a pozitivista-kvantitatív módszertani megközelítés jellemzi (Tölkes, 2020) és a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartást vizsgáló kutatások többsége is kvantitatív módszertant alkalmazott (Wang et al., 2018), ahogyan azt ezen tanulmány szakirodalmi áttekintése is igazolta. A kvantitatív vizsgálódásokhoz – akár attitűdöt, értékeket, akár viselkedési szándékot vagy önbevallásos viselkedést vizsgáltak – egyébként több validált skála is rendelkezésre áll, de sok tanulmány alkalmazott saját méréseket is. Mindezeket áttekintettem, de jelen értekezés keretein belül csupán azokat mutatom be, amelyek valamilyen tanulsággal szolgálnak kutatásom szempontjából.

A környezettudatos értékek és attitűdök mérésének máig népszerű mérőeszköze Dunlap és Van Liere (1978) 12 elemű NEP-skálája, amely nevét az kutatópáros által kidolgozott Új Környezeti Paradigmának (New Environmental Paradigm – NEP) nevezett koncepcióról kapta. Az ökológiai világnézet alapján a környezetvédőket hivatott elkülöníteni azon csoportokról, akikre nem jellemző a környezettudatosság. A skála később – kritikák hatására – több alkalommal átalakításra került. A 2000-ben megalkotott Módosított Új

Ökológiai Paradigma Skála (Revised New Ecological Paradigm Scale) (Dunlap et al., 2000) a környezeti attitűd kutatások által gyakran használt mérőeszköze lett (Abdullah et al., 2020).

A környezettudatos viselkedés mérése bonyolultabb és összetettebb kérdés az attitűdöknél és értékeknél, hiszen egy jelenség mérése csak akkor lehetséges, ha jól körül tudjuk határolni és értékelni. A döntések jellegének meghatározása fontos szempont volt jelen kutatás tervezésekor is.

A környezettudatos viselkedés mérésére az elmúlt évtizedekben sokféle módszert használtak (Albert, 2013). A fenti modellek többsége a környezeti attitűdök, értékek és a viselkedés közé a viselkedési szándékokra (többek között Ajzen & Fishbein, 1980; Melnyk et al., 2022) vonatkozó változót helyezi. Számos kutatás a viselkedési szándékot mint függő változót vizsgálja, ami a viselkedésről keveset árul el. Kiemelkedően fontos, hogy különbséget tegyünk a viselkedés és a viselkedési szándék mérése között (Melnyk et al., 2022).

A fent említett probléma jól tetten érhető például Wu és kollégái (2022) kutatásában, amelyben a környezeti szempontból felelős viselkedést olyan állításokra adott válaszokkal mérték (hételemű Likert-skálával), mint például „Beszélgetni fogok a Qianshan hegység természetvédelméről másokkal” vagy „Ha eldobott szemetet találok, felszedem”. A viselkedést mint függő változót vizsgáló kutatások esetében is előfordul tehát, hogy a módszertan inkább alkalmas viselkedési szándék mérésére, mint a valós viselkedésére. A viselkedési szándék és a tényleges viselkedés között – függetlenül a kutatás módszerétől – tehát mindenképpen különbséget kell tennem jelen kutatásban is és utóbbi megismerésére kell törekedni. (Habár ilyen módon is fennáll a megfelelési vágy miatti torzítás lehetősége, mégis úgy gondolom, hogy múltbéli és a – kvalitatív módszer által biztosított – történetmesélés jellegű enyhíthet ezen a limitáción.)

Több tételből álló skálából is több népszerű példát találunk a szakirodalomban (Lange & Dewitte, 2019), ilyen Maloney és Ward (1973) skálája, Stern és kollégái (1999) – az érték-hiedelem-norma modell elméleti keretre épített – környezettudatos magatartás skálája (Pro-environmental Behaviour Scale) vagy Kaiser (1998) GEB (General Environmental Behavior Scale – általános környezetbarát viselkedés) skálája. Utóbbi továbbfejlesztett verziója (Kaiser & Wilson 2004) a legelterjedtebb és valószínűleg jelenleg a legalkalmasabb mérőeszköze a környezettudatos viselkedés kvantitatív kutatásának (Lange & Dewitte, 2019). Mindazonáltal ez a skála is önbevallásos Likert-skála

alkalmazásával vizsgálódik (helyenként a fogyasztók által nehezen meghatározható soha-mindig végpontokkal), amely használatának limitációira több szerző (Gifford, 2014; Lenge & Dewitte, 2019) is felhívja a figyelmet.

A kvantitatív megközelítés korlátai közé tartozik továbbá, hogy az egyes cselekedetek nehezen számszerűsíthetők, illetve az egyének nem kifejezetten figyelik meg saját viselkedésüket, kísérleti helyzetek esetén pedig öntudatlanul is módosítják magát a viselkedést (Lenge & Dewitte, 2019). Az adott viselkedési elem sem feltétlenül jelenti ugyanazt minden egyén számára, illetve a társadalomnak vagy a kutatóknak való megfelelési igény is módosíthatja az értékeket (Fisher, 1993; Lenge & Dewitte, 2019). Hogy az önbevallás alapján mért viselkedés és a valós viselkedés korrelál-e, arról eltérő eredményekre jutottak a tanulmányok (Steg & Vlek, 2009), mindenesetre az olyan témák esetében, mint a környezettudatosság, az önbevallásos módszer magában rejti a torzítást, mert a válaszadók kedvező képet akarnak mutatni másoknak magukról és el akarják kerülni a kellemetlenséget vagy a szégyenérzetet (Fisher, 1993). Éppen ezért nagyon fontos, hogy megpróbáljuk a lehető legpontosabban megragadni a valódi viselkedést (Tölkes, 2020).

A fent leírt skálák többnyire Likert-skálás elemeket tartalmaznak, és az általános környezettudatosság mérésére készültek, turisztikai viselkedési elemek ezekben a skálákban nem vagy csak érintőlegesen (például közlekedés) szerepelnek. Ráadásul turisztikai kontextusban számos egyéb tényezővel kell szembenéznünk, mint az utazások teljesen eltérő jellege (például kempingezés versus városlátogatás) és a fogadóterületre jellemző lehetőségek (elérhető hulladékgyűjtési módok vagy közlekedési hálózat).

A mérések másik lehetséges módszerét a megfigyeléses metódus jelenti, amelynek alkalmazása széles skálán mozog, kezdve a megfigyelhető, konkrét cselekvésektől természetes szituációkban, például egyes közlekedési eszközt választók megfigyelése vagy a visszaváltott üvegek száma (Lenge & Dewitte, 2019), egészen a mesterséges kontextusban megfigyelt, valamilyen beavatkozást követő cselekedetek méréséig, például az adományok mértéke egy nemzeti parkban, miután adományozásra kérték a látogatókat (Alpizar et al., 2008). Turisztikai kontextusban sok esetben nehezen valósítható meg ez a módszer, különös tekintettel az olyan fogyasztói döntésekre, mint a desztináció- vagy a közlekedéseszköz-választás.

Harmadik lehetőségként a kísérleti módszert említhetjük, amelyek kevésbé elterjedtek, mert az eredmények csak a kísérleti szituációkra érvényesíthetők és nem általánosíthatók (Lenge & Dewitte, 2019). Az utóbbi években néhány kísérleti kutatás (Lenge et al., 2018;

Klein & Hilbig, 2018) játékok alkalmazásával próbálta bővíteni a környezettudatos viselkedésről, illetve az együttműködési készségekről szóló tudást, de ezek is inkább az elvárt viselkedés népszerűsítésére szolgálnak, semmint a valódi tudás mérésére. Turisztikai kontextusban a kísérleti módszerek például a környezetvédelmi viselkedést szállodai környezetben promótáló üzenetek hatékonyságával kapcsolatban bizonyultak hatékonyak (Goldstein et al., 2008; Reese et al., 2014), a társadalmi normák kommunikációs üzenetekben történő használatában, mikrokörnyezetben, témám szempontjából nem találtam alkalmazhatónak.

Az utóbbi másfél évtizedben több szerző (Cohen et al., 2013; Hargreaves, 2011; Tölkes, 2020) felhívta a figyelmet a téma kvalitatív módszerrel történő vizsgálatának előnyeire és a társadalmi gyakorlatok elmélete megközelítésű kutatások (Hargreaves, 2011) is gyakorta preferálják a kvalitatív módszert. Cohen és kollégái (2013) is a kvalitatív megközelítést választotta azon kutatásának módszerül, amelyben a turisztikai környezetben megvalósuló környezettudatosság akadályait vizsgálták a légitözlekedés vonatkozásában, hiszen a kérdés mélyen szubjektív személyes nézőpontok feltárását igényelte. Arra is felhívták a figyelmet, hogy habár kutatóként nem aktivista nézőpontot képviselnek, a kutatás átalakító jellege sem kizárt, mert az általuk feltett kérdések a vizsgálat résztvevői számára a viselkedéseik átgondolását, önismeretének növelését eredményezhetik (Cohen et al., 2013). Szintén kvalitatív módszert alkalmazott légitözlekedés hatásának fogyasztói megítéléséről szóló vizsgálat (Becken, 2007), a különböző értékpreferenciákkal rendelkező látogatói csoportok környezettudatos viselkedését fókuszcsoporthoz interjúkkal vizsgáló kutatás (Ballantyne et al., 2021), Hibbert és kollégái (2013) az indentitás és a környezettudatos attitűdök és viselkedés összefüggéseiről szóló vizsgálata, Juvan és Dolnicar (2014) környezetvédő aktivisták turisztikai fogyasztói szokásait vizsgáló, sokat hivatkozott kutatása, és a felelős utazó mibenlétéről szóló, szakértői interjúk alapján készülő tanulmány is (Stanford, 2008). A nemzeti kultúrák közötti különbséget a légitözlekedés káros hatásainak csökkentésére vonatkozó fogyasztói elképzelésekben Higham és kollégái (2016) szintén kvalitatív módszerrel vizsgálták. A VBN elmélet vette alapul, de nem a kvantitatív modellt tesztelte, hanem kvalitatív, mélyinterjúk kutatást végzett Tölkes (2020), amely kutatásom szempontjából azért jelent fontos kiindulópontot, mert leszögezi az utólagos beszámolókat jelentőségét kvalitatív kontextusban. Ráadásul arra is felhívja a figyelmet, hogy az attitűd-viselkedés közötti rés kutatásában olyan sok még a feltáratlan terület turisztikai kontextusban, hogy a kvalitatív megközelítés különösen fontos és hasznos lehet.

Ahogy Lange és Dewitte (2019) rámutat, habár számos olyan kutatási kérdés létezik, amely megválaszolásához valamelyik már kidolgozott mérési módszer alkalmas, a környezettudatos fogyasztói magatartás összetett jelenség és a fent említett módszerek egyike sem általánosan alkalmazható megoldás a kutatására. Steg és Vlek (2009) is többféle és többszintű módszer használatát javasolja, hogy többet tudjunk meg a környezettudatos viselkedésre ható kontextuális és egyéni motivációs tényezők hatásáról és a köztük lévő kölcsönhatásokról.

Miután áttekintettem a módszertannal kapcsolatos eredményeket és levontam a tanulságokat, elköteleződtem a kvalitatív módszer mellett. Az adatgyűjtés és az adatelemzés módszerét közelebbről a 3.4. fejezetben ismertetem, de előtte bemutatom a mintaterületeket.

3.3. A mintaterület bemutatása

A társadalmi normák hatásának vizsgálatát két országban, Magyarországon és Svédországban folytattam le. Ahogy a kutatási kérdéseimben megfogalmaztam, a desztináció- és közlekedésieszköz-választáshoz kapcsolódó környezettudatosságot szeretném megvizsgálni abból a szempontból, hogy egy adott országban uralkodó társadalmi normák mennyiben befolyásolják azokat.

A 2.1.2. fejezetben már ismertettem a társadalmi mozgalmakat, amelynek kiindulópontja Svédország volt. Kutatási ötletem ebből indult ki, de természetesen választásom indoklásához részletesebben is szükséges bemutatni a tervezett kutatás mintaterületeit, Magyarországot és Svédországot a környezettudatosság és az utazási szokások szempontjából.

A turizmus mindkét országban fontos szerepet játszik, ugyanakkor a fogyasztói szokások eltérést mutatnak. Ennek alátámasztására a Európai Bizottság 2022-es évre vonatkozó összefoglalóját (EC, 2024) hívtam segítségül, amely az Eurostat adatait vette alapul. Míg a 15 éves vagy annál idősebb svédek 69,2%-a vett részt a turizmusban 2022-ben, addig Magyarországon ez az arány csak 52,5%. A két hasonló lakosságszámmal rendelkező országban az utazások volumene jelentősen eltér. Svédországban a lakosok utazásaink száma 2022-ben megközelítette a 78 milliót, Magyarországon viszont alig haladta meg a 16 milliót. Habár, ha az utazások számának arányát vesszük alapul, akkor a belföldi utak aránya az összes utazásban magasabb Svédországban (80% a magyarországi 66%-kal szemben), a svédek 20%-ot kitevő, csak külföldi utazásainak száma alig marad el a magyarok összes utazásának értékétől. A külföldi utazások volumenéről sokat elárul, hogy

míg a svédek fejenként (15 éves vagy idősebb lakosságra vetítve) átlagosan 14 éjszakát töltenek külföldi utazáson, és ezzel Luxemburg és Hollandia után a harmadikok az Európai Unióban, addig a magyarok 3,4 éjszakával a 18. helyen állnak. Összességében tehát láthatjuk, hogy a svédek sokat utaznak és kedvelik mind a belföldi, mind a külföldi utazásokat. Természetesen fontos, hogy a fenti adatok nemcsak a szabadidős utazásokat foglalják magukba, de mivel ezek az adatok elérhetőek úgy, hogy összehasonlítható legyen a két ország, ezekre tudok támaszkodni.

A két mintaterület környezettudatosság, illetve a fenntarthatósághoz való hozzáállás szempontjából történő megismeréséhez hasznos adatokkal szolgált az Európai Bizottság 2019-ben 28 EU-tagországban végzett (EC, 2020) jelentése, amelynek eredményeit pontokba szedve mutatom be.

- A környezetvédelem az európaiak 94%-a szerint legalább valamennyire fontos (négyosztátú skálán), ezen belül 53% gondolja, hogy nagyon fontos. Svédország első helyen áll, itt gondolják a legtöbben (81%) a tagországok közül, hogy a környezet védelme nagyon fontos, további 18% szerint valamennyire, tehát a svédek csupán 1%-a nem gondolja fontosnak a kérdést. Magyarországon csak 47% szerint nagyon fontos és további 48% szerint valamennyire fontos a környezetvédelem.
- A válaszadók a klímaváltozást tartják a legnagyobb problémának, a két országban hasonló arányban gondolják, hogy nagyon súlyos probléma (EU: 75%, Magyarország 74%, Svédország 72%).
- Amikor a környezeti problémák közül kellett kiválasztani a négy legfontosabbat, akkor az országok közül a svédek választották legkisebb arányban (25%) a növekvő mennyiségű hulladék problémáját, azt, amelyik a magyarok leggyakoribb (58%) – jóval EU-s átlag (45%) feletti – választása volt.
- A környezeti problémák kezelésével kapcsolatos megoldási lehetőségek választása is eltérő mintázatot mutatott a két országban. Míg a fogyasztói szokások megváltoztatását a 33%-os EU-s átlagnál többen (40%) értékelik fontos megoldási útnak Svédországban, addig Magyarországon átlag alatti (28%) ez az érték.
- Amikor a válaszadók 14 környezetbarát cselekvés közül jelölhették meg azokat, amelyeket maguk is végeznek, egyértelműen a szelektív hulladékgyűjtés volt a leggyakoribb választás (66%), amelyet az egyszer használatos hulladék kerülése (45%) és a helyi élelmiszerek fogyasztása (41%) követett az EU-ban. A szelektív gyűjtés Svédország és Magyarország esetében is a leggyakrabban kiválasztott

tevékenység volt, de Svédország esetében 88%, Magyarország esetében 53% állította, hogy szelektálta a hulladékot a megkérdezés előtti hónapban.

- Kifejezetten az utazásokra vonatkozó állítás nem volt a 14 között, csak a közlekedésszükséglet-használatra kérdezett rá egy összefoglaló kérdés („A közlekedés környezettudatos módját választom, úgymint séta, bicikli, tömegközlekedés, elektromos autó.”). Ebben is a svédek járnak elől az összes állam közül 57%-kal, míg a magyarok esetében ez mintegy felannyi, 28%. 11 tevékenységben végeztek a svédek az élen a gyakorlók arányát tekintve és közöttük a legmagasabb azok aránya (53%) is, akik legalább 7 tevékenységet végeztek a megkérdezést megelőző évben a megadott 14-ből, míg Magyarországon ez az arány csak 6%.

Összességében tehát a svédek hétköznapi környezettudatosságának élvonalbeli szerepe az EU-ban ezen kutatás (EC, 2020) alapján nem megkérdőjelezhető. A felmérést azóta 2024 tavaszán megismételték (EC 2024a), azonban nem teljesen azonos tartalommal, és a kutatás szempontjából érdekes adatok közül több nem szerepel benne. Annyit viszont érdemes megemlíteni, hogy míg például a hulladékszelektálást végzők aránya Svédországban tovább nőtt (88-ról 92%-ra), addig Magyarországon a 2020-as értéken (53%) maradt.

A turisztikai szokások és a környezettudatosság kapcsolatának megismeréséhez az Európai Bizottság publikációját vettem alapul: az „Eurobarometer 499 - Attitudes of Europeans towards tourism” című kutatás (EC, 2021) a 27 EU-tagország lakosságának turisztikai attitűdjeit vizsgálta már a pandémia kezdete után, 2021-ben, amelyben kitért a fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdökre is. Azt találták, hogy az európai lakosság 82%-a hajlandó valamilyen módon változtatni az utazási szokásain a társadalmi-környezeti fenntarthatóság érdekében. A tagországok közül határozottan kiemelkedett Románia és Svédország, ahol a legnagyobb arányban állították a polgárok, hogy hajlandóak változtatni bizonyos döntéseiken, úgymint: helyi ételek fogyasztása, a hulladéktermelés, illetve a vízhasználat csökkentése, a tömegdesztinációk és a csúc szezon kerülése, a természetvédelem és a helyi társadalmak érdekében történő többletköltség vállalása, karbonlábnyom-kompenzáció vagy a környezeti hatás alapján történő közlekedési mód választása. Azon válaszadók aránya, akik azt állították, hogy nem állnak készen arra, hogy bármiben is változtassanak utazásaik során a fenntarthatóság érdekében, mindkét országban (Svédország 8%, Magyarország 11%) alacsonyabb volt, mint az európai átlag (15%). Tekintettel arra, hogy hét országban volt ez az arány 20% vagy afeletti, ez relatív

alacsonynak számít, bár voltak országok, amelyeknél ez a szám hat vagy azalatti volt. Ugyanakkor, akik valamiben mégis hajlandóak változtatni, azok esetében nyilvánvaló eltérés mutatkozik Svédország és Magyarország között. A svédek több tevékenység esetében változtatnának, ahogyan a 8. táblázat mutatja. A legnagyobb különbség a helyi lakosság és a természetvédelem érdekében vállalt többletköltség és a közlekedési mód ökológiai hatás alapján történő választása esetén mutatkozott a két ország között.

8. táblázat- Svédek és magyarok hajlandósága fenntartható turisztikai viselkedésmódokra

Készen áll arra, hogy fenntarthatóbbá tegye utazási szokásait? Ha igen, mely módokon? (Több válasz is lehetséges) Az adott területi egység válaszadóinak százalékában										
	helyi ételek fogyasztása a nyaralás alatt	hulladékmennyiség csökkentése a nyaralás alatt	főszerepon kívüli nyaralás	kevésbé látogatott úti cél választása	közlekedési mód választása ökológiai hatás alapján	többletköltség vállalása természetvédelem	vízhasználat csökkentése a nyaralás alatt	karbon-kompenzációs programban való részvétel	helyi közösségek érdekében többletköltség vállalása	nem változtat
EU	55	48	42	41	36	35	35	34	33	15
HU	58	58	39	34	23	26	32	33	20	11
SE	82	75	66	64	66	70	63	69	67	8

Forrás: Eurobarometer (EC, 2021) alapján saját szerkesztés

Gonda és Raffay (2021) is a közelmúltban vizsgálták kvantitatív, önbevallásos módszerrel a magyar lakosság környezettudatos utazási szokásait és úgy találták, hogy jelentős azok aránya, akik állításuk szerint figyelembe veszik a környezeti szempontokat utazásaik során. Amikor általánosságban kellett erre az állításra reagálni, akkor az ötös skálán a két legerősebb egyetértést jelölők aránya 29-29% volt. A konkrét esetben már mérsékeltebb volt az egyetértés, például „A lehető legkevesebbet közlekedek személygépkocsival.” állítás esetén 21 és 15%, a „Hajlandó vagyok többet fizetni egy olyan szálláshelyért, amelyik fenntartható szemlélettel működik.” állítás esetén 17 és 27% volt a teljesen és a nagyjából egyetértők aránya (Gonda & Raffay, 2021).

A két társadalomban tehát attitűdök szintjén mindenképp különbség mutatkozik az környezettudatosság vonatkozásában, ugyanakkor hangsúlyozom, hogy ezek a valós viselkedést nem feltétlenül prognosztizálják. Kutatásom a viselkedés szándékoltóságát veszi alapul, ennek ellenére fontosnak tartom megjegyezni, hogy a környezettudatosabb attitűd

nem jelenti azt, hogy a svédeknek kisebb lenne az ökológiai lábnyoma, ahogyan ezt korábban a szakirodalmi források előrevetítették. A Global Footprint Network (2024) szerint Svédországban az ökolábnyom 6,08 hektár/fő Magyarországon 3,67. Hozzá kell tenni, hogy a biokapacitás⁸ sokkal magasabb, 9,43 hektár/fő az északi országban és 2,51 hazánkban.

Mindez jelzi a társadalom magasabb fogyasztási szintjét Svédországban, amelyhez az utazási szokások is hozzájárulnak, ugyanakkor azt is, hogy hasonló számú lakosság egy jóval nagyobb, érintetlenebb területen él.

3.4. Az adatgyűjtés és az adatelemzés módszere

Ahhoz, hogy feltárjuk az egyéni motivációkat, attitűdöket, a döntések mozgatórugóit, a véleményformálás dinamikáját, s az egyének közötti interakciókban rejlő folyamatokat, kvalitatív kutatási módszereket szükséges alkalmaznunk (Mitev, 2019). A kutatási kérdéseim az emberek értelmezéseire, tapasztalataira, tudására, motivációira, vagyis feltárást igénylő mintázatokra irányulnak. A társadalmi normák hatásáról a környezettudatos viselkedésre – amelynek egyik eleme az ilyen viselkedések mibenlétének értelmezése, a másik pedig a konkrét saját megoldások rendszere – még kevés kutatás foglalkozott turisztikai kontextusban, ezért szükséges a mélyebb, feltáró jellegű vizsgálódás.

Kutatásomban a konstruktivista megközelítést alkalmazom, amely megkérdőjelezi a külső, objektív, értéksemleges módszerek létezését (Ócsai, 2019). Ilyen módon kutatóként fel kell ismernem és tudatában kell lennem saját világnézetemnek, értékrendszeremnek, tapasztalatimnak, amelyek befolyásolják a kutatás teljes folyamatát, a kérdésfelvetéstől az értelmezésig és következtetésekig (Creswell, 2007, in Ócsai 2019; Mitev, 2015a) és a kutatásra mint reflektív folyamatra kell tekintenem (Holloway & Biley, 2011). Hasonlóan Cohen, Higham és Reis (2013) kutatásához, ebben az esetben is figyelemmel kell lennem arra, hogy nem aktivistaként, hanem kutatóként vagyok a folyamatban, mégis lehet a kutatásnak hatása a résztvevőkre, amennyiben a kérdések viselkedéseik átgondolását eredményezik. A kutatás során önmagamot úgy kell azonosítanom, mint aki aktív és reflexív az adatgyűjtés során (Mason 2005). A kutató a kvalitatív kutatás során nem csupán semleges szemlélőként gyűjti az adatot, hanem kitalálja, hogy mi a legjobb módszere az

⁸ A biokapacitás egy adott terület ökológiai termelési kapacitását jelenti, azaz azt a mértéket, hogy mennyi biológiailag produktív föld és víz áll rendelkezésre az erőforrások előállítására és a hulladékok elnyelésére (Global Footprint Network, 2024).

adat megszerzésének, majd interpretatív és elemző tevékenységek útján, Mason (2005) javaslata alapján adatot „generál”.

3.4.1. Az adatgyűjtés módszere és a minta összeállításának ismérvei

Az előző és jelen fejezetben megfogalmazott eredmények és érvek, valamint a fent ismertetett kutatási kérdések alapján tehát a kvalitatív módszer mellett döntöttem és az adatgyűjtéshez a félig strukturált mélyinterjú módszerét választottam. Feltehetőleg a korábban elemzett kvantitatív, önbevallásos módszer hátrányai – legalább részben – kiküszöbölhetők a múltbeli utazásokról szóló, szabad narratíva alkalmazásával. A mélyinterjú lehetőséget ad a megkérdezethez való alkalmazkodásra, egy-egy témában való elmélyülésre, s olyan információk is napvilágra kerülhetnek, amelyekkel még maga a válaszadó sem volt tisztában (Solt, 1998). A korábbi, környezettudatosságot vizsgáló tanulmányok adatfelvételi módszerei között a turizmus területén is találunk félig strukturált mélyinterjút (Juvan & Dolnicar, 2014) és narratív interjút (Hibbert et al., 2013) is. A narratívák, azaz a történetek a turizmusban különösen fontosak, hiszen maguk az utazások is történetekké lesznek, amelyeket szívesen mesélnek el a fogyasztók (Mitev, 2015b).

Éppen ezért kezdetben a narratív interjút tartottam alkalmas adatfelvételi eszköznek, de a próbainterjűkat követően ezt az elképzelésemet megváltoztattam, mert így számos aspektusra, amely a kutatási kérdéseim szempontjából fontos volt, nem kaptam választ. Tekintettel arra, hogy az utazás és a környezethez való viszonyulás olyan téma, amelyet nem lehet egyszerű oksági viszonyokkal leírni, és érdemes emberi jellegű szándékokkal és cselekedetekkel kapcsolatos történeteket tudományosan vizsgálni (Mitev, 2015b, Kvale 1996), az interjúkban szerepet kapott az utazási történetek elmesélése, de csak egy szeletét képezte azoknak. Nem vettem el ugyanakkor a konstruktivista megközelítést, amely lehetővé teszi, hogy megismerjem a válaszadók értelmezéseit a környezettudatosságról, beleláthassak, hogy milyen motivációik vannak az utazásaik tervezésénél.

A félig strukturált mélyinterjú során az alany szabadon mesélhet élményeiről és motivációiról, az előre meghatározott témák – és ezekben bizonyos esetekben sorrendiség meghatározása – támogatják a kutatási kérdések megválaszolásához szükséges adatok gyűjtését. A módszer rugalmasságot biztosít, és megengedi annak lehetőségét, hogy váratlan témák és nézőpontok merüljenek fel (Barrick 2020).

Mivel a környezetvédelem olyan témakör, amelyben megvan az esélye annak, hogy a válaszadók az általuk észlelt társadalmi mintáknak szeretnének megfelelni (Gyulavári et

al., 2014), első körben, az alanyok felkérésekor a kutatás témájának a társadalmi normák utazási szokásokra gyakorolt hatását jelöltem meg. A mintát négy alszegmensből – születésüktől fogva Magyarországon élő magyarok, Magyarországon felnőtt, de legalább 3 éve Svédországban élő magyarok, születésüktől kezdve Svédországban élő svédek, Svédországban született, de legalább 3 éve Magyarországon élő svédek – állítottam össze, ahogyan azt a kutatási kérdések megfogalmazásánál ismerttettem. Az interjúalanyok akvirálásához szűrőkérdőívet készítettem angol és magyar nyelven, amelyet a 2. számú mellékletben (az angol nyelvű verziót a 3. sz. mellékletben) mutatok be, a terjesztési csatornáit pedig a fejezet további részeiben ismertetem.

Az interjúalanyok kiválasztásakor meghatározott szűrőfeltételek közül voltak, amelyek egységesek a négy szegmensben és voltak, amelyek szegmens-specifikusak. Minden interjúalanyánál feltétel volt, hogy szokott utazni szabadidős céllal, évente legalább kétszer, legalább két napra belföldön vagy külföldön. Nem volt feltétel, hogy az alanyok mind belföldi, mind külföldi utazást tennie kell, mert a desztinációválasztás szempontjai a kutatási kérdés megválaszolásához fontosak voltak. Habár a mintába ezen szűrőfeltétel alkalmazásával éppúgy bekerülhetett az, aki csak két alkalommal két éjszakára utazik el belföldön, mint aki gyakorta utazik külföldre, mégis a kétszer két éjszakás utazást elegendőnek találtam ahhoz, hogy az utazás megjelenjen a válaszadók fogyasztói szokásrendszerében. Szintén fontosnak tartottam, hogy a mintába kerüljenek családok, tehát gyerekekkel együtt élő családok és egyedülállók vagy párban élők is, ezért igyekeztem ezt is kvótázással biztosítani.

A kutatás tervezésekor a célkitűzés az volt, hogy X- és Z-generációs válaszadókat vizsgáljak, azonban az alanyok elérésének nehézségei miatt ezt X-, Y- és Z-generációsokra módosítottam úgy, hogy a generációs különbségek nem képezik jelen kutatás fókuszát, de igyekeztem az elemzés során figyelemmel lenni az esetlegesen felmerülő különbségekre.

A Svédországban élő magyarok esetében további feltétel volt, hogy

- Magyarországon nőtt fel (0-18 éves kora között Magyarországon élt)
- Legalább 3 éve Svédországban él
- Szabadidős utazási nem merülnek ki a származási településére történő látogatásban, tehát Svédországon belül, Magyarországon a származási településén kívül vagy harmadik országba is utaznak.

A Magyarországon élő svédekre ugyanezek a feltételek vonatkoztak, tehát:

- Svédországban nőtt fel (0-18 éves kora között Svédországban élt)

- Legalább 3 éve Magyarországon él
- Szabadidős utazási nem merülnek ki a származási településére történő látogatásban, tehát Magyarországon belül, Svédországban a származási településén kívül vagy harmadik országba is utazik.

A magyarországi magyar alanyok akvirálása volt a leggördülékenyebb, ezen alanyokat első körben ismerősökön keresztül kényelmi mintavétellel, majd hólabda módszerrel toboroztam, illetve mivel egy, a Budapesti Gazdasági Egyetem által megbízott külső kutató is készített interjúkat (összesen 14 interjút, ebből 7 darabot használtam fel jelen kutatáshoz), ezen alanyokat ő akvirálta. Összesen 25 magyarországi magyar alannal készült interjú, amelyből végül 18 került a mintába ebben a szegmensben. Ennek oka egyrészt az elméleti szaturáció volt, másrészt néhány interjúval kapcsolatban érvényességi aggályok merültek fel.

A Svédországban élő magyarok elérése már nehezebb, de megoldható problémának bizonyult. Z-generációs országváltót ebben a szegmensben nem értem el, amelynek okai között szerepelhet fiatal életkoruk miatt az, hogy nem élnek legalább 3 éve Svédországban, illetve ha esetleg a szülőikkel együtt történt a kiköltözés, akkor a Magyarországon töltött gyerekkor mint feltétel nem teljesül. Ezt a szegmenst elsősorban a közösségi médiában, illetve ismerősökön keresztül értem el. A közösségi médiacsoportokat, amelyekben a lent részletezett módon alanyokhoz jutottam a 4. számú mellékletben ismertetem.

A kutatás svéd alanyainak toborzása rendkívül nagy kihívásnak bizonyult. A svéd alanyok meggyőzése minden erőfeszítés ellenére nehezen ment, ezért eredeti tervemet, amely szerint a minta demográfiai/nem kvótáknak is meg kellett volna feleljen ezekben a szegmensekben is, némileg el kellett engednem, a minta bemutatásánál, illetve a limitációknál ezt részletesebben kifejtem.

A magyarországi svéd és a svédországi svéd alanyok felkutatásához megkerestem Svédország magyarországi nagykövetségét, Magyarország svédországi nagykövetségét, a SWEA (Swedish Women's Educational Association) nevű szervezet magyarországi vezetőjét, valamint a hazánkban működő svéd vállalatokat emailben. Ezek közül a SWEA vezetőjétől kaptam segítséget a szegmens eléréséhez.

A svédországi svédeket az ismerősök megosztásain kívül elsősorban a svédországi utazós témájú Facebook-csoportokban próbáltam elérni, illetve olyan helyi közösségek és egyetemek csoportjaiban, amelybe „beengedtek” külföldiként. Ezeket a csatornákat a 4. számú mellékletben ismertetem.

A magyarországi svédok is tartanak fent közösségimédia-csoportokat, ezekben is megjelentettem felhívást, amely a legjobb eszköze volt az ezen szegmensbe tartozók elérésének, a fent említett SWEA szervezet vezetőjének segítségével kívül. A csoportok nevét és linkjét a 4. számú melléklet tartalmazza.

Kutatási naplómban folyamatosan feljegyeztem, mikor melyik csoportban tettem közé a felhívást (a fenti felsorolás csak azokat a csoportokat tartalmazza, ahol kiengedték az adminisztrátorok a bejegyzést, legalább egyszer) és néhány hét elteltével megismételtem, egyes csoportokban egy vagy kettő, más csoportokban akár három alkalommal is tettem közzé bejegyzést. A résztvevők között nyereménysorsolást is hirdettem, amelyben igyekeztem olyan ajándékokat nyereményként megjelölni, amelyek közül minden szegmens alanyai tudnak választani számukra megfelelő nyereményt.

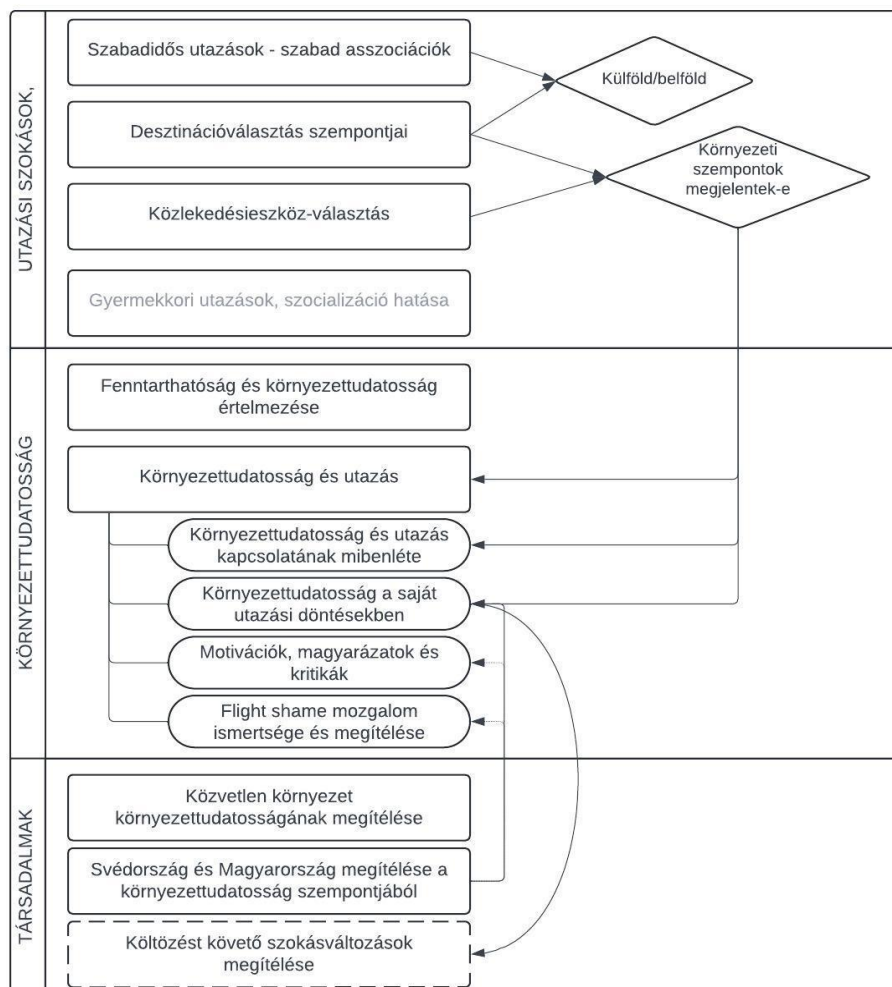
Az interjúk elkészítését megelőzte az interjú vezérfonal összeállítása, amely teljes egészében olvasható 2-3. számú mellékletekben magyar és angol nyelven, a témák egymásra épülését mutató struktúráját pedig a 15. ábra mutatja be. Az interjú vezérfonalának összeállításakor az alábbi szempontokat vettem figyelembe és az alábbi lépések mentén haladtam.

- Az interjú tölcser szerkezettel kell rendelkezzen, tehát elsőre általánosabb kérdések feltevése javasolt, hiszen egyrészt fontos információt jelent, hogy mely témákra tér ki magától az alany, másrészt a beszélgetés íve így az alany számára is kényelmesebbé, otthonosabbá válik. A kérdéseket nyitott, a hosszabb válaszadást ösztönző formában érdemes feltenni (Knott et al., 2022).
- Tekintettel arra, hogy a téma szempontjából kiemelten fontos a környezettudatosság mint motiváció meglétének vagy hiányának feltárása, az interjú témájának megjelölésében sem szerepelt ez a vonatkozás. Ugyanígy, a „meséljen magáról” bemelegítő kérdések után az utazási szokásokról szóló blokk következett, amely először általánosabb, majd specifikusabb kérdéseket tartalmazott. Ebben a blokkban még kizárólag akkor került említésre a környezettudatossági vonatkozás, ha azt az alany hozta fel a beszélgetésben. (Ebben a szakaszban a gyermekkori utazási élményekre is kitértünk, amely azonban nem képezi jelen kutatás témáját, egy következő szakaszban szeretném feldolgozni majd az ezen kérdésekre adott válaszokat.)
- Az utazással kapcsolatos történetek, motivációk, szokások megismerése után következő kérdés annak ismertetésével kezdődött, hogy témaváltás következik. A következő blokk először általánosságban szólt a fenntarthatóság és

környezettudatosság fogalmáról, majd a saját gyakorlatokról történő beszámolók következtek. Ebben a szakaszban már gyakran megtörtént a következő blokk témájának taglalása is, amely az utazásokat és a környezettudatosságot kapcsolta össze.

- Az utazás és környezettudatosság kapcsolatáról az alanyok először általánosabb, a jelentésre vonatkozó kérdést, majd a saját szempontokra, viselkedésre vonatkozó kérdéseket kaptak, illetve külön kérdésben tértünk ki a flight shame mozgalom ismertségére és megítélésére is. Szintén fontos volt, hogy választ kapjak arra a kérdésre, hogy hogyan látják az alanyok környezettudatosság vonatkozásában a társadalmat, amelyben élnek, illetve az országváltók esetében a származási országuk társadalmát. A társadalmi normák vizsgálatát a legtöbb kutatás a közvetlen környezet (barátok, ismerősök, szomszédok) vagy nagyobb társadalmi csoport viselkedésére vonatkozó kérdéssel méri fel vagy azzal, hogy megkérdezi, mit gondol a válaszadó, a környezete szerint neki hogyan kellene viselkedni (Witek & Kuzniar 2024), én ezzel kapcsolatban az első megoldás mellett döntöttem. Annak is tudatában kellett legyek, hogy a társadalmi normák az adatfelvétel szintjén tapasztalható „észlelt társadalmi normák” összességének felel meg kutatásomban, amelyre Yao és kollégái (2024) is utaltak kutatásukban.
- Az interjúk végén az elmúlt néhány év politikai-gazdasági-társadalmi vonatkozásaiban jelentős eseményeivel: a világjárvánnyal és az orosz-ukrán háború következményeként kialakuló energiaválság kérdéskörére is kitértünk, amelyet szintén nem tárgyal ez a kutatás.

15. ábra - Az interjú tematikus struktúrája



Forrás: saját szerkesztés

A vezérfonal magyarországi és svédországi magyar alanyokkal történt tesztelése után annak tisztázása és fordítása következett. Fontos volt döntést hozni a fogalomhasználatról, illetve felkészülni néhány értelmezésre kerülő fogalom svéd verziójából is (például fenntarthatóság, flight shame mozgalom), hogy ezeknek az interpretációját ne az idegen szavak ismeretének hiánya okozza.

A 2022-ben készült interjúk közül csak kettő felelt meg a végleges kutatási terv alapján felállított követelményeknek, így csak ezek az interjúk kerültek be az előkutatásból a mintába.

A minta elemszámát nem lehetséges a kvalitatív kutatásoknál előre meghatározni, a terv az volt, hogy addig folytatom a kutatást, amíg nem történik meg az elméleti telítődés, tehát amíg azt nem érzem, hogy már nem jutok új információkhoz, amely segítséget jelentene kutatási kérdéseim megválaszolásához. Szerettem volna a generációs különbségeket is

vizsgálni, azonban a svédeket tartalmazó szegmensek esetén minden lehetséges útvonalat megjártam az alanyok szerzésével kapcsolatban, és ennél több alanyt nem sikerült megnyernem a kutatásnak. A tervezett 2024. januári adatfelvételi befejezés időpontja ezen nehézségek miatt áprilusra tolódott és a tervezettnél alacsonyabb mintaelemszám miatt módosítottam a kutatási tervet úgy, hogy a generációs különbségekre nem fókuszálok.

Összesen 63 tematikus mélyinterjú készült, amelyek közül 54 képezi ezen elemzés alapját. A Magyarországon élő magyarokkal készült interjúk közül néhány az elméleti telítődés (Z-generációs női interjúalanyok esetében) miatt nem került be a mintába, a többi szegmensben a nem megfelelő minőségűnek ítélt interjúkat hagytam el.

Az angol nyelvű interjúk lefolytatásához külső segítséget vettem igénybe, munkahelyem, a Budapesti Gazdasági Egyetem jóvoltából. A szűrőkérdőívben a svéd alanyok meg tudták jelölni, mely nyelveken vállalják az interjút, ebből kiderült számomra, hogy nem szükséges svéd nyelven beszélő kutatótársat találnom. A svédországi svéd interjúi egy kivétellel angolul készültek, egy alany hobiból megtanult magyarul, így vele magyarul zajlott a beszélgetés. A magyarországi svéd interjúk között voltak, akik megtanultak már magyarul, voltak, akiknek eleve volt magyar kötődése, velük magyarul, de a többséggel angolul készült az interjú.

Az interjúk többsége (46 db) online készült a Teams alkalmazás segítségével, 8 pedig személyesen, 2023. október és 2024. áprilisa között. Leggyakrabban 40-60 perc hosszúak voltak a beszélgetések, de előfordult néhány 25-30 perc körüli és néhány 90-100 perc hosszú interjú is. A leiratok részben a Teams alkalmazás, részben az Alrite leiratozó program segítségével készültek. A személyesen elkészült 8 interjú esetében hangfelvétel készült, majd az Alrite programmal készült leirat javításával jött létre a végleges dokumentum.

A válaszadók minden esetben hozzájárultak a hangfelvétel rögzítéséhez, amelyet a hangfelvétel elején is megerősítettek. A szűrőkérdőív instrukciós leírásában, illetve a beszélgetés elején, a felvételkészítéshez történő beleegyezés kérése előtt az interjúalanyok tájékoztatást kaptak arról, hogy a részvétel önkéntes és adataikat kizárólag anonim módon, a kutatás céljaira használom fel.

A minta szegmensek és generációk szerinti megoszlását a 9. táblázat tartalmazza.

9. táblázat - A minta összetétele nem és generációk szerint

Generáció Szegmens	X-generációs		Y-generációs		Z-generációs		összesen	
	férfi	nő	férfi	nő	férfi	nő	férfi	nő
Magyarországon élő magyar	8		4		6		18	
	3	5	2	2	2	4	7	11
Magyarországon élő svéd	9		1		1		11	
	7	2	1			1	8	3
Svédországban élő magyar	7+1BB*		6		-		14	
	3	4+1BB	4	2			7	7
Svédországban élő svéd	5		2		4		11	
		5	1	1	4		5	6
összesen	30		13		11		54	
	13	17	8	5	6	5	27	27

*Egy BabyBoomer generációba tartozó nő válaszadó volt, akiről csak az interjúfelvétel kezdetekor derült ki, hogy – az előzetes információval ellentétben – mégsem X-generációs. Tekintettel arra, hogy a Baby Boomer generáció legfiatalabb tagjai közé tartozik, az egyszerűsítést kedvéért az X-generációsok közé soroltam.

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók tulajdonságaival kapcsolatos, nem a szűrőfeltételek közé tartozó eredményekre a 3.5. tére ki, ugyanakkor megemlítenék két fontos adatot a minta összetételével kapcsolatban.

Mint a táblázatból látszik, sajnos nem sikerült megvalósítani azt, hogy mind a négy szegmensben a három generáció képviselői nemenként minimum 2-2 alannyal képviseltessék magukat. Minden további szűrőfeltételnek megfeleltek az alanyok, sőt, itt említeném meg, túl a szűrőfeltételként meghatározott utazási gyakoriságon a válaszadók közül csupán ketten választották azt az opciót, hogy évente 4-10 napot töltenek szabadidős utazással (egy Magyarországon és egy Svédországban élő magyar), a többi válaszadó mind ennél több napot szán erre. Ez a szűrőfeltételként jelölt 2x2 napos utazáson felül jelzi, hogy a válaszadók életében az utazás szokásszerűen megjelenik. Az országváltó alanyok megfeleltek a fent ismertetett követelményeknek, tehát születésüktől 18 éves korukig Svédországban/Magyarországon éltek és legalább 3 évvel ezelőtt költöztek új hazájukba. Mindannyian utaznak vagy belföldön vagy a származási településükön kívül eső külföldi desztinációkba évente minimum 2x2 napra. A Magyarországon élő magyarok között volt

olyan, aki élt néhány évet más európai országban, őt nem vettem ki emiatt a mintából, mert már 3 éve visszaköltözött Magyarországra.

Szintén sikerült elérni, hogy a gyerekes családok (akik gyerekekkel /is/ utaznak), illetve az egyedül/párjukkal élők minden szegmensben legalább 2-2 alannal képviseltessék magukat.

3.4.2. Az adatelemzés módszere és folyamata

Az adatelemzés módszerének kiválasztásához a legfontosabb szempont, amelyet figyelembe vettem, hogy a kutatásom értelmezések és motivációk mintázatait mélyrehatóan kívánja vizsgálni. Tekintettel arra, hogy kevés összehasonlító kutatás készült, illetve a turizmus területén a társadalmi normák hatásának a kutatására sincsen sok példa, fontosnak tartottam, hogy előzetes kódok alkalmazása nélkül, induktív logikával közelítsek az adatokhoz.

Két kvalitatív elemzési technika alkalmazásának lehetősége merült fel, a kvalitatív tematikus elemzés (Thematic Analysis – TA) és a kvalitatív tartalomelemzés (Qualitative Content Analysis – QCA) módszere, melyek közül az utóbbi mellett döntöttem. A TA egy rugalmas, a kutatások széles körére alkalmazható kvalitatív elemzési technika, amellyel kapcsolatban több szerző (Braun & Clarke 2006; Lochmiller 2021) is megállapította, hogy habár gyakran használják a kutatók, kevésbé körülírt és szigorú módszer. Legfőbb előnye, hogy általa nem csak a közvetlenül érzékelhető folyamatokat és felületes jelentéseket elemezhetjük, hanem feltárhatjuk és értelmezhetjük a mélyebb struktúrákat és jelentésrétegeket is (Braun & Clarke 2006), míg a QCA-t inkább a szisztematikusabb, szemantikusabb elemzésre használják. A tematikus elemzést alkalmasabbnak tartottam jelen kutatás adatainak elemzésére.

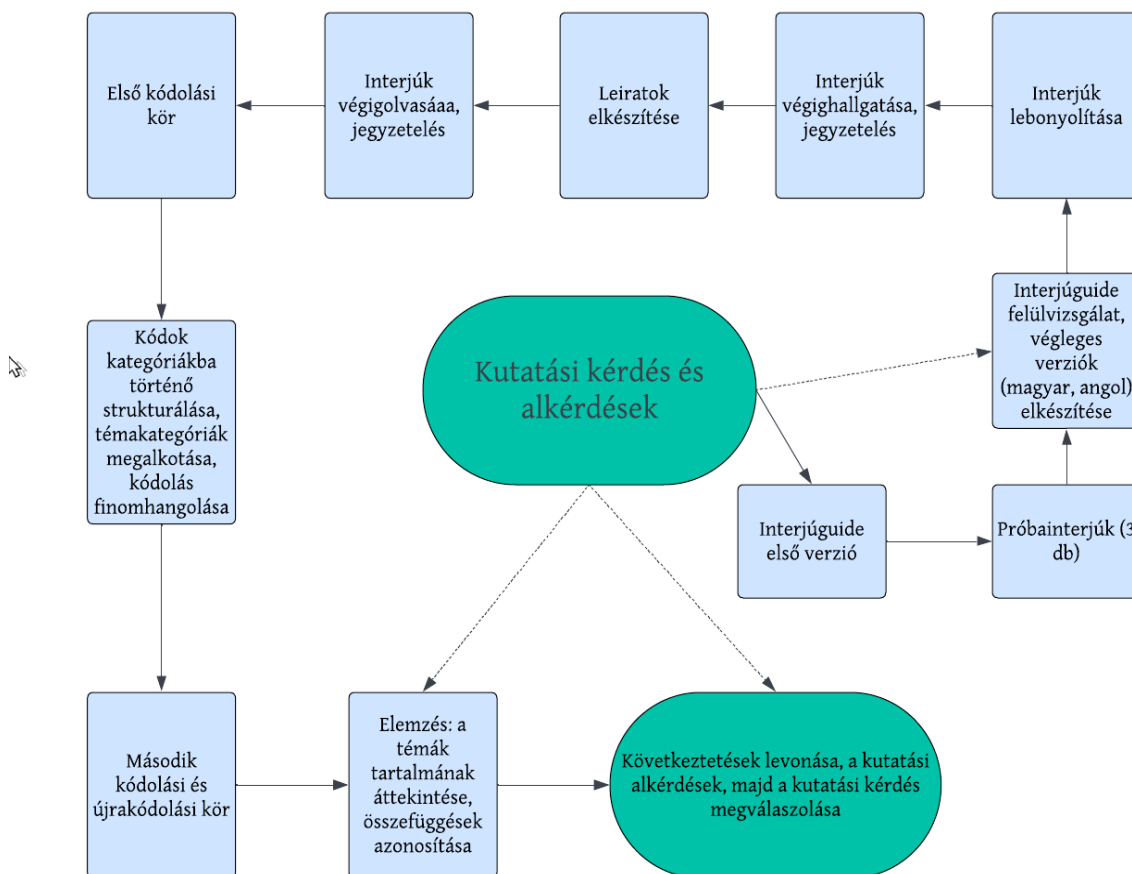
Az adatgyűjtés és az adatelemzés folyamatát a 16. ábra mutatja be.

Az adatfelvételt követően minden interjút meghallgattam egyszer, majd az interjúk leiratainak elkészítését és letisztázását követően az összes interjú átolvasása következett, amikor már jegyzeteket is készítettem.

Az interjúk feldolgozása kezdetben az Nvivo2020, majd az Nvivo14 szoftverben induktív eljárással készült, amelynek lényege, hogy nem határozzuk meg előre kódokat vagy kategóriákat, hanem igyekszünk észrevenni minden, a szövegben felmerülő témát, tartalmat, értelmezést, és ezeknek kódokat adunk. Az Nvivo szoftverben egy tetszőleges hosszúságú szövegrészhez tetszőleges számú kódot rendelhetünk, majd a szoftver

lehetőséget ad ezek rendszerezésre, a bekódolt szövegrészek visszakeresésére, kapcsolatok felfedezésére.

16. ábra - Az adatgyűjtés és -elemzés folyamata



Forrás: saját szerkesztés

Első körben minden interjút bekódoltam, ügyelve arra, hogy a szövegben felmerülő minden téma, meglátás a maga valójában kapjon kódot. Ennek hátránya, hogy rengeteg, szinte kezelhetetlen mennyiségű, több mint 500 kód jött létre. Azonban a módszer legfontosabb ismérvei közé tartozik, hogy a kódokat nem tekintjük véglegesnek. A második körben tisztítottam, összeolvasztottam vagy átneveztem kódokat, az újraolvasás során az interjúk újrakódolása is megtörtént. Ezt követően rendeztem csak kategóriákba és alkategóriákba a kódokat.

A többkörös kódolást követően kezdődött az elemzés, amely során kategóriákat és témákat azonosítottam és rendszereztem, igyekeztem felfedezni az egyes csoportokra jellemző mintázatokat. Mindehhez felhasználtam az interjúk készítése, olvasása és a kódolás során

készített jegyzeteimet, amelyet az interjúk során papíron, a kutatás későbbi szakaszában az Nvivo programban annotációk (az interjúkban lévő szövegrészek) és memok (szabadon álló, de köthető is) formájában hoztam létre. A legjelentősebb, magasabb szintű kódokat és a beazonosított témakategóriákat a 5. mellékletben mutatom be.

3.5. A minta bemutatása

A minta kialakításánál törekedtem arra, hogy bizonyos változók minden attribútumának megfelelő alanyok kerüljenek a mintába. Mint a módszertani fejezetben kifejtettem, az alapvető szűrőfeltételeknek megfeleltek az alanyok, ugyanakkor az egyes generációk közel azonos arányban történő megkérdezéséről le kellett mondanom, amely a kutatás korlátjaként jelenik meg.

A válaszadók többnyire egy szűrőkérdőív kitöltésével jelentkeztek interjúalanyként, de akiknek az elérhetőségét más csatornán keresztül kaptam meg, azok is választ adtak a szűrőkérdőív kérdéseire. Ahol nem történt előzetes kitöltés, ott egyrészt a beszélgetés során a kérdések többsége megválaszolásra került, ami pedig nem, arra az interjú végén kitértünk.

Az interjúalanyok demográfiai adatait és utazási szokásaikkal kapcsolatos szűrőkérdésekre adott válaszait a 10-13. táblázatok tartalmazzák. A négy szegmens külön-külön táblázatban szerepel, a változók értékeinek magyarázata viszont közös, a 13. táblázat után olvasható. Az alanyoknak adott kódok a következő információkat tartalmazzák:

- első karakter: az ország, ahol él,
- második karakter: az ország, ahol felnőtt (ilyen módon az első két karakter a szegmens kódja: Mm – Magyarországon élő magyar, Ms – Magyarországon élő svéd, Sm – Svédországban élő magyar, Ss – Svédországban élő svéd),
- harmadik és negyedik karakter – egy technikai sorszám, nem bír jelentéssel az alanyokra nézve,
- az ötödik karakter az alany nemére vonatkozik (F-férfi, N-nő),
- az utolsó két karakter pedig az alany korát mutatja az interjú évében.

10. táblázat - A Magyarországon élő magyar interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai

Alany kódja ¹	Életkor ²	Gen. ³	Nem	Országváltás éve	Belföldi utazások gyak. ⁴	Külföldi utazások gyak. ⁴	Utazással töltött napok/év ⁵	Anyagi helyzet ⁶	Családi állapot ⁷	Egy háztartásban ⁸	Végzettség ⁹
Mm06F44	44	X	férfi		4	2	4	3	2	P, GY	F
Mm08F43	43	X	férfi		4	3	5	3	2	P, GY	F
Mm17F46	46	X	férfi		3	3	3	4	1	E	F
Mm01N48	48	X	nő		4	1	5	4	2	P, GY	F
Mm02N50	50	X	nő		3	3	3	3	2	P, GY	F
Mm05N56	56	X	nő		4	3	5	3	2	P	É
Mm16N63	63	X	nő		4	4	5	4	2	P	F
Mm18N48	48	X	nő		4	1	4	4	2	P, GY	F
Mm20F35	35	Y	férfi		3	2	3	4	1	E	F
Mm22F33	33	Y	férfi		4	3	3	3	2	P	É
Mm19N33	33	Y	nő		4	3	5	4	2	P	F
Mm23N37	37	Y	nő		4	3	4	4	1	E	É1
Mm03F21	21	Z	férfi		3	1	3	4	2	T, O	É
Mm25F25	25	Z	férfi		4	3	2	4	2	P	F
Mm04N22	22	Z	nő		3	2	3	3	2	O	É1
Mm07N26	26	Z	nő		4	2	3	3	2	E	F
Mm09N26	26	Z	nő		3	1	3	3	n.a.	n.a.	É
Mm13N26	26	Z	nő		4	2	3	4	2	P	É1

Forrás: saját szerkesztés

11. táblázat -- A Magyarországon élő svéd interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai

Alany kódja ¹	Életkor ²	Gen. ³	Nem	Országváltás éve	Belföldi utazások gyak. ⁴	Külföldi utazások gyak. ⁴	Utazással töltött napok/év ⁵	Anyagi helyzet ⁶	Családi állapot ⁷	Egy háztartásban ⁸	Végzettség ⁹
Ms02F49	49	X	férfi	2014	3	4	5	4	2	P, GY	PhD
Ms04F51	51	X	férfi	2003	4	2	5	n.a.	1	GY	F
Ms05F46	46	X	férfi	2016	2	4	5	4	1	E	F
Ms08F50	50	X	férfi	1999	4	4	5	4	2	P, GY	F
Ms09F46	46	X	férfi	2019	4	4	5	4	2	P, GY	F
Ms10F60	60	X	férfi	2003	4	4	4	4	2	P, GY	F
Ms11F50	50	X	férfi	2013	1	4	4	4	1	E	F
Ms01N52	52	X	nő	2019	4	4	5	4	2	P	F
Ms07N57	57	X	nő	2013	3	4	5	4	2	P, GY	É1
Ms06F35	35	Y	férfi	2015	2	2	3	4	2	P, GY	F
Ms03N24	24	Z	nő	2018	3	4	4	4	2	P, GY	F

Forrás: saját szerkesztés

12. táblázat - A Svédországban élő magyar interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai

Alany kódja ¹	Életkor ²	Gen. ³	Nem	Országváltás éve	Belföldi utazások gyak. ⁴	Külföldi utazások gyak. ⁴	Utazással töltött napok/év ⁵	Anyagi helyzet ⁶	Családi állapot ⁷	Egy háztartásban ⁸	Végzettség ⁹
Sm10N67	67	B	nő	1988	4	3	4	4	2	E	F
Sm01F50	50	X	férfi	2012	4	4	3	4	1	E	F
Sm14F50	50	X	férfi	1996	1	3	n.a.	n.a.	2	P, GY	F
Sm16F49	49	X	férfi	1999	4	4	5	4	2	P, GY	É
Sm02N48	48	X	nő	1999	3	3	3	4	2	P, GY	F
Sm05N49	49	X	nő	2004	4	2	4	4	2	P, GY	F
Sm08N46	46	X	nő	2008	2	3	5	4	2	P, GY	F
Sm09N44	44	X	nő	2020	4	1	4	3	2	P, GY	É
Sm04F40	40	Y	férfi	2017	3	3	4	n.a.	1	E	F
Sm11F37	37	Y	férfi	2020	4	1	3	4	2	P, GY	F
Sm12F35	35	Y	férfi	2018	4	1	2	3	2	P, GY	É
Sm13F34	34	Y	férfi	2012	4	3	5	n.a.	1	E	F
Sm03N42	42	Y	nő	2019	3	4	5	4	2	P, GY	F
Sm06N40	40	Y	nő	2020	4	2	5	4	2	P, GY	F

Forrás: saját szerkesztés

13. táblázat - A Svédországban élő svéd interjúalanyok demográfiai és utazási szokásokkal kapcsolatos adatai

Alany kódja ¹	Életkor ²	Gen. ³	Nem	Országváltás éve	Belföldi utazások gyak. ⁴	Külföldi utazások gyak. ⁴	Utazással töltött napok/év ⁵	Anyagi helyzet ⁶	Családi állapot ⁷	Egy háztartásban ⁸	Végzettség ⁹
Ss01N49	49	X	nő		1	3	3	4	2	P, GY	F
Ss03N45	45	X	nő		4	3	3	4	2	P, GY	PhD
Ss07N62	62	X	nő		4	3	5	4	1	E	F
Ss10N47	47	X	nő		4	1	3	4	2	E	F
Ss11N30	30	X	nő		3	3	4	4	2	P, GY	F
Ss08F37	37	Y	férfi		2	2	3	4	2	P, GY	F
Ss09N31	31	Y	nő		4	3	4	4	2	P	F
Ss02F27	27	Z	férfi		3	2	3	4	1	E	É
Ss05F31	31	Z	férfi		2	2	4	4	2	P, GY	F
Ss06N29	29	Z	férfi		3	2	4	n.a.	1	E	É
Ss12N20	20	Z	férfi		3	3	3	4	2	SZ, T	É

Forrás: saját szerkesztés

Az ...-.... táblákhoz tartozó magyarázat:

1. Az alany kódja, a fent meghatározott jelentéssel. Például Ss02F27: Svédországban élő svéd, 27 éves férfi
2. Életkor az interjú készítésének évében (generálva a születési évből és az interjú készítésének időpontjából)

3. Generáció: besorolása a születési év alapján történt: 1960-80 között születettek: X generáció, 1981-1995 között születettek: Y generáció, 1996-2009 között születettek: Z generáció
4. Belföldi/külföldi utazások gyakorisága (Milyen gyakran utazik szabadidős céllal abban az országban, ahol él / más országba?) Válaszlehetőségek (értékek): Ritkábban mint évente (1), Évente egyszer (2), Évente 2-3 alkalommal (3), Évente 4 vagy több alkalommal (4), Nincs adat (n.a.)
5. Utazással töltött napok száma/év (Összesen kb. hány napot fordít évente szabadidős utazásra?) Válaszlehetőségek (értékek): 0-3 nap (1), 4-10 nap (2), 11-20 nap (3), 21-30 nap (4) 31 vagy több nap (5), nincs adat (n.a.)
6. Anyagi helyzet: A szükséges havi kiadásokat is nagyon nehezen tudjuk fedezni. (1), A szükséges havi kiadásokat éppen tudjuk fedezni. (2), A szükséges havi kiadásokat tudjuk fedezni, de nagyobb kiadás nem fér bele. (3), A szükséges havi kiadásokat könnyen tudjuk fedezni és még félre is tudunk tenni. (4). Egyéb vagy nincs válasz (n.a.)
7. Családi állapot: Egyedülálló (1), Párkapcsolatban (2), Nincs adat (n.a.)
8. Kivel él egy háztartásban?: Egyedül (E), Párjával (P), Gyerek(ek)kel (Gy), Szülővel (Sz), Testvérral (T), Az előbbiekre nem sorolható rokonnal vagy lakótárral (O)
9. Végzettség: PhD (PhD), Felsőfokú (F), Középfokú (É), Középfokú és folyamatban lévő felsőfokú (É1)

Az előző fejezetben bemutatott ismérveken kívül fontos, hogy

- a válaszadók – a nem válaszolók kivételével – mindannyian jó anyagi helyzetben lévőnek (3-4-es érték) vallották magukat, ezen belül is a Magyarországon élő magyarok szegmensében 10-en a 18-ból, a Magyarországon élő svédok szegmensében 9-en a 11-ből, a Svédországban élő magyarok szegmensében 10-en a 14-ből, a Svédországban élő svédok szegmensében 10-en a 11-ből jelölték meg a legmagasabb jövedelmi kategóriát a szűrőkérdőívben,
- minden szegmensben szerepelnek férfiak és nők is, és habár szegmensenként eltérőek az arányok, végül összesen 27 férfi és 27 női interjúalany vett részt a kutatásban,
- minden alany legalább érettségivel rendelkezik, de minden szegmensben többségben vannak a felsőfokú végzettségűek.

A Svédországban élő svédok – a korábban meghatározottak szerint – olyan alanyok, akik születésüktől kezdve Svédországban élnek. Ugyanakkor fontos megemlítenem, hogy ha az elérési út során esetleg nem, akkor is legkésőbb az interjúk lefolytatásakor az alanyok mintegy feléről kiderült, hogy van valamilyen kötődésük Magyarországhoz. Van, akinek a szülei még Magyarországon születtek és fiatalkorukban vándoroltak ki. Van, akinek a házastársa magyar és van, aki gyerekkorában összebarátkozott egy magyar lánnyal és a második családjának tekintette annak családját, majd hatásukra meg is tanult magyarul.

Az eredmények értékelése szempontjából érdekes kiegészítő információ, hogy az országváltó válaszadók közül a legtöbben munka vagy párkapcsolat miatt költöztek új hazájukba. A Svédországban élő magyarok között voltak néhányan, akik nem konkrét

munkaajánlat vagy kapcsolat miatt, hanem például egészségügyi megfontolások miatt vagy szerencsét próbáló jelleggel kezdtek új életet Svédországban. Az X-generációs válaszadók jellemzően régebben költöztek el, sokuk esetében évtizedekben mérhető az idő, amit már új hazájukban töltöttek. A svédországi magyar válaszadók mindegyike negyven éves kora előtt költözött ki Svédországba, az idősebb válaszadók régebb óta élnek kint. A Magyarországon élő svéd interjúalanyok életkora a Magyarországon történő letelepedés pillanatában szélesebb skálán mozog, 18 és 47 éves korában költöző alany is van közöttük.

4. A PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI

Primer kutatásom eredményeit a kutatási kérdést és alkérdéseket szem előtt tartva mutatom be. A tematikus elemzés az Nvivo szoftver segítségével történt, az induktív kódolás követelményeit figyelembe véve.

A kvalitatív tematikus elemzés eredményeinek bemutatását az utazási szokásokkal – fókuszáltnan a desztináció- és közlekedésköz-választással – kezdem, amely kutatásomban tulajdonképpen a „függő változó”. Fontosnak tartom elsőként azt bemutatni, hogy hogyan utaznak, milyen szempontokat vesznek figyelembe a desztináció és a közlekedési eszköz kiválasztásánál a vizsgált csoportok. Ezt követően foglalkozom a válaszadók környezettudatosság és utazás kapcsolatára vonatkozó interpretációival, majd rátérek a környezettudatos gyakorlatokra mind hétköznapi, mind turisztikai vonatkozásban. Ezután a válaszadók közvetlen környezetének és a születésük/lakóhelyük szerinti társadalmakra vonatkozó környezettudatosságról alkotott véleményét vizsgálom, és végül következtetéseket vonok le arra vonatkozóan, hogy milyen hatással vannak a társadalmi normák az utazási szokásokra.

Az interjúk elemzésének eredményeit az egyes témákat külön fejezetekben taglalva mutatom be. Minden esetben néhány kiválasztott idézettel szemléltetem az eredményeket. A szemléletesség kedvéért az idézeteknél színekkel és felirattal is jelöltem (Magyarországon élő magyar – piros, Magyarországon élő svéd – sárga, Svédországban élő magyar – zöld, Svédországban élő svéd – kék), hogy melyik szegmens tagjától származik, az idézet után zárójelben pedig az alany kódja található. Az elemzés szövegében nem utalok minden esetben az idézetekre, azok az adott témát követően szerepelnek, jól elkülönülten.

4.1. Utazási szokások, utazási döntési szempontok

Annak érdekében, hogy megértsük az utazáshoz kapcsolódó motivációkat és elsősorban a környezeti szempontok szerepét a desztinációválasztásban, illetve a közlekedéshez kapcsolódó döntésekben, az interjúkban nagy hangsúlyt kapott az utazási szokásokra vonatkozó kérdésblokk. Ezt megelőzően az alanyok sem az interjú témájának megjelölésekor, sem a kérdések között nem találkoztak a fenntarthatóságot vagy a környezettudatosságot érintő impulzusokkal. Fontos volt kutatási kérdéseim szempontjából, hogy ezekben az elbeszélésekben milyen motivációk jelennek meg, milyen viselkedési gyakorlatokról számolnak be az alanyok, mennyire rutinszerűek az utazási

szokások, illetve megjelennek-e környezettudatossággal összefüggésbe hozható szempontok a döntésekben.

Logikailag visszafelé haladva tehát, ebben – az interjúban első – blokkban magát a turisztikai fogyasztói viselkedést vizsgálom, méghozzá olyan beszámolók alapján, amelyeket nem befolyásolt a kutatás témájának – a környezettudatosságnak – az ismerete. A további fejezetekben természetesen még visszatérek a magatartásra a környezettudatosság vonatkozásában, amely disszertációm fő témáját jelenti.

Az alanyok többsége örömmel mesélt utazásairól, amelyek mindannyiuk életében eltérő módon, de fontos szerepet játszanak. Ahogyan a minta összetételénél ismertettem, minden alany szívesen utazik, és jellemzően belföldi és külföldi úti célokat egyaránt választanak.

Mivel kutatási kérdéseimben két utazási döntésre, a desztináció és a közlekedési eszköz választására koncentrálok, ezen két szempont mentén igyekszem elemezni az alanyok utazási szokásait és motivációit. Megvizsgáltam, hogy az utazási beszámolókból említett döntési tényezők között szerepel-e és hogyan a környezettudatosság (amennyiben igen, az a tudatosság egy magasabb szintjét jelenti értelmezésem szerint), de ezen eredményekről a 4.3.2..fejezetben számolok be, hogy a rákérdezésre adott válaszok elemzésével egyben szerepeljenek, átfogó képet biztosítva.

4.1.1. Desztinációválasztás

Az első fontos témakör, amelyet vizsgáltam, a külföldi, illetve belföldi desztinációválasztás szempontjai. Minden szegmensben nagy többségben vannak azok az alanyok, akik külföldi és belföldi utazásokat is tesznek, azonban a mintázatok, motivációk, lehetőségek némiképp eltérnek az egyes szegmensekben.

A szabadidős utazás – mint fogalom – értelmezésével kapcsolatos volt az első, érdekes eredmény. Habár csupán arra kértük az alanyokat, hogy meséljenek szabadidős utazásaikról, minden szegmensben volt néhány válaszadó, aki a szabadidős utazás kifejezésre kizárólag a külföldre történő utazásokra asszociált. Számukra az utazás elsősorban a külföldi úti célok felkeresését jelenti, még úgy is, hogy belföldi utazásokat is szoktak tenni. Mindannyian szoktak külföldre utazni, többségük gyakrabban, mint a többi válaszadó az adott szegmensben. Amikor a külföldi utazásaikról szóló beszámolóik után rákérdezés történt a belföldi utazásaikra, néhányan közülük maguk is meglepődtek, hogy miért nem gondoltak erre is a szabadidős utazások terminus hallatán.

Magyarországon élő magyarok

„Belföldön is szoktunk, igen. Csak ilyen érdekes módon azt nem számoltam.” (Mm05N56)

Magyarországon élő svédek

„Úgy értem, az utazás nekem mindig külföld.” (Ms05F46)

Svédországban élő magyarok

„Nem tudom, hogy mondjuk Svédországban belüli belföldi utazást vagy kirándulás mennyire tekinthető turisztikai célnak.” (Sm04F40)

Svédországban élő svédek

„Igen, azt is. (belföldi utazás – a szerk.) Automatikusan a nemzetközi utazásra gondoltam, de igen.” (Ss05F31)

Mind a szűrőkérdőívben (ahogyan a 10-13- táblázatok mutatják, ez egy kategoriális változó volt), mind az interjúban adott válaszok tartalma alapján egyértelmű, hogy a magyarországi magyar válaszadókra sokkal jellemzőbb, hogy nem vagy keveset utaznak külföldre, mint a többi szegmens válaszadói. A legtöbb külföldi utazást évente a Magyarországon élő svédek teszik, a Svédországban élő magyarok és svédek körülbelül hasonló gyakorisággal utaznak külföldre. Természetesen figyelembe kell vegyük, hogy az országváltó alanyok esetében mindkét irányban gyakori a „hazalátogatás”, tehát amikor a határt átlépő utazás a származási országba irányul. Mindkét érintett szegmensben ezen utazások egy része nem csupán családlátogatási céllal történik, hanem a származási országon belül tett szabadidős utazások (vízparti üdülés, aktív turizmus stb.), tehát a kombinált motivációk jellemzőek. Ugyanakkor többnyire a „hazautazásokon” kívül is tesznek az alanyok harmadik országba irányuló utazásokat. A Magyarországon és Svédországban élő magyar szegmensekben és a svédországi svéd szegmensben mindössze egy-egy – tehát a teljes mintában összesen három – alany volt, aki nem szokott külföldi utazásokat tenni, legalábbis az utóbbi három évben nem utazott külföldre (a svédországi magyar alany esetében Magyarországra sem), csak belföldön.

A belföldi utazásokkal kapcsolatban is felfedezhetőek eltérések az egyes szegmensekbe tartozó válaszadók között. A belföldi utazás terminus meghatározása az országváltók esetében fontos: a kutatás szempontjából ezen szegmensekben belföldi utazások alatt azt értettem, amikor abban az országban utaznak, ahol jelenleg élnek.

A belföldön történő utazás fontosságáról a magyarok beszéltek lelelkesebben. A svédországi magyar válaszadókra kifejezetten jellemző, hogy szeretik felfedezni Svédországot, és fontosnak is tartják, hogy így tegyenek. Ennek egyik oka, hogy szabadidős, turisztikai szempontból vonzóknak tartják a környéket, ahol élnek, többen az

országban belüli távolabbi desztinációkat is. Olyan válaszadó is akadt, akinek az új lakóhelyének választásában döntő szempont volt, hogy turistaként milyennek találta.

Svédországban élő magyarok

„Beleszerettem az országba, és így azt mondtam, hogy én egyszer itt akarok élni.” (Sm12F35)

„Az egészen biztos, hogy nagy szerepet játszik abban, hogy még itt vagyok, hogy mik itt a lehetőségek.” (Sm13F34)

A magyarországi magyarok között alig akadt olyan, aki nem utazik belföldön. Kifejezetten jellemző rájuk, hogy szívesen keresnek fel hazai desztinációkat és úgy gondolják, hogy érdemes útnak indulni belföldön is. Egyetlen Z-generációs nő mondta, hogy nem szokott belföldön utazni.

Magyarországon élő magyarok

„Szóval ez nem azt jelenti, hogy nem szeretnék eljutni bizonyos helyekre, de hogy egyébként nagyon meg lehet találni itt karnyújtásnyira is úgymond azokat a helyeket, amik tők szépek és az ember tőkre tud annak is örülni.” (Mm1(Mm19N33))

Nem mindenki fogalmazta meg úgy, mint a fenti, 33 éves nő, hogy fontosnak tartja ezt, de az utazási szokásaik megismerése alapján egyértelműen kijelenthetjük, hogy a Magyarországon élő magyar válaszadók évente többször is tesznek utazásokat belföldön. Ebben a szegmensben ketten is vannak olyanok, akik tudatos döntés alapján – nem környezeti megfontolásokból, bár annak is tudatában – szinte kizárólag Magyarországon belül utaznak, külföldre ritkábban, mint évente. Ők X-generációs, családos nők (egyikőjük vidéken, másikuk Budapesten nőtt fel, most mindketten Budapesten élnek), akik szeretnék, ha ők vagy a gyerekeik először hazájukat ismernék meg, s csak utána terveznek esetleg külföldre utazni. Mindezt vagy kizárólag vagy részben tömegközlekedéssel teszik. Elmondásuk szerint ebben nem az anyagi megfontolások vezérik őket és nem is feltétlenül a környezettudatosság, hanem elsősorban a saját környezet megismerésének vágya. Egyikük a kalandvágyat is említette motivációként, a másikuk az egyszerűbb szervezést is a fentiek mellett. Amikor a környezettudatosság és utazás kapcsolatáról kérdeztem őket, mindketten tudatában voltak annak, hogy utazási szokásaik fenntarthatóbbak a környezet szempontjából, mintha távolabbra vagy nem tömegközlekedéssel utaznának.

Magyarországon élő magyarok

„És tulajdonképpen akkor, amikor ezt kitaláltuk, akkor nem gondoltam át, hogy ez lesz, de hogy ennek ez egy tők jó izéje (...) sokkal fenntarthatóbb, mint hogyha mindenhova az autómmal megyek.” (Mm01N48)

„Mindig nagyban gondolkodunk az utazásnál, és szerintem az nem feltétlenül, nem mondom, hogy nem helyes, mert jó világot látni, de hogy a magunk környezetét sem ismerjük. Tehát, igazándiból környezettudatosan benne van a szóban is, hogy először a kis környezetemet tudjam, érzem, tegyem magamévá, és akkor mehetek nagyobbba, utána.” (Mm1(Mm18N48))

A többi szegmensben – habár voltak, akik fontosnak tartották a belföldi vagy közelebbi desztinációk megismerését – ez a fajta kizárólagosság vagy szoros sorrendiség a belföldi-külföldi úti célokra vonatkozóan egyáltalán nem volt jellemző. Mint ahogy maguktól nem is említették, hogy a külföldi-belföldi desztinációválasztás vonatkozásában szempont lenne a környezettudatosság.

A fent említett két – belföldi utakat preferáló – alany közül az egyik kifejezetten tudatosan, minden alkalommal addig ismeretlen belföldi úti célt választ, amelyet viszont alaposan felfedeznek a családdal.

Magyarországon élő magyarok

„Magyarországon belül maradtunk, és többnyire nem tértünk vissza ugyanoda. Tehát nagyon ritka a hely, van néhány, de nagyon ritka az, ahol már legalább kétszer voltunk.” (Mm01N48)

Az új desztinációk felfedezésének vágya nem egyedi motiváció, hiszen az egyik legfontosabb eredmény, hogy minden szegmensben erőteljes volt ez az igény a válaszadóknak, és külföldi- belföldi utazásokra egyaránt vonatkoztatták az alanyok. Néhány idézet megmutatja, esetenként mennyire erős motiváció ez.

Magyarországon élő magyarok

„Nyilván ahogy a gyerekek is nőnek, és megyünk akár Magyarország szerte, akár külföldön, ők is szívesen mennek új helyekre, meg mi is.” (Mm02N50)

„Inkább mindig új helyekre szeretek menni.” (Mm13N26)

Magyarországon élő svéddek

„Szóval néha igen, ha sokat hallottunk egy városról Magyarországon, amit szeretnénk felfedezni, akkor megpróbálunk odamenni.” (Ms06F35)

„Alapvetően én nagyon kíváncsi ember vagyok, és szeretek új dolgokat felfedezni. Kevés olyan hely van, ahova többször elmegyek.” (Ms08F50)

Svédországban élő magyarok

„Meg az is, hogy próbálok olyan helyekre menni, ahol még nem voltam” (Sm04F40)

„Mindig próbálunk valamit felfedezni és megismerni és szépet látni.” (Sm03N42)

Svédországban élő svéddek

„Nem volt olyan, mint egy utazás, mert az utazás általában, legalábbis az én fejemben, úgy érzem, hogy az utazásnak új helyre kell történni, vagy úgy érzem, hogy ez az igazi utazás. Elmenni egy olyan helyre, ahol még nem voltál.” (Ss5F31)

Ennek ellenpólusaként említhetjük, hogy a magyar válaszadók közül sokan szeretnek visszatérni ugyanabba a desztinációba. A magyarországi magyarok esetén ez nagyrészt a belföldi úti célok esetén figyelhető meg.

Magyarországon élő magyarok

„Igazából ragaszkodott helyszínünk is van az őszire, ott Miskolctapolcára szoktunk visszajárni.” (Mm18N48)

„Az elmúlt jó pár évben mindig azért egy olyan négy-öt napot elmentünk haverokkal a Velencei-tóra nyaranta. Nem tudom. Pécsre szoktunk még rendszeresen lemenni egy-egy ilyen hétvégére.” (MM22F33)

A Magyarországon élő két szegmensben a Balaton, mint turisztikai úti cél szerepe jelentős, sokan visszajárnak és többen is vitorlázni szeretnek a magyar tengeren, az egyik Magyarországon élő svéd válaszdó a Balatonnál üzemeltet panziót. A magyarok életében ugyanakkor fontosabb szerepet tölt be a magyar tenger, mint turisztikai úti cél.

Magyarországon élő magyarok

„Belföldön pedig rendszeresen szoktunk utazni Balatonra.” (Mm08F43)

„Nyilván az első, ami szembejön, az a Balaton. Azt egyik évben sem hagyjuk ki.” (Mm18N48)

Magyarországon élő svéddek

„Lementem biciklizni a Balaton körül.” (Ms04F51)

„Nos, lássuk, persze, az egész Balaton környékét, a Balaton körüli különböző helyszíneket.” (Ms09F46)

A Svédországban élő magyar szegmensben a visszatérés a külföldi úti célokba jellemzőbb, illetve a hazautazás Magyarországra, amely eltérő motivációt jelent, ahogyan a magyarországi svéddeknek is a svédországi utak. A Svédországban élő svéddeknek inkább azon desztinációk esetében jellemző a visszatérés, ahol rokonok vagy barátok élnek, esetleg belföldi vidéki nyaraló meglétekor.

Svédországban élő magyarok

„Van nagyon sok hely, ahova már nem egyszer, nem kétszer, nem is nagyon sokszor visszamentünk.” (Sm09N44)

„Mondjuk Amerika háromszor, Görögország 8-szor, Olaszország 6-szor vagy 7-szer. Vannak azért ilyen visszatérő részek.” (Sm16F49)

A két ellentétes motiváció egymással párhuzamosan is megjelenik néhány alanynál.

Magyarországon élő svéddek

„De igen, szeretem mindkettőt, visszamenni a helyekre, úgy értem, visszatérni a kedvenc helyeimre, de évente legalább egyszer megpróbálok elmenni egy olyan helyre, ahol még nem jártam, egy új városba vagy egy új országba.” (Ms05F46)

Az új dolgok megismerése iránti vágy inkább hat abba az irányba, hogy a fogyasztók külföldi desztinációk után érdeklődjenek, ugyanakkor nem zárja ki – ahogyan láttuk néhány esetben – a belföldi úti célok választását sem. Ebben szerepet játszik az a vélekedés is, hogy először mindenkinek a saját környezetét kellene megismerni, s csak utána utazni messzebbre.

Az autenticitás szintén fontos néhány válaszdó számára. Van, aki úgy fogalmaz, hogy nem szereti a turistahelyeket, mások ennél konkrétabb, szorosabb kapcsolatra vágnak a desztinációval, annak lakosaival. Ez belföldi úti célok esetében nem merül fel. A külföldi desztinációválasztásra is csak azon néhány válaszdó esetében van hatással, akiknek az

autentikus élmények megélése különösen fontos, mert ők többnyire elkerülik a népszerű turistadesztinációkat. Ugyanakkor az a mintázat a jellemzőbb, hogy nem a desztinációt határozza meg ez a motiváció, hanem csupán az ott végzett konkrét tevékenységre hat. Érdekes módon a Svédországban élő svéd alanyok esetében csak egy alany, a nagyon környezettudatos X-generációs nő számára fontos ez, a Svédországban élő magyarok esetében pedig inkább a tömeg elkerülése a motiváció, illetve a helyiek megfigyelése. Az autenticitás és a helyiekkel való kapcsolatteremtés igénye nem annyira erősen jelent meg a svédországi svédeknel, a két Magyarországon élő szegmensben viszont többen is említették.

Magyarországon élő magyarok

„Szóval, hogy legyen valami betekintésem arra, hogy ők ott hogyan élnek. Nem szeretnék turista lenni, aki az Eiffel-tornyot lefotózza.” (Mm07N26)

„Így volt részünk például olyan van, hogy hogy Szaúd-Arábiában (...) a legutolsó sikátorban, a csatornaszagban szőnyegen kézzel ettünk, vacsoráztunk a helyiekkel.. (...) Ami ugye trend is mostanában, hogy hogy a turisták nagyon szeretnek vegyülni és olyanokat átélni, amiket ott a helyiek a mindennapjaikban átélnek, úgyhogy mi ezeket ezeket az alkalmakat keressük.” (Mm23N37)

Magyarországon élő svédek

„ha odáig elmegyek, akkor nem azért megyek oda, hogy ugyanazt egyem, mint otthon, hanem a helyit szeretném. (...) És most is ezeket a turisták által nem annyira felkapott helyeket keresem.” (Ms03N24)

"Egyetlen turista sem akar turistákat látni. Szóval igen, de bizonyos értelemben mindannyian hippik vagyunk." (Ms04F51)

Svédországban élő magyarok

„Leintettünk egy taxist, és kérdeztük tőle, hogy ráérsz? Hát ő ráér, hova kéne menni? Hát, mondom figyelj ide, most van reggel 9 óra, estig vigyél minket mindenhova. Amit te úgy gondolsz, hogy a népedből meg akarsz mutatni, azt így mi akkor akarjuk.” (Sm16F49)

Svédországban élő svédek

"Néha megnézek turisztikai helyszíneket, de általában elkerülöm a mainstream dolgokat, csak azért, mert annyira zsúfoltak. Nem mennék el a franciaországi Louvre-ba nyár közepén, ha el tudom kerülni, vagy ha máskor is megtehetem." (Ss07N62)

Az úti cél kiválasztásban természetesen rendkívül fontos szerepet játszik a turisztikai motiváció vagyis, hogy mi az, ami motiválja őket arra, hogy útnak induljanak, illetve hogy milyen tevékenységet űznek a felkeresett desztinációkban. Az elemzés során csak a főbb mintázatokra koncentrálok, amelyek összefüggésbe hozhatóak a desztinációválasztással és környezettudatossági vonatkozásokkal.

Habár a motivációk, illetve a desztinációban végzett tevékenységek között több nagy csoport különíthető el, nagyon ritka a tisztán egyfajta motivációval szervezett utazás minden szegmensben. A fő motivációk az aktív- és ökoturizmus, a kulturális élmények, a nyári napfényes vízparti üdülések, a bor és gasztronómia, a síelés, végül a rokonok vagy barátok látogatása. Leggyakrabban a több motiváció együttes megjelenése jellemző. A desztinációválasztással összefüggésben elmondhatjuk, hogy a motiváció-csoportok közül

a leginkább hatással a külföldi/belföldi úti cél választására a sítúrának és a tengerparti üdüléseknek van, hiszen ezek földrajzilag meghatározottabbak, továbbá a VFR (visiting friends and relatives – rokonlátogatás) turizmusra jellemző, hogy kötött helyszíne van. A többi turisztikai motiváció esetében nem fedeztem fel olyan jellegzetességet, amely kizárná vagy meghatározná, hogy külföldi vagy belföldi úti célt választanak az alanyok.

A leggyakoribb turisztikai motiváció az aktív és ökoturizmusban való részvétel. Természetben lenni, sétálni, túrázni mind a négy szegmens tagjai szeretnek. A legfontosabb különbség talán, hogy a Svédországban élő svéd alanyok gyakorta említették a síelést mint motivációt, amelyet főként belföldön űznek. A Magyarországon élő svédek esetében is van néhány alany, aki síutakra jár, elsősorban a környező országokba, azonban a Svédországban élő svédeknel ez a többséget érinti, a Magyarországon élő két szegmensben néhány alanyt, a Svédországban élő magyaroknál pedig csak elvétve jelenik meg ez a motivációs elem.

Magyarországon élő magyarok

"Most így kezdeném az év elejével nagyjából, merthogy ez aktuális is volt, és én síelni járok általában. Minden évben el szoktam menni. Ez családdal történik általában." (Mm19N33)

Svédországban élő svédek

"De igen, általában évente egyszer megyünk síelni, így egy kicsit északabbra utazunk az országban, és azt mondanám, hogy körülbelül egy hétre." (Ss06N29)

"Szóval leginkább vidéken, hogy el tudjunk menni, a svéd ... nem Alpokba, hanem úgy mondjuk, hegyekbe, ahol lehet síelni." (Ss08F37)

A magyarországi és svédországi magyarok számára az aktív turizmus inkább biciklizést, szép természeti környezet felkeresését jelent.

Magyarországon élő magyarok

"Vagy például még egy dolog jut eszembe, hogy például nagyon szeretünk bicajozni. És például minden évben a párommal megcsináljuk a Dunakeszi -Vác bicikliutat, vagy most, hogy itt Budaörsön lakunk, itt megy ugye le a Balatonra az új bicikliút. Azon is már elmentünk Etyekig." (Mm02N50)

"Fantasztikusakat lehet ugye biciklizni arrafele, ott van a Kőrös-Maros Nemzeti Park, oda is el lehet menni. Rengeteg szép hely van arra" (Mm08F43)

"Ez is fix szokott lenni, és akkor ilyen kisebb hosszú hétvégék, azok meg, hát ez nagyon változó. Van, hogy Dunakanyarba megyünk el, egy ilyen hosszú hétvégére, ott az ilyen bringás megmozdulás" (Mm19N33)

A következő fontos motiváció a vízparti üdülés, amelyen belül megjelennek a tengerparti desztinációk. Ezeket minden szegmensben kedveli néhány válaszadó, viszont a vízparti üdülés mint motiváció egyáltalán nem csak a tengerhez kötődik a válaszadók fejében. Különösen igaz ez a Magyarországon élő magyarok szegmensére, amelyben a legtöbb nyári, fürdőzés célú utazás kapcsán belföldi úti célokat emlegettek a válaszadók, csak

néhány alany „ragaszkodik” tengerparti desztinációhoz. A külföldi nyaralások esetében egyébként többnyire kombinált tevékenységstruktúráról számoltak be az alanyok.

Magyarországon élő magyarok

„Balatonon, ugye ott adott a strand. Általában strandra megyünk. Van egy bányató, gyönyörű szép Ádám-hegy mellett.” (Mm06F44)

„Hát, tényleg inkább nyáron ilyen nyári, hogy mondjam, ezt a tengerpart mondjuk így, ahol lehet strandolni, meg ilyenek. Tehát nem Svédország, meg nem mit tudom én mi, hanem ezek a déli részek.” (Mm17F46)

Svédországban élő magyarok

„Aztán hogyha arra gondolunk, hogy nyáron, akkor van nagyon sok ilyen spontán kisebb, hogy akkor elmegyünk egy tóhoz fürödni, és mivel rengeteg tó van, vagy hogy mondjam, nagyon sok tó van Svédországban (...)” (Sm05N49)

„Nyáron víz környéke, ha nem lenne elég a tó, ami itt van, vagy hajókázni megyünk el, és akkor próbálunk felfedezni ilyen dolgokat, vagy kiszigetelt, ami teljesen lakatlan, tehát körbezárt vízzel, és akkor oda elmenni.” (Sm12F35)

A Magyarországon élő svéd alanyok közül említették ketten is, hogy nem is a fürdőzés, de éppen a tenger, az óceán látványa az, ami az utazás fő motivációját jelenti. Ez azon motivációk közé tartozik, amelyek kizárják a belföldi (magyarországi) nyaralás lehetőségét.

Magyarországon élő svédek

"Szóval alapvetően azt gondolom, és Magyarország, hogy őszinte legyek, ahogy említettem, a nyár jó a Balatonon, de tudja, számomra az óceán más, mint a tó, és az időjárás stabilitása." (Ms02F49)

"Ha valahova messzebbre megyek nyaralni, mindig ügyelek arra, hogy a közelben legyen az óceán." (Ms09F46)

Jellemző, hogy a válaszadók között sokan csak kulturális élményekkel vagy aktív turisztikai programokkal kombinálva szeretik a fürdözést, utazásaik során ezért többféle tevékenységet végeznek. Érdekes eredmény, hogy kifejezetten jellemzőbb a magyar válaszadókra, hogy kiemelik, hogy a hosszú „strandolós” nyaralásokat nem szeretik, fontos számukra, hogy aktív és kulturális időtöltés is legyen a programban. Ez a mintázat minden generációban fellelhető volt a tengerparti nyaralásokra vonatkoztatva.

Magyarországon élő magyarok

„Gyakran, tehát általában olyan helyet keresünk, ahol lehet túrázni, és/vagy lehet valamilyen vízzel kapcsolatos dolgot művelni, tehát akár strandolás.” (Mm01N49)

„Amikor voltunk Olaszországban, akkor tengerparton nyilván egy kis strandolás is, de főleg engem a városnézés érdekel ebből a szempontból jobban.” (Mm22F33)

Svédországban élő magyarok

„Szeretek a tengerparton feküdni mondjuk két napig, (. ..). Nekem a parton feküdni az a halálom, tehát azt nem, de hogy így lehessen bemenni a vízbe sokszor, de azért csináljunk valamit, mert az rettenetesen unalmas, hogy csak ott ülünk a parton.” (Sm03N42)

„Mondtam, hogy oké, de ott kell valamit tudni csinálni mást is, mint a tengerparton dögleni. (...) Szóval látnivalóval egybekötött pihenés kell nekem. Úgy érdemes foglalni.” (Sm10N67)

Egy svéd alany említette (akinek magyar barátai vannak), hogy ő Magyarországra szokott jönni nyaralni, és többnyire üdülési, fürdőzési motivációval a baráti találkozón kívül.

Svédországban élő svédek

„Vagy strandolni, mert mint svéd, nagyon élveztem, hogy nincs ott az a hideg, ami itt van, úgyhogy általában strandolunk.” (Ss01N49)

A bor- és gasztronómia mint motiváció minden szegmensben, minden életkorban felmerült külföld és belföld viszonylatában is, de szembeötlő, hogy a magyarországi svédek mennyire értékelik Magyarország ilyen jellegű adottságait. Egy 24 éves, Svédországban felnőtt, de magyar gyökerekkel rendelkező lány egyenesen azért költözött a középiskola után Magyarországra, hogy itt tanulhasson borászatot, és gyakran járja az ország borturisztikai desztinációit. De, ahogyan az idézet mutatja, ez mások számára is jelent belföldi desztinációválasztásra ösztönző tényezőt.

Magyarországon élő svédek

„És szeretünk Magyarországon is utazni (...) Úgy értem, itt, Magyarországon bárhová elmehetsz egy pohár borra vagy ilyesmi.” (Ms07N57)

A többi turisztikai motiváció esetében nem jelenthető ki, hogy a belföldi vagy a külföldi desztinációválasztás felé terelné a válaszadókat, illetve a motiváció-csoportokon belül néhány olyan konkrét tevékenységtípus volt, amely befolyásolhatja, hogy az úti cél belföldi vagy külföldi lesz. Kulturális turisztikai motivációval szintén keresnek belföldi és külföldi helyeket is az alanyok. Ugyanakkor a legjellemzőbb mintázat, hogy a válaszadók egy utazás során a változatosságra vágyanak, s a fent említett turisztikai motivációk egyidejűleg, kombinálva jelennek meg. A síelés volt az egyetlen, amely tiszta motivációként jelent meg.

Magyarországon élő magyarok

„Ha külföldön vagyunk a programban mindig vannak várak, történelmi dolgokat, mi nem is voltunk még szerintem soha nyaralni, hogy mondjuk elmenjünk egy hétre a tengerpartra, csak strandolni.” (Mm02N50)

Magyarországon élő svédek

„Igazából szeretjük, hogyha elmegyünk idegen helyre, akkor szeretjük felfedezni a környéket.” (Ms08F50)

Svédországban élő magyarok

„Minden napra beraktunk egy természeti dolgot is, egy tengerpartot, egy vízesést, egy valamit, vagy csak egy sétát, egy ilyen szép erdei sétát, és minden napra raktunk valami kulturális programot is, illetve egy 4 meg egy hétéves gyerek volt, úgyhogy minden nap raktunk egy játszóteret is.” (Sm03N42)

A továbbiakban megvizsgálom, hogy mely „praktikus” tényezők vannak általánosságban hatással az egyes szegmensekben a desztináció kiválasztására. Az ár, az időtényező és a kényelem minden csoportban felmerült, azonban alaposabb elemzést igényel, hogy milyen kontextusban, mennyire fontos szempontként említik és pontosan mely döntési dimenziókat befolyásolja az adott tényező az egyes csoportokban. Habár sok esetben együtt említették az alanyok ezen tényezőket, az elemzés során igyekszem mindezeket külön-külön is megvizsgálni. Mindezek elemzése azért is elengedhetetlen, mert mint később látni fogjuk, a magukat környezettudatosnak tartó alanyok esetében is gyakori, hogy az ár vagy az időtényező felülírják a környezeti szempontokat.

A **várható költségek** jelentős szempontot jelentenek a desztinációválasztás folyamatában. Két fő mintázat figyelhető meg. Az egyik esetben a külföldi úti cél mint drágább és a belföldi mint elérhetőbb alternatíva jelenik meg, a másik esetben a külföldi desztinációk közötti választást befolyásolják az anyagi lehetőségek.

A négy szegmens közül a Magyarországon élő magyar válaszadók számára a legfontosabb az ár kérdése, ők azok, akik közül a legtöbben emelték ki ezt, amikor a döntési tényezőkről volt szó. Minden generációra jellemző ez, de különösen igaz a fiatal válaszadókra.

Az első típusú mintázat a külföldi és belföldi desztinációk közötti választás anyagi megfontolások alapján, amelyben a „belföldön maradni olcsóbb” nézőpont uralkodik.

Magyarországon élő magyarok

„Szeretek külföldre utazni, kevesebbet szoktam, mint amúgy amennyit szeretnék, anyagi meg idő szempontjából is.” (Mm13N26)

„Egyébként ez (mi alapján döntenek külföldi vagy belföldi úti cél mellett – a szerk.) szerintem pénztárca is, sőt, pénztárca az abszolút, vagy azért a külföldi az mindenhogyan drágább.” (Mm19N33)

Egyetlen nagyon szélsőségesebb választ kaptam, attól a Z-generációs férfitől, akinek az utazás fogalomról csak a külföldi utak jutottak eszébe és a belföldi utazásaival kapcsolatban elmesélte, hogy a szülei meghívására szoktak hazai családi utazásokat tenni, amelyen párjával együtt vesznek részt. Amikor rákérdeztem, hogy az általa korábban említett külföldi utazásokon kívül szoktak-e kettesben is utazni belföldön (tehát saját, nem a szülők döntése alapján és saját költségvetésből) és ha igen, mi miatt döntenek így, az alábbi választ adta:

Magyarországon élő magyarok

„Igen. SZÉP-kártya. Előző munkahelyemen volt lehetőség arra, hogy az egész éves SZÉP kártyakeretet (...), egy összegben kiutalják a SZÉP-kártyára, és akkor azt lehet égetni, és akkor nem

tudom, volt, amikor off-szezonban elmentünk Keszthelyre, meg ilyenek, de azért elég uncsi, sétálgató volt inkább.” (Mm25F25)

A belföldi (tehát az életvitelszerű tartózkodás helyéül szolgáló országban történő) utazás választása anyagi megfontolásból a külföldi helyett a Svédországban élő magyarokra volt még – néhány esetben – jellemző, azoknál a családos alanyoknál, akik még csak néhány (4-5) éve élnek Svédországban.

Svédországban élő magyarok

„Szoktunk rekreációs céllal utazni, nagyon lokálisan mi magunk, főleg a kisebb tavakat látogatjuk, illetve a vízpartokat itt a környéken, illetve ide-oda elmegyünk megnézni egy-egy várost, felfedezni, főleg mi ilyen céllal utazunk. (...Külföldre nem utaznak, mert - a szerk.) Messze vagyunk, meg ahhoz túl északra mindentől, hogy csak autóval (...) repülni pedig azért nem repülünk, mert hatalmas kiadása van a családdal, az egész meg fél fizetéssel is sok.” (Sm11F37)

„tehát anyagilag még nem vagyunk hű meg ha, de amit lehetett itt olcsón, mi mindent bejártunk.” (Sm09N44)

Két magyarországi svéd alanynál merült még fel ez a mintázat, kevésbé hangsúlyos kontextusban.

Magyarországon élő svédok

"Az mondánám, hogy idő, a költség és az, amit látni szeretnénk, igen. (...) Ha olcsóbb Magyarországon nyaralni, akkor ez is egy ok lehet." (Ms06F35)

A svédországi svédok esetében a külföldi és belföldi úti cél közötti választás vonatkozásában nem merült fel az ár mint meghatározó szempont. Egyetlen válaszadó említette, ellenkező előjellel, mint az eddig megismert válaszokban szerepelt. A válaszadó szerint ugyanis drága Svédországon belül utazni, ráadásul a svédok utazási motivációi között a meleg időjárás döntő tényezőként jelenik meg szerinte.

A másik gyakran fellelhető mintázat, hogy a külföldi utazás ténye eldöntött, de azon belül a konkrét desztinációválasztást befolyásolják anyagi szempontok. Elsősorban a közlekedéssel kapcsolatos költségek, amiket megfontolnak a válaszadók mindegyik szegmensben, de fontos az elérhető szállások ára és a desztináció általános árszínvonala is. Ismét az derült ki, hogy a Magyarországon élő magyarok a leginkább árérzékenyek, korosztálytól függetlenül.

Magyarországon élő magyarok

„A párom még nem volt Görögországban, és szeretett volna elmenni, de megnéztük a szállás és a repjegyárakat, és 5 főre már milliós tételről beszélünk. (...) esélyünk nem volt rá, úgyhogy kocsival elmentünk Krk szigetre.” (Mm02N50)

„Meg hát, hogy ne legyen túl drága, tehát egyelőre a skandináv országok ki vannak löve.” (Mm05N56)

„Elsősorban úgy választok, hogy mi az, ami reális, mert csupa olyan helyre mennék legszívesebben, amit nem fogok tudni kifizetni.” (Mm07N26)

Rajtuk kívül még a svédországi magyarok közül voltak néhányan, akik a külföldi desztinációk közötti választáshoz az árat elsőként veszik figyelembe.

Svédországban élő magyarok

„Mikor hova olcsó! Gyakorlatilag előveszem a repülőgép társaságokat (...) És akkor van, hogy tudjuk, hogy mikor akarunk menni, akkor megnézzük, hogy abban az időszakban nagyságrendileg hova olcsó.” (Sm03N42)

Három szegmensben (Magyarországon élő magyarok és svédek, Svédországban élő magyarok) is megfigyelhető a low cost légitársaságok kedvező árú kínálatának erős befolyásoló hatása. Ahogyan egy fenti, több szempontot felsoroló alany válaszában már megfigyelhető volt, a külföldi utazás ténye eldőntött, de a desztinációk versenyében a legolcsóbban elérhető nyer. Kifejezetten erős ezen szegmensekben egy konkrét fapados légitársasághoz való márkahűség, klubtagság és applikáció használatának formájában.

Magyarországon élő magyarok

„tehát főleg a Wizz Air akciói az, ami nagyon befolyásoló” (Mm23N37)

„Meg sokszor tényleg sokszor tényleg azzal kezdődött a keresés, hogy föllöttük a Wizz Airnek a honlapját, vagy bocsánat, az alkalmazását. Van egy kis WizzAir hitelkártyám és gyűjtögetem vele a pontokat, és mi a jó, mi az olcsó.” (Mm25F25)

A magyar alanyok között volt, aki az ár alapú keresés esetén végül az eredeti motiváció (tengerpartra szerettek volna menni) teljesülését mulasztotta el ellenőrizni.

Magyarországon élő magyarok

„Igen ez az Észak-Macedónia. (...) Nem tudom, miért hittem azt, hogy tengerpart. Földrajzból nem tartom magam teljesen hülyének, szóval ez valamiért úgy. És akkor így lett Thessaloniki mellé úgy, hogy Macedóniába foglaltunk repjegyet, azt is valami filléres áron, az nem egy ennyire nagy turisztikai desztináció, nem közkedvelt.” (Mm25F25)

A Magyarországon élő svédek között is vannak, akik ezt a döntési mechanizmust követik, de náluk kevésbé volt ez jellemző. Itt is volt viszont olyan válaszadó, akinek érződött, hogy az úti cél ár alapú meghatározása azt is jelentette, hogy nem kötődött annyira ehhez a választáshoz, a desztináció nevére is kevésbé emlékezett.

Magyarországon élő svédek

"Idén ráböktem... hmmm mi is volt, Catania vagy Szicília? Mert volt a WizzAir-nek egy évfordulója (...) azt hiszem, a 17.et ünnepelték, és 17% kedvezményt adtak minden jegyre. Szóval csak ránéztem a térképükre, és kiválasztottam néhány helyet." (MS05F46)

„ (...) Néha csak előkapjuk a Wizz alkalmazást (...) Hova repülnek, és van-e valami különleges akciójuk vagy ilyesmi? Szóval lehet, hogy januárban rászánunk három napot, és elmegyünk Krakkóba, nem tudom, 20 euróért. Ez tényleg hihetetlen. Szóval ez az, amit néha csinálunk.” (MS07N57)

A Svédországban élő magyarok esetében hasonlóan megjelent (mint már fent egy idézet tartalmazta is), de nem volt nagyon jellemző mintázat, a Svédországban élő svédek pedig

nem számoltak be arról, hogy ez alapján döntenének az úti célról. Ez nem jelenti azt, hogy nem fontos számukra az ár, viszont a költségek nem a desztinációválasztást határozzák meg.

Svédországban élő magyarok

„Maldív-szigeteken voltunk, amit nagyon sokan ilyen álmú úti célként tartanak. Azt például azért választottuk ki, mert nézegettem, (...) a Wizzair kínált nagyon kedvező árú repjegyeket, és akkor úgy voltam vele, hogy miért ne. (...) De próbálok keresni mindig annak a lehetőségét, hogy hát mondom, az ár az nálam döntő, tehát a kényelem abszolút, vagy a luxus, nem szempont.” (Sm04F40)

Az ár és desztinációválasztás vonatkozásában azt mondhatjuk tehát, hogy jellemzően a Magyarországon élő magyar válaszadók számára kiemelkedő ez a szempont és a Magyarországon élő svédok közül is többeknek fontos.

A Svédországban élő magyarok esetében ugyanakkor emellé állíthatunk még egy vélekedést, amelyet három alany is magától vetett fel az utazási szokásokról szóló blokkban: az utazás számukra annyira fontos és vágyott tevékenység, hogy hajlandók más dolgokról lemondani, hogy megteremtsék rá az anyagi keretet. Nem arról van szó, hogy nem fontos tényező a költség, hanem arról, hogy tudatosan hozzák meg a családok (mindhárom esetben X-es, családos alanyokról van szó) azt a döntést, hogy az utazásra megéri költeni, még akkor is, ha például sosem lesz saját tulajdonú lakásuk Svédországban.

Svédországban élő magyarok

„Itt valamit bérlakásban lakunk, tehát hogy valamit vegyünk saját, akkor már úgy éreztük, hogy azért ahhoz nagyon oda kéne figyelni és tenni a pénzt. Akkor már voltunk egy-két úton a gyerekekkel, és azt láttuk, hogy iszonyatosan megragad bennük, tehát hogy egy hatalmas, örökké tartó élmény, bármilyen picik is voltak, és akkor egy ilyen kimondott, kimondatlan szövetség kötődött köztünk, vagy megállapodás a férjemmel, hogy utazunk. Tehát jobb lenne egy kicsit spórolni, (...) de aztán úgy voltunk vele, (...) lett egy ilyen felelőtlen, ki tudja milyen döntés, hogy nyilván nem ész nélkül, de ha tehetjük, akkor inkább erre költjük a pénzt.” (Sm08N46)

„Most úgy összeszámoltattuk, hogy ha az elmúlt 15 évben semmit nem csináltunk volna, akkor talán mostanra (...) egy kicsit arrébb talán tudnék venni egy házat, de akkor semmit nem csináltunk volna. (...) Engem annyira elkapott az utazás, meg az új országoknak, az embereknek a megismerése, hogy én gyakorlatilag évek óta ezért dolgozom.” (Sm16F49)

Az idő szintén nagyon fontos szempontot jelent a válaszadók számára, mint az már a fenti idézetek között is megjelent az árral párhuzamosan. Elsősorban a desztináció távolsága és azzal összefüggésben a közlekedéseszköz-lehetőségek befolyásolják az alanyokat, abban az aspektusban, hogy mennyi időt tudnak vagy szeretnének a desztinációba való eljutásra szánni. Az is meghatározó lehet, hogy ott milyen hosszan szeretnének tartózkodni vagy mennyi szabadidejük áll rendelkezésre a teljes utazásra. Többeknél megjelenik az a motiváció, hogy az utazással töltött idő legyen arányaiban sokkal kisebb, mint az ott töltött idő. Az időtényezővel kapcsolatos válaszok többsége ugyanakkor nem a desztináció-, hanem a közlekedéseszköz-választáshoz kapcsolódott. Jelen fejezetben csak azon

idézetekkel támasztom alá a fentieket, amelyek az időtényező desztinációválasztásra ható befolyását mutatják.

Magyarországon élő magyarok

„A 2-3 óránál több repülőutat nem annyira szeretem, ezért szeretem jobban Európát.” (Mm02N50)

„Belföldön meg ami megközelíthető tömegközlekedéssel, tehát mondjuk ilyen 3 óra alatti időben.” (Mm13N26)

Magyarországon élő svédek

"Szóval sok múlik, hogy őszinte legyek, nyilván az időn." (MS02F49)

„Ha belföldön keresünk, akkor általában, egyrészt az idő fontos tényező, pl volt, hogy terveztük, hogy elmegyünk vonattal Bécsbe haverokkal, de végül időszükében csak belföldön mentünk el.” (Ms03N24)

Svédországban élő magyarok

„Szerintem inkább az idő meg a helyzet az, ami eldönti nekünk, hogy mi az, ami után vágyunk. Szerintem így lehet a legvalóságosabban megmagyarázni.” (Sm02N48)

„Szabadidős kirándulások tekintetében általában ez a döntő, hogy az ár és a gyorsaság, tehát az idő.” (Sm04F40)

Svédországban élő svédek

"Amit pár nap alatt meg tudunk oldani, mert nem akarunk túl messzire utazni." (Ss09N31)

A várható időjárás is szerepet játszik az utazási döntésekben, főként a meleg, napos desztinációkat preferálják a válaszadók, egy, Svédországban élő magyar kivételével, aki kifejezetten meleg helyre nem szeret utazni. Habár minden szegmensben megemlítette több válaszadó is ezt a szempontot, a Svédországban élő két szegmens alanyai között voltak csak olyanok, akik nemcsak magukkal kapcsolatban említették, de a svéd társadalomra vonatkozólag is általánosnak tartották ezt a döntési tényezőt. Az egyik svéd válaszadó Magyarországra szokott utazni, mert ott jobb az idő nyáron és tud strandolni.

Magyarországon élő magyarok

„Mostanában eddig úgy gondoltuk, hogy inkább melegebb éghajlatokra mennék.” (Mm03F21)

Magyarországon élő svédek

"Úgy értem, ha csak néhány hét áll rendelkezésre a nyaralásra, nem akarok kockáztatni (...)Tehát akkor nagyobb hangsúlyt fektetünk arra, hogy olyan országokba menjünk, ahol, ahol úgymond biztos napsütés van." (MS02F49)

Svédországban élő svédek

„Van olyan, hogy karácsonykor a három hétből egy az Spanyolország vagy valamilyen melegebb, igazából fényesebb.” (Sm03N42)

„Alaska is érdekes, de semmilyen meleg helyre. Én meleg helyre nem akarok menni. Gyűlölöm a meleget, úgyhogy csakis ilyen hűvösebb rész jöhet szóba. De sok helyre szeretnék elmenni.” (Sm12F35)

Svédországban élő svédek

„...én (Magyarországon - a szerk.) nagyon élveztem, hogy nincs ott az a hideg, (...) Spanyolországba vagy Görögországba, ahol kicsit kellemesebb az időjárás, mint Svédországban.” (Ss01N49)

"Szóval általánosságban azt mondanám, tudod, hogy a svéddek oda akarnak menni, ahol meleg és napos, és messze van." (Ss09N31)

„És általában, aki elutazik, az tényleg az időjárás miatt utazik” (Ss01N49)

Az utolsó két idézet arról tanúskodik, hogy a svédoknál kialakult az az igény, hogy a hidegből vagy a bizonytalan időjárásból a biztos meleg helyre utazzanak. Felvetődik, hogy ez tulajdonképpen egy társadalmi normaként, társadalmi gyakorlatként jelenik meg, amely a svédországi magyarokkal készült interjúkban is felsejlett. Míg egyikükre pozitív hatással volt mindez, a másik alany mostanra kritikusan szemléli ezt a beidegződést és nem tartja logikus gondolkodásnak.

Svédországban élő magyarok

„Először el akartunk menni életünkben, először januárban, mert a svéddek nagyon szeretnek ilyenkor január-február táján meleg helyre menni. Úgyhogy az egy olyan volt, hogy na jó, egyszer csináljunk mi is egy ilyet.” (Sm08N46)

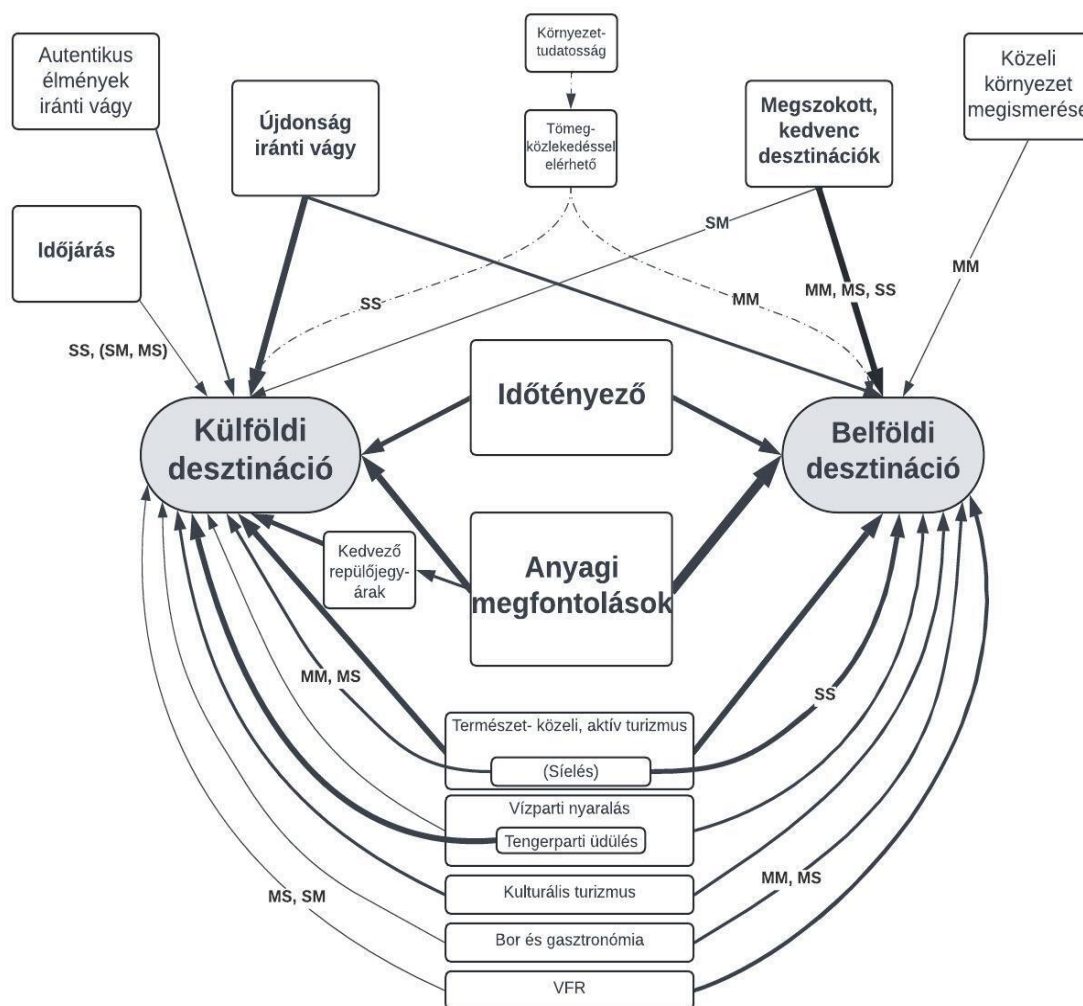
„Ez a svéd nyavalygás, ott az a 20 fok, nálunk 'hú, de rohadt meleg van', de fizetek 10 ezer koronát, hogy menjek Törökországba a 40 fokban. (...) Szörnyű, ez a tudod ez az embereknek a logikája. Szörnyű, szörnyű. Ciprusban 42 fokban, azon tökéletesen, akkor meg kérem tisztán a sört kirakni, meg a koktélt, azt lehet. De itt 25 fok, nem lehet megmaradni. Szörnyű.” (Sm14F50)

A desztinációválasztás legfontosabb tényezőit a 17. ábrán foglaltam össze.

Ez a „tulipán”-forma mutatja, hogy melyek a jellemzőbb (nagyobb betűmérettel írt) motivációk, melyek (kisebbséggel írt) a kevésbé, de mégis megjelenő szempontok. A nyilak vastagsága pedig jelzi, hogy az adott motiváció inkább a belföldi vagy a külföldi úti cél választást támogatja és mennyire, és ha a nyilakon szerepel valamely szegmens betűjele, akkor kiemelten azon szegmens tagjaira jellemző az adott motiváció megléte.

A környezettudatosság szabad asszociációként, az utazási beszámolókból történt említéséről részletesen azonban nem itt, hanem a 4.3.2. fejezetben esik szó. Habár meglátásom szerint a tudatosság magasabb szintjét képviselik azok, akik már a téma ismerete nélkül is szempontként említették, átfogó képet a környezettudatosság mint döntést befolyásoló tényező meglétéről vagy hiányáról, a rákérdezésre kapott válaszokkal egy fejezetben, mégis kiemelve kezelem ezeket.

17. ábra - A külföldi/belföldi desztinációválasztásra ható motivációk



Forrás: saját szerkesztés

4.1.2. Közlekedésszükséglet-választás

A külföldre történő utazás legjellemzőbb közlekedési eszköze a repülő. Azon válaszadók, akik szoktak külföldre utazni (minden szegmensben az alanyok döntő többsége, alig néhány válaszadó említette, hogy nem szokott vagy az elmúlt három évben nem utazott külföldre), szinte mindannyian tesznek repülő utazásokat (is). Az országváltó alanyok szinte mindannyian évente legalább egyszer hazautaznak, és ezek az utazások döntő többségben szintén repülővel valósulnak meg.

Az alanyok közül többen kérés nélkül is megindokolták választásukat, amely többnyire az időtényezővel volt kapcsolatos, hiszen légi közlekedéssel gyorsabban lehet eljutni távolabbi desztinációkba. Előkerült itt is a desztinációválasztásnál említett szempont, a

függőleges légitársaságok fontos szerepe, amely szempontból a svédországi svédok a kivétel, ők nem említették, hogy milyen légitársaságokat preferálnak. Néhány alany volt, aki a repülés ténye mellett jelezte azt is, hogy tisztában van azzal, hogy ez nem környezettudatos közlekedési mód, de erről a későbbiekben lesz szó.

Magyarországon élő magyarok

„Tehát általában repülővel szeretek menni mindenhova, és nem pedig vonat, vagy ilyesmi. Bár mondjuk Bécsbe nem fogok repülővel menni, de ami már egy kicsit messzebb van, oda inkább repülővel.” (Mm17F46)

„A repülőt azért preferálom, mert oké, hogy kint kell lenni két órával hamarabb, meg talán egy kis izé, kellemetlenség, ez a sorban állás, hogy leellenőrizzek mindent, de legalább ott csinálunk valamit, és maga a repülés az nem sok.” (Mm25F25)

Magyarországon élő svédok

"Kifejezetten a napsütés kell, és akkor általában ez nyilvánvalóan repüléssel jár;" (Ms02F49)

"De ha nyaralunk, akkor repülővel megyünk." (Ms03N24)

"Nincs sok lehetőségem. Muszaj repülővel utaznom." (Ms11F50)

Svédországban élő magyarok

"Stockholm Magyarorszáig fél út. Tehát ugye nekünk oda repülővel kell. És akkor ugye repülővel tovább Budapestre." (Sm01F50)

"Ha találtam valami kedvező árú repjegyet, vagy olyan célállomást, ami érdekes volt, akkor azt általában kihasználtam. Nem tudom, az utóbbi három-négy évben most hirtelen eszembe jut London, Barcelona." (Sm04F40)

"Egyébként sokat repültünk, repülünk, de autóval is nagyon sokat csináltunk autós túrákat, mint mondtam is." (Sm0640)

Belföldi utazásokra a magyarországi alanyok értelemszerűen nem vesznek igénybe repülőt, de a Svédországban élők, tekintettel az ország méretére, ritkán igen.

Svédországban élő svédok

„De például olyan már előfordult az utóbbi időkben egyszer vagy kétszer, hogy Göteborgból Stockholmba, vagy éppen Stockholmba repültem, ugyancsak függőlegessel, Ryanairrel gyorsabb és olcsóbb is volt, mint buszozni vagy vonatozni.” (Sm04F40)

Svédországban élő svédok

"Most februárban utazom, repülővel, mert a jegyek olcsóbbak és igen, gyorsabb." (SS11N30)

A másik kiemelt közlekedési eszköz az autó, amelyet mind a külföldi, mind a belföldi utazásokhoz az alanyok többsége igénybe vesz. Többségében saját gépjárművet használnak, de néhányan – a Magyarországon élő magyar szegmens fiataljai különösen – úti társakhoz csatlakoznak. Az autós közlekedés taglalásánál voltak, akik az alternatívához is viszonyították és megmagyarázták döntésüket. Ilyen szempont lehet a személyenként értendő ár és az idő vagy a kényelem, például sok csomag esetén a tömegközlekedés helyett választják az autót vagy ha négyen utaznak egy autóval, olcsóbban jönnek ki, mint repülővel. A háziállat is sokaknál szempont, a fenti, légiközlekedéshez kapcsolódó

idézeteknél is megjelenik. Mind a repülő, mind a tömegközlekedés ellenében az autó felé billen a mérleg, ha például egy kutya szállításáról is szó van.

A Magyarországon élő svédek közül többen megemlítették, hogy Magyarországról nagyon sok desztináció könnyen elérhető autóval és a desztinációban is tudják így használni azt, emiatt kényelmesebb és olcsóbb is az autós utazás.

Ez utóbbi szempont a svédországi magyarok közül többekben felmerült, például a hazautazás szempontjából is szeretik a rugalmasság miatt az autót választani és Magyarországról tovább is utaznak gyakorta.

Magyarországon élő magyarok

„Alapvetően hogyha kempingezni megyünk, akkor szoktunk mindig autóval menni, mert oda annyi cuccot visz el az ember, amit nagyon nehéz mozgatni. De az is szempont szokott lenni, hogy akkor az ötszemélyes autóban legalább négyen vagy öten ülünk, és akkor az is már egy kicsit gazdaságosabb mindenkinek a szempontjából.” (Mm04N22)

Magyarországon élő svédek

"Szóval nagyon kényelmes, hogy velünk van az autó. Talán nagyon praktikusak vagyunk, hogy 'rendben, szükségünk van az autóra a desztinációban, így aztán autóval megyünk, és a kutyával is az a kényelmes." (MS01N52)

"És mivel Európa közepén vagyunk, nagyon könnyű csak beülni az autóba, és elmenni valahová." (MS07N57)

Svédországban élő magyarok

„Olaszországba nem repülővel mentünk, hanem a kocsival, és akkor a kocsit ott volt velünk, és ha az ember éppen nem ment sehova, akkor az ott állt a parkolóban. De ha meg kirándulni akart menni, akkor meg azzal az autóval, amit innen levittünk”. (Sm10N67)

„beültünk a kocsiba, és annyi terv volt, hogy akkor ki Svédországból, és akkor majd eldöntjük, hogy hova megyünk.” (Sm16F49)

Svédországban élő svédek

"De azt mondanám, hogy repülővel, ha csak nem valamelyik szomszédos országról, például Dániáról van szó. Oda tudok menni autóval." (Ss02F27)

A tömegközlekedést (buszt, vonatot) a szabadidős utazásaikhoz jellemzően belföldön szeretnek igénybe venni a válaszadók. Nagy távokra kevesen vállalkoznak, de néhányan tettek már több külföldi országot is felölelő vonatos körtúrát. A tervek között többeknél szerepel, hogy vonattal induljanak neki külföldi desztinációknak is, a belföldiek mellett. A belföldi tömegközlekedés használata a magyarországi magyar alanyok közül jellemzőbb a fiatalokra, de néhány Y- és X-generációs alanyánál is felmerül.

Magyarországon élő magyarok

„Belföldön pedig a vonatközlekedést azt nagyon szeretjük, ameddig nem volt a társaságban több embernek is jogosítványa, akkor inkább a vonatot részesítettük előnyben, utána már azért autóval is elkezdtünk járni.” (Mm03F21)

„Mentem már éjszakai vonattal, amikor ilyen Európa tripet csináltunk, ilyen vonatbérleteset.” (Mm07N26)

„Fonyódra mindig vonattal megyünk. Az esetek 90 százalékában vonattal megyünk. Nincs értelme annyit autózni, mert mindig bedugul valami. - Kényelmesebb a vonat, meg ha tudom, hogy ott vagyok két óra vagy két és fél óra alatt, ha én nem autóval, vagy ott vagyok, vagy nem. (...) Most nagyon szeretném elvinni külföldre a gyerekeket, és mindenáron olyat keresek, ahova el lehet menni vonattal például. Ez most nagyon be van nekem akadva. És nem feltétlenül csak azért, mert én most annyira környezettudatos vagyok, hanem egyszerűen látni azt, hogy ezt másként is lehet.” (Mm18N48)

A Magyarországon élő svéd alanyok is utaznak Magyarországon belül és közelebbi külföldi úti célokba is vasúti közlekedés igénybevételével. Egy alanyról a vonattal utazás kifejezetten „koncepció”, a többen inkább úti cél függvénye. Ha van lehetőség becsatlakozni „rokonság” autójába, akkor azt választják.

Magyarországon élő svédek

„Általában vonattal utazom, de elmentem Ljubljanába, onnan Triesztbe és onnan Provence-ba. És ott maradtam, úgy értem rövidebb megállókat tettem Triesztben és Velencében, majd fel Carpentras-ba Franciaországban, Dél-Franciaországban, majd onnan Svédországba (...) Szívesebben utazom vonattal. Úgy értem, több okból is... de néha nem megoldható a vonat.” (MS04F51)

„Vonattal. De ha együtt utazunk le, pl a párom szüleivel, akkor hozzájuk az autóba csatlakozunk, ha külön, akkor vonattal szoktunk.” (Ms03N24)

A Svédországban élőkre kevésbé jellemző, hogy tömegközlekedést vesznek igénybe. A Svédországban élő magyar szegmensben néhány alany utazott külföldre is vonattal, egy alany említette, hogy a gyerekeik születése előtt hazavonatoztak Magyarországra, egy pedig, hogy vonattal mentek Németországba és ott néhány nap eltöltését követően hazarepültek. A Svédországban élő svéd szegmensben egy 62 éves nő, akinek a környezettudatosság az egyik vezérlőelve, vonattal jár külföldre, főként Svájcba, évente egy-két alkalommal, egy Z-generációs fiú pedig csak az ára miatt választotta egyszer a buszközlekedést. Belföldön szoktak utazni mindkét szegmensben tömegközlekedéssel, a svédek rokonlátogatóba, a kinti magyarok pedig – ha nem is ez a jellemző – időnként kirándulni is.

Svédországban élő magyarok

„és nagyon szeretnék vonattal is menni majd Magyarországra. (...) nagyon jó élmény volt. Nekünk felnőtteknek, hát azért mondjuk két-háromszorosa a repülő árnak, de valószínűleg a közeljövőben szeretnék egy ilyen útra is majd elmenni (...). Akkor, amikor Linköpingben laktunk, akkor átmentünk Nyköpingbe a hétvégére, ott is vonattal meg busszal mentünk.” (Sm05N49)

„Fölmentem az ország északi részére, egy hétvégére bőven a sarkkör fölé, csak mert májusban havat akartam látni. Akkor mondjuk vonattal mentem. Az is egy kaland”. (Sm04F40)

Svédországban élő svédek

„Tehát évente egyszer vagy kétszer megyek Svájcba, attól függően, hogy mit engedhetek meg magamnak, és mit tudok időarányosan kezelni, mert szeretek vonattal utazni, és akkor már el akarok ott időzni (...), ezt választom, mert nagyon szeretem a vonattal utazást.” (Ss07N62)

„Január elején néhány barátommal busszal mentem a dániai Koppenhágába. (...) Ez volt a legolcsóbb. Nincs mindenkinek jogosítványa. Szóval néha vonat és busz.” (SS12F20)

A közlekedés infrastrukturális adottságai nagyon fontos szempontot jelentenek a válaszadók számára a közlekedéseszköz-választásban, ezért fontosnak tartom erről külön is szólni. A tömegközlekedés adottságai – nem meglepő módon – nagyban meghatározzák az igénybevételi szándékot, ugyanakkor érdekes mintázatok figyelhetők meg annak percepciójával és értékelésével kapcsolatban. Ahogyan egy magyarországi svéd alany összefoglalta:

Magyarországon élő svédek

„Hát. Mondanám, hogy a svédek nagyon büszkék rá, nem működik, a magyarok nagyon szidják, itt jobban működik. Ez a gyors összefoglaló. Itt a technika, a technika, az infrastruktúra talán kicsit gyengébb, mint Svédországban, nem is talán, hanem gyengébb, de azért mégis valahogy jobban működik.” (Ms10F60)

Nagyon jellemző volt mindhárom olyan csoportban, amelyik kötődik Svédországhoz, az a vélemény, hogy a svédországi tömegközlekedés nem jól működik. Néhány kivételtől eltekintve, azok, akik véleményt nyilvánítottak a témában (erről külön kérdés nem volt), megbízhatatlanságról, késésekről számoltak be a vasút vonatkozásában, amely sok esetben meggátolja őket abban, hogy az autó vagy a repülő helyett azt válasszák.

A Svédországban élő alanyok mindkét szegmensben hasonló negatívumokat fogalmaztak meg, és ezek a problémák az időtényezővel, a kiszámíthatatlansággal voltak összefüggésben. Akik esetleg pozitívan nyilatkoztak a tömegközlekedési lehetőségekről, azok is kiemelték, hogy ez csak az ország déli részére igaz, északon nagyon hiányos a tömegközlekedési hálózat.

Svédországban élő magyarok

„Nagyon sokat késnek a svéd vonatok sajnos, és ez egy programos stresszforrás. De igen, sajnos. (...) mindig azt hiszik, hogy Svédországban minden minden olyan szuper, de sajnos itt is előfordulnak ilyen dolgok.” (Sm05N49)

„Elérhető, de hogy hogy és mikor ér oda velem az ember, azt nem lehet tudni. (...) Azt nem lehet kibírni, ha a vonatok késnek, valaki lefekszik a sínre, áramhiba van, kimaradás, késés, cím nélkül.” (Sm10N67)

„(...) húzunk egy vonalat, a fölötte lévő részen lakik egymillió ember, lent meg tíz. A fölötte lévő rész közlekedése az valami borzasztó.” (Sm16F49)

Svédországban élő svédek

"Sokan felismerik ezt, és egyetértés van abban, hogy a vonatok egyszerűen nem elég jók ahhoz, hogy jó alternatíva legyen. Szörnyen drágák és nem megbízhatóak." (SS05F31)

"Ha kijebb mész egy kicsit vidékre, még rosszabb." (Ss07N62)

"Tudja, Svédországban például szívesen vonatoznék. De sokkal drágább, mint egy repülőjegy, és hosszabb időt vesz igénybe, és késhet, így nem igazán életképes lehetőség, mert az idő fontos, csakúgy, mint a pénz." (SS11N30)

Pozitív véleményt nagyon kevesen fogalmaztak meg, de egy-két alanynál az is előfordult, ahogyan egy korábban idézett interjúrészletben olvashattuk a vonatközlekedésről egy

Svédországban élő magyar alanytól:

Svédországban élő magyarok

„Így jók a vonatok, tiszták, a személyvonat 160-nal megy, nincsen tüütüti.” (Sm03N42)

A magyarországi vasúti közlekedést ezzel szemben többen ítélték meg jónak, mint rossznak, különösen az itt élő svédek, és többen összehasonlították a Svédországban tapasztaltakkal. A Magyarországon élő svéd szegmensben többen említették, hogy habár tisztaság és kényelem szempontjából a vonatközlekedés nem tökéletes Magyarországon, jellemzően mégis sok hazai úti célt el lehet érni a segítségével. Ugyanakkor azt is felhozták néhányan, hogy változó a minőség bizonyos vasútvonalakat összehasonlítva. Egy Svédországban élő svéd alany – aki Magyarországra jár nyaralni barátaihoz, akik magyarországi utazásai bázisát jelentik számára – szintén ezen a véleményen van.

Magyarországon élő svédek

"Általában a vonatok fantasztikusak. De most felújításokat végeznek a Győr-Budapest útvonalon, úgyhogy most sok a késés, de általában fantasztikus, és szeretek vonattal menni Budapestre." (MS01N52)

"Szóval úgy gondoltuk, hogy a vonaton való utazás elég rugalmas. Meglehetősen olcsó is, és sokkal jobb, mint beülni egy autóba, kockáztatva, hogy dugóban állsz satöbbi." (MS02F49)

Svédországban élő svédek

„Szerintem nagyon jó egyébként, sokkal jobb, mint például a svéd vonatok. Én azt mondanám, hogy a svéd vonatok talán kicsit szebbek, de soha nem lehet tudni, hogy jön-e egyáltalán a vonat Svédországban. Úgyhogy ez egyébként egy nagyon jó tapasztalat Magyarországon, hogy nekem mindig sikerült odamenni, ahova terveztem, ráadásul időben is.” (Ss01N49)

A magyarországi tömegközlekedési helyzetről az ellenkező vélemény is megjelent, leginkább a Magyarországon élő magyarok szegmensében. Közülük ugyanis néhányan kifejezetten elégedetlenek a hazai tömegközlekedéssel és a Svédországban élő magyarok között is voltak, akik ennek a véleménynek adtak hangot. A Magyarországon élő svéd szegmens tagjai között egyetlen markáns negatív vélemény fogalmazódott csak meg.

Magyarországon élő magyarok

„hogy még mindig jobban megéri autóval menni, mert drága és megbízhatatlan mondjuk a vasút” (Mm09N26)

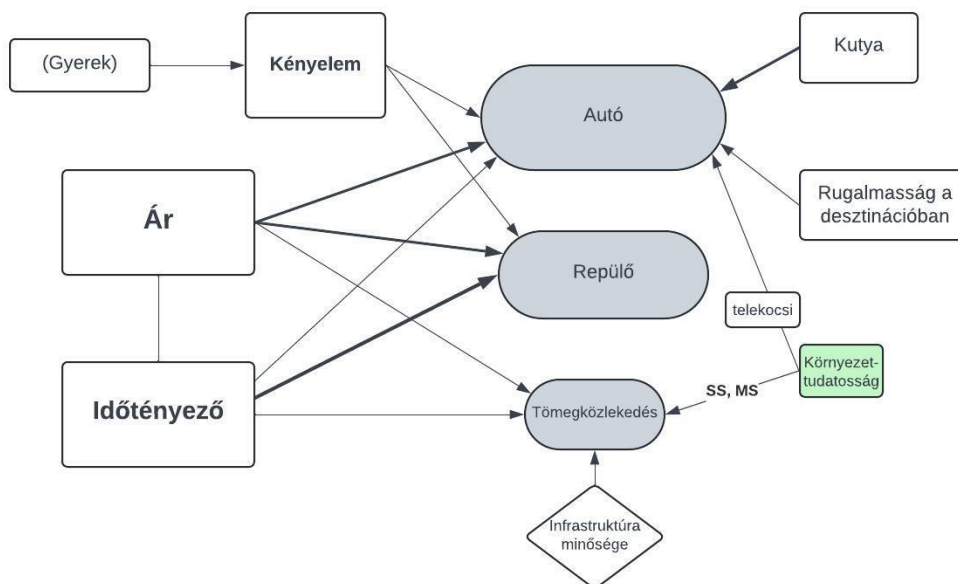
Svédországban élő magyarok

„Nincs értelmes tömegközlekedési alternatíva Magyarországon, hogyha nem Budapesten vagy nagyvárosokban laksz szerintem.” (Sm03N42)

A közlekedéseszköz-választásra ható legfontosabb tényezőket a 18. ábra foglalja össze. Láthatjuk, hogy a környezettudatosság megjelenik a motivációk között, azonban sokkal kisebb jelentőséggel, mint az idő, az ár vagy a kényelem, még a háziállat szállításnak szempontjai is megelőzik. A szegmensek ezúttal az infrastrukturális vonatkozások

értékelésében tértek el, illetve a környezettudatosság tekintetében is, amit jelöltem, de kifejteni a 4.3. fejezetben fogom.

18. ábra - A közlekedésköz-választás szempontjai



Forrás: saját szerkesztés

4.1.3. Demográfiai eltérések az utazási szokásokban

Azokon a szempontokon kívül, amelyeknél jeleztem, hogy mely generációkra volt jellemzőbb, alapvetően az életkor vagy a nem tekintetében a fent leírtak nem mutattak nagy eltéréseket. Egy-egy ritkábban említett motiváció esetében nem lehetséges a vizsgálat az alacsony/hiányzó elemszám miatt.

Ugyanakkor szembetűnő különbség volt a családostok – különösen a kisgyerekesek – és az egyedül vagy párjukkal utazók között, amikor a döntési szempontokat – akár az úti cél, akár a közlekedési eszköz választásakor – ismertették. A gyerekekkel történő utazások (különösen kisebb gyerekek esetén) tervezésekor fontos szempont a kényelem és ez minden szegmensben észrevehető volt. Sok gyerekes válaszadó utazik a gyerekeivel is, de előfordultak olyanok, akik másképpen tervezik ezeket az utazásokat, mint amikor ketten voltak. Ilyen például a belföldi vagy a közelebbi úti cél választása gyerekekkel, a desztinációban a gyerekprogramok megléte és minősége, a szálláshely gyerekbarát volta, a szervezett utazások választása a saját szervezésűek helyett, illetve az autó preferálása a sok csomag miatt.

Magyarországon élő magyarok

„de javarészt ilyen belföldi utazás, és mivelhogy így kisgyerekes apuka vagyok, tehát általában ilyen komfortra megyünk rá és ilyen szállodákat választunk, ahol vannak ilyen szolgáltatások, és ezt nagyon-nagyon szereti a család, a gyerekek, (...) feleségem boldog, nem kell a reggeli készítésével foglalkozni, hanem ott a szálloda.” (Mm06F44)

„Vagy most például Tenerifen egy autót bérelt a fiam, hogy így végig tudjunk menni gyerekekkel a partszakaszon, szóval ez gyerekekkel egyszerűbb, hogyha autót bérlünk.” (Mm05N56)

Magyarországon élő svédek

„Igen, tehát Magyarország általában az volt, úgy értem, amikor a gyerekek kisebbek voltak, akkor nyáron nyilván sokat jártunk a Balatonra.” (MS02F49)

„Most született egyébként, nekem van három lányom, volt feleségemtől, és most az új feleségemtől most született egy kisfiúnk, úgyhogy most egy kicsit le voltunk korlátozva, ezért is csak ilyen napi, vagy ilyen kisebb túrákra, vagy kisebb utakra mentünk.” (Ms08F50)

Svédországban élő magyarok

„Kicsi séta, kicsi természetnézés, kicsi séta a városban a gyerekekkel, ami program. Mindenhol vannak játszótérek itt Svédországban, ahogy tapasztaltam, illetve nyáron a fürdőhelyek, a fiam imádja a vizet, úgyhogy nagyon sok fürdőhelyet próbálunk megnézni, amennyit a környéken el tudunk térni.” (Sm11F37)

Svédországban élő svédek

Ezért mentünk Mallorcára és Görögországba, és most Gran Canariara. Mindezek az utak csomagban voltak. (...) Ez a legkényelmesebb mód, ha családdal utazol.” (Ss05F31)

Erre a különbségre még az egyedülálló alany is utalt, aki sok kényelmetlenséget bevállal az elérhető árú utazás kedvéért jelenleg.

Svédországban élő svédek

„Nyilván családdal nem biztos, hogy ezt az utat választanám. Ez nyilván partnerfüggő is, hogy a család többi tagjától is függ. Nem tudom, hogy én lennék-e az a típus, aki egy ilyen lakóbuszban hetekig vagy hónapokig elvan. Ezt nem tudom. Nyilván ezért mondom, hogy ez partnerfüggő is. De például ilyen reptéren ott alvós kalandokat családdal, gyerekekkel már nyilván nem csinálna meg az ember. Gondolom én.” (Sm04F40)

4.2. A fenntarthatóság, illetve környezettudatosság és az utazás kapcsolatának értelmezése

A fenntarthatóság és környezettudatosság témakörök az interjúknak csak azon a pontján kerültek beemelésre kérdés formájában, amikor az utazási szokásokról, motivációikról, a desztinációválasztást és közlekedési eszközzel kapcsolatos döntést befolyásoló tényezőkről már beszéltek a válaszadók. Habár kevés válaszadóra volt jellemző, mégis fontos eredmény, hogy voltak, akik már az utazásokkal foglalkozó általános blokkban is kitértek a környezettudatossági szempontokra. A többség viszont csak az erre vonatkozó kérdést követően fejtette ki véleményét a fenntarthatóságról, a környezettudatosságról és a környezettudatos utazásról.

Fontos szem előtt tartani, hogy a következtetések levonásához az alanyok értelmezéseinek, attitűdjeinek, valamint a hétköznapi és az utazások során tanúsított környezettudatos gyakorlatainak vizsgálata szükséges, és annak feltárása is fontos, hogy ők hogyan látják a környezetükben őket és a társadalmakat, amelyben élnek.

A környezettudatossággal kapcsolatos kérdések kétszer két nagy témakategóriába sorolhatók. Az egyik a jelentéstartalmak vizsgálata: kutatásom szempontjából a lényegi kérdés, hogy mit jelent a válaszadók számára a környezettudatosság az utazások kontextusában. Ehhez azonban igyekeztem keretbe helyezni a témát, s a fenntarthatóság és környezettudatosság hétköznapi jelentéstartalmát is vizsgáltam.

A másik kategória a személyes viselkedésmintákról, az egyes, személyesen megvalósított gyakorlatokról történő beszámolók és azok értékelése a válaszadók által, amelyet szintén általánosságban és az utazások vonatkozásában is megkérdeztem a válaszadóktól, ezzel majd a következő, 4.3. fejezet foglalkozik.

A két témában adott válaszok ugyanakkor nagyon gyakran összemosódtak és az elemzés során ez némiképp nehézséget okozott. A válaszadók gyakorta a jelentéstartalmak esetében is a saját viselkedésükből hoztak példákat, ugyanakkor időnként vissza-visszatértek arra, hogy milyen tevékenységek esetében milyen megoldási javaslatokat ismernek arra vonatkozóan, hogy mindennapjaik vagy utazásaik környezettudatosabbak legyenek, függetlenül attól, hogy végrehajtják-e ezeket vagy sem.

A fenntarthatóságról szóló kérdés általánosságban hivatott átvezetni az interjúk során az utazásokról a környezettudatos utazások témakörére. Az ezzel kapcsolatos véleményeknek csak a téma szempontjából fontos aspektusát elemzem. Az alanyok számára a fenntarthatóság szinte minden esetben környezeti fenntarthatóságot jelent, elsősorban az emberek által termelt negatív hatások csökkentését, minimalizálását értik alatta a válaszadók. Nem okozni nagy kárt, nem tenni rosszat a környezetnek, nem hagyni túl nagy ökolábnyomot – ezek a fogalmak, kifejezések voltak a leggyakoribb asszociációk minden szegmensben. És többnyire nagyon hasonló gondolataik voltak a válaszadóknak a környezettudatosság vonatkozásában is.

Magyarországon élő magyarok

„Az, hogy próbálunk az életünket olyan formában élni, hogy a lehető legkevesebb kárt okozunk a közvetlen és közvetett környezetünkben.” (Mm04N22)

Magyarországon élő svéddek

"A fenntarthatóság számomra azt jelenti, hogy amit csinálsz, annak nem lehet negatív hatása a környezetre, ilyesmi." (MS05F46)

Svédországban élő magyarok

„Szerintem, tehát ugye, hogy a mindennapi életünk során vagy cselekedeteink során lehetőleg minél kevesebb környezeti kárt okozunk. Nagyjából ennyit.” (Sm04F40)

Svédországban élő svéddek

„Általában azt mondanám, hogy amikor döntéseket hozol, megpróbálsz figyelni a döntéseid következményeit, és megpróbálsz úgy látni, hosszú távon, például azt, hogy milyen hatása lesz ennek a döntésnek az elkövetkező években, és megpróbálsz megváltoztatni talán a cselekvésmódodat, hogy a lehető legkisebb negatív hatása legyen.” (SS09N31)

A Magyarországon élő svéd szegmens válaszádnál az általános magyarázatok mellett voltak önreflexiót tartalmazó válaszok is, főként azoknál, akik számukra fontos kérdésként tekintenek a fenntarthatóságra, és ezen válaszok az utazási szokásokra, fenntartható utazási, közlekedési gyakorlatokra is vonatkoztak.

Magyarországon élő svéddek

„Ezért eszem lencsét, miközben beszélünk, néhány hónapja építettem a saját komposztomat. Igyekszem elkerülni minden műanyagot. Magam természetek néhány dolgot a kertemben és én, szóval ezt mondtam neked az elején. Ez is az egyik ok. Félek a repüléstől. Nem szeretek repülni. Szerintem nagyon kényelmetlen, de a fenntarthatóság a fő oka annak, hogy elkerülöm. Tudod, mondom, megyek Svédországba, azt mondják, ó, repülsz? Nem, nem repülök, ó, nem drágább így? De, drágább. Akkor miért csinálod? És akkor el kell kezdenem magyarázni. Szóval igen, a fenntarthatóság.” (MS04F51)

„Így elsősre az, hogy megpróbáljak nem annyira repülővel, vagy például, amikor lehet, ahogy mondtuk, hogy nem autóval, hanem vonattal jönni-menni, így hogyha országon belül. (...) Nekem ez az első gondolatom evvel.” (Ms03N24)

A Svédországban élő magyarok szegmensében a sok fent említett mintázatú válasz mellett megjelent már itt, a fenntarthatósági értelmezéseknél is a lelkiismeretfurdalás, a szégyenérzet egyes cselekedetekkel kapcsolatban, illetve akár konkrét tervek egy későbbi viselkedésváltoztatásra vonatkozólag, három alanynál is.

Svédországban élő magyarok

„Megpróbálunk azon kívül, hogy utazunk, és már kezdem néha rosszul érezni magamat a repülésnek a kibocsátásától, vagy ha komppal megyünk attól is, de így próbálunk odafigyelni rá, hogy minél kisebb mértékben hassunk a környezetre.” (Sm03N42)

„A mindennapi életben a fenntarthatóság: rendkívül fontosnak tartom, úgyhogy emiatt marcangolom is egy kicsit magam, hogy nem teszek érte igazából az alaprendszeren kívül semmit.” (Sm11F37)

A legváltozatosabb válaszstruktúrát a Svédországban élő svéddeknel fedeztem fel. Ahogyan fent olvashattuk, közülük is sokan koncentráltak a negatív hatásokra és azok minimalizálására, de néhányan az egyéni viselkedésük leírásával reflektáltak a fenntarthatóságra és volt, aki ezzel szemben a rendszerszintű változtatások szükségességét hangsúlyozta.

Svédországban élő svéddek

„Tehát ha a fenntarthatóságról hallok, azt hiszem, az első gondolatom valójában az, hogy a vállalatok beszélnek a fenntarthatóságról. Ez az egész - a vállalatok, amelyek megpróbálnak zöldebbé válni, és

képesek tanúsítványokat kitenni az irodai lobbijukban arról, hogy kompenzálják CO2-kibocsátásukat, és hasonlók. Ez az első gondolatom, aztán meghallom a feleségem testvérét, aki a fenntarthatósággal foglalkozik építkezéseken, például az épületekről, hogy fenntarthatónak kell lenniük." (Ss05F31)

A saját viselkedés leírásával is többen reagáltak a kérdésre, és végletes válaszok is érkeztek ebben a szegmensben, ahogy az idézetek mutatják. Míg az első válaszadónál a környezetvédelmi és etikai szempontok meghatározóak az utazási döntéseknél, s van egyfajta szégyenérzet az eddigi utazással kapcsolatos hatásokkal kapcsolatban, addig az utolsónál némiképp frusztrációt éreztem a kérdés hallatán, mintha a válaszadó azt érezné, tudja mit „kellene” válaszolnia, de ennek az elvárásnak nem szeretne megfelelni, ezért rövidebbre zárja a kérdést.

Svédországban élő svédok

"A fenntarthatóság számomra azt jelenti, hogy ez az egyik oka annak, hogy nem látogatok már meg az unokatestvéreimet Ausztráliában, hogy nem fogom újra meglátogatni a barátaimat St. Luciában, mert túl sokat repültem. Túl sokat csináltam. A fenntarthatóság azt jelenti, hogy nem szabad többet használnunk, mint amennyit hagyunk. Nem szabad több energiát vagy természeti erőforrást elvinnünk, mint amennyit minden szinten vissza tudunk adni, ami nagyon nehéz. Néha tényleg azt gondolom, hogy a legjobb, amit a jövőért tehetek, ha abbahagyom a létezést, mert bármit is teszek, annak ára van."(Ss07N62)

"Nem hoztam olyan nagy döntéseket, mint hogy nem repülök és hasonlók, mert egoista vagyok és szeretek utazni, és azt hiszem, ez fontosabb számomra. Ez az egyszerű válaszom."(Ss03N45)

A következő kérdésben arra is rákérdeztem, hogy a környezettudatosság mit jelent az alanyok számára. Kíváncsi voltam arra, hogy a két fogalom jelentése eltérő-e a válaszadók gondolkodásában és ha igen, miben látják a különbséget. Éppen úgy, ahogyan a fenntarthatóság vonatkozásában, a környezettudatosság esetén is a leggyakrabban említett „definíciószerű” válasz a káros hatásokkal, azok minimalizálásával volt kapcsolatos.

Magyarországon élő magyarok

„Hogy úgy éljünk, hogy tisztában vagyunk vele, hogy milyen hatása van a tevékenységünknek a környezetünkre. Végül is ennyi. És akkor ahhoz kapcsolódóan próbálunk mindent úgy csinálni, hogy a legjobb hatása legyen, illetve a legkisebb kárt okozza.” (Mm16N63)

Magyarországon élő svédok

"Ez azt jelenti, hogy megpróbálok úgy élni az életemet, hogy ne legyen negatív hatással a környezetre." (MS05F46)

Svédországban élő svédok

"Tudatában lenni annak, hogy annak, ahogyan élünk, olyan következményei vannak, amelyeket talán nem látunk közvetlenül. (...) Úgy értem, nagyon bonyolult hálózatok teszik lehetővé minden modern világ működését, és hogy tudatában legyünk ezeknek, és lássuk, hogyan befolyásoljuk a környezetünket mind a saját szomszédságunkban, mind távolabb, azt hiszem." (SS10N47)

A Magyarországon és a Svédországban élő svéd megkérdezettek esetében kifejezetten gyakori volt, hogy a fenntarthatóság értelmezése után az alanyok úgy nyilatkoztak, hogy a

környezettudatosság tulajdonképpen az, hogy tudatosak legyünk („be aware”) a fenntarthatóságot mint szempontot, illetve a cselekedeteink hatását illetően.

Svédországban élő svédek

"Például tudatában vagy annak, hogy mit csinálsz, és ez hogyan befolyásolja a környezetet nagyobb léptékben, mintha ok, egy ember nem olyan szuper nagy, de ha a természetben lévő dolgokra összpontosítasz, ha autót használasz, mindent, amit csinálsz, az valamilyen módon befolyásolja a természetet. Ilyesmi." (Ss02F27)

Mind a Magyarországon, mind a Svédországban élő magyarok között többen is voltak olyan alanyok, akik számára a fenntarthatóság kissé megfoghatatlan volt, és ezért már a fenntarthatóságra vonatkozó kérdésnél a környezettudatosságra asszociáltak. Illetve néhányan megfogalmazták, hogy a két fogalmat nem feltétlenül tudják megkülönböztetni. A Svédországban felnőtt válaszadók között egyetlen olyan válaszadó, egy magyar anyanyelvű fiatal nő volt, akinek a két fogalom hasonlót jelent.

Magyarországon élő magyarok

„Hát lehet, hogy eddig nekem ez a kettő nagyon ötvözte egymást, a fenntarthatósági és környezettudatosságnak a kifejezése. Hát, igen. Hasonlóképpen tudnám jellemezni a kettő kifejezést.” (Mm03F21)

További érdekesség, hogy a Magyarországon élő magyarok körében érintett két alanyt is negatívan érintett, „kellemetlen feladatként” élték meg, amikor a fenntarthatóságról vagy a környezettudatosságról szóló kérdést kaptak.

Magyarországon élő magyarok

„Definiálnom kell? (Kérdés: Hát, hogy számodra mit jelent?) Környezettudatos. Valaki olyan személy, aki... Fú, ez most komoly?” (Mm07N26)

A környezettudatosság személyes értelmezésével kapcsolatban gyakori választípus még az egyes gyakorlatok megfogalmazása volt, még mielőtt ezekre rákérdeztem volna. A saját „jógyakorlatok” között éppúgy megjelentek hétköznapi cselekedetek, mint az utazással összefüggő viselkedésminták. Előbbiek közül a hulladékkezelést említették leggyakrabban, mind a négy szegmensben volt rá példa.

Magyarországon élő magyarok

„A környezettudatosságot? Hát az könnyebb, az, hogy ha jól odafigyel az ember, hogy minél kevesebb szemetet gyártson, meg hogy a szelektíven, tehát hogy amennyire lehet, azt, ami újra felhasználható, azt úgy dobja ki, meg fölöslegesen ne termeljen szemetet.” (Mm17F46)

Svédországban élő svédek

"Igen, arra gondolok, hogy itt Svédországban, nem tudom, tudod-e, de nagyon nagyok vagyunk a szemét szelektálásban." (Ss05F31)

A legjellemzőbb asszociáció a közlekedésköz-választás és a környezettudatosság kapcsolatának taglalása volt, akár saját gyakorlatként, akár az alanyok viselkedésétől

független összefüggésként. Bizonyára ebben van szerepe annak, hogy az alanyok ezen kérdés előtt az utazási szokásaikról számoltak be, habár a hétköznapi közlekedéssel és a szabadidős utazással kapcsolatban éppúgy előkerült. Minden szegmensben több alanynál is megfigyelhető volt ez a jelentéstársítás, de leginkább a Svédországban élő svédekre volt jellemző. A közlekedésieszköz-választás vonatkozásában a Magyarországon élő magyar szegmensben az autózás kerülésének említése volt jellemző, a repülés mint nem környezettudatos választás is inkább a Svédországhoz köthető három szegmensnél merült fel.

Magyarországon élő magyarok

„Általánosságban nekem ilyen környezetvédelmi tudatosságot jelent. Mondjuk adott esetben az utazásnál az ember inkább azt mondja, hogy olyan közlekedési formával megy, ami kevésbé károsítja a környezetet.” (Mm20F35)

Magyarországon élő svéddek

" értem, a légi közlekedés, a légiközlekedési ágazat nem a leginkább környezetbarát. Tehát ebben az összefüggésben vonatot vagy valami környezetbarátabb dolgot kell használni az utazáshoz." (MS05F46)

Svédországban élő magyarok

„Az utóbbi időben elkezdett foglalkoztatni az a gondolat, de még mindig nem döntő szempont, hogy környezetkímélőbb módon utazzak.” (Sm04F40)

Svédországban élő svéddek

"De amikor az utazás a téma, akkor azt hiszem, már régóta arról van szó, hogy ne repüljünk annyit, mert a repülés káros a környezetre. Szóval igen, ezzel tisztában vagyok." (SS05F31)

"Nos, tudatos vagyok, de akkor is ez az, tudod, hogy mit kell tenni, de aztán az élet közbejön, így néha olyan dolgokat csinálsz, amelyek egyébként sem környezetbarátak. De természetesen, mint mindenki más, én is megpróbálom például a megfelelő élelmiszert vásárolni vagy környezetbarát módon utazni, és így tovább, és így tovább." (SS10N47)

Azért tartom fontosnak ezeket az első asszociációkat megismerni, mert információhoz juthatok belőle, hogy a válaszadók gondolkodásában mennyire jelen lévő, fontos fogalmak ezek és milyen jelentéseket társítanak hozzájuk. Habár a válaszadókat már terelte némiképp az utazás témaköre és sokan egyből össze is kapcsolták azzal, kaptunk egy képet arról, hogy akármelyik szegmensről van szó, mindenképp a környezeti fenntarthatóság aspektusai dominálnak, sokaknak a két fogalom jelentése is megegyezik.

Fontos eredmény, hogy maga a fenntarthatóság fogalom már teljesen közismert a válaszadók számára. Összesen hárman mondták a Svédországban élő magyar szegmensben (velük magyarul beszélgettem), hogy nem tudják, mi az a fenntarthatóság és egy svédországi svéd nyilatkozott még úgy (vele angol nyelven folyt az interjú), hogy az angol 'sustainability' terminust nem ismeri. Viszont ezek az alanyok is mind tisztában

voltak a környezettudatosság, illetve angol megfelelőinek jelentésével. A svédországi magyar alanyok, akik nem ismerték a magyar fenntarthatóság szót, mindhárman több mint 12 éve kint élnek, amely szintén lehet oka ennek a „hiányosságnak”.

Mindazonáltal úgy tűnik, hogy amikor a fenntarthatóságról hallanak az alanyok, akkor saját viselkedésüket környezeti szempontból fogják értékelni.

Az utazás és a környezettudatosság kapcsolatának értelmezéseivel kapcsolatban nagyon határozottan rajzolódott ki az a kép, hogy a válaszadók tisztában vannak a közlekedés súlyával a turizmus ökolábnymában, ezért jellemzően ezzel kapcsolatos válaszok érkeztek mind a négy szegmensben.

A legszélsőségesebb értelmezéseket, amely szerint a környezettudatos utazás a „nem utazás”, többen is megfogalmazták, főként magyar fiatalok. Volt, aki egyből összekötötte a saját viselkedésének ismertetésével, és rávilágított, hogy hiába tudja, mi fenntartható, nem akar úgy viselkedni, mert más szempontok fontosabbak. Ez a Magyarországon élő magyar szegmensben fiatal és ötvenes éveiben járó válaszadó esetén egyaránt megjelent.

Magyarországon élő magyarok

„A legkörnyezettudatosabb az lenne, ha nem is utaznék, de szeretnék. (...) De általában az éttermek sem fenntarthatóak. Tehát mondjuk akkor lehetne ez egy áldozat, hogy kikeresem azt, hogy adott helyen, ahova mentem, hol van az az étterem, ami fenntarthatóan dolgozik, de mégis a helyi specialitásokat mutatja be. De ilyet nem fogok, hanem abba megyek, ami tetszik.” (Mm09N26)

„Hát azt tudom, hogy a repülő az nem annyira, de nyilván, ha az ember szeretne eljutni messzi vidékekre, akkor repülővel kell menni.” (Mm16N63)

Az utazás és környezettudatosság kapcsolatának értelmezései közül legjellemzőbb a közlekedési eszközök megválasztásának fontosságára vonatkozott. A repülés kerülése vagy minimalizálása és az autóval történő utazás csökkentése volt a fókuszban. Minden szegmensben a válaszadók többsége említést tett arról, hogy a repülés kifejezetten káros a környezetre és néhányan a tömegközlekedési alternatívákat említették ellenpólusként.

Magyarországon élő magyarok

„hogyha van jobb alternatíva, mint mondjuk a repülés, akkor válasszuk azt!” (Mm09N26)

Magyarországon élő svédok

„Úgy értem, általában nem kellene annyit repülni, mert rossz hatása van.” (MS05F46)

Svédországban élő magyarok

„Nyilván a repülgetéseknek a karbon lenyomata az elég tekintélyes.” (Sm04F40)

„Hát gondolom, maga alapvetően az utazási módszer. Nyilván a repülő az egyik legkárosabb ilyen szempontból, legalábbis amennyire én tudom.” (Sm08N46)

Svédországban élő svédok

„Persze, kicsit fura lesz, amikor általában többször egy évben szoktam repülővel menni valahova, de valahogy az a célom, hogy ne okozzon kárt a környezetnek az életem, de nem tudom.” (Ss01N49)

| *"Ha például repülővel mész, az nagy hatással van a környezetre." (SS08F37)*

A Magyarországon élő magyarok között voltak csak olyan alanyok, akikben a desztinációba történő közlekedés módja – mint az utazásokat fenntarthatóbbá tevő döntési lehetőség – nem merült fel. Az erre vonatkozó kérdésre egy 50 éves nő az utazások során megvalósított önellátást, a csomagolás kerülését, a kulacs használatát és a szeletív gyűjtést emelte ki, és amikor rákérdeztem a közlekedési eszközök szerepére, akkor az alábbi választ adta:

| *Magyarországon élő magyarok*

„Hát, ugye, ha például külföldön vagyunk és repülővel megyünk, akkor ott is a tömegközlekedést használjuk, vasutat többnyire!” (Mm02N50)

Szintén csak Magyarországon élő magyar alanyok voltak olyanok, X-generációs férfiak, akik a repülés káros hatásaival nem voltak tisztában. Ezen válaszadók – hasonlóan az előbb említett alanyhoz – a környezettudatosság és az utazás kapcsolatára vonatkozó válaszaikban nem említették a desztinációba történő eljutás kérdését, hanem olyan hétköznapi viselkedésmintákat soroltak fel, amelyeket megvalósítanak az utazásaik során is, például szeletív gyűjtés vagy a nejlonzacskó vásárlásának elkerülése. A későbbiekben felvetett, flight shame jelenséggel kapcsolatos témára adott válaszukból viszont kiderült, hogy a repülés hatásaival kapcsolatban nem rendelkeznek információval vagy például egy Z-generációs férfi bizonytalan annak valóságtartalmában, amit hallott.

| *Magyarországon élő magyarok*

„Így elsőre engem meglepett az, hogy a repülés az szennyezőbb, mint mondjuk egy, mint hogyha azok az emberek mondjuk egy dízel autóval utaznának. Ez így van? Szennyező? (...) Értem, hogy szennyező, meg gondolom is, csak hogy a kérdés az, hogy az alternatívákhoz képest mennyivel szennyezőbb. Mert nyilván ez a fontos, hogy ha nem repül, akkor mivel megy.” (Mm08F43)

„Ezeket szokták, hogy a repülők mennyire károsak. Ezt például nem tudom.” (Mm25F25)

Az országváltók között viszont voltak, akiknek épp a közlekedésen kívül nem jutott eszükbe olyan döntési szituáció, amellyel a környezetre gyakorolt hatást befolyásolhatónak gondolnák.

| *Svédországban élő magyarok*

„Nem tudom, hogy turizmussal kapcsolatban milyen ilyen customer choice-okat tud választani az ember (a közlekedési eszközön kívül – a szerk.) Ez nagyon desztinációspecifikus szerintem.” (Sm13F34)

| *Magyarországon élő svédek*

(A közlekedésről beszél – a szerk.) „Ez jutott eszembe csak.” (Ms03N24)

A belföldi utazás preferálása, a közeli desztinációválasztás nem jutott eszébe a válaszadóknak a környezettudatos utazás vonatkozásában, egyedül egy Svédországban élő svéd alany említette.

Svédországban élő svédek

"Szóval nem kellene minden évben repülnünk, ennek nagy a hatása. Ezért, egyszerűbb lenne elmenni, olyan dolgokat választani, amik közelebb vannak." (SS08F37)

Összességében az értelmezések tekintetében sok az átfedés a szegmensek között. A legfontosabb különbség, hogy a Svédországban élők egy része számára a közlekedéseszköz-választás – mint az utazással kapcsolatos környezettudatosság legfontosabb megnyilvánulása – fontosabb szempontot, jellemzőbb asszociációt jelent. A Svédországban élő svéd szegmensben néhány válaszadó esetében, a Magyarországon élő svéd szegmensben is egy-két alalnál a viselkedést is meghatározó tényező a környezettudatosság, a Svédországban élő magyar szegmensben pedig a társadalmi elvárásoknak való megfelelési vágy jelenik meg, amelyek leginkább attitűd-szinten maradnak, illetve megjelennek a jövőre vonatkozó utazási tervek.

Az is fontos eredmény, hogy a desztinációválasztás szinte teljesen kimaradt az értelmezések esetén az asszociációk közül. A környezettudatos utazás egyetlen válaszadó számára jelent csak közeli desztinációválasztást vagy a belföldi úti célok preferálását, de azt is csak a repülés elkerülésével összefüggésben említette.

4.3. Környezettudatos magatartás

Mivel alapvetően azzal a kiindulóponttal kezdtem a kutatást, hogy a két ország társadalmának környezettudatossága között eltérések mutatkoznak, fontosnak tartottam megvizsgálni mind a hétköznapi környezettudatosságot, mind a szabadidős utazáskor megvalósuló környezettudatos gyakorlatokat. Az elemzést a válaszadók által, a saját környezettudatosságra adott önreflexiókkal kezdem, majd rátérek a környezettudatos gyakorlataikra, mindezt a hétköznapi és turisztikai kontextusban külön bemutatva.

4.3.1. Hétköznapi környezettudatosság – önreflexiók és gyakorlatok

A válaszadók saját környezettudatosságának megítélése nem mutatott jelentős eltéréseket a szegmensek között. A két szélsőség képviselői – a nagyon környezettudatosak és aki egyáltalán nem tartja magát annak – kisebbségben vannak, jellemzően közepesen környezettudatosnak tarták magukat a válaszadók, illetve bizonyos tevékenységekben figyelnek erre a szempontra, míg más esetben nem.

Azon kevesek, akik magukat nagyon környezettudatosnak tartják, úgy nyilatkoztak (a Svédországban élő magyar szegmens kivéve minden szegmensben 1, maximum 2 válaszadó), hogy vezérlőelvként tekintenek a környezeti szempontokra a döntéseikben.

Magyarországon élő magyarok

„Guide arra, hogy hogyan éljem, és hogy a környezeti szempont az ilyen értelemben a döntéseim 80%-a mögött ott van.” (Mm13N26)

Magyarországon élő svédek

"Tehát a létezésem lényege, hogy ezekre a dolgokra gondoljak. És nagyon aggasztó a biológiai sokféleség csökkenése, a klímaváltozás, ezek a rohadt háborúk. Annyi más dolog is van, ami nyilván fontosabb." (MS04F51)

Svédországban élő svédek

"Tudod, igyekszem tenni pár dolgot, és megpróbálok gondolni erre, amikor csak vásárolok, élelmiszert vagy (...) ha ruhákat, vagy ha új radiátorokat vettem a házhoz. (Ss07N62)

"Szóval ez nagy hatással van a döntéseimre." (SS08F37)

A „középutasok” mind a négy csoportban hasonló gondolatokat fogalmaztak meg és jellemzően nagyobb csoportot alkotnak. Átlagosnak tartják a hozzájárulásukat, nem tökéletesnek, nem optimálisnak. Van, aki hozzáteszi, hogy amíg nem okoz sok kényelmetlenséget, addig hajlandó figyelembe venni a környezeti szempontokat. Utóbbi gondolatmenet egyébként kifejezetten gyakran előkerült, különösen a Magyarországon élő magyar szegmens fiatal válaszadói között.

Magyarországon élő magyarok

„Közepesnek, tehát nem vagyok elfogult magammal szemben. Biztos vagyok benne, hogy lehetne javítani rajta.” (Mm25F25)

„És olyan dolgokban nagyon szívesen élem környezettudatosabban az életemet, ami nem okoz különösen nagy erőfeszítést.” (Mm09N26)

Magyarországon élő svédek

(Néhány gyakorlatot említ, mielőtt a következő mondja – a szerk.) „De annyival többet tehetnék....olyan sokkal”. (Ms01N52)

Svédországban élő magyarok

„Nem vagyok extrém, szerintem teljesen így nagyjából átlagos vagyok ebből a szempontból.” (Sm04F40)

Svédországban élő svédek

„Nekem ez azt jelenti, hogy próbálok azt csinálni, ami valahogy olyan, hogy meg lehet csinálni anélkül, hogy túl bonyolult lesz az élet.” (Ss01N49)

A Svédországban élő svéd szegmensben kicsit eltértek a mintázatok a többi szegmens válaszadóihoz képest, több alany is úgy gondolja, hogy valamennyire környezettudatos, de ennek a szintje nem túl magas. Úgy érzik, hogy amit az átlagos svéd megtesz, azt többnyire ők is megteszik, de ettől nem tartják környezettudatosnak magukat. Egy fiatal nő például

elmondta, hogy nem veszi annyira figyelembe a környezeti szempontokat a mindennapjaiban, majd beszámolt róla, hogy szelektíven gyűjti a szemetet és megpróbál nem sokat járni a céges autójával.

Svédországban élő svédek

„Én is megpróbálom például a megfelelő élelmiszert vásárolni, vagy környezetbarát módon utazni, és így tovább, és így tovább.” (SS10N47)

„Nem hiszem, hogy ezt ilyen nagy mértékben figyelembe veszem, amikor a mindennapi életemről van szó.” (Ss06N29)

Az összes válaszadó közül csupán kettő volt, aki azt állította, hogy nem környezettudatos egyáltalán, a mindennapokban sem. Az egyik egy Z-generációs magyarországi magyar nő, aki elmondása szerint kiábrándult a környezettudatos életmódból és nem hisz az egyéni hozzájárulásokban. A másik egy X-generációs, szintén Magyarországon élő magyar férfi, aki ugyan megtesz bizonyos dolgokat, de kritikával illette saját magát, amiért nem elég rendszeres e téren.

Magyarországon élő magyarok

„De ezt a franc tudja, hogy igazán számít-e. Én csak már teljesen ki vagyok ábrándulva. De nem amúgy, néha szelektíven, szóval van, hogy szelektíven gyűjtök. Mondjuk a nyolcadik kerületben szelektíven gyűjtöttem, és aztán lementem a kukához, és mindenhova beledobtam mindent. Akkor úgy voltam, hogy én minnek csináljam ezt. (... Ha) én tényleg elhinném, hogy én ezzel meg tudom menteni a bolygót, hogy akkor én nem repülök sehová, hanem csak buszozom, vagy vonatozom, de hogy én nem hiszek ebben, hogy én ezt nem hiszem, hogy ezt az egyének összefogva el tudják érni.” (Mm07N26)

„Lehet, hogy nem úgy, nem, ez sajnos egy rossz tulajdonságom, hogy nem a nem környezettudatosság, hanem hogy nem vagyok elég rendszeres egy csomó dologban.” (Mm17F46)

Amikor a válaszadók arra a kérdésre válaszoltak, hogy a hétköznapijaikban megjelenik-e a környezettudatosság és ha igen, milyen tevékenységek formájában, az egyes szegmensek esetében több hasonlóság jelent meg, de eltérések is mutatkoztak.

Gyakori, hogy a témával kapcsolatban a hulladékkérdés az első asszociáció, minden szegmensben. Azt, hogy nem szemetelnek a válaszadók, kizárólag a Magyarországon és a Svédországban élő magyarok említették meg. A hulladékkérdéssel kapcsolatos válaszok azonban arra engednek következtetni, hogy a svéd szegmensek tagjai sem szemetelnek, viszont vélhetően ez teljesen természetes számukra, ezért nem emelték ki. Szintén csak a Magyarországon élő magyar szegmens tagjai tértek ki arra is, hogy kevés hulladékot termelnek. A Magyarországon élő magyar és svéd válaszadók esetében gyakori, hogy komposztálják a konyhai vagy a kerti hulladékot, a Svédországban élő svéd válaszadók között mindössze egy ilyen alany volt. Minden szegmensben általános viszont, hogy a

szelektív hulladékgyűjtésre odafigyelnek a válaszadók, még ha ez mást jelent is Svédországban és Magyarországon.

Magyarországon élő magyarok

"Kertes házban lakunk, ezért például komposztálni mindenféleképpen tudunk, azt szoktuk még, illetve külön szelektíven gyűjtjük a szemetet." (Mm03F21)

"különböző színű kukáink vannak. Én erre odafigyelek." (Mm08F43)

"Megint csak amennyire az embernek lehetősége van. Például ugyanaz, hogy szelektíven gyűjtöm a szemetet." (Mm20F35)

A Magyarországon élő svédeknek is fontos a hulladékkérdés, de néhányan megjegyezték, hogy Svédországban ennek a rendszere sokkal alaposabban kidolgozott, az infrastrukturális adottságok ott egyszerűvé és gyakorlatilag kötelezővé teszik a szelektív gyűjtést.

Magyarországon élő svédok

"Szelektáljuk a műanyagot és az üveget, de nem mindegyiket, de próbálkozunk a nagy üdítős, PET palackokat is. (...)." (MS01N52)

"Tehát a mindennapi életemben, azt hiszem, úgy értem, hogy aggódom a környezetért, és megpróbálok mindent megtenni, amit csak tudok, mint az újrahasznosítás, és távol maradok olyan dolgok használatától, amelyek rossz hatással vannak a környezetre a mindennapi életemben." (MS05F46)

Ezzel összhangban a Svédországban élő magyarok szinte kivétel nélkül beszámoltak arról, hogy a szelektív hulladékgyűjtés Svédországban nemcsak összetettebb, de a visszaváltható rendszer is régóta működik többféle anyagra. Azt is többen kiemelték, hogy Svédországban nagyon szigorúan veszik ezt, mindenkire nézve kötelező feladatként tekintenek rá, amelynek meg is felelnek a válaszadóink, nem is szeretnének „kilógni a sorból”. A válaszokból ebben a témában egyértelműen azonosítható, hogy Svédországban a társadalmi elvárás a hullaékszelektálással kapcsolatban igen erős. A korábbiaknál több idézettel illusztrálom a fentieket, mert érezhetően sok árnyalata van annak, ahogy megélték a Svédországba költöző magyarok ezt a társadalmi elvárást.

Svédországban élő magyarok

" Szemetet azt külön gyűjtjük mindenfélét. (...) és azért erre úgy nagyjából mindenki figyel, tehát sokkal jobban, mint Magyarországon. (...) És ugye ezt ezt mi is nagyon-nagyon szigorúan is vesszük." (Sm01F50)

"Ami például a hulladékot illeti, azt hál' Istennek támogatva is vagyunk itt, Svédországban azért rendezen." (Sm08N46)

"Tehát a szelektív hulladékkezelés azonnal bejött. Ugye rá is voltam kényszerülve, mert nem lóghatok ki a sorból például. (...) Az egyik legnagyobb különbség ez, ez." (Sm12F35)

" (...) De mind-mind-mind-mind-mind-mind-mind társadalom. Igen, mindenki úgy van, úgy van beállítva, (...) És ebben benne van a szisztéma. Szóval ezt figyeljük, és akkor egy idő után te is benne vagy abban, hogy igenis ezt úgy kell csinálni" (Sm14F50)

"Amióta itt élünk, ellentétben azzal, amikor még Magyarországon éltünk. Mi nagyon odafigyelünk arra, hogy most csak így lakáson belül, hogy a szemét is szelektíven van (...) de itt a svédek azért nagyon élen járnak ebben." (Sm16F49)

A Svédországban élő svédek számára is alapvetés a szelektálás, néhányan csak kérdésre említették meg. Az egyik válaszadó kicsit kevésnek is érzi ezt a hozzájárulást, úgy fogalmazott, hogy „hipokritának” tűnhet, hogy egyáltalán felsorolja azt.

Svédországban élő svédek

"Azt hiszem, mi svédek legalábbis, nem tudom, hogy más országok hogyan csinálják, de csak a magam nevében beszélhetek. Általában megpróbáljuk szétválogatni a szemetet és a cuccokat." (Ss06N29)

"Nehéz ügy. Ez olyan nagyon hipokrita, mert persze újrahasznosítunk meg minden." (Ss09N31)

A bevásárláskor keletkező csomagolás minimalizálását (saját táska, csomagolásmentes bolt stb.) a Magyarországon élő magyar válaszadók említették leggyakrabban, és az itt élő svédek közül is beszámoltak róla néhányan. A Svédországban élő svédek és az ott élő magyarok kevesebben tértek ki erre, de néhány alany elmondása alapján Svédországban már sok szupermarketben ki van építve egy olyan rendszer, amely segítségével a vásárlók saját tárolóeszközeikkel vásárolhatnak, és kód alapú fizetést használhatnak. Ami szintén infrastrukturális különbséget jelent, az a Magyarországon élő magyarok gyakori piacra járása, termelőktől történő vásárlás (saját edény használat), szemben azzal, hogy – több alany elmondása szerint – Svédországban nincs vagy nagyon kevés a piac.

Magyarországon élő magyarok

„de tényleg nagyon jó érzés, hogy nincs otthon 86 millió nejlonzacskó, hanem mindig a kis üvegemet viszem, és akkor abba töltöm a tejet." (Mm07N26)

Magyarországon élő svédek

"Azt mondanám, hogy meglehetősen környezettudatos vagyok, amikor a csomagolásról van szó, és különösen akkor, amikor zöldségeket vásárolok." (MS01N52)

Svédországban élő magyarok

„Nem használok műanyag (...) reklámtáskát, nem, de nagyon ritkán, de a műanyag zacskókat is, azokat többször használom, vagyis hasznosítom. Tehát nem dobom el. Üvegeket megpróbálok, ilyesmiket nem eldobni, hanem újra felhasználni." (Sm04F40)

Svédországban élő svédek

"Nem, úgy értem, néhány évvel ezelőtt itt kezdték el ezt a műanyag zacskó adót. Így most már mindenkinél, általában mindig van újrafelhasználható táska." (SS11N30)

A fenntartható élelmiszerek vásárlása gyakrabban került említésre a svédországi alanyoknál, mint a Magyarországon élőkénél. Svédországban a helyi, szezonális élelmiszerek választása inkább jelent helyi állati eredetű élelmiszert, Magyarországon zöldséget-gyümölcsöt. A Magyarországon élő svéd és a Svédországban élő magyar és svéd szegmensekben az ökológiai állattartás és a hússzegény életmód is felmerült, mint amelyet

követni igyekeznek. A legjellemzőbb említés a Svédországban élő svédektől a svéd termékek vásárlása és fogyasztása volt, főképpen állati eredetű termékek esetében.

Magyarországon élő magyarok

"Igyekszünk arra, hogy az ilyen élelmiszerbeszerzés minél kisebb távról érkezzon, piacról jöjjön, csomagolásmentes legyen." (Mm13N26)

Magyarországon élő svédek

"Igyekszem szezonális zöldségeket enni, nem nagyon messziről érkező dolgokat vásárolni, néhány kivételtől eltekintve, de igyekszem nagyon kevés húst enni. Nem vagyok vegán vagy vegetáriánus, de igyekszem csökkenteni azokat a dolgokat, amelyek több erőforrást használnak." (MS04F51)

Svédországban élő magyarok

"Józan paraszti ész után megyek, tehát hogyha vásárolok, akkor úgy vásárolok, hogy ha lehet, így a környékbeli dolgokat veszem, tehát hogy úgy ne egy brazil narancsot vegyek, hogyha lehet a környékről venni szezonális zöldségeket, gyümölcsöket." (Sm02N48)

"Amikor csak tehetjük, akkor a környékbeli gazdáktól vásárolunk disznóhúst, sertéshúst, külön telepek, külön gazdaságok vannak, biogazdaságok." (Sm06N40)

Svédországban élő svédek

"Vagy például, ez semmi, mert ez valami, ami szuper kényelmes, de a helyi üzlet helyben előállított dolgokat árul. A tojásokat, azt hiszem, az összes tojást, ami van, helyben termelik." (SS02F27)

"Ami az ételeket illeti, eszem húst, iszom tejet és tojást is eszem. De bio tejet veszek. A húst csak olyan emberektől vásárolok, akiket ismerek, így tudom, hogy az állatoknak tisztességes életük volt. És ezek általában olyan kis termelők, hogy nincs bio minősítésük, mert az nagyon sokba kerül." (Ss07N62)

Az energiatakarékosságról jelentős mértékben csak a svédországi magyarok beszéltek a hétköznapi környezettudatos cselekedeteiknél, amelynek inkább volt anyagi motivációja, mint környezettudatossággal kapcsolatos.

Svédországban élő magyarok

„Egyébként napelemeket szereltettünk a házra. Nem tudom, hogy mondják magyarul, föld, meleg.” (geotermia – a szerk) (Sm02N48)

„azonnal váltottunk egy környezetbarátabb fűtési megoldásra, és nagyon alacsony a rezsink azóta.” (Sm06N40)

A hétköznapi közlekedéssel kapcsolatban érkező válaszok nagyon diverzek voltak, főként a Svédországban élő válaszadók esetében. Svédországban ugyanis – ahogyan az alanyok is beszámoltak róla és amely fontos turisztikai szempontból is – nagyon eltérő infrastrukturális adottságokkal rendelkeznek az egyes régiók, s a kutatás alanyainak lakóhelye változatosságot mutat. Összességében azt mondhatjuk, hogy a Svédországban élők jellemzőbben használják napi szinten az autót, még ha néhányan meg is említik, hogy elektromos autójuk van. A nagyvárosokban ugyanakkor mindkét országban a tömegközlekedést használja a válaszadók többsége.

Ahogyan a szabadidős utazásokhoz kapcsolódó közlekedéseszköz-választás esetében, az infrastruktúra a mindennapi közlekedés esetén is fontos szempontot jelent, amely vagy

segíti a környezettudatos viselkedést vagy attól függetlenül lehetővé teszi, hogy a válaszadók fenntarthatóbb közlekedési formát válasszanak.

A Magyarországon élő svéd szegmensben többen kiemelték, hogy Budapesten nagyon jó a tömegközlekedés. Olyan Magyarországon élő svéd válaszadó is van, aki sokkal fenntarthatóbbnak ítéli meg a saját hétköznapi közlekedését, mint amíg Svédországban élt, mert Magyarországon autót sem vásárolt. Az interjúalanyok infrastrukturális adottságokkal kötötték össze ezt a választást, mint ami nagyban befolyásolja viselkedésüket. Amennyiben van lehetőség a fenntarthatóbb közlekedési alternatívákra, a legtöbben nyitottak arra, hogy azokat válasszák, még ha nem is feltétlenül környezettudatos motivációval.

Magyarországon élő svéd

"Szóval a budapesti tömegközlekedés fantasztikus. Tényleg nagyon jó. Tehát a tömegközlekedés általában." (MS06F35)

Összességében az látható, hogy vannak ugyan különbségek a szegmensek hétköznapi viselkedésében, de ezek az eltérések az esetek jelentős részében az infrastrukturális különbségekből adódnak és nem az egyéni hozzájárulásra vonatkozó szándékból vagy a tudatosság mértékétől. A szelektív hulladékgyűjtésre vonatkozó norma mindkét országban jelen van és a válaszadók ismerik, és próbálnak ennek megfelelni. Ugyanakkor Magyarországon több esetben ütközik akadályba infrastrukturális szempontból vagy igényel nagyobb egyéni hozzájárulást a környezettudatos viselkedés megvalósítása, mint Svédországban. Például az egyik magyar alany a testvéréhez hordja el a komposztot, míg Svédországban ugyan nem gyakori a komposztálás, de a lebomló hulladékot is elszállítják. A válaszok alapján kirajzolódó különbségek közül a legjelentősebb, hogy a Svédországban élő alanyok számára fontosabb a helyi élelmiszerek fogyasztása, és ugyan a piacon vásárlás kevésbé jellemző rájuk, az élelmiszerboltokban is lehetőség van kevés csomagolással és svéd élelmiszereket venni.

Érdekes eredmény, hogy a szelektív hulladékgyűjtést a Svédországban élő svédok közül többen (és egy Svédországban élő magyar alany is hasonlóan) nem sorolják a környezettudatos viselkedési minták közé, mert annak végrehajtása nem önkéntes és szinte már kötelező, ráadásul nem okoz nagy erőfeszítést.

4.3.2. Megvalósított környezettudatos gyakorlatok szabadidős utazáskor

A 4.1. fejezetben bemutattam az egyes szegmensek utazási szokásait és azon tényezőket, amelyek befolyásolják a desztináció- és közlekedéseszköz-választási döntéseiket. A 17.

és a 18. ábrán össze is foglaltam, hogy milyen szempontok döntő fontosságúak az alanyok számára, s láthattuk, hogy az utazási szokásokról szóló beszámolókból ritkán esett szó a környezeti szempontokról. Ezt követően, a 4.2. fejezetben a válaszadók értelmezéseivel foglalkoztam, amelyek már számos saját gyakorlattal kapcsolatos asszociációt tartalmaztak, amelyeket szintén bemutatam. Az interjú második fele, miután a környezettudatosság és utazás kapcsolata is bekerült a diskurzusba, már konkrétan erre a szempontokra fókuszált a válaszadók utazási döntéseinek vonatkozásában. Az utazási beszámolókból, majd a környezettudatosság értelmezésekor felmerülő szempontok, végül a környezettudatos utazási gyakorlatokról konkrét rékérdezésre adott válaszok alapján rajzolódik ki az a mintázat, amely megmutatja a válaszadók utazásainak környezettudatos vonatkozásait.

Az utazási beszámolókból, tehát az interjú első szakaszában, maguktól kevesen említették a környezeti szempontokat a figyelembe vett tényezők között. A desztinációválasztást szinte egyáltalán nem, illetve csak kivételes esetben befolyásolja a környezettudatosság, a közlekedésszükséglet-választás esetében már gyakrabban felmerül ez a szempont. Összességében nem állíthatjuk, hogy bármelyik szegmensben túlsúlyban lennének azok, akik az utazási döntéseiket meghatározó tényezők közé sorolják. Ugyanakkor mivel úgy gondolom, hogy a környezettudatosság egy magasabb szintjét képviseli az, amikor szabad asszociációban hozza fel az alany az utazási beszámolókból, külön elemeztem ezeket a fejezet első szakaszában. A 4.1.1. fejezetben található 17. ábrában már jelöltem ennek a szempontnak a jelenlétét, de ebben a fejezetben elemzem a jelentőségét.

Fontos eredmény, hogy a Svédországban élő svédek között jellemzőbb volt, mint a többi szegmensben, hogy már az utazási szokásaikról szóló beszámolóikban, a fenntarthatóság vagy környezettudatosság témájának felvetése előtt megemlítették környezeti szempontokat olyan vonatkozásban, hogy azok bizonyos mértékben alakítják is a viselkedésüket. Egy 62 éves svéd nő – akinek az összes válaszadó közül a legfontosabb szempont a környezettudatosság a válaszai alapján – úgy döntött, hogy miután sokat repült már fiatalabb korában, ami miatt lelkiismeretfurdalása van és nem is szeret „turista” lenni, nem utazik már olyan helyre, ahova repülővel jutna csak el. A közlekedés ezen módját teljesen kiiktatja az életéből. Egy 37 éves férfi az utazásai hosszát tervezi a környezeti szempontokra tekintettel, míg egy 31 éves nő a Covid-időszakban vásárolt autójukkal történő utazások kapcsán érez némi lelkiismeretfurdalást, derült ki az utazási szokásaikról szóló beszámolóikból.

Svédországban élő svédek

"Nem éri meg. Tudod, meleg és szép és minden, de nagyon nem tetszett. Nem szeretem a hosszú távú repülést. Nem szeretem a repülőteret. Nem szeretek ott bent lenni, vagy azt, hogy hány ember utazik minden ok nélkül. Mennyi szennyezést okoz ez, az összes környezetvédelmi kérdés. Nem jó érzés." (Ss07N62)

"De talán azt mondanám, hogy amikor külföldre megyünk, megpróbálunk hosszabb ideig távol lenni, ha például repülővel megyünk, ez nagy hatással van a környezetre." (SS08F37)

"Sajnos, úgy értem, nyilván nagyon pozitív, de nagyon rossz is volt autót vásárolni. Szóval lehetőséget adott arra, hogy felfedezzük Svédországot, de megint csak nem jó dolog, ha benzines autód van." (Ss09N31)

A magyarországi svédek közül egy alany említette a környezettudatosságot mint szempontot, amely a repülés elkerülésében testesül meg. Ennek ugyanakkor több oka van: nem szeret repülni, szereti rászánni az időt, hogy közben lásson és élményeket szerezzen, valamint a környezettudatossága is szerepet játszik. Ő mindenhova (beleértve Svédországot) vonattal utazik Magyarországról, nagyon ritkán száll repülőre. A többi alany beszámolóiban nem jelent meg az interjú ezen szakaszában ez a szempont.

Magyarországon élő svédek

"Tehát az utazás több, mint egy esemény. Úgy értem, én sokkal többet látok. (...) Tudom, hogy a vonatoknak is szükségük van valamilyen energiára, amelyet valamilyen módon állítanak elő, ami lehet nukleáris vagy más rossz mód. Szóval, nyilvánvalóan nem következmények nélküli, de feltételezem, hogy ennek valamivel kevesebb hatása lehet, mint a repülésnek. (MS04F51)

A Svédországban élő magyarok között is voltak hárman, akik az utazási szokásaik taglalásakor maguktól tértek ki a környezeti szempontokra, de egyikőjük sem olyan vonatkozásban, hogy ez meghatározná a viselkedésüket. Jövőbeni tervek, szándékok jelennek meg ezekben a beszámolókból és érezhető, hogy találkoznak ezekkel a szempontokkal a mindennapjaik során. Az idődimenzió, egyfajta fejlődési pálya fedezhető fel néhány válaszdónál, amely azt jelzi, hogy a környezettudatosság először megjelenik attitűd szinten, majd idővel viselkedési szándékká alakul, végül – talán – viselkedésben ölt testet.

Svédországban élő magyarok

„Az utóbbi időben elkezdett foglalkoztatni az a gondolat, de még mindig nem döntő szempont, hogy környezetkímélőbb módon utazzak.” (Sm04F40)

„Viszont most egyre inkább, tehát hogy azért ugye a gyerekek és a mi gyerekeink is ezzel tisztában vannak, hogy a környezetvédelem nagyon fontos, meg hogy minél kevesebbet repüljünk, meg ilyesmi, és nagyon szeretnék vonattal is menni majd Magyarországra.” (Sm05N49)

A Magyarországon élő magyarok közül csak két fiatal nő nyilatkozott úgy már az utazásai tervezésével kapcsolatos szempontok említésekor, hogy számítanak nekik a környezeti

szempontok, még ha nem is döntő tényezőként. Arra a kérdésre válaszoltak, hogy milyen szempontokat vesznek figyelembe utazástervezéskor.

Magyarországon élő magyarok

„Környezetvédelmi szempontokat. (itt a belföldi utazásokról beszél – a szerk.) Én nem szeretek alapvetően autóval menni, csak akkor, ha nagyon muszáj, mert nagyon sok a cucc, (...), de egyébként, hogyha távolabbi külföldi utazás, akkor meg repülővel szoktam menni.” (Mm04N22)

Ezen válaszadók esetében ugyanakkor elsősorban a költségek alacsonyan tartása vagy a kényelem és az idő felülírják ezt a szempontot.

A fenti válaszok tehát az utazásokkal kapcsolatos szabad asszociációk között születtek. Amikor a saját környezettudatosságuk értékelése volt az alanyok feladata, akkor egyértelműen kirajzolódott, hogy a mindennapi környezettudatosságuk magasabb szinten van, mint amelyről az utazások tervezésekor beszámolnak.

A Magyarországon élő magyar szegmens tagjai többségében saját bevallásuk alapján sem veszik figyelembe a környezeti szempontokat utazásaik során, azok sem, akik a hétköznapi életben igen. Habár többen nyilatkoztak úgy, hogy amit a hétköznapi életben megtesznek, azt megteszik a szabadidős utazásaikon is, de a válaszadók jelentős része állította, hogy kevésbé környezettudatos utazásai során, mint otthon. Itt megfigyelhető volt egy generációs különbség, mert az Y- és a Z-generáció tagjaira az előbb említett mintázat jellemzőbb volt. Az X-esek közül többen voltak, akik nem azt állították, hogy nem veszik figyelembe szabadidős utazásaik során a környezeti szempontokat, inkább felsoroltak kisebb volumenű cselekedeteket, amelyeket megtesznek.

Magyarországon élő magyarok

„most voltam Zalaegerszegen egy esküvőn, és otthon nem fűteném fel 24 fokra a szobát, de ott megtettem, mert nyaralok.” (Mm09N26)

„Hát, így kifejezetten nem nagyon. Nem szoktam arra nézni, hogy akkor ez most egy környezettudatos szálloda-e, vagy bármi izé.” (Mm20F35)

A Magyarországon élő svédok többsége is úgy nyilatkozott, hogy míg a mindennapi életükben igyekeznek környezettudatosan élni, az utazásaik tervezésénél ez nem jelent fontos szempontot vagy nem tudja megvalósítani, egyetlen alanyt kivéve.

Magyarországon élő svédok

"Sajnos nem annyira. Persze azt gondolom, hogy a környezet nagyon fontos, de inkább szeretnék a Maldív-szigetekre repülni. Nem voltam még ott." (MS01N52)

"Távol tartom magam az olyan dolgok használatától, amelyek rossz hatással vannak a környezetre a mindennapi életemben. Az utazás viszont valószínűleg nem része a mindennapi életemnek." (MS05F46)

Az az egy Magyarországon élő svéd válaszadó, aki másképp nyilatkozott, már a szabadidős utazásairól szóló elbeszélésekor is kiemelte a környezeti szempontokat. Ő a környezeti hatásokról szóló ismeretek megszerzését követően redukálta jelentősen a repülő utazásainak a számát. Nem hagyott fel teljesen a légitársaságok igénybevételével, de igyekszik vonattal utazni távolabbi desztinációkba is, és amikor csak lehet, kerüli a környezetre károsabb közlekedési módokat.

Magyarországon élő svéd

"Az utolsó, nem tudom, hat évben, talán háromszor repültem, vagy valami ilyesmi. Szóval hatással volt rám ez a koncepció, ha koncepciónak akarod nevezni. És azt gondolom, hogy igen, elég felelőtlenség repülni csak azért, hogy legyen egy hétfői kirándulás és elmenjek valahova. Ez nem igazán tetszik. Igyekszem - nem mondanám, hogy soha nem csinálnám, de problémám lenne vele." (MS04F51)

A Svédországban élő magyarok határozottan rosszabbnak ítélték meg a szabadidős utazáskor megmutatkozó környezettudatosságukat, mint a hétköznapit. Mint a 4.1. fejezetben felmerült korábban, többek számára kiemelten fontos szerepet töltenek be az utazások, amelyekről nem mondanak le más szempontok kedvéért.

Svédországban élő magyarok

„Ebben mi sajnos nagyon rosszak vagyunk, de más oldalon, tehát utazás szempontjából ott még igencsak nagy lábnyomot hagyunk, de igyekszünk más területen, az élet más területein pótolni.” (Sm08N46)

Olyan válaszadó is volt, aki arra a kérdésre, hogy milyen szempontokat vesz figyelembe az utazásai során, kifejtette, hogy bizonyára az elvárás most az, hogy környezeti szempontokat említsen, de nem teszi, mert nem relevánsak számára.

Svédországban élő magyarok

„Most a környezetvédő gondolkodás szeretné, hogy behozzam, de (...) igazából nem. Nincs ilyen.” (Sm10N67)

A Svédországban élő svédok között is többen ismerték el, hogy kevésbé fontosak a környezeti szempontok utazáskor, illetve az infrastrukturális szempontok miatt nehéz figyelembe venni azokat.

Svédországban élő svéd

"Azt mondanám, hogy rosszabbak vagyunk, amikor utazunk." (SS08F37)

"Szóval tudom, hogy ez nem a legjobb, de nem hiszem, hogy olyan gyakran csinálom, hogy emiatt sokat kellene aggódnom." (SS02F27)

„Egyáltalán nem.” (Ss01N49)

Az utolsó idézet egy 49 éves nőtől származik, aki keveset utazik, akkor is többnyire a tömegközlekedést használja, Magyarországon szeret nyaralni, ahova szintén tervezett már vonatozni, de túl hosszú idő és sok pénz volt, így maradt a repülésnél. Országon belül

viszont Magyarországon is jellemzően vonatozik. Mégsem tartja magát környezettudatosnak az utazásai kapcsán, ahogy a fenti idézet mutatja.

Amikor rákérdeztem, hogy konkrétan milyen környezettudatos gyakorlatokat valósítanak meg az alanyok az utazásaik során, a különböző szegmensekben eltérő válaszokat kaptam. Ezeknek bemutatására a desztináció- és közlekedésköz- választás vonatkozásában térek ki.

A Magyarországon élő magyarok sokkal kisebb arányban számoltak be a két fókuszban lévő döntésről a környezettudatosság tekintetében, inkább több kisebb léptékű cselekedetet említettek. Ahogyan egyikük fogalmazott, ha *„mindenki egy kicsit tesz, akkor az már sokat jelent”* (Mm06F44). Ilyen volt például, hogy kulacsot használnak utazáskor vagy helyi ételleket fogyasztanak, esetleg helyi alapanyagokból főznek magukra. Érdekes módon ezek a döntések a Magyarországon élő magyarok csoportban – generációktól függetlenül – gyakorta kerültek említésre, a többi szegmensben csak elvétve.

Magyarországon élő magyarok

„Ott általában van nálam általánosságban palack, vizet újratölteni, meg nem nagyon szoktunk ilyen extra műanyagokat vásárolni.” (Mm04N22)

„Ahol éppen nyaralunk, (...) ott az elsődleges termékeket vesszük, mondjuk élelmiszert, nem csomagoltat (...), hanem ott a helyi termelőktől direktben, vásároljuk meg azokat az élelmiszereket, amiket lehet jobbak is.” (Mm08F43)

A Magyarországon élő magyarok szegmensben volt az is jellemző az alanyokra, hogy úgy fogalmaztak, ugyanazokat teszik meg utazáskor, mint a hétköznapiakban.

Magyarországon élő magyarok

„Amikre a mindennapokban is odafigyelek, abban abszolút. (...) mivel nem változik annyira semmi, amikor utazom, mint a mindennapjaimban, ami ilyen környezetvédelmi szempontból magát az utazást, azt, hogy oda jutok leszámítva.” (Mm09N26)

„Például ez, illetve szerintem ott is a környezettudatosság abban is megnyilvánul, hogy ott se úgy viselkedjünk külföldön, minthogyha nem tudom, pazaroljuk a vizet, pazaroljuk az áramot, mert úgymint ingyen van, kifizettem. (...) spórolok, amennyire persze tudok így ezekkel az erőforrásokkal.” (Mm19N33)

A Magyarországon élő svédok között is van két válaszadó, akik a Svédországban élő svéd alanyokhoz hasonlóan igyekeznek vagy csökkenteni vagy elkerülni a repülést, egyikőjük már az utazási beszámolóknál leszögezte mindezt.

Magyarországon élő svédok

„Így elsősorban az, hogy megpróbáljak nem annyira repülővel, vagy például amikor lehet, ahogy mondtuk, hogy nem autóval, hanem vonattal jönni-menni (...)” (Kérdés: És ezt tudatosan kerestek is ezeket a lehetőségeket, hogy kiváltásotok az autót vagy a repülést, amikor lehet?) *„Igen. (...) Az olyan utakat, például, ha muszáj autóval, akkor megpróbáljuk úgy összehangolni, hogy ne egyedül, ne ketten, hanem akkor megtöltsünk egy autót.”* (Ms03N24)

„A fenntarthatóság a fő oka annak, hogy elkerülöm.” (A repülést - a szerk.) (Ms04F51)

A Svédországban élő magyarok számára sem a desztinációválasztás vagy a közlekedésszükséglet-választás volt a fókuszban, amikor erről kérdeztem őket, de olyan is volt, aki a desztinációban való közlekedésre hozott példát. Néhányan azt tartják környezettudatosnak, hogy visznek ételt magukkal, mások, hogy külföldön is főznek helyi alapanyagokból, illetve kulacsot visznek magukkal.

Svédországban élő magyarok

„Göteborgban, amikor voltunk, mondtam, hogy rakjuk le az autót, és ülünk föl a tömegközlekedésre, tök vicces lesz, hogy azzal megyünk, és nem autózunk. És akkor nagyon jó volt.” (Sm03N42)

...próbálunk sok helyi ételt kipróbálni. Szeretünk főzni helyi alapanyagokból valami helyit próbálunk főzni egy-két alkalommal.” (Sm03N42)

„Vízet viszek magammal, például csak vizet. Nálunk borzasztó jó a csapvíz.” (Sm10N67)

A Svédországban élő svédek között két válaszadó volt, aki arra hívta fel a figyelmet, hogy a desztinációban történő felelős viselkedés nagyon fontos számukra. Szemben a Magyarországon élő magyar válaszadók jelentős részével, akik azt állították, hogy ugyanazokat a dolgokat megteszik utazásaik során, mint amiket itthon, ez a két Svédországban élő svéd válaszadó épp azt emelte ki, hogy minden desztinációnak vannak sajátosságai, amiket figyelembe kell venni és a helyi körülményekre kell figyelemmel lenni.

Svédországban élő svédek

„Talán elég tudatos vagyok, amikor ott vagyok, ezért nem teszek olyan dolgokat, amelyek pusztítják a természetet, vagy nem veszek részt turisztikai dolgokban, amik nagyon klasszak, de nem tesznek jót a helyi környezetnek” (Ss03N45)

A Svédországban élő svéd szegmensben előfordult, hogy egy válaszadó fenntartható szállást igyekszik választani és olyan is, aki karbonkompenzációt fizet. Egyetlen válaszadó volt, akinél a Magyarországon élő magyar szegmensre jellemző mintázatot figyeltem meg, miszerint ugyanúgy környezettudatos utazáskor, mint otthon.

Svédországban élő svédek

„Nehéz nem a repülőt választani, még akkor is, ha kompenzálom a klímakompenzációt, fizetem az adókat és mindent, de túl olcsó.” (Ss09N31)

„Ha olyan szállodában lakunk, ahol büfé van, csak magad veszed el az ételt, és akkor egy kicsit könnyebb segíünk nekik (gyerekeknek – a szerk.) ételt venni, és csak apránként.” (Ss05F31)

„Azt hiszem, ugyanúgy viselkedünk, mint otthon.” (Ss05F31)

Ha összevetjük 4.2. fejezetben bemutatott, a környezettudatosság és utazás értelmezéseiről szóló vélekedéseket azzal, hogy maguk az alanyok milyen cselekedeteket valósítanak meg, akkor kijelenthetjük, hogy a válaszadók többsége gondolja úgy, hogy a desztinációba való közlekedés választása a legjelentősebb döntés a környezet szempontjából, de csak néhányan a Svédországban és a Magyarországon élő svéd válaszadók közül viselkednek

ezen szempontok figyelembevételével.

4.3.3. A flight shame mozgalom ismertsége és megítélése, a Hemester

Ahogy az az eddig ismertett eredményekből, különösen a 4.2. és 4.3.2. (értelmezések és környezettudatos gyakorlatok) fejezetből kiderült, a repülés káros hatásaival kapcsolatban a válaszadók többsége tájékozott, néhány Magyarországon élő magyar szegmensbe tartozó válaszadótól eltekintve. Arról is volt szó, hogy a környezettudatos gyakorlatok esetében a Magyarországon élő magyar válaszadókra kevésbé jellemző, hogy kifejezetten a közlekedésre vagy a repülés elkerülésére asszociálnak. A saját környezettudatos gyakorlatokról, valamint a svéd és magyar társadalmak tudatosságáról szóló beszélgetést követően azonban kitértem arra is, hogy a válaszadók körében milyen ismertsége és megítélése van a flight shame jelenségnek, illetve mozgalomnak.

Az ismertség tekintetében jelentős határvonal húzódik a Svédországhoz kötődő szegmensek és a Magyarországon élő magyarok szegmens között. Utóbbiak ugyanis nem ismerik a mozgalmat, egy-két kivételtől eltekintve, akik esetleg hallották magát a kifejezést, de arról, hogy ennek mi a háttere, nem voltak tájékozottak. A Magyarországon élő svédek közül mindenki hallotta már a kifejezést és azt is tudták, hogy egy mozgalomról van szó. A Svédországban élő magyarok és svédek jelentős többsége ismeri az üzenetet és tudja azt is, hogy ez Svédországban egy mozgalom, de mindkét szegmensben voltak – a Svédországban élő magyarok szegmensben négyen, a Svédországban élő svédek szegmensben ketten, akik nem hallottak a mozgalomról, legfeljebb az üzenetről. Életkor vagy nem tekintetében nem fedezhető fel eltérés a tájékozottságot tekintve a témában.

Minden válaszadó kifejtette, hogyan gondolkodik a repülés elkerülésével kapcsolatos üzenetről.

A Magyarországon élő magyarok szegmens válaszadói megosztottak voltak a téma kapcsán, miután megosztottam velük a mozgalom üzenetét. Voltak olyan vélemények, amelyek szerint jó eszköz a mozgalom arra, hogy köztudatba tegyék a repülés káros hatásairól szóló információkat, és ezzel érzékenyítsék az utazókat, ugyanakkor a fiatalok körében kifejezetten nem népszerű kommunikációs eszköz a „shamingelés”, tehát a szégyenérzet keltése.

Magyarországon élő magyarok

*„Igazából tök jó, hogy vannak ilyen mozgalmak, akik erre felhívják a figyelmet. Szerintem fontos az, hogy az ilyen dolgok azok bele legyenek ebbe a diskurzusba, tehát hogy beszélnek róla az emberek.”
(Mm04N22)*

„Hát az, hogy alapvetően semmilyen shaming, ami a környezettudatossággal összefügg, nincs értelme, amíg nem kínálunk az embereknek alternatívát.” (Mm13N26)

Az X-es alanyok közül többen megjegyezték, hogy nincs más mód bizonyos desztinációkba eljutni vagy hogy ha valaki nem repül sokat, akkor nem tartják elítélendőnek.

Magyarországon élő magyarok

„De vannak helyek, ahova máshogy nem tudok eljutni, és én nagyon vágyok rá. Én azt gondolom, hogyha ott én a tömegközlekedést veszem igénybe, akkor ez a fenntarthatóság jegyében van.” (Mm05N56)

„Azt gondolom, hogyha megfelelő mértékben használja valaki, akkor nem látok problémát, hanem tényleg, hogyha valaki ezt úgy veszi igénybe, ami nagyon ártalmas.” (Mm06F44)

A Magyarországon élő svéddek döntő többsége nem tud azonosulni a mozgalommal, ők a négy szegmens közül a legkritikusabbak a témában. Vagy azért, mert nem értenek egyet a kommunikáció módjával, a „shamingeléssel” vagy az üzenet tartalmával kapcsolatban is van kifogásuk. A vélemények más és más problémát emelnek ki – például más iparági területek szennyezőbbek, a légiiparnak kell fenntarthatóbbá válni, nem pedig az egyéneknek lemondani a nyaralásról vagy hogy Svédország földrajzi helyzetéből adódóan a repülésnek nincs alternatívája – de központi elemük, hogy nem reális arra buzdítani az egyéneket, hogy ne utazzanak légi úton.

Magyarországon élő svéddek

„Azt hiszem, ez még rosszabb, hogy őszinte legyek, ha megnézed Magyarországot, ami egy központi elhelyezkedésű hely, Svédországban, ha el akarsz menni valahova, repülnöd kell. Vagy OK, mehetnél vonattal nyaralni, de a gyakorlatban ez nem működik.” (MS02F49)

„Igen, szerintem elég nevetséges, hogy őszinte legyek. (...) Azok az emberek, akik elkezdnek megszégyeníteni másokat, amiért azok repülnek valahova, vagy elutaznak valahova, semmit sem tudnak arról, hogy mi a helyzet (...) Azt hiszem, ez az egész gondolat mögöttes, hogy az embereknek szégyellniük kellene magukat, csak azért, mert repülnek... Nem igazán veszik figyelembe az élet más területeinek egyéb környezeti hatásait.” (MS06F35)

„De ahogy korábban is mondtam, nem hiszem, hogy a repülés az, ahol el kellene kezdenünk a környezetvédelmi munkát. Azt hiszem, olyan sok más dolog van a világon, amit el kell intézni, mielőtt elkezdjük azzal vádolni az embereket, hogy mennek nyaralni, ha akarnak.” (MS07N57)

Csak kevés válaszadó értett egyet a mozgalom céljaival és kommunikációjával is, jellemzően azok, akik próbálnak is környezettudatosak lenni az utazásaik során.

Magyarországon élő svéddek

„Szerintem az egy jó dolog, főleg, hogy egy olyan ember, akinek van befolyása másokra, hogy felhívja a figyelmet erre, mert nem feltétlenül mindenki gondol rá, hanem egyszerűen nem veszi észre.” (Ms0324)

„Azt hiszem, ez engem befolyásolt (...) Elég sokat repültem, mielőtt olvastam volna a káros hatásáról, aztán csökkentettem, és megpróbáltam elhagyni a repülést.” (MS04F51)

A svédországi magyarok megosztottak a témában, vannak, akik jónak tartják a mozgalom

figyelemfelkeltő funkcióját.

Svédországban élő magyarok

„Én mindenképpen nagyon jónak tartom, amit mondtam neked, (...) ez egy állandó téma, a mi utazásainkat (munkahelyen – a szerk.) is rendesen vagdossák meg, az üzleti utakat - többek között erre hivatkozva, mert ugye jó képet kell mutatni a cégnek, meg hát ez is a helyes dolog nyilván. (...) én egyrészt egyetértek veled, de önző vagyok.” (Sm08N46)

„Ez szerintem jót tesz mindenképpen a környezetnek, hogyha az embereket próbálják arra motiválni, hogy vonattal menjenek, de nyilván vannak bizonyos esetek, amikor ez nem kivitelezhető.” (Sm13F34)

Más Svédországban élő magyar szegmensbe tartozó alanyok – hasonlóan a többi szegmenshez – a megszegyenítés mint eszköz ellen kifogást emelnek, illetve van, aki a felelősség egyénekre történő hárítását kifogásolja.

Svédországban élő magyarok

„kicsit több lenne a hatása annak, amit próbál csinálni, hogyha adatokat, igazságokat mond, és nem az a hozzáállása, hogy mint mondjuk a Grétának,(...), hogy márpedig ezt így kell csinálni.” (Sm02N48)

„Az emberek nem szeretik, ha megmondják nekik, hogy hülyék, vagy valamit rosszul csinálnak. Tehát ez a pánikszzerű, meg te vagy a felelős és mindannyian mindjárt kihalunk az egész emberiség, hanem első körben mindkinek el kell döntenie, hogy mi az, amiről le tud mondani, vagy hajlandó lemondani, mi az, amiről nem.” (Sm04F40)

„Én nem látom ezt a témát jogosnak, hogy akkor szégyelljük magunkat, ha elmegyünk utazni. Ez abszolút szerintem nem jogos. Szerintem mint ember, mint egy társadalomnak az egyik része, vagy tagja. Igenis te dolgozol a pénzéért, igenis fizessél rendesen adót, áfát minden szarért, még költségeket, még azt még azt még amaszt. Ezért bocsi, azért az utazáshoz hadd menjek nyaralni valahogyan. Szóval én ezt a mozgalmat nem csípem.” (Sm14F50)

A Svédországban élő svéd alanyokra is jellemzőbb, hogy nem támogatóak a mozgalommal kapcsolatban. A „shamingelés” még azon alany számára sem elfogadható, aki távolabbi külföldi desztinációkba is vonattal utazik a környezetvédelem érdekében. Van, aki elismeri, hogy ez is egy módja a tudatosításnak, ugyanakkor a többség szerint kontraproduktív ez az üzenet.

Svédországban élő svédek

"Nem hiszek az emberek megszegyenítésében, de hiszek abban, hogy meg kell próbálni elgondolkodtatni az embereket. Nem áll szándékomban megszegyeníteni őket. Az a szándékom, hogy gondolkodásra bírjam őket. Azt hiszem, nem gondolkodunk eleget." (Ss07N62)

"De megszegyeníteni vagy tiltani szerintem mindig egy kicsit kontraproduktív, mert inkább azt kellene mondani, hogy nyilvánvalóan azt akarod, hogy az emberek organikusan maguk válasszák ezt, hogy ne hozzanak rossz döntéseket, ezért inkább tájékoztatni kell az embereket a dolgokról, ahelyett, hogy megszegyenítenéd őket." (Ss09N31)

Más szegmensben is volt, aki megemlítette, de a Svédországban élő svéd szegmensben a legjellemzőbb, hogy a problémát abban látják a válaszadók, hogy a repülés túl olcsó, emiatt egyszerűen nincsen versenytársa. Ez már átvezet a rendszerszintű problémák észlelésének témakörébe, amelyet külön fejezetben elemzek.

Svédországban élő svédek

"Tudod, nem tetszik, ahogy ezt használjuk, hogy kiemeljük az egyént, mert ez egy magasabb szintű dolog. (...) De azt hiszem, jó megérteni azt is, hogy tényleg, nem tudnánk-e más lehetőségeket keresni, mert szerintem olyan könnyű repülni, olyan messzire mehetsz, és elég olcsó repülni." (SS08F37)

"És olyan olcsó.(...). Szóval, az ár és az idő." (Ss09N31)

Ugyanakkor ebben a szegmensben is akadt, aki jó megoldásnak tartja a mozgalmat a szemlélet figyelem felhívására.

Svédországban élő svédek

"Úgy gondolom, hogy nagyon jó terjeszteni a tudatosságot, hogy át kell gondolnunk a cselekedeteinket, amikor közlekedünk, mert ez sok, igen, ez nem túl jó a környezet számára." (SS12F20)

Mivel hasonló célokat szolgál, és az egyik interjúalanytól értesültem az üzenetéről, röviden szót ejtek a Hemester nevű koncepcióról is. Ez a belföldi desztinációk felkeresésére buzdító üzenet – amely a hem = otthon és a szemeszter = nyaralás szavakat ötvözi – a világjárvány előtt indult Svédországban. Nem nőtte ki magát mozgalommá, élére nem állt semmilyen szervezet, talán ez az oka, hogy kevesen tettek említést róla: a Magyarországon élő svédek egyáltalán nem, a Svédországban élő svédek közül csak két alany. Egyikük szerint nem nőheti ki magát ez a mozgalom, hiszen a svédek utazásainak elsődleges motivációja az időjárás. A Svédországban élő magyarok közül viszont többen is beszéltek erről, mindannyian pozitív megítéléssel és ennek kapcsán saját ilyen jellegű utazásaikról számoltak be.

Svédországban élő svédek

"Mert a pandémia óta, mióta van kocsink, tényleg felfedezzük Svédországot. Sokkal jobban felnyitotta a szemünket a különböző dolgokra, amelyeket itt nagyon közel lehet csinálni, különösen a szabadban, túrázás és hasonló dolgok. De igen, azt hiszem, az utóbbi időben főleg ezt az utat választottuk." (Ss09N31)

„Nem tudom, hogy milyen nagy dolog lett ez. (...) Ráadásul olyan drága Svédországban nyaralni, mármint a svédeknek is. (...) És általában, aki elutazik, az tényleg az időjárás miatt utazik, úgyhogy szerintem nem igazán lett nagy dolog.” (Ss01N49)

Svédországban élő magyarok

„Hát a Covid alatt elterjedt egy trend Svédországban. (...) És ezt két szóból tevődik össze. A szemeszter az a nyaralás és az hemma, az pedig az otthon, tehát az otthon nyaralni. És igazából az, hogy is mondjam neked, hogy ott, ahol laksz, és ahol élsz, a környékben fedezel fel dolgokat. (...) Mi ezt megcsináltuk, tehát mi benne voltunk ebben két évet, és az ember rájön, hogy amikor az ember előveszi a térképet, hogy úristen, mennyi minden van, ami tényleg egyébként érdekelne. (...) Tehát igazából ez is egyfajta, egy másfajta kikapcsolódás, amit nagyon élveztünk. Én azt mondanám, hogy (...) a jövőben, bár lehet, hogy nem leszünk erre rákényszerítve, meg fogjuk nézni, hogy a környékben mi az, ami látogatható, vagy mi az, amit meg lehet csinálni. Ilyen napos program, vagy két napos program.” (Sm06N40)

Mindez azért is érdekes, mert összecseng a két magyar szegmensnél tapasztalt vélekedéssel, amely a hazánknak vagy a közeli környezetnek a megismerésére vonatkozó elvárásokkal kapcsolatos.

4.4. Rendszerkritikák és a felelősség kérdése

A kódolás és elemzés során érdekes mintázatot fedeztem fel: a rendszerkritika névvel ellátott témakategória alá soroltam azon gondolatokat, amelyekben a válaszadók a saját, egyéni, személyes felelősséggel ellentétes okokat jelöltek meg a környezettudatos fogyasztói viselkedés kevésbé népszerű jelenlétének magyarázatára.

Ezalatt a kategória alatt több érdekes téma felmerült: a kormányok és vállalati szféra felelőssége, az egyénekre nehezedő túl nagy elvárások és a túlfogyasztás, az elkényelmesedés kérdése a fogyasztói oldalon.

Logikailag a fogyasztóktól haladva azzal kezdem, amelyben a válaszadók kifogásolták azt a szemléletet, hogy a fogyasztóknak kellene a viselkedésükkel elérni egy környezetileg fenntarthatóbb állapotot a turizmusban. Ez a gondolat a Svédországban élő svédok csoportjában kifejezetten hangsúlyos volt, de egy-két alany a többi szegmensben is hangot adott neki.

Magyarországon élő magyarok

"Azt érzem, hogy rá van tolvá a felelősség azokra..., hát így az egyénre, és mi vagyunk (...) így megszégyenítve... Szerintem tökre nem fair, hogy ez így rá van tolvá az emberre." (Mm07N26)

Magyarországon élő svédok

"Túl messzire ment ez (...) Túl nagy hangsúly került az egyénekre, és ez bizonyos értelemben nem praktikus, hogy őszinte legyek." (MS02F49)

Svédországban élő svédok

„Én abszolút nem érzem, hogy ez jogos lenne ezt a témát a turistákra hárítani, hogy érezzem magamat rosszul, hogy megyek nyaralni." (Sm14F50)

Svédországban élő svédok

„Nem azt mondom, hogy az egyes embereknek nem kell törődni ezzel, és ne kéne annyit hozzájárulniuk, amennyit csak tudnak, azt hiszem, ezt meg kell tenni. De mindig is úgy éreztem, hogy nem itt van az igazi probléma." (SS05F31)

"Vagy ha olcsóbbá tesszük a vontozást például, hogy sok ember megértse és próbálja ki, vagy ilyesmi, nem mondhatjuk egyszerűen, hogy azt kell választanod hogy így és így élj...Lehetővé kell tennünk." (Ss10N47)

A Svédországban élőkre egyébként is jellemzőbb volt, hogy a fogyasztók felelősségét is makroszinten értelmezték, a környezettudatosság mint szempont megjelenésének elmaradását a fogyasztói társadalmi berendezkedéssel, a túlfogyasztásra való piac felől érkező nyomással magyarázták. Az emberek elkényelmesedése, a túlvásárlás, a túl sok és

egyszerű, olcsó utazás mind jellemző gondolatok voltak. Ez a témakategória is megjelent – kisebb hangsúllyal – a többi szegmensben is, érdekesség, hogy a svédországi magyarok esetében viszont csak férfiak mondták. Az eddigiéknél ismét több, nagyon kifejező idézettel szemléltetem ezt a mintázatot.

Magyarországon élő magyarok

„Tehát, hogy ez is talán ki lett hegyezve erre a túlzott fogyasztásra, hogy akkor, hogyha nem megyekden repülni, akkor majd megyünk szerdán.” (Mm02N50)

„De én alapvetően azt gondolom, hogy ha a fenntarthatóságot szeretnénk szinten tartani, akkor az alapvető problémákkal kell szembeszállni, az pedig a fogyasztói társadalom. Szerintem ez okozza a legnagyobb mértékű pazarlást, személtelést, satöbbi.” (Mm08F43)

Magyarországon élő svédek

"Svédországban az emberek tudatosak, de nagyon sokat fogyasztanak. (...), olyan kényelmes csak kilépni az ajtón, beülni egy autóba, majd kiszállni az autóból." (MS04F51)

"Nem értjük a kontextust itt. Szeretjük az jó cuccokat olcsó áron és nem látjuk benne mi a konzekvenciája. Nekünk ez pénzbe fog kerülni, hogy hogy ez rendbe jöjjön." (Ms10F60)

Svédországban élő magyarok

"Hogyha a fiatalokat megnézem, azért a fogyasztási kultúra az itt is elég erős." (Sm04F40)

„Így behűtve a nyugati világnak a népessége, hogy mi megmentjük a világot. De nem mentjük meg, hanem pont mi, akik vásárolunk. (...) A túlköltsége a társadalomnak, ez az Overconsumption, hogy vegyünk, vegyünk, vegyünk, egy új telefon, új kocsi (...) Loreál - because you're, worth it – te megérdemled... Érted? (...) Ide jutottunk, és ez már régen így van, ez már beteg, és ennek a társadalomnak nincs jövője.” (Sm14F50)

Svédországban élő svédek

"Amikor az egész rendszer azt mondja nekik, hogy fogyasszanak többet, mert az boldoggá tesz. Nyilvánvalóan nem tesz minket boldoggá. (...) És az autóink Stockholmban most nagyobbak és több üzemanyagot fogyasztanak, mint a 80-as években." (Ss07N62)

"Megtaníttuk őket erre, van egy vásárlási-eladási kultúránk is (...) Tehát azt hiszem, azt akarjuk gondolni, hogy megtaníthatjuk nekik a fenntarthatóságot, de ugyanakkor nagyon kapitalista életmódot adunk át nekik, és ez nem azért van, mert azt akarjuk, hogy így legyen, vagy valami olyasmi, amit elhatároztunk. Inkább olyan, mintha ilyen világban élnénk. És így természetesen ők is részesei lesznek ennek amikor felnőnek. Sajnos." (SS10N47)

"Ez egy nagyon fogyasztói társadalom, azt mondanám. És hogy végül nem is olyan zöld, annak ellenére, hogy mindannyiunk törődik ezzel." (SS11N30)

A környezeti problémák létrejöttében és fennmaradásában a válaszadók szerint nagy felelőssége van a nagyvállalatoknak és a légitársaságoknak. Ez minden szegmensben előkerült, csakúgy, mint a kormányok vagy az EU feladatai és a szabályozások kérdése, utóbbi kisebb súllyal. Ugyanakkor néhány válaszban felmerült a kormányok vagy nemzetközi szervezetek és a vállalati, légitársasági piac szereplőinek együttműködése mint szükséges megoldás.

Magyarországon élő magyarok

„amíg a nagy cégek pénzzel kiválthatják a rájuk kiszabott környezetvédelmi köteleességeket, addig viszonylag keveset számít az, hogy én mondjuk vásárolok egy pólót a H&M-ben avagy sem.” (Mm09N26)

„Ez teljesen másik téma, de vannak a nagy leépítések ugye mostanában a cégeknél, de szerintem a céges utazások ilyen nagyobb szinteken nem lett kevesebb. És azok például nem egy olcsó mulatság

„szerintem. Indiába repültetni a finn főnököt, stb., és ott szervezni nekik a nagy utazásokat. Például ez.” (Mm25F25)

Magyarországon élő svédok

„Az egyetlen megoldás a légi ipar éghajlati problémáira az, ha a repülőgépek üzemanyagát kevésbé szennyezővé teszik. (...) Műszaki megoldások, innovációk. Mert igen, az emberek nem fogják abbahagyni az utazást.” (MS05F46)

„Úgy érzem, hogy amikor a kormányok a környezetről beszélnek, sok divatos szavuk van, de nagyon kevés közülük van a valósághoz (...) Tudják, hogy ez negatív hatással lenne az emberekre, és félnek túl sokat tenni.” (MS02F49)

„Az is gondolom, hogy a kormány és a kormányok közötti együttműködések, amelyek a mi esetünkben az Európai Unió a magáncégekkel együtt valóban aktívan módosíthatják a szabályokat a zöldebb alternatívák támogatása és előmozdítása érdekében.” (MS11F50)

Svédországban élő magyarok

„egy párizsi klímakonferenciára, (...) a világ vezetői magánrepülőgépekkel járkálnak, mint ahogy a magyar kormány prominens tagjai is szeretnek magánrepülőgépet használni.” (Sm04F40)

„Ami egyébként szerintem nagyon érdekes, hogy a repülés az nincs rendszeresen megadóztatva. (...) ha ez tényleg fontos lenne a vezetésnek, akkor ezt már rég meglépték volna. (...) közben a másik oldalon fókuszálnak, vagy próbálják az emberi eltántorítani tőle.” (Sm13F34)

„Szóval itt egy országnak, vagy a kormánynak kéne ezeket a dolgokat biztosítani.” (Sm14F50)

Svédországban élő svédok

„Inkább globális szinten kell tenni, a gyárak hogyan működnek, a vállalatok hogyan viselkednek, a több milliárd dolláros iparágak mit tehetnek. Ha megengedik nekik, hogy folytassák azt, amit eddig csináltak, akkor rohadtul értelmetlen, függetlenül attól, hogy mindenki odafigyel-e a háztartási szemetére.” (SS05F31)

„de úgy gondolom, hogy általában ezek a dolgok talán egy generációváltástól és a cselekvésünk változásától függenek, de a jogalkotási kérdésektől is, például attól, hogy mit mond az EU ezekről a dolgokról, és természetesen milyen törvények korlátoznak. De ez is olyan, hogy az EU-ban nagyon erős lobbitevékenységek vannak. Szóval igen, nem tudom.” (Ss09N31)

„Az hiszem, én azt hiányolom, hogy több nyomást gyakoroljunk a nagy vállalatokra.” (Ss11N30)

Összességében az rajzolódott ki, hogy a legkritikusabbak a Svédországban élő svéd válaszadók, de a társadalmi struktúrával, a kormányok érdekeivel, a nagyvállalatok erejével kapcsolatban minden szegmensben vannak kritikus hangok.

4.5. Társadalmak, társadalmi csoportok környezettudatossága

Ahhoz, hogy megértssem, hogy a személyes motivációkra és viselkedésmintákra hogyan hatnak a társadalmi csoportoknak tulajdonított (azaz szubjektív) társadalmi normák, fontosnak tartottam megismerni, hogyan vélekednek a válaszadók arról a társadalomról, amelyben élnek. Elsőként a közvetlen környezet, azaz az ismerősök, barátok környezettudatosságáról kérdeztem a válaszadókat, majd ráterünk az adott szegmens számára releváns társadalom vagy társadalmak környezettudatosságának kérdésére is.

4.5.1. Vélekedés a közvetlen környezet környezettudatosságáról

Minden szegmensben a legjellemzőbb az volt, hogy vegyesnek vagy közepesnek ítélték az ismeretségi kör környezettudatosságát. Az egyik mintázat szerint az alanyok magukhoz hasonlóknak érzik a környezetüket, és legtöbbször ezt egy közepes szintnek értékelik, ahogy láttuk a saját környezettudatosság megítélésénél. A Magyarországon élő magyarok szegmensben a fejlődést is kiemelték többen.

Magyarországon élő magyarok
„Alapvetően azok és egyre inkább azok.” (Mm18N48)

A másik mintázatban sokan számoltak be arról, bárhol is élnek, hogy vannak környezettudatos és kevésbé környezettudatos ismerőseik.

Amiben eltérést tapasztaltam, az ismét a két ország társadalmának megítélését érinti. Egyrészt a Svédországban élők közül alig akadt olyan, aki a közvetlen környezetét egyáltalán nem tartaná környezettudatosnak, míg ez a Magyarországon élők között előfordult. Ugyanakkor a Svédországban élők az ismerőseik hozzáállását kissé polarizáltabban látják, mint a Magyarországon élők. Úgy nyilatkoznak, hogy vannak, akik akár egészen nagy vállalásokat is tesznek, s vannak, akiket nem érdekel ez a szempont. Az is megjelent ugyanakkor, amelyről a hétköznapi környezettudatosságnál már volt szó, hogy Svédországban a szelektív gyűjtést mindenki megteszi, ezt a gyakorlatot vannak, akik már nem is sorolják a környezettudatos tevékenységek közé.

Svédországban élő magyarok
„Na, ez vegyes. Például nagyjából a hulladékkezelése mindenkinek egy sablonra van, tehát ugyanígy működik szerintem mindenki. (...) Az utazás. Mondjuk a munkahelyemen azt látom, hogy nagyon sokan, aki megtehetné azt, hogy tényleg busszal jön, (...) és akkor egy Toyota Highloops-szal jár be dolgozni, ami tíz litert eszik százon. (...) Értelmetlen. Egész egyszerűen.” (Sm12F35)

Svédországban élő svédek
„Kicsit attól függ, de szerintem mind a kettő fajta ember van az én környezetemben. Van, aki nagyon sokat figyel ezekre a dolgokra, nem utazik sehova, vagy csak vonattal. Van, aki végán lett emiatt, és van, akinek nem fontos. Úgyhogy kicsit én abszolút azt mondanám, hogy ez egy olyan kicsit attól függ, hogy mit dolgozik az ember, hogy hány éves stb.” (Ss01N49)

Összességében tehát a Svédországban élő válaszadók az ismerőseikről elenyésző mértékben nyilatkoztak úgy, hogy ne lennének környezettudatosak, míg a Magyarországon élő két szegmens tagjai jelentős mértékben állították ezt. Legfontosabb eredmény, hogy a Svédországban élő magyar és svéd szegmensben is voltak olyanok, akik megemlézték, hogy néhány ismerősük nagyon komolyan veszi a környezettudatosságot az élet több területén, köztük megemlítve az utazási szokásokat is.

4.5.2. Vélekedés Magyarország és Svédország környezettudatosságáról

A társadalmak környezettudatosságáról szóló kérdés már több érdekes mintázatot hozott. Az első és egyértelműen azonosítható eredmény, hogy a válaszadók összességében a svéd társadalmat környezettudatosabbnak tartják, mint a magyart. Nem volt olyan válaszadó, egyik érintett szegmensben sem, aki kijelentette volna, hogy a magyarok környezettudatosak, a svédekkel kapcsolatban ugyanakkor sokaknál megjelent ez a vélemény.

Arra a kérdésre, hogy mennyire tartja környezettudatosnak a magyar társadalmat, a válaszadók többsége nagyon kritikusan fogalmazott. Néhányan voltak, akik árnyaltabb véleményről számoltak be, a társadalom egyes csoportjait környezettudatosnak tartják, más csoportokat nem, esetleg bizonyos aspektusokat említettek, amelyek alapján kedvezőbb a kép a magyarokról. Mindhárom érintett csoportban többen vélekednek úgy, hogy habár még nincs magas szinten a magyarok környezettudatossága, van egy olyan tendencia, hogy egyre többen foglalkoznak a környezeti szempontokkal vagy egyre jobbak az adottságok, hogy ezt megtehessék.

A Magyarországon élő magyar válaszadók – minden generációban, valamint férfiak és nők egyaránt – jelentős arányban úgy vélik, hogy a magyar társadalom túlságosan énközpontú és nem foglalkozik a környezet problémáival.

Magyarországon élő magyarok

"Hát szerintem nagyon-nagyon minimális mértékben. Gondolom, hogy még nem jutottunk el odáig, hogy nem csak önmagunkért, hanem másokért is tenni kell, vagy hogy a következő nemzedéknek kell megőrizniük azt, ami most van, hogy nekik ne legyen még rosszabb." (Mm05N56)

"Nem igazán, általában túl énközpontúak és önzők és morcosak az emberek ahhoz, hogy még ezzel is foglalkozzanak, vagy nagyon sokszor meghaladja a kis mindennapi gondolkodást." (Mm13N26)

"Még messze vagyunk attól, hogy azt hiszem, hogy az emberek elsősorban a saját kényelmüket helyezik előtérbe. Az mindig fontosabb." (Mm17F46)

Néhányan voltak a Magyarországon élő magyarok szegmensben, akik egy kicsit kedvezőbbnek látják a helyzetet, de a legfiatalabbak kevésbé voltak megengedőek ebben a kérdésben. Volt, aki a régi időket emlegette, amikor minden alapvetően környezetbarát volt, és talán elkezdtek mostanában többen természetien otthon élelmiszert például, többen pedig a szelektív gyűjtés elterjedésére asszociáltak. Akik pozitívabbnak értékelik Magyarország környezettudatosságát, ott alapvetően a tendenciát emelik ki, úgy látják, egyre többen, egyre jobban odafigyelnek ezekre a szempontokra.

Magyarországon élő magyarok

"Egyébként szerintem Magyarország most így elindult ebbe az irányba egész ahhoz képest, hogy honnan indultunk, illetve a fenntarthatóság ügye." (Mm08F43)

"Azért lassan ez a szelektív gyűjtés már itt általános lesz, és hál' Istennek már szinte mindenkinél azt látom, hogy általános. Ez a zacskózás a boltban, ez is olyan, hogy kezdik már érteni, hogy miért rossz. Tehát az utóbbi azt mondom, hogy egy-két évben tértek talán erre át." (Mm19N33)

A Magyarországon élő svédek válaszaiban már az összehasonlítás is gyakran megjelent, néhányan logikusan eredeti hazájukhoz képest tettek megállapításokat a magyarországi helyzetre. A többség szerint Magyarországon még nagyon gyerekcipőben jár a környezetvédelem kérdésköre, illetve az emberek nem figyelnek oda eléggé. Néhány a hulladék kérdésre panaszkodtak (erdőbe kitett szemét, a szelektív gyűjtésre való nem kellő odafigyelés), mások a gyakori autóhasználatra.

Magyarországon élő svédek

"Nem hiszem. Szeretném, ha a magyarok jobban tudatában lennének annak, hogy ne dobjanak szemetet a természetbe." (MS01N52)

"Úgy gondolom, hogy Magyarország valószínűleg hátul van, Svédország pedig elöl akart lenni." (MS02F49)

"Igen, itt megértem azt a hozzáállást, hogy ha a másik nem csinálja, akkor én miért csináljam, de ha mindenki úgy gondolkodik, akkor nem lesz előrelépés. Úgyhogy inkább a másinak kéne áttéríteni, mint hogy mi beadjuk a derekunkat." (Ms03N24)

A Magyarországon élő svéd szegmensben is voltak olyanok viszont, akik nem látták ennyire negatívan a magyar helyzetet. Ennek okaként egyikük a magyarok kevésbé intenzív fogyasztását jelölte meg: a régiék tudását, a tárgyak megőrzését. Mások örömeiket fejezték ki, hogy működik a szelektív hulladékgyűjtés és volt, aki szerint Olaszországhoz képest is sokkal jobb a hulladékkezelés. A tömegközlekedés elérhetőbb és megbízhatóbb voltát is dicsérték néhányan – ahogyan erről már a közlekedésről szóló részben beszámoltam – amellyel szintén hozzájárulnak a magyarok a környezeti fenntarthatósághoz. Magát a szándékolt környezettudatos viselkedést viszont ők sem érzékelik jelenleg.

Magyarországon élő svédek

"Róma, Olaszország. És rosszabbak, mint a magyarok, azt mondanám." (Ms01N52)

"Úgy gondolom, hogy a környezettudatos emberek kisebbségben vannak (...). És amikor azt látod, hogy Magyarországon sokat utaznak az emberek, és még a boltba se tudnak gyalog menni, akkor ebben az értelemben igen, úgy tűnik, hogy egy kicsit elmaradott Magyarország, de másrészt, beszéltem idősekkel a piacon. (...) Kapok időnként tőlük néhány tippet, hogyan kell csinálni a dolgokat a kertben, és hogyan kell főzni, és látom, hogy az emberek hosszabb ideig használják itt a dolgokat, és nem dobják ki olyan könnyen a dolgokat. Különösen, ha olyan falvakba mész, mint itt Nógrádban, akkor azt látod, hogy az emberek, nagyon régóta úgy élnek, ahogy éltek korábban, mindenről maguk gondoskodnak, és így tovább." (MS04F51)

A Magyarországon élő svédek közül is többen úgy vélik, csakúgy, mint a Magyarországon élő magyarok szegmens tagjai, hogy a környezettudatosság a magyar társadalomban egyre

nagyobb szerepet játszik, tehát ugyan még gyerekcipőben jár, de egyre többen foglalkoznak a kérdéssel.

Magyarországon élő svédek

"Magyarország sokat fejlődött itt az elmúlt években a fenntarthatóság terén." (Ms02F49)

A Svédországban élő magyarok szegmens tagjai többnyire kifejezetten negatív véleményt fogalmaztak meg, viszont többen kiemelték, hogy az elmúlt években jobban figyelnek a környezeti szempontokra Magyarországon is. Néhányan a környezettudatos viselkedés hiányának okaként az adottságok különbözőségét jelölték meg, mások a kényelmességet vagy az ismeretek hiányát.

Svédországban élő magyarok

"Tehát azért úgy látom, hogy mindenki szelektálgat, de azért ott még az otthoni ismerősök, rokonok környékében, de szerintem ez igazából nem is annyira az ő hibájuk, hanem amennyire az országban úgy látom, hogy még nincs eléggé, tehát vannak a szelektívek, de még mindig nincs meg ez a nagyon." (Sm08N46)

"Hogy az emberek már a sarki kisboltban is autóval mennek el, mert az már egy kicsit úgy. Amikor el lehet gyalogolni is, mert régen ezt csináltuk, csak annyira kényelmes lett mindenki, hogy az hihetetlen. De ez így van." (Sm12F35)

"Meg kell nézni, hogy Svédország hatalmas lépésekkel előbb van, mint más ország (...) De még egyszer, ez a vezetésnek a feladata, hogy ez nekünk egyszerűsítse a dolgokat. Ha nincsen, akkor persze a Józsikám, hova rakjuk? Oda. Budakeszin. Ott senki nem látja, nincsen kamera." (Sm14F50)

Svédországgal kapcsolatban sokkal diverzebb válaszok érkeztek. Logikailag kivételesen jobbnak tartom a Svédországban élő svédekkel kezdeni az elemzést, ahogyan a magyar társadalom jellemzését is a Magyarországon élő magyarokkal kezdtem.

Ami a Svédországban élő svéd válaszadókat illeti, a magyarokhoz hasonlóan ők is kritikusak magukkal szemben. Egyrésztől voltak, akik környezettudatosnak ítélték meg saját társadalmukat, de körülbelül ugyanennyire jellemző volt, hogy úgy nyilatkoztak, hogy leginkább az attitűdök szintjén van jelen a környezettudatosság, a tettekben kevésbé, illetve, hogy a svédek szeretik azt hinni, hogy nagyon odafigyelnek a környezetre.

Azok, akik pozitívnak látják a svéd társadalom környezettudatosságát, kiemelték a szelektív hulladékgyűjtés és az újrahasznosítás kiterjedt voltát, a népszerű kerékpáros közlekedést. Egy Y-generációs nő úgy látja, hogy a Covid19 világjárvány és az elmúlt évek inflációi a tudatosság növekedésére is rásegítettek, és emiatt csökkent a fogyasztás mértéke.

Svédországban élő svédek

"Ezek közül néhányat gázzal is működtetünk, így megpróbálunk a lehető legtöbbet újrahasznosítani, mint az újrahasznosításból származó hő is. Mi figyelünk erre, így fűtjük a házainkat is és az újrahasznosításból származó dolgokra is" (Ss06N29)

"De a hétköznapi emberek elég környezetbarátak, kb. 50-50. Sokkal többet tehetnének. Sokkal többet tehetnék én is. De van tudatosság, azt mondanám." (SS09N31)

"Azt hiszem, valójában tudatosabbak vagyunk, mint sok más ország. Svédországban is elég jó tömegközlekedés van. És elektromos autó is elég sok van." (Ss1(Ss12F20)

Jellemzőbb volt ugyanakkor, hogy kritikát fogalmaztak meg. Többen hangsúlyozták, hogy lehet, hogy az attitűd szintjén tudatosabb a svéd társadalom, de mindeközben a fogyasztói kultúra nagyon erős, és ha egy bizonyos területen környezettudatos döntést hoznak a svédek, még mindig számos környezetre káros fogyasztói gyakorlatot valósítanak meg. Az egyik alany úgy véli, nem elegendő egyéni szinten megvalósítani a környezettudatos gyakorlatokat, sokkal inkább az egész társadalomnak kell egy magasabb szintre lépni ebben.

Svédországban élő svédek

"Gyakran hallom - például magyaroktól, hogy ó, itt mindenki folyton azzal foglalkozik, hogy milyen fontos a környezet, fontos a környezet, de nem igazán, hogy ez. Szerintem ez inkább valami olyan, nem tudom, valami hivatalos narratíva, ami nem igazán igaz." (Ss01N49)

"A felszínen nagyon. De nem vagyok biztos benne, hogy a valóságban is ennyire környezettudatosak. Azt hiszem, néhány barátom, aki nem utazik repülővel, de aztán folyton új ruhákat vásárol." (Ss03N45)

"Átlagos. Azt hiszem, a szemlélet megvan, de a tettek nincsenek." (Ss08F37)

"Úgy gondolom, hogy meg kell tanulnunk, mint társadalom, sokkal nagyobb lépéseket kell tennünk ahhoz, hogy fenntarthatóbb társadalom legyünk, mint most. Érted? Magasabb szinten kell lennie, mint most." (Ss10N47)

Néhány alany tovább árnyalta a képet az attitűd kontra viselkedés vonatkozásában, és kiemelte, hogy a környezettudatos attitűd csak a hétköznapokon mutatkozik meg, a szabadidős utazásaik során a svédek ezt a szempontot nem veszik figyelembe.

Svédországban élő svédek

„(A svédek környezettudatosak – a szerk.) Eléggé, de az utazás szempontjából azt gondolnám, hogy ők is ugyanolyanok, mint én, és kétlem, hogy a környezeti hatásokat a prioritási listájuk élén veszik figyelembe, amikor utazást terveznek."(Ss05F31)

"De néhány közeli barátom sokkal környezettudatosabb, minden nap megpróbálnak tudatos döntéseket hozni. De aztán ha szabadidős utazásról van szó, senki sem egy Greta Thurnberg. Senki nem vonatozik vagy nem utazik." (Ss09N31)

" Svédország egy nagy ország. Nagyon nagy távolságok vannak. A nagyvárosokon kívül szerintem az emberek nagyon sokat utaznak autóval. Még akkor is, ha van olyan ingázási lehetőség, mint a vonatok és a buszok, az autót választják. És ha külföldre mennek, Thaiföldre, az Egyesült Államokba, Dél-Afrikába vagy valami ilyesmi helyre mennek." (SS09N31)

Összességében ugyanakkor az látszik, hogy a Svédországban élő svéd szegmens tagjainak a negatív véleményeiben erőteljesen megjelentek a nem elégséges egyéni vállalások.

A svédek környezettudatosságával kapcsolatosan a legpozitívabb véleménye a Svédországban élő magyar szegmensbe tartozó válaszadóknak van, de az is igaz, hogy

véleménystruktúrájukban nagyon sok gondolat megjelenik. Közülük nem sokan éltek – de annál diverzebb – kritikával, sokkal inkább lelkesen és elismerően beszéltek a svédek hozzáállásáról és az infrastrukturális lehetőségekről is. Jellemző volt az a vélekedés is, hogy a svédokba kicsi kortól kezdve „bele van nevelve” a környezettudatosság.

Svédországban élő magyarok

"Abszolút svédok, abszolút svédok vezetnek. Bele van nevelve a kicsi kortól kezdve a természetszeretet." (Sm03N42)

"Egyfelől ég és föld, tehát nagy átlagban azt látni, hogy a svédok sokkal környezettudatosabbak. Másfelől viszont például, hogyha a fiatalokat megnézem, azért a fogyasztási kultúra az itt is elég erős." (Sm04F40)

"Itt azért jóval egyszerűbb azt mondani, hogy az emberek nagy része, vagy akiket ismerünk, az messzemenőkig próbál, sőt még az utazás szintjén is, tehát van, aki tényleg jól lecsesztett minket, hogy most Stockholmba repültünk. Tudom, de egyrészt nincsen elektromos autóm, másrészt meg bocsi, de nem volt rá két nap extra, hogy egy nap extrám, hogy vonattal menjek, plusz olcsóbb is volt. (...) Tehát azért a túlnyomó többségük nagyon, tehát tényleg az úgymond oktatás, vagy az információ, a könnyebb lehetőség arra, hogy környezettudatos legyél." (Sm08N46)

Amit kizárólag a svédországi magyarok fogalmaztak meg, hogy a svédoknak egészen más a viszonya a természethez, mint a magyaroknak. A svédok sokkal jobban együtt élnek a természettel, és családi, baráti találkozóikat is szabadterén; erdőben, réten, tóparton rendezik meg. Ennek okaként a földrajzi és demográfia adottságokat jelölték meg a válaszadók és van, aki kiemelte, hogy ez bizonyára hatással van a környezettudatosságukra is.

Svédországban élő magyarok

„Tehát itt az egész Skandináviára elmondható, hogy (...) ez a természetbe való járás, vagy a természettel együttélés, ez eléggé jellemző része a kultúrájuknak.” (Sm04F40)

„Tehát, hogy egy ilyen menjünk ki a természetbe, érezzük ott jól magunkat együtt a barátokkal, nem feltétlenül menjünk át egymáshoz a divat. Amiben nyílik a szemem, hogy mennyiben más a társadalom.” (Sm03N42)

„A környezettudatosság az inkább ebből a szempontból nekem azt jelenti, hogy együtt élni a természettel. Ebben a svédok nagyon-nagyon jók, úgyhogy nagyon sokat tanulok belőle, és nagyon jó érzés ilyen körülmények között élni. (...) Ennek nagyon nagy kultúrája van.” (Sm11F37)

Ebben, a Svédországban élő magyarok szegmensben is megfogalmazta két-három alany azt a kritikát, hasonlóan a Svédországban élő svédokhoz, hogy csak attitűd szintjén létezik a környezettudatosság, a fogyasztásban viszont még nem eléggé mutatkozik meg. Néhányan éppen azt emelték ki, hogy habár hétköznapijaikban sokat megtesznek a svédok, utazásaikkal kapcsolatban ez nem szempont, hiszen sokat autóznak és repülnek. Az egyik alany éppen a sok repülést jelölte meg legnagyobb problémaként (ugyanaz az alany egyébként az utazás és környezettudatosság vonatkozásában saját magával kapcsolatban is úgy nyilatkozott, hogy hiába környezettudatos, ha egyszer a sportrepülés a hobbija).

Svédországban élő magyarok

„Szeretnék azt hinni magukról, hogy azok, de ha megnézik, hogy mekkora a carbon-footprintje egy átlag svédnek egy átlag más nemzethez képest, akkor azért van mit. Igen, kicsit képmutató ebből a szempontból. És pont a repülés miatt egyébként, mert amikor itt eső meg sötét van, meg köd van, akkor fölül a repülőre, aztán elmegy Malagára (...) Hát igen, pont azért, mert a hétköznapiakban megcsinálják, csak most az, hogy elbiciklizik a munkahelyére, meg vissza. (...) és ezzel körülbelül kompenzálta a tíz százalékát egy repülésnek.” (Sm13F34)

„A legtöbb svéd, ha teheti, elutazik télen nyaralni Spanyolországba melegben. Vagy ami nagyon megy, az Thaiföld. Tehát ez nekik valami nagy favorit. (...) Akinek van autója, nagyjából háztartások 90 százalékának van, azok mennek. (...) Nem nagyon érdekli őket. Max, ha feljebb megy a dízel ára, akkor hőzöngés van, és nem mennek olyan messzire.” (Sm12F35)

Egy másik alany a kutatás szempontjából nagyon érdekes gondolatot fogalmazott meg, amely előkerült már a Svédországban élő svéd szegmensben is. Ez a válaszadó úgy gondolja, hogy van Svédországban egy elvárt norma (például a szelektív gyűjtés alaposágával kapcsolatban, legalábbis az interjúban erről beszélt), de szerinte az önálló, plusz vállalástól lenne környezettudatos valaki.

Svédországban élő magyarok

„Itt, akikkel együtt élünk egy farmon, ők egyáltalán nem tűnnek környezettudatosnak. (...) Úgy értem, hogy nincsen extra tevékenység a Svédországban elvárt norma fölött, hogy még környezettudatosabbak legyenek. (...) Hogy odafigyeljenek plusz extrán másra. Tehát itt látva a földesurunkat is, svéd nagygazda, tehát nem, attól még nagy autóval közlekedik, nagy dízelautóval.” (Sm11F37)

Negatív vélemények még egy szempontból merültek fel a Svédországban élő magyarok szegmensben. A svédek környezettudatos döntéseit – mint majd látni fogjuk, a magyarországi svédekhez hasonlóan – túlzásokba esőnek ítélték meg néhányan. Az egyik alany azt hangsúlyozta, hogy a szélsőséges viselkedés demonstrálása helyett adatokkal, tudásátadással lehet edukálni.

Svédországban élő magyarok

„túlzásba viszik, és hogy mondjam, a beszélgetés, pofázás aránya vagy nagysága nincs arányban azzal, amit tesznek. Amíg nem látok valami eredményt, hogy hú, most valami nagyon nagy dolgot csináltunk.” (Sm10N67)

„Svédország felvette ezt a környezet témát, mint egy ilyen logó az országnak. Ahol be van állítva az emberek agyába, hogy a kis Svédországa 10,4 millió lakosával meg fogja menteni az egész világot.” (Sm14F50)

„Valamennyire jobb pedagógiai alappal rendelkezne, akkor kicsit több lenne a hatása annak, amit próbál csinálni, hogyha adatokat, igazságokat mond, és nem az a hozzáállása, hogy mint mondjuk a Grétának, vagy ennek a Stefannak, hogy márpedig ezt így kell csinálni, mert lehet, hogy neked úgy kell csinálni, nekem lehet, hogy nem. Viszont, hogyha ott van az adat, hogy ha a havi három repülést, vagy az évi 15 repülést lecsökkentet 3 repülésre vagy 1-re, akkor ennyivel többet teszel a környezetedért.” (Sm02N48)

A Magyarországon élő svéd szegmens tagjai már a fent bemutatott, Magyarországról szóló interjúrészekben is gyakorta hasonlították össze a két ország környezettudatosságát. Többen említették a szelektív hulladékgyűjtés alaposabb voltát, illetve összességében a tudatosság nagyobb jelenlétét. Az a válaszadó, aki a férje munkája

miatt már több országban élt, Olaszországhoz és Angliához képest is környezettudatosabbnak ítéli Svédországot, nemcsak Magyarországhoz képest. Van, aki Greta Thunbergre is hivatkozik és zöld politikai pártokra, mint akik/amelyek nagy hatást gyakoroltak a társadalomra és olyan is, aki megemlíti, hogy a környezettudatosság Svédországban jelenleg egy mozgalom. A fiatalabb válaszadók megemlítik, hogy egész életükben ebben éltek, ebbe nőttek fel és ott a környezettudatosság alapvetés.

Magyarországon élő svédek

"A svédek úgy gondolják, hogy nagy hatással vagyunk a környezetre. Tehát sok mindent csinálunk - például a szemétkérdés. Nagyon alaposan szelektáljuk a szemetet. (...) Nem láttam ilyent Olaszországban, nem láttam Angliában, ahol korábban éltünk." (Ms01N52)

"Mi próbálunk azért viszonylag környezetben lenni, főleg, hogy szerintem Svédországban ezt még jobban nyomják, mint itt Magyarországon, és én abban nőttem fel. És ott ez egy annyira természetes dolog, hogy az ember nem dobja ki a sok műanyagot, hanem visszaviszi, hogy újra legyen használva. (...)ott meg valahogy annyira természetes, hogy nem is gondolnak bele az emberek (...) ezt a minimumot megcsinálja az ember." (Ms03N24)

A Magyarországon élő svéd szegmensben a legjellemzőbb negatív vélemény nem a fogyasztókkal volt kapcsolatos, hanem inkább a politikai döntésekkel. A válaszadók szkeptikusak vagy kritikusak voltak egyes, fenntarthatóságot célzó gazdaságpolitikai intézkedésekkel kapcsolatban, rámutattak azok hiányosságaira, ellentmondásosságára vagy valós hatásukat kérdőjelezték meg. Ez a Svédországban élő svédeknel nem volt jellemző és a kint élő magyarok közül is csak egy közlekedéssel kapcsolatos ilyen kritika jelent meg.

Magyarországon élő svédek

"Sok mindent tettek, amit környezettudatosnak akartak, de végül nem volt fenntartható." (Ms02F49)

„A szándék jó volt, csak a tettekkel az ellenkezőjét érték el." (Ms11F50)

A másik gyakori kritika a Magyarországon élő svéd szegmens részéről, a Svédországban élő magyar válaszadókhoz hasonlóan, hogy a svédek túlzásba viszik, észszerűtlen mértékben foglalkoznak a környezetre gyakorolt hatással.

A 19. és 20. táblázat szintetizálja a fent bemutatott eredményeket. Az egyes állítások a fenti válaszok alapján készült összefoglaló mondatok, saját megfogalmazásban. Minden állítás esetében jelöltem, hogy környezettudatosság szempontjából negatív vagy pozitív véleményről van szó, illetve mennyire jellemzően osztják az egyes szegmensek tagjai az adott véleményt. Például egy '–' jel esetén az adott szegmens válaszadói körében megjelent a vélekedés, de nem hangsúlyosan vagy három '+' esetében pozitív vélekedésről van szó és kifejezetten jellemző volt, hogy ezt állították az adott szegmensben.

19. ábra - A magyar társadalom környezettudatossága a válaszadók szemével

Állítás	Szegmens		
	Mm	Ms	Sm
A környezettudatosság szintje alacsony Magyarországon.	---	--	---
A magyarok önzők, énközpontúak.	--		
A magyarok nem gondolnak erre a szempontra.	.		
Kis lépésekben lehet fejlődni.	+		
Vannak Magyarországnál "rosszabb" országok.	+	+	
"Régiek tudása", a hagyományos élet fenntarthatóbb, alacsonyabb a fogyasztás szintje.		+	
A magyarok többet tömegközlekednek.		+	
A magyarok rövid utakra is autóznak.		.	.
Fenntartható étkezés (piacok, vega opciók az éttermekben) fejlett vagy fejlődik.		+	+
Rossz politikai döntések, infrastruktúra hiánya.			.
A tendencia pozitív, fejlődés tapasztalható.	++	++	+

Forrás: saját szekesztés. A szegmensek jelölése: Mm – Magyarországon élő magyarok, Ms – Magyarországon élő svédek, Sm – Svédországban élő magyarok

20. ábra - A svéd társadalom környezettudatossága a válaszadók szemével

Állítás	Szegmens		
	Ms	Sm	Ss
A svédek csak attitűd szintjén környezettudatosak.	--	.	--
A svédek csak hétköznapi környezettudatosak, utazásaikat tekintve nem.		.	--
A svéd társadalom környezettudatosságának szintje kifejezetten magas vagy magasabb, mint sok más országban.	++	+++	+
A svédeknek szoros a kapcsolata a természettel.		++	
A svédek a közösségi életet a természetben élik.		+	
A svédek szabálykövetők.		+	
"A svédek túzásba viszik".	--	.	
Fenntarthatónak szánt, de végkimenetelében rossz (politikai, adózási) döntések.	--		
A fogyasztás szintje magas (például turizmusban).	.	.	.
A svédek már gyerekkortól, neveltetéssel kapják a környezettudatos szemléletet.		+	

Forrás: saját szekesztés A szegmensek jelölése: Ms – Magyarországon élő svédek, Sm – Svédországban élő magyarok, Ss – Svédországban élő svédek

4.5.3. Demográfiai eltérések

Szintén érdekes eredmény, hogy a Magyarországon élő magyarokra a legjellemzőbb, hogy a fiatalokat környezettudatosabbnak tartják, mint az idősebbeket. Gyakran hangoztatják ezt maguk a fiatalok, a 20-as, 30-as korosztály, de az X-generációba tartozók körében is megjelenik ez a vélemény.

Magyarországon élő magyarok

„Bár ez szerintem inkább ilyen generációs dolog is, mert például szerintem az idősebbek valahogy így kevésbé, tehát nem is az, hogy nem feltétlenül tartanak fontosnak, de így nehezebben állnak már át erre a dologra.” (Mm22F33)

„Igen, a fiatalabb generáció mondjuk így az Y-tól. Ők már környezettudatosabbak, de ott is csak egy szűk százalékuk.” (Mm13N26)

„mert 17 éves, szóval van köztünk kis korkülönbség. Ő nagyon. Hát az, hogy nagyon érdeklő, inkább úgy mondom, még egy időben még a klímaszorongást is megfigyeltem rajta.” (Mm19N33)

A hazánkban élő svédek és a Svédországban élő magyarok körében is megjelent ez a vélemény, de kevésbé jellemzően: valaki a fiatal kollégáit, valaki a gyerekeit említette jó példának, amikor a szűk környezetének környezettudatosságáról kérdeztem.

Magyarországon élő svédek

„Úgyhogy azért úgy látszik, hogy - és ezt kicsit továbbmenve ez már így látszik egy ilyen általános trend a fiatalok környezetében, hogy meddig mondjuk a mi generációnk.” (Ms08F50)

„(a gyerekei – a szerk.) Sokkal zöldebbek, sokkal zöldebbek. Látom, hogy ez a generáció teljesen más tudatosságban nő föl, és valahogy jobban érti a dolgokat, és jobban is félnek a fejlődésektől. Teljesen más szerintem, mint az idősebb generáció.” (Ms10F60)

Svédországban élő magyarok

„Hát én azt látom, hogy nagyon előtérbe került itt az utóbbi időben, főleg fiatalabbak körében, ez a környezettudatosság.” (Sm05N49)

„Egyrészt igen, hál' Istennek a fiatalokon látom, tehát azért remény van.” (Sm08N46)

Egyedül a Svédországban élő svéd szegmens válaszadói nem fogalmaztak meg ilyen különbséget, igaz, erről külön kérdés nem szólt, a többi csoportban is maguktól beszéltek erről a válaszadók.

Az oktatásnak a környezettudatosság kialakulásában betöltött szerepét jellemzően a svédországi magyar válaszadók emelték ki, de többen a Magyarországon élő magyarok közül is fontosnak tartják. A Magyarországon élő svédek egyáltalán nem említették, a Svédországban élő svédek közül pedig egyedül az iskolát nemrég befejező, magát környezettudatosnak nem tartó húszéves fiú említette, hogy az iskolában sok szó esett erről. A svéd oktatási rendszerben ennek a hangsúlyos volta megjelenik tehát az ott élő magyarok válaszaiban, de feltehetően ez az abban részt vevő gyermekek, fiatalok és a közöttük – mint Magyarországon szocializálódott szülők között – lévő különbség miatt

volt észrevehető számukra.

Svédországban élő magyarok

„Én úgy gondolom, a kicsit már teljes mértékben, az iskolában is erre tanították. Ránk szól a mai napig, hogyha mondjuk rossz helyre van kidobva.” (Sm16F49)

Magyarországon érdekes vélemény volt, hogy valójában az oktatási rendszerben ez nem egy standard, hanem teljesen egyedi, hogy mennyit találkoznak a témával a gyerekek az iskolában.

Magyarországon élő magyarok

„Azt gondolom, hogy nagyon sok függ attól, hogy az adott településen, az adott oktatási intézményben, óvodában, iskolában mire mekkora hangsúlyt helyeznek.” (Mm01N48)

4.5.4. Társadalmi normák a válaszadók szemével

Voltak, akik saját maguk is megfogalmazták, hogy a társadalom, amelyben élnek, hatással van arra, ahogy viselkednek. Legfőképp a svédországi magyaroknál figyelhető meg, hogy a költözés utáni viselkedésváltozásról számolnak be, illetve olyan Magyarországon élő magyarnál, aki fiatalabb felnőttként néhány évet Ausztriában töltött.

Magyarországon élő magyarok

„Igen ugye Ausztria azért eléggé környezettudatos, ott azért eléggé odafigyelnek rá és ez rám is hatással volt. (...) És ott azért úgy ragadt rám ebből.” (Mm23N37)

Svédországban élő magyarok

„Hát ugye én felvettem az itteni szokásokat, tehát nyilván változott. Tehát ugye a Magyarországon azért 11 éve még annyira se volt.” (Sm01F50)

„Figyelj, ember átáll. Egy idő után, ahol laksz, abból a szokásból átveszel. Szóval a környezet hat rád. Olyan környezetben élsz, akik nem foglalkoznak ezzel, egy idő után te is az leszel, hogy most mindenki nem foglalkozik veled, akkor miért foglalkozz azokkal? Ott van egy olyan körzetben, hogy mindenki ezzel foglalkozik, igenis teszel ezzel foglalkozni.” (Sm14F50)

„Én otthon eldobtam a cigicsikket, én soha nem vittem a szemetet szelektíven, vagy soha nem éltem úgy. Amikor idejöttem, akkor úgy döntöttünk, hogy szeretnénk felvenni azokat a szokásokat, ahogy ők élnek. És ennek már akkor szerves része volt itt.” (Sm16F49)

Habár leginkább a környezettudatosság vonatkozásában emlegették ezeket a társadalmi normákat, olyan is volt, akinek a beszámolójából kifejezetten az utazási szokásokkal kapcsolatos helyi normák átvétele derült ki.

Svédországban élő magyarok

„Nem, először el akartunk menni életünkben, először januárban, mert a svédek nagyon szeretnek ilyenkor január-február táján meleg helyre menni. Úgyhogy az egy olyan volt, hogy na jó, egyszer csináljunk mi is egy ilyet.” (Sm08N46)

A válaszadók történeteiben gyakran nehezen elválasztható, hogy mennyire az új környezet szokásrendszeréhez történő illeszkedés, a beilleszkedés volt a motiváció és mennyire befolyásolta a viselkedésváltozást az, hogy más a környezettudatosságot lehetővé tevő infrastruktúra, illetve az esetleges büntetéstől való félelem.

Svédországban élő magyarok

„Álmomban nem gondoltam volna, hogyha valaki öt évvel ezelőtt azt mondja nekem, hogy én most egy kicsit többet fizetek azért, hogy csak megújuló energiaforrásból levő áramom legyen.” (Sm03N42)

"Svédországban élek. Elégé környezettudatos vagyok." (Sm02N48)

A második válaszadó esetében ez arra a kérdésre volt válasz, hogy mit jelent az alany számára a környezettudatosság.

Összességében tehát a Svédországba költözött magyarok számolnak be maguk is arról, hogy viselkedésváltozást tapasztalnak magukon. A Magyarországon élő svédek esetében csak a tömegközlekedéssel kapcsolatos pozitív vélekedés jelentett változást, a korábban, még Svédországban követett környezettudatos cselekedeteket igyekeznek Magyarországon is megvalósítani.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Alábbiakban válaszolok a kutatási alkérdésekre, majd a kutatási kérdésre, majd összefoglalom, hogy milyen elméleti és gyakorlati hozzájárulása van a kutatásomnak. Végül a limitációkat és a további kutatási irányokat ismertetem.

5.1. A kutatás konklúziói

Az alábbiakban a kutatási alkérdések mentén mutatom be a kutatás eredményeiből levonható következtetéseket.

K1. Hogyan alakulnak a fogyasztók hétköznapi környezettudatos viselkedésmintái a vizsgált csoportokban?

A fogyasztók önreflexiói (saját környezettudatosságuk értékelése) mellett beszámoltak arról, hogy milyen környezettudatos gyakorlatokat valósítanak meg a hétköznapjaik során. Otthoni viselkedésükkel kapcsolatban környezettudatosabbnak érzik magukat, mint az utazásaik során. Mindez összhangban van a szakirodalmi eredményekkel, amely szerint jellemzően még a hétköznapi környezettudatos egyének sem viselkednek környezettudatosan utazásaikkal kapcsolatban (Barr et al., 2010; Juvan és Dolnicar, 2014; Bergin-Seers & Mair, 2009).

Minden válaszadó tudott említeni legalább egy olyan saját gyakorlatot, amelyet környezettudatos viselkedésnek tart a mindennapok során. Mind a négy szegmensben a leggyakrabban a hulladékkezeléssel kapcsolatos kérdések álltak az első helyen, ami az említések gyakoriságát illeti, hasonlóan az Európai Bizottság (EC 2020) eredményeihez.

Ez a kérdéskör segített megvilágítani a társadalmi normák és a társadalmi gyakorlatok közötti kapcsolatot. A legnagyobb különbséget a szegmensek között ugyanis az jelenti, hogy míg a hétköznapi környezettudatos gyakorlatok között a Svédországban élők számára alapvetés a hulladékszelektálás, addig a Magyarországon élők közül – habár sokan állították, hogy szelektíven gyűjtik a hulladékot – többen ennek vagy infrastrukturális hiányosságaira hívták fel a figyelmet, vagy kételkednek ennek hatásosságában. Néhányan úgy érzik, már az is nagy lépés, hogy egyre többen szelektálnak Magyarországon, míg a kritikusabbak úgy látták, feleslegesen tesznek ebbe energiát, ha mások nem figyelnek erre. Svédországban – a Svédországban élő svéd és magyar, valamint a Magyarországon élő svéd szegmensek tagjai szerint is – nagyon fejlett a hulladékszelektálás rendszere és magas társadalmi elvárások kapcsolódnak a használatához. Olyan Svédországban élő svéd

válaszadó is volt, aki már képmutatónak tekinti, hogy ezt a környezettudatos cselekedetek között említse. A Svédországban élő magyar válaszadók számára viszont ez az egyik megtestesítője annak, hogy a „a svédek környezettudatosak” és többen megfogalmazták, hogy a hulladékszelektálás olyan viselkedésminta, amely hatott rájuk új hazájukban és amelyet meg kell tegernek, ha „nem akarnak kilógni a sorból”. Mindezek alapján – ha rátekinünk a szakirodalmi eredményekre – elmondhatjuk, hogy a hulladékszelektálás Svédországban nem csupán társadalmi norma, hanem egy, a kontextus (infrastrukturális adottságok, évtizedek óta működő rendszer) által is támogatott társadalmi gyakorlat. Ahogy ugyanis a gyakorlatelméletet alkalmazó kutatók (Hargreaves, 2011; Bargeman & Richards, 2020) rámutattak, a társadalmi gyakorlatok társadalmilag konstruáltak és kapcsolatban állnak társadalmi normákkal.

A szelektív hulladékgyűjtéssel kapcsolatos eltérő attitűdök a szegmensekben azt a gyakorlatelméleti megközelítést támasztják alá, hogy egy viselkedés megváltoztatásában eredményt úgy lehet elérni, ha közvetlenül azok megváltoztatására kapnak az egyének konkrét alternatívákat (Hargreaves 2011). Láthatjuk, hogy ebben az esetben nagyon nagy szerepe van az infrastrukturális változásoknak is. A további hétköznapi környezettudatos gyakorlatok esetében is inkább fel lehetett fedezni a lakóhely szerinti társadalmak homogenitását, mint a származási hely szerinti, amely részben a kialakuló társadalmi normáknak köszönhető, részben pedig nyilvánvalóan összefügg a kontextussal, az infrastrukturális adottságokkal. A piacra járás például inkább magyarországi sajátosság. Előfordult, hogy a Magyarországon élő magyar válaszadók csak rákérdezésre említették meg, hogy szoktak vásárolni kevés csomagolással, termelői piacon, míg a magyarországi svédek között volt olyan alany, aki kiemelte a magyar társadalom környezettudatosságával kapcsolatban, hogy ugyan sok a nem környezettudatos megoldás Magyarországon, a közeli piacon elérhető termelői áruk választékát remeknek tartja, ráadásul a termelőktől sok fenntarthatósági praktikát tanult, amely pedig környezettudatosabb, mint Svédországban. Számomra fontos ugyanakkor, hogy mindezek kiinduló motivációja már nem feltétlenül környezettudatosság, például a magyarok számára a piacra járás társadalmi gyakorlatként is jelen lehet, a piacra járásnak sok más motivációja elképzelhető, és pontosan ezzel kapcsolatos a következő megállapítás.

Kifejezetten érdekes mintázat, hogy a szelektív gyűjtéssel kapcsolatban a társadalmi normák már olyan rutinszerű társadalmi gyakorlatokká váltak, amelyet teljesen természetesnek vesznek a Svédországban élő svéd alanyok. Jól kivehetően érzékelhető a Svédországban élők körében a társadalmi norma, amely ennek a rendszernek a követésére

készíteti az embereket, ahogyan ezt a kinti magyarok is megfogalmazták. Ahogyan Yao és kollégái (2024) megfogalmazták, a társadalmi gyakorlatok szorosan kapcsolódnak a társadalmi normákhoz és ezeket az egyének különösebb előzetes gondolkodás nélkül végzik. A szelektív hulladékgyűjtés olyan gyakorlat, amelyet mindenki megtesz Svédországban, és úgy tűnik, nem is tartják már kifejezetten környezettudatos cselekedetnek. A kint élő magyarok között is akadt, aki nem nevezi környezettudatosnak azt, ami teljesen elterjedt a svédok körében. Ilyen módon úgy tűnik, hogy környezettudatosnak sok esetben csak az önkéntes vállalatokat tekintik a válaszadók. Ez nagyon fontos és újszerű eredmény tekintetben, hogy ezen gyakorlatok beépülése, habituálissá válása hogyan változtatja meg az emberek hozzáállását is, hiszen már nem tekintenek rá önkéntes vállalkásként. Ez alapján azt látjuk, hogy a környezettudatossághoz kapcsolódik egy olyan kép, amely tartalmazza az önkéntesség, illetve a lemondás, erőfeszítés elemeket. Mindez, amennyiben bevett társadalmi gyakorlattá válik, kikerülhet az adott cselekvés megítélésének összetevőiből. Mivel a habituális jelleg nem a gyakoriságtól függ, és sokszor viselkedünk rutinok mentén (Jackson, 2005; Steg és Vlek 2009), valamint a kontextus is közvetlenül és közvetve is hathat az attitűdökre vagy a viselkedésre (Van Diepen és Voogd, 2001; Steg és Vlek 2009), a fogyasztói döntések más területein is érdemes a társadalmi normák által preferált viselkedéseket a társadalmi gyakorlattá válásban támogatni, amely jelen esetben az infrastruktúra biztosítását jelentette.

K2. Milyen tartalmat társítanak a vizsgált csoportok tagjai a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartáshoz?

A környezettudatossággal kapcsolatban a kutatás fontos jellemzője volt a két dimenzióban történő vizsgálat. Az első dimenziót az értelmezési kérdések jelentették. Alapvető kérdés ugyanis a kutatási téma szempontjából, hogy a válaszadók milyen viselkedéseket tartanak környezettudatosnak a szabadidős utazások vonatkozásában, és mindezt keretbe helyeztem azzal, hogy a fenntarthatóságról és általánosságban a környezettudatosságról szóló interpretációik felől közelítettem. Az általános értelmezések tekintetében elmondható, hogy a fenntarthatóság elsősorban, sőt, szinte kizárólagosan környezeti fenntarthatóságot jelent a válaszadók számára, ahogyan ezt már más kutatások is alátámasztották (Hegedüs et al., 2024). Sokaknak a környezettudatosság és fenntarthatóság jelentése is hasonló. A Svédországban élő alanyok esetében többen is asszociáltak a közlekedési eszközök megválasztására nemcsak a környezettudatosság, de már a fenntarthatóság fogalmi

meghatározásánál is, de néhányan a másik két szegmensben is hasonlóan válaszoltak, ezért ebben a kérdésben nem tekinthetjük lényeginek a különbséget.

A környezettudatosság és az utazás kapcsolatának meghatározása már érdekesebb eredményeket hozott. A szakirodalmi eredmények rávilágítottak, hogy a turizmus negatív környezeti hatásainak legjelentősebb összetevője a közlekedés (Lenzen et al., 2018), ugyanakkor sok esetben még a szakértők sem biztosak abban (Sørensen és Bærenholdt, 2020), hogy milyen viselkedésmintákat kellene ahhoz megvalósítani, hogy javítsanak a turisztikai magatartásuk környezeti hatásán. A fogyasztók is mást és mást értenek környezettudatos turisztikai viselkedés alatt (Bernini et al., 2021) vagy nem tudják, hogyan tehetnék utazásukat fenntarthatóbbá (Booking, 2024). Kutatásom eredményei azt mutatják, hogy a válaszadók minden szegmensben jellemzően a közlekedés módjának megválasztásához kötik a környezettudatosságot a turizmus vonatkozásában. Ugyanakkor azon szegmensekben, amelyek kapcsolódnak valamilyen módon Svédországhoz, sokkal határozottabban rajzolódik ki ez az összefüggés és más jellegű gyakorlatok kevésbé kerültek fókuszba. Habár kevesen fogalmazták meg, hogy kifejezetten nem tudják, hogy mi a környezettudatos döntés az utazások vonatkozásában, a magyarországi magyarok szegmensében a többihez képest jellemzőbb volt, hogy az alanyok a desztinációba való közlekedést, mint a környezettudatos utazási szempontok fontos összetevőjét, maguktól nem említették meg. A saját viselkedéssel kapcsolatban a környezettudatosnak tartott hétköznapi viselkedési gyakorlataikat sorolták fel, amelyeket elmondásuk szerint igyekeznek utazásaik során is végrehajtani.

Összességében az a mintázat rajzolódott ki, hogy a szakirodalmi eredményekhez képest a válaszadóim jellemzően jobban tisztában vannak azzal, hogy a szabadidős utazásokkal kapcsolatban milyen szempontok mentén lehet környezettudatos döntéseket hozni. A Magyarországon élő svéd, valamint a Svédországban élő két szegmensben ez határozottabban állítható, a magyarországi magyar szegmensbe tartozó alanyok esetében kevésbé, hiszen közülük voltak olyanok, akik nem voltak tisztában azzal, hogy a repülés káros, ugyanakkor többen is az autózást emelték ki, mint negatív hatású közlekedési eszközt. A magyarországi magyarok között volt az is jellemzőbb, hogy a hétköznapi apróbb gyakorlatokra, mint a kulacs használatára vagy az étel otthoni csomagolására asszociáltak környezettudatos utazási gyakorlatként. Fontos hangsúlyozni, hogy ebben az esetben nem a két országban élők között húzódott határvonal, hanem a magyarországi magyarok és a többi szegmens között.

A flight shame mozgalom ismertségére és megítélésére külön rákérdeztem, és egyértelműen kirajzolódott, hogy a magyarországi magyarok számára ismeretlen a mozgalom, a többi szegmensben szinte mindenki hallott róla. A legkritikusabbak a mozgalommal kapcsolatban a magyarországi svédek voltak, akiknek többsége egyáltalán nem gondolja célravezetőnek az egyének hibáztatását a környezeti hatásokért. A svédországi svédek esetében is ez volt a legjellemzőbb mintázat, még ha ott voltak is támogatói a mozgalomnak. A repülés mindenki számára elérhető, olcsó és kényelmes voltát is kiemelték a svéd válaszadók. A svédországi svéd szegmensben az egyéni felelősség kérdését is jellemzően makroszinten értelmezték, azt hangsúlyozva, hogy a fogyasztói társadalmi berendezkedés a felelős a környezeti problémákért. Ezt a témakategóriát később részletesen is bemutatom.

Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy a Svédországhoz köthető három szegmensben a flight shame mozgalom ismertsége magas szintű, s ezzel párhuzamosan a közlekedés a turizmus környezeti hatásaiban betöltött szerepét is jellemzőbben hangsúlyozzák ezekben a szegmensekben. Mindazonáltal utóbbival kapcsolatban kisebb az eltérés a Magyarországon élő magyarok és a másik három szegmens között. A szakirodalmi eredmények azt mutatták, hogy a flight shame mozgalomnak szerepe volt a légiközlekedés káros hatásaival kapcsolatos ismeretek elterjedésében, tehát a társadalmi mozgalmaknak valóban hatása van a társadalmi normákra (Gössling et al., 2020), de leginkább azok információs funkciója révén (Bamberg et al., 2007). A jelenség leginkább az északi országokat és Németországot érintette a kutatások szerint (Mkono, 2022), és Magyarországon valóban nem tapasztaljuk hatását a válaszadók körében. Ugyanakkor a magyarországi svédek a svédországi alanyokhoz hasonló mértékben tájékozottak. Feltehetőleg benne maradtak abban az információs közösségben is, tájékozási csatornáik kiterjednek a svéd hálózatokra.

A flight shame mozgalommal kapcsolatban meg kell még említenünk, hogy Melnyk és kollégái (2022) eredményeivel, amelyek azt mutatták, hogy – a társadalmi normák főként kommunikációs üzenetként való alkalmazása esetén – a leíró és pozitív normáknak nagyobb hatása van, a saját eredményeim is összecsengenek. A flight shame mozgalmat ugyanis kifejezetten sokan ellenzik a Svédországhoz köthető, különösen a két svéd nemzetiségű szegmensben. Mindennek oka lehet a „tiltó” jellegű üzenet és az alternatívák javaslatának, így a konkrét cselekvési stratégiák (Hargreaves 2011; Frick et al., 2004; Abdullah et al., 2020) hiánya.

K3. Hogyan alakulnak az utazási döntések – kiemelten külföldi/belföldi desztinációválasztáshoz és a közlekedéseszköz-választáshoz kapcsolódóan – a környezettudatosság vonatkozásában a vizsgált csoportokban?

Ez a kutatási alkérdés is komplex megközelítést igényelt, hiszen a válaszadók az interjú elején a kutatás környezeti vonatkozásainak ismerete nélkül meséltek utazásaikról, majd kitértünk az környezettudatosság értelmezéseire, amelyhez kapcsolódóan szintén előkerültek saját gyakorlatok is, végül külön rákérdeztem a saját környezettudatosságról szóló önreflexiókra és az utazásaik során megvalósított konkrét környezettudatos gyakorlatokra.

Mindezek alapján részben beigazolódott az a szakirodalmi eredmény, hogy a válaszadók a hétköznapi környezettudatos cselekedetekben elkötelezettebbek, mint az utazásokkal kapcsolatosan (Bar et al. 2010; Juvan & Dolnicar 2014), habár a magyar válaszadók – közülük is főként a Magyarországon élők – jellemzően gondolják úgy, hogy amit megtesznek a hétköznapiakban, azt az utazásaik során is, tehát visznek kulacsot, helyi ételt vásárolnak, szelektálják a hulladékot, ha erre van lehetőség.

Tekintettel arra, hogy a környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás meghatározásához kutatásomban elfogadtam Chiu és kollégái (2014) definícióját a fogyasztói szándékoltságra vonatkozóan, ugyanakkor Steg és Vlek (2009) javaslatát figyelembe véve a desztináció- és a közlekedéseszköz-választás mint szignifikáns környezeti hatással bíró cselekedetek vizsgálata mellett döntöttem, ezen két utazási döntésre fókuszáltam az elemzés során.

Ha a szándékoltságot vesszük alapul, akkor kijelenthetjük, hogy a válaszadók a desztinációválasztás tekintetében a környezeti szempontokat egyáltalán nem veszik figyelembe. Egyetlen válaszadónál sem merült fel, hogy amiatt választ egy belföldi vagy közeli desztinációt, mert környezettudatos döntést szeretne hozni. Nem kizárt, hogy vannak olyanok az alanyok között, akikben ez felmerült, de az interjú során konkrétan ezt az összefüggést egyik alany esetében sem tapasztaltam, és mint lehetséges döntési szempontot is (mint értelmezést) egyetlen svédországi svéd alany említett meg. Ennek okaként a következő eredményekre jutottam.

Az első fontos megállapítás, hogy a belföldi utazások megítélésében a különbség nem a két országban élők között húzódik. A statisztikákból (EC 2024b) láthattuk, hogy ugyan a svédek külföldi utazásának volumene többszöröse a magyarokénak, a belföldi utazások számában még nagyobb a különbség Svédország javára, igaz, az adat 2022-es, amikor még

a világvilágjárvány okozta óvatosabb fogyasztói magatartás volt jellemző. Mindenesetre a 2023-24-ben készült interjúk más mintázatot mutattak a válaszadóim körében.

A Magyarországon élő magyar alanyok körében kifejezetten jellemző, (csupán néhány kivétel volt a válaszadók között), hogy sokat és szívesen utaznak belföldön, a belföldi utazás pozitívan értékelt és vágyott tevékenység, amely a többi szegmens esetében nem rajzolódott ki ilyen egyértelműen. A Magyarországon élő magyarok között voltak olyanok, akik tudatosan, éppen ezen elgondolás alapján utaznak kizárólag vagy jellemzően inkább belföldön. Az ő esetükben sem a környezettudatosság volt az eredeti motiváció, azonban tudatában voltak annak, hogy utazásaik környezetileg fenntarthatóbbak így, mintha külföldre utaznának.

A svédországi magyarok is többnyire szívesen fedezik fel új hazájuk tájait, és mindkét szegmensben vannak, akik fontosnak is tartják, hogy megismerjék a környéket vagy az országot, ahol élnek. Ugyanakkor míg a magyarországi magyarok körében egyáltalán nem jellemző a belföldi utazás kerülése, szinte mindannyian utaznak belföldön, addig a svédországi magyarok több külföldi utazást tesznek és vannak, akik egyáltalán nem utaznak szabadidős céllal Svédországon belül.

A Magyarországon élő svédok esetében többen említették, hogy ideköltözésük után felfedezték Magyarországot, és van, aki most is szeret belföldön kalandozni, de sokkal többet utaznak külföldre. A legkevésbé a svédországi svéd válaszadókra jellemző, hogy belföldön utaznának. Habár – mint a társadalmak megítéléséről szóló fejezetben kifejtettem – a svédok szeretik a természetben tölteni az idejüket vagy ott találkozni a barátaikkal, egész napos vagy többnapos belföldi utazásokról kevesen számoltak be és ebben a szegmensben nem hangzott el a hazánk vagy a környezetünk megismerésének fontosságára vonatkozó gondolat. Ez a – meglátásom szerint – társadalmi normaként megjelenő elgondolás kevésbé van jelen Svédországban, mint Magyarországon és úgy tűnik, hogy ezt normát a Svédországba költözött magyar válaszadók egy része is internalizálta. Mindeközben az ő esetükben az is látszik, hogy többekre hatottak a svédok utazással kapcsolatos normái is, a külföldi utazások népszerűsége, a télből a nyárba típusú nyaralások kedvelése. Ugyanakkor azt is szem előtt kell tartanunk, hogy a svédok természetszeretetről és gyakori természetben töltött programjairól sok kint élő magyar beszámolt, így az is elképzelhető, hogy a Svédországban élő svéd alanyok a szabadidős utazásokat másképp értelmezik, s inkább számolnak be külföldi utazásaikról, kisebb belföldi kirándulásaikat nem sorolták ide.

A belföldi úti célokat nem zárja ki, de elsősorban a külföldi desztinációk felé tereli a válaszadókat az újdonság, az új helyek megismerésével kapcsolatos motiváció, amely minden szegmensben erőteljesen jelen van. Ennek ellenpólusa a kedvelt helyekre történő visszatérés vágya, amely a Svédországban élő magyaroknál külföldi úti célokra vonatkoztatva, a Magyarországon élő magyaroknál és svédeknel inkább belföldi desztinációkra vonatkoztatva jelent meg.

A két leghangsúlyosabb döntési szempontot az ár és az időtényező jelentik, amelyek gyakrabban jelentkeznek akadályként, mint facilitátorként a környezettudatosság vonatkozásában. A Svédországban élő svédeket kivéve – ahol a költségek szinte nem is merültek fel a desztinációválasztás szempontjaként – a várható költség jelentősen meghatározza a desztinációválasztást. A másik három szegmensben az alacsony költségvetés terelheti a belföldi úti cél választása felé az alanyokat, a másik jellemző mintázat szerint pedig a kedvező repülőjegyárak alapján születhet döntés külföldi desztinációról. A Svédországban élő svédek szegmensében a külföldi utazások dominanciája figyelhető meg. Ennek egyik okaként az éghajlattal kapcsolatos elvárásokat nevezhetjük meg, hiszen a hideg, sötét téli hónapokban Svédországban nagyon elterjed a meleg, távoli desztinációkba történő utazás választása. Mindez egyfajta társadalmi normaként vagy már társadalmi gyakorlatként jelenik meg, amelyet az ott élő magyar válaszadók is megemlítettek és néhányan követnek is. Az időjárás vagy éghajlat mint tényező így szintén a környezettudatos desztinációválasztást akadályozó tényezőként jelenik meg. Az időtényező tekintetében a desztinációban tartózkodás hossza és az oda való eljutás jelent fontos szempontokat. Utóbbi viszont már inkább a közlekedésszükséglet-választásra van nagy hatással. Láthatjuk tehát, hogy a desztinációválasztásban az idő, a költség, az időjárás mint külső tényezők, illetve az újdonságok megismerésének vágya jelenti a legfőbb tényezőket, a környezettudatosság szándékolatlan nem merült fel egyik szegmensben sem.

A közlekedésszükséglet-választással kapcsolatban, ha nem is meghatározó szempontként, de már megjelenik a környezettudatosság a motivációk között. Minden szegmensben voltak, még ha kevesen is, akik maguktól említették meg a környezeti szempontokat az utazási motivációik között. Kifejezetten a viselkedésre gyakorolt hatás két Svédországban és két Magyarországon élő svéd válaszadó esetében tapasztalható, az egyik svédországi svéd alany csak hosszabb tartózkodás esetén választja a repülőt, az egyik magyarországi svéd alany próbálja nem repülővel megoldani az utazást. A másik két alany viszont vagy szinte teljesen vagy következetesen végleg kiiktatta az életéből a repülést és mindenhova

igyekezik vonattal utazni, egészen távoli desztinációkba is, magasabb költség és utazási idő esetén is. Ezekben a szegmensekben (Svédországban és Magyarországon élő svédek) egyébként – ha a viselkedésre keveseknél gyakorolt is nagy hatást – az alanyoknak megvan a tudása a közlekedési eszközök környezeti hatásairól és néhány alanynál az attitűd is, hogy figyelembe vegyék ezt a szempontot, de a gyorsaság és az ár, valamint az infrastrukturális hiányosságok felülírják ezt. Jellemzőbb viszont, hogy úgy vélik, hogy rendszerszinten kell kezelni a problémát és a kormányoknak, légitársaságoknak kell törekedni a megoldásra. Mindenképp érdekes eredmény, hogy míg ezen alanyok többsége környezettudatos attitűdöket mutatott más tevékenységek kapcsán, a repülés tekintetében sokan az attitűdjeiket nem befolyásolja a környezet védelme. Ez Nikolić és kollégái (2021) kutatásának eredményeit igazolja, amely szerint ha a viselkedés annyira vágyott, hogy nem akarnak rajta változtatni, akkor megpróbálják az attitűdjüket megváltoztatni vagy – ahogy Juvan és Dolnicar (2014) találta – a kognitív disszonanciát csökkenteni különböző magyarázatokkal. Jelen esetben határozottan a rendszerkritika témakategória alá tartozó magyarázatokkal.

A Svédországban élő magyar válaszadók között határozottan megjelenik ez a tájékozottság és az attitűd, ezen alanyok tisztában vannak a közlekedéseszköz-választás fontosságával a környezet szempontjából, és több esetben megfogalmazzák, hogy tudják, hogy ezt szem előtt tartva kellene viselkedniük, néhányan még szégyenérzetről is beszámolnak. Azonban a viselkedés megváltoztatása legfeljebb tervek szintjén mutatkozik, konkrét utazási döntést nem befolyásolt ez a szempont. Az ő esetükben az attitűdre hatással voltak a társadalmi normák, a viselkedésre nem, esetleg tervek szintjén megjelent a fenntarthatóbb közlekedési eszközzel történő utazás.

A Magyarországon élő magyar szegmensben két fiatal alany mondta, hogy próbálja figyelembe venni a környezeti szempontokat, de ha az ár vagy az idő tényező szempontjából kedvezőtlenebb a környezettudatos alternatíva, akkor nem azt választja, a többiek esetében pedig nem merült fel ez a szempont.

A tömegközlekedést a Magyarországon élő két szegmens tagjai jellemzőben veszik igénybe belföldi utazásokhoz. Ennek oka elsősorban infrastrukturális, a svéd tömegközlekedést az ott élő két szegmens tagjai és a magyarországi svéd válaszadók is megbízhatatlannak tartják, az utóbbi szegmens alanyai közül van, aki Magyarországon szokott rá a tömegközlekedés használatára. A Magyarországon élő magyar szegmens tagjai használják leggyakrabban belföldi szabadidős utazásaikhoz a vasutat (elvéve a buszhálózatot), bár sokan nyilatkoztak negatívan az infrastruktúráról. A külföldi

desztináció vonattal vagy busszal történő elérése mellett kevesen döntenek, de a Svédországban élő magyarok többen tervként említették. Akadályként itt is a költség és az idő jelent meg elsősorban.

Azt mondhatjuk tehát, hogy az a gyakoribb, hogy – ahogyan Hargreaves (2011) megállapította – a kontextusok felülírják a kognitív tényezők hatását. Ugyanakkor azt is észre kell vennünk, hogy míg a desztinációválasztással kapcsolatban nem szempont a válaszadóknak a környezettudatosság, addig a közlekedésköz-választásnál néhányan figyelembe veszik azt, illetve legalább tisztában vannak azzal, mi lenne a környezettudatos választás.

Az alanyok a környezettudatosság mint szempont érvényesülésének akadályát leggyakrabban az anyagi és az időbeli túlságosan nagy költségben és az infrastrukturális hiányosságokban látják. A válaszokból az is kiderül, hogy magas a vágyakozás szintje az utazás, az élmények után. Az egyéni felelősség prioritizálást sokan aggályosnak tartják és a nagyvállalatok, a légitársaságok, a kormányok nagyobb hatású intézkedéseinek hiányát kifogásolják.

K4. Hogyan látják a válaszadók a társadalmi csoportokat (közvetlen környezetüket és az egy/két ország társadalmát), amelyekben élnek, illetve amelyekből származnak a környezettudatosság vonatkozásában?

A Svédországban élő válaszadók környezettudatosabbnak tartják az ismerőseiket, ugyanakkor ebben a két szegmensben polarizáltabb vélemények érkeztek. Témám szempontjából a legfontosabb eredmény az a néhány svédországi magyar és svéd által említett vélemény, hogy ismerőseik közül vannak, akik nagyon komolyan veszik a környezet védelmét és közlekedési eszközt is ennek figyelembevételével választanak szabadidős utazásaikhoz vagy egyszerűen nem utaznak. Ez a magyarországi csoportokra nem volt jellemző.

A társadalmak környezettudatosságáról is minden érintett szegmenst megkérdeztem, (tehát a magyar társadalomról az itt élő magyarokat és svédeket, valamint a Svédországban élő magyarokat, a svéd társadalomról a Svédországban élő svédeket és magyarokat, valamint a Magyarországon élő svédeket). A válaszadók véleménye rímelt a kutatási eredményekre, amely szerint a svéd társadalom környezettudatosabb attitűdökkel rendelkezik (EC 2020). Határozottan az volt ugyanis a válaszadók véleménye, hogy a svéd társadalom környezettudatos vagy környezettudatosabb, mint más országok. Ezzel szemben a

magyarokat az érintettek inkább nem környezettudatosnak tartják, még ha látják is a fejlődést e tekintetben. A svéd társadalomról ugyanakkor több válaszadónál felmerült az a vélekedés mind a három érintett csoportban, hogy túl magas szintű a fogyasztásuk és az utazásaik gyakorisága miatt sem nevezhetők teljesen környezettudatosnak. A fogyasztás magas szintjét Svédországban az utazási gyakoriságról szóló adatok is mutatták (EC 2024b). A Magyarországon és Svédországban élő svéd szegmensekben azt is többen állították, hogy leginkább az attitűdökben tapasztalható a környezettudatosság, a viselkedésben nem eléggé nyilvánul meg. Hangsúlyozom, hogy ahogyan a hétköznapi környezettudatosság témakörénél megállapítottam, a környezettudatosság fogalma is némiképp eltér a két országban. A vizsgált szakirodalmi források nem koncentráltak arra, hogy amint egy környezettudatos viselkedés megvalósítása egyszerűvé válik és társadalmi gyakorlat lesz belőle, már kevésbé sorolják a fogyasztók a környezettudatos viselkedések közé, azonban az eredményeim alapján a válaszadóim körében ez egy létező mintázat.

K5. Hogyan változott az országváltók esetében a környezettudatosság az attitűdök és a viselkedés vonatkozásában, hétköznapi és szabadidős utazási gyakorlatok esetében?

A költözés után bekövetkezett attitűd- és viselkedésbeli változások vizsgálata szintén hasznos eredményeket nyújtott a fő kutatási kérdésem megválaszolásához.

A hétköznapi környezettudatos gyakorlatok esetében a környezettudatosság szempontjából „erősebb” társadalmi normáknak felelnek meg új hazájukban a válaszadók. A svédországi magyarok a költözés után több beszámoló alapján is környezettudatosabbá váltak a hétköznapi gyakorlatokban. Ugyanakkor a magyarországi svédek maximum azon gyakorlatokat nem valósítják meg a korábbiakból, amelyeknek infrastrukturális akadály van. Úgy tűnik tehát, hogy a társadalmi normák például a szelektív gyűjtésre vonatkozóan (amely minden környezettudatos gyakorlat közül a legerősebb társadalmi normákkal társul mindkét országban) internalizálódtak – tehát személyes normává váltak (Thøgersen, 2009) – a Magyarországra költöző svéd alanyok esetében és ez az attitűdökre, illetve a viselkedésre is hatással van. Hasonlóan közös normának bizonyult a belföldi utazások, a környezet megismerésének prioritizálása a Magyarországon élő magyar válaszadók körében, és amely kevésbé erősen, de mégis felfedezhető volt több, svédországi magyar válaszadó esetében is, míg a svédországi svédek körében nem.

A viselkedésre ugyan nem, de az attitűdökre gyakorolt hatását a repülés elkerülésével kapcsolatos társadalmi norma érezte a svédországi magyarok beszámolóiban. Az általuk

bemutatott szubjektív társadalmi normákból az a mintázat rajzolódott ki, hogy a svéd társadalomban létező elvárás, hogy próbáljon mindenki kevesebbet vagy nem repülni. Úgy tűnik azonban, hogy ez a norma nem annyira erős Svédországban, hogy nagy hatást gyakoroljon a viselkedésre akár az ott élő svédek, akár az ott élő magyarok szegmensében.

Mindezek alapján a fő konklúziók:

- A társadalmi normák jelentős hatást gyakorolnak a vizsgált csoportokban a környezettudatos attitűdökre mind a hétköznapi, mind az utazási kontextusban. A hétköznapi gyakorlatokkal kapcsolatban a társadalmi normáknak befolyása van a viselkedésre is, amely leghatározottabban akkor érzékelhető, amikor a társadalmi normák társadalmi gyakorlatokban (Yao et al. 2024) realizálódnak, amelynek része az azt lehetővé tevő infrastruktúra megléte. Ezen gyakorlatok esetében a svédországi magyar alanyok érzik a társadalmi nyomást, s meg akarnak felelni az elvárásoknak (Ajzen, 1991). Ugyanakkor a magyarországi svéd alanyok, akik számára a költözés azt jelentette, hogy alacsonyabb elvárásokkal találkoztak a környezettudatossággal kapcsolatban, hétköznapi vonatkozásban továbbra is többnyire figyelembe veszik a környezeti szempontokat. Mindez azt jelentheti, hogy a környezettudatos viselkedésre vonatkozó társadalmi normák esetükben internalizálódtak (Thøgersen, 2009) és nem változtak meg, amikor enyhült a társadalmi nyomás.
- A desztinációválasztáshoz a környezettudatosság vonatkozásában nem kapcsolódik társadalmi norma a válaszadók körében egyik szegmensben sem. A magyarországi magyarok – és részben a Svédországba költözött magyarok – körében a belföldi utazás pozitívabban értékelt tevékenység, Svédországban pedig társadalmi gyakorlat a főként éghajlattal kapcsolatos motivációjú külföldi utazások gyakorisága.
- A környezettudatos közlekedésköz-választással kapcsolatos gyakorlatok, habár kapcsolódik hozzájuk egy – nem túl erős – társadalmi norma, még nem jelennek meg társadalmi gyakorlatként, nem rutinizáltak (Jackson, 2005) és nem kapcsolódik hozzájuk infrastrukturális támogatás, vagyis nem támogató a kontextus. A viselkedést még csak néhány esetben befolyásolják. Ezekben az esetekben a norma információs funkciója (Bamberg et al., 2007) is tetten érhető.
- Nikolić és kollégái (2021) alapján az utazás olyan vágyott tevékenység és – főként Svédországban – olyannyira társadalmi normaként működik („mindenki utazik”), hogy a környezettudatos utazási viselkedésre vonatkozó attitűdök is változnak vagy

legalábbis a kognitív disszonanciát redukáló magyarázatokat keresnek a svéd alanyok, amelyek főként rendszerkritikában, a felelősség tagadásában nyilvánulnak meg.

- Az utazással kapcsolatos környezettudatosságra vonatkozó társadalmi normákkal kapcsolatban elsősorban azok információs funkciója (Bamberg et al., 2007) és az attitűdre gyakorolt hatása igazolódott be a kutatás során, a közlekedéseszköz-választás vonatkozásában. Alapvetően mind a négy szegmens válaszadóinak többsége tájékozott volt a közlekedés – és elsősorban a légitözlekedés – szerepével a turizmus környezetre gyakorolt hatásában. Határozottan jellemzőbb asszociáció volt ugyanakkor a svédországi magyarok és svédországi svédek esetében, de a magyarországi svédek körében is a desztinációba való közlekedés megválasztásának fontossága a környezettudatosság és az utazás kapcsolatának értelmezésére. A magyarországi magyarok körében ez érezhetően kevésbé jelentősen volt tapasztalható. A Svédországhoz (is) kötődő három szegmens pedig ritkán asszociált – a Magyarországon élő magyar alanyok által gyakran említett – hétköznapi megszokott, „apró” viselkedési gyakorlatok utazás alatt történő megvalósítására. A közvetlen környezetében jellemzően a svédországi svéd alanyok tapasztalják ismerősöknél a repülés elkerülését mint tényleges viselkedést. A flight shame mozgalom ismertsége is a Svédországban élők és magyarországi svéd válaszadók körében volt jelentős, a magyarországi magyarok nem hallottak róla. Az eredmények azt jelzik, hogy Svédországban jelen van a repülés elkerülésére vonatkozó társadalmi norma, de a viselkedésre csak kevés válaszadónál van hatással. Mindenképp kiemelendő, hogy az információs funkció megjelenik, hiszen a repülés elkerülését volt, aki összefüggésbe hozta az információ megszerzésével, stratégiai azaz a tevékenységről szóló tudással (Frick et al., 2004).
- Az országváltó alanyok esetében az eredmények azt mutatják, hogy a környezettudatos viselkedésre vonatkozó erősebb társadalmi norma hatást gyakorol a hétköznapi környezettudatos attitűdökre és viselkedésre is, de a szabadidős utazáshoz kapcsolódó közlekedéseszköz-választásra vonatkozó társadalmi norma még csak az attitűdök szintjén jelenik meg. Amennyiben gyengébb társadalmi normával találkoznak az új hazájukban a válaszadók, úgy a korábban internalizált, erősebb és pozitívabb normák nem változnak meg.
- Az infrastruktúra szerepe kimagasló, beleértve a fizikai és az anyagi elérhetőséget is.

Összességben fő kutatási kérdésekre a válasz: A Svédországban jelen levő általános környezettudatosságra vonatkozó norma nem befolyásolja a turisztikai kontextusban megvalósuló viselkedési gyakorlatokat. Ugyanakkor az eredmények azt mutatják, hogy a közlekedésszükséglet-választással kapcsolatban Svédországban kialakult egy társadalmi norma, amely a repülés elkerülését tartja kívánatosnak. Ez sok esetben hatással van a Svédországban élő vagy az onnan származó válaszadók attitűdjeire is, de nem általánosan. Viselkedésváltozást csak néhány esetben ér el. A desztinációválasztás környezettudatossági vonatkozásaival kapcsolatban nem fedezhető fel társadalmi norma jelenléte, és nem is jelennek meg a környezeti szempontok a szabadidős utazási – úti célról szóló – döntések meghozatalakor egyik szegmensben sem.

Felfedezhető ugyanakkor a desztinációválasztással kapcsolatban egy magyarországi társadalmi norma, amely a hazai desztinációk megismerésére vonatkozó elvárást vagy igényt jelenti, s amelynek „velejárájaként” pozitív megerősítésként megjelenik a környezeti szempont.

A repülés kerülésével kapcsolatos társadalmi norma esetében igazolódott az információs funkció (Bamberg et al., 2007) is, hiszen az alanyok tájékozottak a repülés káros hatásaival kapcsolatban. A kontextuális elemek (ár, idő, infrastruktúra) többnyire azonban felülírják ezen normák hatását. A társadalmi normák információs szerepe a stratégiai tudás esetében fontos, de csak a hétköznapi viselkedés esetében hatásos jelenleg, hiszen a turisztikai gyakorlatok esetében nem nagyon áll rendelkezésre konkrét „útmutató” az elvárt viselkedésről, illetve ami igen, az kontextuális akadályokba ütközik.

5.2. Elméleti és gyakorlati hasznosság

A kutatás tudományos hozzájárulása a következők megállapítása:

- A közlekedésszükséglet-választáshoz kapcsolódó társadalmi normák az attitűdökre hatással vannak, de a viselkedésre csak keveseknél gyakorolnak hatást. Vélhetően a flight shame mozgalomnak is köszönhetően Svédországban megjelenik a légitársaság elkerülésével kapcsolatos társadalmi norma. Habár tapasztalható itt a társadalmi normák információs funkciója, stratégiai tudást nem nyújt, választható alternatívákról, mások hatékony gyakorlatairól így nem szereznek tudomást az egyének, ráadásul az utazással kapcsolatos alapvető motiváció nagyon erős mindkét országban.

- A desztinációválasztással kapcsolatban nem tapasztalható egyik országban sem létező társadalmi norma a környezettudatossággal összefüggésben. Ugyanakkor míg Magyarországon tapasztalható a belföldi utazás, a közvetlen környezet megismerésének igényével kapcsolatos társadalmi norma, addig Svédországban kialakult társadalmi gyakorlatnak tűnik a sok külföldi utazás, főként az éghajlattal összefüggő motivációkkal. Az ott élő magyarok véleménye szerint a svéd társadalmi normái között szerepel a természet nagyobb tisztelete, társadalmi gyakorlatként a svédek gyakori természetben töltött tevékenysége.
- A hétköznapi környezettudatosság esetében a társadalmi normák az infrastrukturális adottságok megléte esetén társadalmi gyakorlatokká váltak és jelentős hatást gyakorolnak a viselkedésre. Az utazáshoz kapcsolódó társadalmi normák nem olyan erősek jelenleg, nem kapcsolódik hozzájuk kellő infrastruktúra, és több kontextuális akadályba is ütköznek az elvárt tevékenységek, így nem vált belőlük társadalmi gyakorlat.
- A társadalmi gyakorlatként megjelenő hétköznapi környezettudatos tevékenységet az érintett társadalom tagjai közül többen nem is teljes mértékben tekintik környezettudatos gyakorlatnak. Ennek a megállapítás okának a nem önkéntes vállalás jelleget, illetve a rutinná válást jelölhetjük meg. Amennyiben egy cselekvési gyakorlat nem jelent lemondást, könnyű megvalósítani és a társadalom tagjai szinte mind így viselkednek – tehát egy társadalmi gyakorlatról van szó – akkor többen már nem gondolnak rá környezettudatos viselkedési gyakorlatként.
- Az utazásokkal kapcsolatos környezettudatos attitűdöket jelenleg felülírják egyrészt a kontextuális tényezők, mint az infrastruktúra, a költségszempontok és az utazásra szánható idő, másrészt olyan motivációs tényezők, mint az újdonság keresése.
- A társadalmi normák információs szerepe a stratégiai tudás esetében fontos, de csak a hétköznapi viselkedés esetében hatásos jelenleg, hiszen a turisztikai gyakorlatok esetében nem nagyon áll rendelkezésre konkrét „útmutató” az elvárt viselkedésről, illetve ami igen, az kontextuális akadályokba ütközik.
- A Svédországba költöző magyarok esetében az erősebb társadalmi normákkal rendelkező társadalomba újként bekerülő magyarok igyekeznek alkalmazkodni új hazájuk társadalmi normáihoz, különösen, ha azok társadalmi gyakorlatokká váltak. Az erősebb környezettudatos társadalmi normákat osztó társadalomból elköltöző svédok a gyengébb környezettudatos társadalmi normákkal rendelkező

Magyarországon is igyekeznek megtartani korábbi normáikat, amelyek feltételezhetően internalizálódtak.

Mindezen motivációk ismerete hasznos implikációkkal szolgálhat a stratégiaalkotók számára.

A társadalmi normák információs szerepének használata a szemléletformáló kommunikációs üzenetekben, a több, a tevékenységre vonatkozó tudás és konkrét megoldási javaslat, valamint az infrastrukturális változások elengedhetetlenek a viselkedés megváltoztatásához. Hasznos implikáció, hogy a negatív, felszólító társadalmi normák nem érnek el jó eredményeket a viselkedésváltozás tekintetében még a pozitív attitűddel rendelkezők körében sem.

A belföldi desztinációk esetében a kutatás azon eredménye, hogy az újdonságok keresése erős motivációként jelentkezik, jól felhasználható a marketingtevékenységben, akár a turisztikai termékek elemeinek újítására, akár a marketingkommunikációs üzenetek megfogalmazására vonatkozólag.

A belföldi vagy közeli desztináció választásához jelenleg nem kötik a válaszadók a környezettudatosságot úgy, mint a közlekedéseszköz-választásnál ez tapasztalható. Így a szemléletformálás, a kommunikációs üzenetek formálásához ez szintén hasznos implikáció.

Az utazásokhoz számos társadalmi norma kapcsolódik és úgy tűnik, nehezen megváltoztathatóak a társadalmi gyakorlatok. A környezettudatos utazásra vonatkozó társadalmi normák nem erősek és úgy tűnik, hogy infrastrukturális és költség szempontból történő változtatás nélkül csak egy nagyon szűk réteg az, akinél viselkedésváltozást érhetnek el.

5.3. A kutatás korlátai és további kutatási irányok

Kutatásom korlátai között elsőként kell említenem a kvalitatív módszerből adódó korlátokat. Eredményeim nem általánosíthatóak, csak a vizsgált mintára vonatkoztathatóak. Mindazonáltal kutatásom feltáró jellegű, ebből adódóan az eredmények nagyon sok témát érintenek, amelyek alapján érdemes kvantitatív kutatással tovább vizsgálódni. Érdekes lehet többek között a flight shame mozgalommal kapcsolatos vélekedések általánosíthatóságának, a különböző típusú üzenetek alkalmazási hatékonyságának vizsgálata vagy a belföldi utazásokkal kapcsolatos magyarországi társadalmi norma meglétének igazolása.

Kutatásom tervezésekor az volt a célom, hogy a négy szegmensben generációs szempontból hasonló összetételű legyen. Törekedtem a kvótázásra is néhány szempont – nem, családi állapot, utazási gyakoriság – alapján. Sajnos azonban a svéd szegmensek potenciális alanyainak elérése rendkívül nehéznek bizonyult. Több alany adott erre interjún kívül lehetséges magyarázatot, amelyet azonban ebben a formában nem használhatok fel. A négy szegmens meglétét ugyanakkor fontosabb szempontnak tartottam kutatási kérdéseim szempontjából, így mindent megtettem azért, hogy minél több válaszadót sikerüljön megszólítani és a négy szegmens összetétele lehetőleg ne térjen el nagyon egymástól. Kutatásomat így nem generációfókuszúan végeztem el, és csak néhány helyen ismerttettem generáció vagy egyéb demográfiai ismérv alapján fellelhető különbségről szóló eredményeket. Lehetséges további, generációfókuszú kutatások lebonyolítása további generációk bevonásával. A mintaelemszám növelésével egyéb tulajdonságok mentén is van mód tovább vizsgálni.

További érdekes kutatási irány lehet egy longitudinális vizsgálat, amely a környezettudatos attitűd és annak viselkedésre gyakorolt hatásának időbeli változását veszi górcső alá. Mindezt az indokolja, hogy a kutatás résztvevői közül néhányan beszámoltak a környezettudatosság mint motiváció erősödéséről, illetve gyengüléséről, adott esetben kiábrándulásról.

Szintén érdekes mintázat az egyéni felelősség versus rendszerkritika párhuzam jelenléte vagy az egyik hangsúlya a másikkal szemben, amelyet érintett a kutatásom, azonban külön kutatási kérdésként és akár longitudinális vizsgálatként is elképzelhető különböző politikai vagy adózási döntések mentén.

Az interjúkban külön kitértem a tájékozódás és döntéshozatal kérdésére, amely elsősorban az ismerősi kör ajánlásaira és az internetes, valamint közösségimédiában történő tájékozódásra fókuszált, amelyet végül kihagytam az elemzésből. Egyrészt külön kutatási témát jelenthet ez a kérdés, másrészt mivel a legtöbb interjúalany keveset mesélt erről és nagyon hasonló mintázatú válaszokat adtak (többnyire azt állítva, hogy nem követnek influenszereket és ritkán hat rájuk a közösségimédia, de interneten keresnek információt), úgy gondolom, sokkal alaposabb – és vélhetően más módszert is magába foglaló – vizsgálatot igényel ez a téma. Mindazonáltal ezen kutatás limitációjaként értelmezhető, hogy a társadalmi normákat tartalmazó üzenetek csatornáiról nem szólhatnak az eredmények.

Végül, szintén nagyon érdekes eredmény, és a szakirodalom tanulmányozása során sem

nyert alátámasztást, hogy amint egy környezettudatos viselkedés megvalósítása egyszerűvé és elterjedtté válik és társadalmi gyakorlat lesz belőle, már kevésbé sorolják a fogyasztók a környezettudatos viselkedések közé. Ezzel kapcsolatban is, a kutatás fókuszába emelve ezt a kérdést, érdemes lenne további vizsgálatokat végezni.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

A turizmus és a fenntarthatóság kapcsolatáról eltérő nézőpontok láttak napvilágot a szakirodalomban. Értekezésemben a turizmus fenntarthatóságára normatív orientációként tekintő kutatók álláspontjából indultam ki, amely szerint a turizmus fenntarthatóbb irányba történő elmozdítása az ágazat szereplőinek aktív, felelős viselkedésével lehetséges (Barr et al., 2010), és így a fogyasztók magatartására ható tényezők vizsgálata releváns kérdést jelent.

Kutatásom célja az volt, hogy feltárjam a társadalmi normák hatását a desztináció- és a közlekedésieszköz-választásra a környezettudatosság vonatkozásában. Ezen két viselkedési terület választásának oka, hogy habár értelmezésemben a környezettudatos viselkedés szándékolt (Chiu et al., 2014), ugyanakkor fókuszálni kívántam azon viselkedési területekre, amelyek a turizmus hatásairól szóló kutatási eredmények (többek között Lenzen et al., 2018) alapján környezeti hatásaik alapján is relevánsak.

Kutatási kérdéseim megválaszolásához elsőként áttekintettem a releváns szakirodalmat a fenntarthatóság és a turizmus kapcsolatáról, az általános környezettudatos fogyasztói magatartás elméleteit, a turisztikai kontextusban végzett kutatásokat a témában. Ezután megvizsgáltam, hogy a környezettudatos fogyasztói magatartásra ható tényezők között milyen szerepe van a normáknak és hogy a normák egyes típusai milyen kapcsolatban állnak más tényezőkkel. Fontosnak tartottam a fogyasztói trendek és társadalmi mozgalmak szerepének vizsgálatát is.

Ezt követően ismertettem a módszertani megfontolásokat és bemutattam a kutatás mintaterületeit. Kutatásomat kvalitatív módszerrel végeztem, az elemzés alapját 54 mélyinterjú jelentette, amelyek két országban, négy szegmensben készültek: Magyarországon élő magyarok és svédek, valamint Svédországban élő svédek és magyarok kerültek a mintába. Az elemzést induktív módon, az Nvivo program használatával végeztem. Az eredményeket az elemzés során felmerült témakategóriák alapján mutattam be, majd az 5. fejezetben az elméleti keretre vonatkoztatva levontam a konklúziókat.

Kutatási kéréseim lehetőséget biztosítottak arra, hogy egyrészt feltárjam a társadalmi normák szerepét a fogyasztók környezettudatos desztináció- és közlekedésieszköz-választásában, másrészt, hogy az országváltók esetében megvizsgálhassam, hogy mely társadalom normái relevánsabbak számukra és hogyan hatnak rájuk a fenti két utazási döntés vonatkozásában.

Eredményeim azt mutatták, hogy a társadalmi normáknak hatása van a hétköznapi gyakorlatokkal kapcsolatban a viselkedésre, amely leghatározottabban akkor érzékelhető, amikor a társadalmi normák társadalmi gyakorlatokban realizálódnak (Yao et al., 2024). Ezen gyakorlatok országváltók esetében tapasztalt megvalósítása alapján elmondható, hogy a környezettudatosság szempontjából erősebb társadalmi norma hatással van a társadalom új tagjaira, akik így környezettudatosabban viselkednek. Fordított esetben azonban feltételezhető az eredeti társadalom uralkodó normájának internalizációja (Thøgersen, 2009), mert a gyengébb társadalmi normák esetén nem csökkent az országváltók környezettudatossága a magatartás vonatkozásában.

A környezettudatos utazási döntés mibenlétét a válaszadók leginkább a közlekedésszükséglettel kapcsolatos döntéshozzához kötik, s ehhez Svédországban kapcsolódik egy – nem túl erős – társadalmi norma, azonban viselkedésváltozást még keveseknél okoz, a Svédországban és a Magyarországon élő svédok körében. A magyar válaszadók közül a Svédországban élők esetében érzékelhető ezen társadalmi norma hatása az attitűdökre, megjelenik az információs funkció (Bamberg et al., 2007) hatása, hiszen a válaszadók többnyire tájékozottabbak az utazásaik során megvalósítható gyakorlatok hatásával kapcsolatban, de ez a viselkedésben nem okoz változást. A Magyarországon és Svédországban élő svédok közül többen is a felelősség állami és vállalati szférára történő hárításával, a rendszer és a kontextuális elemek elégtelenségével magyarázták, amiért nem változtatnak utazási szokásaikon, ezzel kapcsolatban felmerül, hogy a rés nem az attitűdök és a viselkedés között keletkezik, hanem inkább az attitűdjeiket is megváltoztatják az alanyok egy vágyott tevékenység büntudat nélküli folytatása érdekében (Nikolić et al., 2021). Szintén fontos kiemelni az infrastrukturális és kontextuális tényezők fontosságát.

A belföldi/külföldi desztinációválasztással kapcsolatban nem merült fel egyetlen alanyban sem a környezettudatossági szempont. Ez a környezettudatos gyakorlat nem egy ismert cselekvési stratégia, s nem kapcsolódik hozzá társadalmi norma a környezettudatosság vonatkozásában. Az utazáshoz kapcsolódó normák is felfedezhetőek voltak viszont a válaszokban, a Svédországban élők az éghajlat miatt gyakran utaznak déli országokba, amely néhány kint élő magyar esetében is megjelenik. A magyarországi magyaroknál viszont jellemző volt, hogy fontosnak tartják a hazai, közeli tájak megismerését, amely a Svédországban élő svédok esetében nem volt jellemző, az országváltó szegmensnél pedig megjelent, de nem markánsan.

A hétköznapi környezettudatosság esetében a társadalmi normák az infrastrukturális adottságok támogatásával társadalmi gyakorlatokhoz kapcsolódnak. Azonban az utazáshoz

kapcsolódó társadalmi normák – amelyek a környezettudatosság vonatkozásában csak a közlekedésköz-választásban jelennek meg, a desztináció-választással kapcsolatban nem – jelenleg jóval gyengébbek és a gyakorlatok megvalósítása infrastrukturális nehézségekbe ütközik. A környezettudatos viselkedés ellenében hat továbbá az utazással kapcsolatos motiváció erős jelenléte, az újdonság keresésének igénye a szabadidős utazásokban, valamint az ár és az időtényező kiemelt szerepe a döntésekben.

A kutatás feltáró jellegéből adódóan – az imént említett eredmények mellett – olyan további érdekes következtetések vonhatók le a mintára vonatkozólag, hogy a társadalmi gyakorlatként megjelenő hétköznapi környezettudatos tevékenységeket a Svédországban élő – főként svéd – válaszadók egy része nem tekinti környezettudatos gyakorlatnak, amelynek oka az önkéntes vállalat eltűnése és a megvalósítás egyszerűsége. Fontos továbbá, hogy a Svédországba költöző magyarok a költözés után a hétköznapi környezettudatossággal kapcsolatos normákat igyekeznek követni, de a Magyarországra költöző svédek megtartják korábban internalizált normáikat új hazájukban. A desztináció-választással kapcsolatban azonban nincsenek jelen társadalmi normák egyik országban sem, a közlekedésköz-választással kapcsolatban megjelenő, a repülés elkerülésére vonatkozó normákat pedig csak kevesen követik a viselkedésükben.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Aarts, H., Verplanken, B. & van Knippenberg, A. (1998): 'Predicting behaviour from actions in the past: Repeated decision making or a matter of habit?', *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), pp. 1355-1374. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01681.x>
- Abdullah, S.I.N.W., Samdin, Z., Ho, J.A. & Ng, S.I. (2020): 'Sustainability of marine parks: Is knowledge–attitude–behaviour still relevant?', *Environment, Development and Sustainability*, 22(8), pp. 7357-7384. <https://doi.org/10.1007/s10668-019-00524-z>
- Adrita, U.W. & Mohiuddin, M.F. (2020): 'Impact of opportunity and ability to translate environmental attitude into ecologically conscious consumer behavior', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(2), pp. 173–186. <https://doi.org/10.1080/10696679.2020.1716629>
- Ágoston, C., Csaba, B., Nagy, B., Kőváry, Z., Dúll, A., Rácz, J. & Demetrovics, Z. (2021): 'Identifying Types of Eco-Anxiety, Eco-Guilt, Eco-Grief, and Eco-Coping in a Climate-Sensitive Population: A Qualitative Study', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(4), p. 2461. <https://doi.org/10.3390/ijerph19042461>
- Ajzen, I. (1991): 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2011): 'The theory of planned behaviour: Reactions and reflections', *Psychology & health*, 26, pp. 1113–27. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980): *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Ajzen, I., Joyce, N., Sheikh, S. & Cote, N.G. (2011): 'Knowledge and the Prediction of Behavior: The Role of Information Accuracy in the Theory of Planned Behavior', *Basic and Applied Social Psychology*, 33, pp. 101–117. <https://doi.org/10.1080/01973533.2011.568834>
- Albert, J. (2013): 'Érték, környezet, környezeti tudatosság' in Beszteri, B. (ed.) *A felfedező tudomány*. Győr: Széchenyi István Egyetem, pp. 1-14. [Online] Elérhető: <https://kgk.sze.hu/a-felfedezo-tudomany> (Letöltve: 2024.06.30.)
- Alpizar, F., Carlsson, F. & Johansson-Stenman, O. (2008): 'Anonymity, reciprocity, and conformity: Evidence from voluntary contributions to a national park in Costa Rica', *Journal of Public Economics*, 92(5), pp. 1047–1060. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2007.11.004>
- Anable, J., Lane, B. & Kelay, T. (2006): *An evidence-based review of public attitudes to climate change and transport behaviour - final report*. Departement for transport. Elérhető: <https://trid.trb.org/view/790818> (Letöltve: 2024.06.30.)
- Andersen, M.S. (2007): 'An introductory note on the environmental economics of the circular economy', *Sustainability Science*, 2(1), pp. 133–140. <https://doi.org/10.1007/s11625-006-0013-6>

- Antimova, R., Nawijn, J., & Peeters, P. (2012): 'The awareness/attitude-gap in sustainable tourism: A theoretical perspective', *Tourism Review*, 67(3), pp. 7-16. <https://doi.org/10.1108/16605371211259795>
- Ásványi, K. (2019): 'Felelős turizmus' in Irimiás A.R., Jászberényi, M. & Michalkó, G. (eds.) *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 182-203.
- Babakhani, N., Randle, M. and Dolnicar, S. (2020): 'Do tourists notice social responsibility information?', *Current Issues in Tourism*, 23(5), pp. 559-571. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1561653>
- Babakhani, N., Ritchie B.R. & Dolnicar, S. (2016): 'Improving carbon offsetting appeals in online airplane ticket purchasing: testing new messages, and using new test methods', *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), pp. 955-969. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1257013>
- Bahja, F., Alvarez, S. & Fyall, A. (2021): 'A critique of (ECO)guilt research in tourism', *Annals of Tourism Research*, 92(C), p. 103268. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103268>
- Ballantyne, R., Hughes, K., Lee, J., Packer, J. & Sneddon, J. (2021): 'Facilitating zoo/aquarium visitors' adoption of environmentally sustainable behaviour: Developing a values-based interpretation matrix', *Tourism Management*, 84(6), p. 104243. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104243>
- Bamberg, S. & Möser, G. (2007): 'Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour', *Journal of Environmental Psychology*, 27(1), pp. 14–25. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2006.12.002>
- Bamberg, S., Hunecke, M. & Blöbaum, A. (2007): 'Social context, personal norms and the use of public transportation: Two field studies', *Journal of Environmental Psychology*, 27(3), pp. 190–203. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.04.001>
- Bandura, A. (1986): Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28), p. 2.
- Bargeman, B. & Richards, G. (2020): 'A new approach to understanding tourism practices', *Annals of Tourism Research*, 84, p. 102988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102988>
- Barr, S. & Prillwitz, J. (2012): 'Green travellers? exploring the spatial context of sustainable mobility styles', *Applied Geography*, 32(2), pp. 798-809. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2011.08.002>
- Barr, S. & Prillwitz, J. (2014): 'A Smarter Choice? Exploring the Behaviour Change Agenda for Environmentally Sustainable Mobility', *Environment and Planning C: Government and Policy*, 32(1), pp. 1–19. <https://doi.org/10.1068/c1201>
- Barr, S., Shaw, G. & Coles, T. (2011): 'Sustainable Lifestyles: Sites, Practices, and Policy', *Environment and Planning A: Economy and Space*, 43(12), pp. 3011–3029. <https://doi.org/10.1068/a43529>
- Barr, S., Shaw, G., Coles, T. & Prillwitz, J. (2010): "'A holiday is a holiday": practicing sustainability, home and away', *Journal of Transport Geography*, 18(3), pp. 474–481. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2009.08.007>

- Barrick, L. (2020): 'Interviews: In-Depth, Semistructured'. In A. Kobayashi (Ed.), *International Encyclopedia of Human Geography (Second Edition)* (pp. 403-408). Elsevier. ISBN 9780081022962. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102295-5.10832-7>.
- Becken, S. (2007): 'Tourists' Perception of International Air Travel's Impact on the Global Climate and Potential Climate Change Policies', *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), pp. 351-368. <https://doi.org/10.2167/jost710.0>
- Becken, S. (2019): 'Decarbonising tourism: mission impossible?', *Tourism Recreation Research*, 44(2), pp. 1–15. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1598042>
- Becken, S., Friedl, H., Stantic, B., Conolly, R. & Chen, J. (2021): 'Climate crisis and flying: social media analysis traces the rise of "flightshame"', *Journal of Sustainable Tourism*, 29(9), pp. 1450–1469. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1851699>
- Bergin-Seers, S. & Mair, J. (2009): 'Emerging Green Tourists in Australia: Their Behaviours and Attitudes', *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), pp. 109–119. <https://doi.org/10.1057/thr.2009.5>
- Bernini, C., Emili, S. & Vici, L. (2021): 'Are mass tourists sensitive to sustainability?', *Tourism Economics*, 27(7), pp. 1375-1397. <https://doi.org/10.1177/1354816620923212>
- Bhaskara, G. I. & Filimonau, V. (2021): 'The COVID-19 pandemic and organisational learning for disaster planning and management: A perspective of tourism businesses from a destination prone to consecutive disasters', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46(6), pp. 364-375. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.01.011>
- Booking (2023): 'Travel Predictions 2024' Elérhető: <https://www.booking.com/c/trends/travelpredictions2024.html> (Letöltés:2024.06.11.)
- Booking (2024): 'Sustainable Travel Report 2024' Elérhető: <https://news.booking.com/download/904910bb-db77-4886-9ead-accbf87ad891/sustainabletravelreport2024.pdf> (Letöltés:2024.06.11.)
- Bramwell, B., Higham, J., Lane, B. & Miller, G. (2017): 'Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward', *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), pp. 1–9. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1251689>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006): 'Using thematic analysis in psychology'. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brehm, J.W. (1966): *A theory of psychological reactance*. New York: Academic Press
- Budeanu, A. (2007): 'Sustainable tourist behaviour – a discussion of opportunities for change', *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), pp. 499–508. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00606.x>
- Buonincontri, P., Marasco, A. & Ramkissoon, H. (2017): 'Visitors' Experience, Place Attachment and Sustainable Behaviour at Cultural Heritage Sites: A Conceptual Framework', *Sustainability*, 9(7), p. 1112. <https://doi.org/10.3390/su9071112>

- Burgess, J., Harrison, C. & Filius, P. (1998): 'Environmental communication and the cultural politics of environmental citizenship', *Environment and Planning A*, 30(8), pp. 1455-1460. <https://doi.org/10.1068/a301445>
- Butler, R.W. (1980): 'The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources', *Canadian Geographer / Le Géographe canadien*, 24(1), pp. 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Butler, R.W. (1999): 'Sustainable tourism: A state-of-the-art review', *Tourism Geographies*, 1(1), pp. 7–25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Büchs, M. (2017): 'The role of values for voluntary reductions of holiday air travel', *Journal of Sustainable Tourism*, 25(2), pp. 234–250. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1195838>
- Cheng, T.-M. & Wu, H.C. (2015): 'How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism', *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), pp. 557-576. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.965177>
- Chiambaretto P., Mayenc, E., Chappert, H., Engsig, J., Fernandez, A.-S. & Le Roy, F. (2021): 'Where does flygskam come from? The role of citizens' lack of knowledge of the environmental impact of air transport in explaining the development of flight shame', *Journal of Air Transport Management*, 93(4), p. 102049. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102049>
- Chiu, Y.-T.H., Lee, W.-I. & Chen, T.-H. (2014): 'Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications', *Tourism Management*, 40, pp. 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.013>
- Chwialkowska, A., Bhatti, W. A. & Glowik, M. (2020): 'The influence of cultural values on pro-environmental behavior', *Journal of Cleaner Production*, 268, p. 122305. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122305>
- Cialdini, R.B. & Trost M.R. (1998): 'Social Influence: Social Norms, Conformity and Compliance' in Gilbert, D.T., Fiske, S.T. & Lindzey, G. (eds.) *Handbook of Social Psychology*. Boston: McGraw-Hill, pp. 151–92.
- Cialdini, R.B., Reno, R.R. & Kallgren, C.A. (1990): 'A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places', *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), pp. 1015–1026. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1015>
- Clayton, S. (2020): 'Climate anxiety: Psychological responses to climate change', *Journal of Anxiety Disorders*, 74, p. 102263. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102263>
- Cocolas, N., Walters, G., Ruhanen, L. & Higham, J. (2020): 'Consumer attitudes towards flying amidst growing climate concern', *Journal of Sustainable Tourism*, 29(6), pp. 944-963. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1849234>
- Cohen, E. & Cohen, S.A. (2012): 'Current sociological theories and issues in tourism', *Annals of Tourism Research*, 39(4), pp. 2177–2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>
- Cohen, S.A., Higham, J.E.S. & Cavaliere, C.T. (2011): 'Binge flying: Behavioural addiction and climate change', *Annals of Tourism Research*, 38(3), pp. 1070-1089. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.013>

- Cohen, S.A., Higham, J.E.S. & Reis, A.C. (2013): 'Sociological barriers to developing sustainable discretionary air travel behaviour', *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), pp. 982–998. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.809092>
- Cohen, S.A., Higham, J.E.S., Stefan, G. & Peeters, P. (eds.) (2014): *Understanding and Governing Sustainable Tourism Mobility Psychological and Behavioural Approaches*. 1st edn. London: Routledge <https://doi.org/10.4324/9780203771501>
- Confente, I. & Scarpi, D. (2021): 'Achieving environmentally responsible behavior for tourists and residents: A norm activation theory perspective', *Journal of Travel Research*, 60(6), pp. 1196-1212. <https://doi.org/10.1177/0047287520938875>
- Costanza, R., Daly, H.E. & Bartholomew, J.A. (1991): 'Goals, agenda and policy recommendations for ecological economics' in Costanza, R. (ed.) *Ecological economics: The science and management of sustainability*. Columbia: Columbia University Press, pp. 1-20.
- Creswell, J.W. (2007): *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. 2nd edn. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications
- Csepeli, Gy., (1997): *Szociálpszichológia*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Csutora, M. (2012): 'One More Awareness Gap? The Behaviour–Impact Gap Problem', *Journal of Consumer Policy*, 35(1), pp. 145–163. <https://doi.org/10.1007/s10603-012-9187-8>
- Daly, H.E. (1991): 'Elements of environmental macroeconomics' in Costanza, R. (ed.) *Ecological economics: The Science and Management of Sustainability*. Columbia: Columbia University Press, pp. 32-46.
- de Groot, J.I.M. & Steg, L. (2009): 'Morality and Prosocial Behavior: The Role of Awareness, Responsibility, and Norms in the Norm Activation Model', *The Journal of Social Psychology*, 149(4), pp. 425–449. <https://doi.org/10.3200/SOCP.149.4.425-449>
- de Groot, J.I.M. & Thøgersen, J. (2018): 'Values and pro-environmental behaviour' in Steg, L. and de Groot, J.I.M. (eds.) *Environmental psychology: An introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell, pp. 167-178. <https://doi.org/10.1002/9781119241072.ch17>
- Debbage, K. G. & Debbage, N. (2019): 'Aviation carbon emissions, route choice and tourist destinations: Are non-stop routes a remedy?' *Annals of Tourism Research*, 79, p. 102765 <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102765>
- Denley, T. J., Woosnam, K. M., Ribeiro, M. A., Boley, B. B., Hehir, C. & Abrams, J. (2020): 'Individuals' intentions to engage in last chance tourism: Applying the value-belief-norm model' *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), pp. 1860-1881. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1762623>
- Do, V. T. H., & Do, L. T. (2024): The effectiveness of social norms in promoting green consumption. *Social Responsibility Journal*, 20(3), 444-461. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2022-0466>
- Dolnicar, S. (2004): 'Insights into Sustainable Tourists in Austria: A Data-based A Priori Segmentation Approach', *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), pp. 209–218. <https://doi.org/10.1080/09669580408667234>

- Dolnicar, S. (2010): 'Identifying tourists with smaller environmental footprints', *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), pp. 717-734. <https://doi.org/10.1080/09669581003668516>
- Dolnicar, S. (2020): 'Designing for more environmentally friendly tourism', *Annals of Tourism Research*, 84, p. 102933. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102933>
- Dolnicar, S., Knezevic Cvelbar, L. & Grün, B. (2019): 'A sharing-based approach to enticing tourists to behave more environmentally friendly', *Journal of Travel Research*, 58(2), pp. 241-252. <https://doi.org/10.1177/0047287517746013>
- Doran, R. & Larsen, S. (2016): 'The Relative Importance of Social and Personal Norms in Explaining Intentions to Choose Eco-Friendly Travel Options', *International Journal of Tourism Research*, 18(2), pp. 159-166. <https://doi.org/10.1002/jtr.2042>
- Dunlap, R.E. & Van Liere, K.D. (1978): 'The "New Environmental Paradigm"', *The Journal of Environmental Education*, 9(4), pp. 10-19. <https://doi.org/10.1080/00958964.1978.10801875>
- Dunlap, R.E., Van Liere, K.D., Mertig, A. & Jones, R. E. (2000): 'New Trends in Measuring Environmental Attitudes: Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale', *Journal of Social Issues*, 56(3), pp. 425-442. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00176>
- Eagly, A.H., & Chaiken, S. (1993): *The psychology of attitudes*. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers
- EC – European Commission (2020): *Attitudes of European citizens towards the environment* [Online]. Eurobarometer. Elérhető: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257> (Letöltve: 2024. 06. 30.)
- EC – European Commission (2021): *Flash Eurobarometer 499 – Attitudes of Europeans towards tourism* [Online]. Elérhető: <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=78708> (Letöltve 2024.06.07.)
- EC – European Commission (2024a): 'Special Eurobarometer SP550: Attitudes of Europeans towards the Environment' (v1.00). (2024):. [Data set]. European Commission, Directorate-General for Communication. Elérhető: http://data.europa.eu/88u/dataset/s3173_101_2_sp550_eng (Letöltés: 2024. 07.08)
- EC – European Commission (2024b): *Tourism statistics* [Online]. Elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics (Letöltve 2024.07.28.)
- Farmer, J., Knapp, D. & Benton, G.M. (2007): 'An Elementary School Environmental Education Field Trip: Long-Term Effects on Ecological and Environmental Knowledge and Attitude Development', *The Journal of Environmental Education*, 38(3), pp. 33-42. <https://doi.org/10.3200/JOEE.38.3.33-42>
- Fenitra, R.M., Tanti, H., Gancar, C.P. & Indrianawati, U. (2021): 'Understanding younger tourist'intention toward environmentally responsible behavior', *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 36(2spl), pp. 646-653. <https://doi.org/10.30892/gtg.362spl12-694>
- Festinger, L. (1957): *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press <https://doi.org/10.1515/9781503620766>

- Filimonau, V., Matute, J., Mika, M. & Faracik, R. (2018): 'National culture as a driver of pro-environmental attitudes and behavioural intentions in tourism', *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), pp. 1804-1825. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1511722>
- Fishbein, M., Capella, J., Hornik, R., Sayeed, S., Yzer, M. & Ahern, R.K. (2002): 'The role of theory in developing effective antidrug public service announcements', in Crano, W.D. & Burgoon, M. (eds.) *Mass media and drug prevention: Classic and contemporary theories and research*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, pp. 89–117. <https://doi.org/10.4324/9781410603845-5>
- Fisher, R.J. (1993): 'Social Desirability Bias and the Validity of Indirect Questioning', *Journal of Consumer Research*, 20(2), pp. 303–315. <https://doi.org/10.1086/209351>
- Flaherty, G. T., & Holmes, A. (2020): 'Will flight shaming influence the future of air travel?' *Journal of travel medicine*, 27(2), taz088
- Forgács, A. (2017): Fejezetek a kommunikáció szociálpszichológiájából [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. Elérhető: https://mersz.hu/hivatkozas/m269faksz_230_p1#m269faksz_230_p1 (Letöltve: 2024. 06. 02.)
- Frick, J., Kaiser, F.G. & Wilson, M. (2004): 'Environmental knowledge and conservation behavior: exploring prevalence and structure in a representative sample', *Personality and Individual Differences*, 37(8), pp. 1597–1613. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.015>
- Gascón, J. (2019): 'Tourism as a right: a “frivolous claim” against degrowth?', *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), pp. 1825-1838. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1666858>
- Gatersleben, B., Hansson, C.B., Hörstmeier, O. & Saggel, S. (2019): 'Moral, Wasteful, Frugal, or Thrifty? Identifying Consumer Identities to Understand and Manage Pro-Environmental Behavior', *Environment and Behavior*, 51(1), pp. 24–49. <https://doi.org/10.1177/0013916517733782>
- Gatersleben, B., Steg, L. & Vlek, C. (2002): 'Measurement and Determinants of Environmentally Significant Consumer Behavior', *Environment and Behavior*, 34(3), pp. 335–362. <https://doi.org/10.1177/0013916502034003004>
- Giddens, A. (1984): *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: The Polity Press.
- Giddens, A. (1997): *Szociológia*, Budapest: Osiris Kiadó
- Gifford, R. (2014): 'Environmental Psychology Matters', *Annual review of psychology*, 65(1), pp. 541-579. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115048>
- Global Footprint Network. (2024):. Ecological footprint per capita by country. World Population Review. Retrieved July 16, 2024, from <https://worldpopulationreview.com/countries/ecological-footprint-by-country>
- Goldstein, N.J., Cialdini, R.B. & Griskevicius, V. (2008): 'A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels', *Journal of consumer Research*, 35(3), pp. 472-482. <https://doi.org/10.1086/586910>

- Gonda, T. & Raffay, Z. (2021): 'Környezettudatosak-e a hazai turisták? = Are Hungarian tourists environmentally conscious?', *Turizmus Bulletin*, 21(2), pp. 4-14. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n2.1>
- Goodland, R. (1995): 'The Concept of Environmental Sustainability', *Annual Review of Ecology and Systematics*, 26, pp. 1-24. <https://doi.org/10.1146/annurev.es.26.110195.000245>
- Goodwin, H. (2011): *Taking Responsibility for Tourism*. Leeds: Goodfellow Publishers.
- Gössling, S. & Buckley, R. (2016): 'Carbon labels in tourism: persuasive communication?', *Journal of Cleaner Production*, 111, pp. 358–369. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.08.067>
- Gössling, S. & Buckley, R. (2019): 'Can we fly less? Evaluating the “necessity” of air travel', *Journal of Air Transport Management*, 81, p. 101722. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2019.101722>
- Gössling, S. & Peeters, P. (2007): “‘It Does Not Harm the Environment!’ An Analysis of Industry Discourses on Tourism, Air Travel and the Environment”, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), pp. 402–417. <https://doi.org/10.2167/jost672.0>
- Gössling, S. & Peeters, P. (2015): 'Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050', *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), pp. 639–659. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1008500>
- Gössling, S. (2002a): 'Global environmental consequences of tourism', *Global Environmental Change*, 12(4), pp. 283–302. [https://doi.org/10.1016/S0959-3780\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0959-3780(02)00044-4)
- Gössling, S. (2002b): 'Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability', *Ecological Economics*, 43(2–3), pp. 199–211. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(02\)00211-2](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(02)00211-2)
- Gössling, S. (2012): 'Climate policy and tourism' in Holden, A & Fennell, D (eds.) *The Routledge Handbook of Tourism and the Environment*. New York: Routledge, pp. 421-434.
- Gössling, S. (2013): 'National emissions from tourism: An overlooked policy challenge?', *Energy Policy*, 59, pp. 433–442. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.03.058>
- Gössling, S. (2020): 'Risks, resilience, and pathways to sustainable aviation: A COVID-19 perspective', *Journal of Air Transport Management*, 89, p. 101933. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101933>
- Gössling, S., Haglund, L., Kallgren, H., Revahl, M. & Hultman, J. (2009): 'Swedish air travellers and voluntary carbon offsets: towards the co-creation of environmental value?', *Current Issues in Tourism*, 12(1), pp. 1–19. <https://doi.org/10.1080/13683500802220687>
- Gössling, S., Humpe, A. & Bausch, T. (2020): 'Does “flight shame” affect social norms? Changing perspectives on the desirability of air travel in Germany', *Journal of Cleaner Production*, 266, p. 122015. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122015>
- Gyulavári, T., Mitev, A.Z., Neulinger, Á., Neumann-Bódi, E., Simon, J. & Szűcs, K. (2014): *A marketingkutatók alapjai*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Hall, C.M. (2013): 'Framing behavioural approaches to understanding and governing sustainable tourism consumption: Beyond neoliberalism, "nudging" and "green

- growth"?", *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), pp. 1091-1109. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.815764>
- Hall, C.M., Gössling S. & Scott D. (2015): 'Tourism and sustainability: An introduction' in Hall, C. M., Gössling S. & Scott D. (eds.) *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. London: Routledge, pp. 1–12. <https://doi.org/10.4324/9780203072332-9>
- Han, H. (2014): 'The norm activation model and theory-broadening: Individuals' decision-making on environmentally-responsible convention attendance', *Journal of Environmental Psychology*, 40, pp. 462-471. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.10.006>
- Han, H. (2015): 'Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior', *Tourism Management*, 47, pp. 164–177. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.014>
- Han, H. (2021): 'Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: a review of theories, concepts, and latest research', *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), pp. 1021–1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019>
- Han, H., Hsu, L.-T. (Jane) & Lee, J.-S. (2009): 'Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process', *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), pp. 519–528. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.02.004>
- Han, H., Hwang, J., Kim, J. & Jung, H. (2015): 'Guests' pro-environmental decision-making process: Broadening the norm activation framework in a lodging context', *International Journal of Hospitality Management*, 47, pp. 96–107. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.03.013>
- Happ, É. (2014): 'Fenntartható turizmus és felelősségvállalás', *Gazdaság és Társadalom*, (1), pp. 90-101. <https://doi.org/10.21637/GT.2014.1.07>.
- Hardeman, G., Font, X., & Nawijn, J. (2017):. The power of persuasive communication to influence sustainable holiday choices: Appealing to self-benefits and norms. *Tourism Management*, 59, 484-493. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.011>
- Hargreaves, T. (2011): 'Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change', *Journal of consumer culture*, 11(1), pp. 79-99. <https://doi.org/10.1177/1469540510390500>
- Hassan, S.S. (2000): 'Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry', *Journal of Travel Research*, 38(3), pp. 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Hediger, W. (1999): 'Reconciling "weak" and "strong" sustainability', *International Journal of Social Economics*, 26(7-9), pp. 1120-1144. <https://doi.org/10.1108/03068299910245859>
- Hegedüs, S., Boros, K., Kiss, K. és Fekete-Frojimovics, Z. (2024): 'Interpretation and Practice of Sustainable Tourism Among Accommodation Providers', *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 72(3), pp. 353-364. <https://doi.org/10.37741/t.72.3.5>

- Hegedűs, S., Kiss, K., & Kovács, E. (2023): A környezettudatos fogyasztói magatartás turisztikai aspektusai. *Turizmus Bulletin*, 23(1), 15-24. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2023v23n1.2>
- Helliwell, J.F., Wang, S. & Xu, J. (2016): 'How Durable are Social Norms? Immigrant Trust and Generosity in 132 Countries', *Social Indicators Research*, 128, pp. 201–219. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-1026-2>
- Hibbert, J.F., Dickinson, J.E., Grössling, S. & Curtin, S. (2013): 'Identity and tourism mobility: an exploration of the attitude–behaviour gap', *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), pp. 999–1016. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.826232>
- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G. & Boluk, K. (2019): 'Degrowing tourism: rethinking tourism', *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), pp. 1926-1944. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1601732>
- Higham, J, Cohen, SA, Peeters, P & Gössling, S (2013): 'Psychological and behavioural approaches to understanding and governing sustainable mobility', *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 21, no. 7, pp. 949-967. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.828733>
- Higham, J., Cohen, S.A., Cavaliere, C.T., Reis, A. & Finkler, W. (2016): 'Climate change, tourist air travel and radical emissions reduction', *Journal of Cleaner Production*, 111, pp. 336-347. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.10.100>
- Hines, J.M., Hungerford, H.R. & Tomera, A.N. (1987): 'Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis', *The Journal of Environmental Education*, 18(2), pp. 1–8. <https://doi.org/10.1080/00958964.1987.9943482>
- Hofmeister-Tóth Á. (2017): *A fogyabsztói magatartás alapjai*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630598897>.
- Hofstede G. (1980): *Culture's consequences: international differences in work related values*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Holden, A. (2019): 'Environmental ethics for tourism- the state of the art', *Tourism Review*, 74(3), pp. 694-703. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0066>
- Holloway, I. & Biley, F.C. (2011): 'Being a Qualitative Researcher', *Qualitative Health Research*, 21(7), pp. 968–975. <https://doi.org/10.1177/1049732310395607>
- Holmes, M. R., Dodds, R. & Frochot, I. (2021): 'At home or abroad, does our behavior change? examining how everyday behavior influences sustainable travel behavior and tourist clusters', *Journal of Travel Research*, 60(1), pp. 102-116. <https://doi.org/10.1177/0047287519894070>
- Hummel, D., & Maedche, A. (2019): 'How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies'. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 80, 47-58.
- Hunter, C. (2002): 'Sustainable Tourism and the Touristic Ecological Footprint', *Environment, Development and Sustainability*, 4(1), pp. 7–20. <https://doi.org/10.1023/A:1016336125627>
- Hunter-Jones, P. (2014): 'Changing family structures and childhood socialisation: a study of leisure consumption', *Journal of Marketing Management*, 30(15-16), pp. 1533-1553. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.930503>

- hvg.hu (2024): 'Káosz a légi közlekedésben: felkészülés a légitársaságoknál', *hvg.hu*.
Elérhető: https://m.hvg.hu/360/20240703_Kaosz-legi-kozlekedes-felkeszules-legitarsasag-repules (Letöltve: 2024. július 27.).
- Iaquinto, B.L. (2015): "I recycle, I turn out the lights": understanding the everyday sustainability practices of backpackers', *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), pp. 577–599. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978788>
- IATA (2019): Air Passenger Market Analysis <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/air-passenger-monthly-analysis---sep-2019/> (Letöltve: 2024. 06. 05.)
- Jackson, T. (2005): 'Motivating Sustainable Consumption: A Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change', *Report to the Sustainable Development Research Network*, London: Policy Studies Institute
- Jacobson, L., Åkerman, J., Giusti, M. & Bhowmik, A.K. (2020): 'Tipping to staying on the ground: Internalized knowledge of climate change crucial for transformed air travel behavior', *Sustainability*, 12(5), p. 1994. <https://doi.org/10.3390/su12051994>
- Jancsik, A., Jászberényi, M. & Kökény, L. (2019): *Az utazásszervezés új dimenziói*. Budapest: Akadémiai Kiadó [Online] Elérhető: https://mersz.hu/hivatkozas/m523utszerv_18_p4#m523utszerv_18_p4 (Letöltve: 2024.06.09.)
- Jiang, J., Gao, B.W. & Su, X. (2021): 'Antecedents of tourists' environmentally responsible behavior: The perspective of awe', *Frontiers in Psychology*, 13, p. 619815. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.619815>
- Johnson, I. (2014):. Towards a contemporary understanding of the limits to growth. *Is the planet full*, 79-103. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199677771.003.0005>
- Juvan, E. & Dolnicar, S. (2014): 'The attitude–behaviour gap in sustainable tourism', *Annals of Tourism Research*, 48, pp. 76–95. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.012>
- Juvan, E. & Dolnicar, S. (2017): 'Drivers of pro-environmental tourist behaviours are not universal', *Journal of Cleaner Production*, 166, pp. 879–890. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.087>
- Kaiser, F.G. & Wilson, M. (2004): 'Goal-directed conservation behavior: the specific composition of a general performance', *Personality and Individual Differences*, 36(7), pp. 1531–1544. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2003.06.003>
- Kaiser, F.G. (1998): 'A General Measure of Ecological Behavior', *Journal of Applied Social Psychology*, 28(5), pp. 395–422. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01712.x>
- Kasza-Kelemen, K. (2015): *Fenntartható fogyasztás a turizmusban? A helykötődés és környezettudatos viselkedés összefüggései a nemzeti parkokban*. Doktori értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem.
- Kiatkawsin, K. & Han, H. (2017): 'Young travelers' intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory', *Tourism Management*, 59, pp. 76-88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.018>

- Kim, J., Kim, S., Lee, J., Kim, P.B. & Cui, Y. (2020): 'Influence of Choice Architecture on the Preference for a Pro-Environmental Hotel', *Journal of Travel Research*, 59(3), pp. 512-527. <https://doi.org/10.1177/0047287519841718>
- Kim, M.-S., Kim, J. & Thapa, B. (2018): 'Influence of environmental knowledge on affect, nature affiliation and pro-environmental behaviors among tourists', *Sustainability*, 10(9), p. 3109 <https://doi.org/10.3390/su10093109>
- Klein, S.A. & Hilbig, B.E. (2018): 'How virtual nature experiences can promote pro-environmental behavior', *Journal of Environmental Psychology*, 60, pp. 41–47. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.10.001>
- Knott, E., Rao, A. H., Summers, K., & Teeger, C. (2021):. Interviews in the social sciences. *Nature Reviews Methods Primers*, 2(1), 73. <https://doi.org/10.1038/s43586-022-00150-6>
- Kollmuss, A. & Agyeman, J. (2002): 'Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?', *Environmental Education Research*, 8(3), pp. 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Krishnan, S. & Idris, N. (2012): 'Knowledge dimensions in hypothesis test problems', *AIP Conference Proceedings*, 1450(1), pp. 96–102. <https://doi.org/10.1063/1.4724123>
- Kurani, K. S. & Turrentine, T. S. (2002): *Marketing Clean and Efficient Vehicles: A Review of Social Marketing and Social Science Approaches*. Davis: University of California, Institute of Transportation Studies
- Kurisu, K. (2015): *Pro-environmental behaviors*. Tokyo: Springer Japan. <https://doi.org/10.1007/978-4-431-55834-7>
- Kvale, S. (1996): *Interviews: an introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Lamers, M., van der Duim, R. & Spaargaren, G. (2017): 'The relevance of practice theories for tourism research', *Annals of Tourism Research*, 62, pp. 54–63. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.12.002>
- Lange, F. & Dewitte, S. (2019): 'Measuring pro-environmental behavior: Review and recommendations', *Journal of Environmental Psychology*, 63, pp. 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.04.009>
- Lange, F., Steinke, A. & Dewitte, S. (2018): 'The Pro-Environmental Behavior Task: A laboratory measure of actual pro-environmental behavior', *Journal of Environmental Psychology*, 56, pp. 46–54. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.02.007>
- Lányi, K. (2008): *A környezettudatos viselkedés és az egészségviselkedés összefüggése*. PhD thesis. Debreceni Egyetem.
- Leach, C.W. (2017): 'Understanding Shame and Guilt', in L. Woodyatt et al. (eds.) *Handbook of the Psychology of Self-Forgiveness*. Cham: Springer International Publishing, pp. 17–28. https://doi.org/10.1007/978-3-319-60573-9_2
- Lenzen, M., Sun, Y-Y., Faturay, F., Ting, Y-P., Geschke, A. & Malik, A. (2018): 'The carbon footprint of global tourism', *Nature Climate Change*, 8(6), pp. 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Lin, L., Dahl, D.W. & Argo, J.J. (2013): 'Do the crime, always do the time? Insights into consumer-to-consumer punishment decisions', *Journal of Consumer Research*, 40(1), pp. 64-77. <https://doi.org/10.1086/668641>

- Liu, A., Ma, E., Qu, H. & Ryan, B. (2020): 'Daily green behavior as an antecedent and a moderator for visitors' pro-environmental behaviors', *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), pp. 1390–1408. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1741598>
- Liu, R.W., Lapinski, M.K., Kerr, J.M., Zhao, J., Bum, T. & Lu, Z. (2021): 'Culture and Social Norms: Development and Application of a Model for Culturally Contextualized Communication Measurement (MC3M)', *Frontiers in Communication*, 6, p. 770513. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.770513>
- Lochmiller, C. R. (2021): Conducting Thematic Analysis with Qualitative Data. The Qualitative Report, 26(6):2029-2044. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.5008>
- Loureiro, S.M.C., Guerreiro, J. & Han, H. (2021): 'Past, present, and future of pro-environmental behavior in tourism and hospitality: a text-mining approach', *Journal of Sustainable Tourism*, 30(1), pp. 258-278. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1875477>
- Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B. & Oskamp, S. (1997): 'Green Buying: The Influence of Environmental Concern on Consumer Behavior', *The Journal of Social Psychology*, 137(2), pp. 189–204. <https://doi.org/10.1080/00224549709595430>
- Majláth, M. (2009): 'A környezetbarát terméktulajdonság fontossága a fogyasztói döntésekben Egy empirikus kutatás eredményei', *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 40(2), pp. 44-56. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2009.02.05>
- Majláth, M. (2010): *A pszichográfiai tényezők különbségei a környezetbarát és a nem környezetbarát fogyasztók között*. Doktori értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola.
- Maloney, M. P. & Ward, M. P. (1973) 'Ecology: Let's hear from the people: An objective scale for the measurement of ecological attitudes and knowledge', *American Psychologist*, 28(7), pp. 583–586. <https://doi.org/10.1037/h0034936>
- Martínez García de Leaniz, P., Herrero Crespo, Á. & Gómez López, R. (2018): 'Customer responses to environmentally certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions', *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), pp. 1160–1177. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1349775>
- Martiny, J. (2024): Mass tourism sparks rise in locals' resentment *DW.com*, Elérhető: <https://www.dw.com/en/mass-tourism-sparks-rise-in-locals-resentment/a-69728392> (Letöltve: 2024. 07. 27.)
- Mason, J. (2005): *Kvalitatív kutatás*. József Műhely Kiadó, Budapest
- Melnyk, V., Carrillat, F.A. & Melnyk, V. (2021): 'The Influence of Social Norms on Consumer Behavior: A Meta-Analysis', *Journal of Marketing*, 86(3), pp. 98-120. <https://doi.org/10.1177/00222429211029199>
- Meng, B. & Choi, K. (2016): 'Extending the theory of planned behaviour: testing the effects of authentic perception and environmental concerns on the slow-tourist decision-making process', *Current Issues in Tourism*, 19(6), pp. 528–544. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1020773>

- Michalkó G. (2003): 'A fenntartható fejlődés ökoturisztikai aspektusai Magyarországon', *Turizmus Bulletin*, 7(4), pp. 13-21.
- Michalkó G. (2012): *Turizmológia: Elméleti alapok*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Mihalic, T. (2016): 'Sustainable-responsible tourism discourse – Towards 'responsustable' tourism', *Journal of Cleaner Production*, 111(B), pp. 461-470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Mihalic, T. (2020): 'Conceptualising overtourism: a sustainability approach', *Annals of Tourism Research*, 84, p. 103025. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
- Miller, C.H., Burgoon, M., Grandpre, J.R. & Alvaro, E.M. (2006): 'Identifying principal risk factors for the initiation of adolescent smoking behaviors: the significance of psychological reactance', *Health Communication*, 19(3), pp. 241–252. https://doi.org/10.1207/s15327027hc1903_6
- Mitev, A. (2015a): 'A kvalitatív kutatás filozófiája és a kvalitatív kutatási terv' in Horváth, D. & Mitev, A. (eds.) *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv*. Budapest: Alinea Kiadó, pp. 25-75.
- Mitev, A. (2015b): 'Narratív technika' in Horváth, D. & Mitev, A. (eds.) *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv*. Budapest: Alinea Kiadó, pp. 209-229.
- Mitev, A.Z. (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634544135>
- Mkono, M. & Hughes, K. (2020): 'Eco-guilt and eco-shame in tourism consumption contexts: understanding the triggers and responses', *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), pp. 1223–1244. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1730388>
- Mkono, M. (2021): 'How people resist flight shame: A Reddit perspective', *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(1), p. 100044 <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100044>
- Moran, C., Boley, B. B., Woosnam, K. M., Jordan, E. J., Kline, C. és Knollenberg, W. (2018): 'The battle of the socials: Which socially symbolic factors best predict intent to travel?', *Tourism Management*, 68, pp. 324-327.
- Nagy, Sz. (2006): 'A környezettudatos magatartás attitűd-orientált modellje' in Piskóti, I. (ed.) *Marketing Kaleidoszkóp*. Miskolc: Gazdász Elasztik Kft., pp. 127-151.
- Nagy, Sz. (2018): 'A környezettudatos cselekvések elemzés', *Vezetéstudomány - Budapest Management Review* 49(10–11), pp. 45–55. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.10.04>
- Nemcsicsné Zsóka, Á. (2005): *Következetesség és rések a környezettudatos szervezeti magatartásban*. PhD thesis. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
- Nikolić, T.M., Pantić, S.P., Paunović, I., & Filipović, S. (2021): 'Sustainable Travel Decision-Making of Europeans: Insights from a Household Survey', *Sustainability*, 13(4), pp. 1-21. <https://doi.org/10.3390/su13041960>
- Nolan, J.M., Schultz, P.W., Cialdini, R.B., Goldstein, N.J. & Griskevicius, V. (2008): 'Normative social influence is underdetected', *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(7), pp. 913-923. <https://doi.org/10.1177/0146167208316691>
- Nowak, M., Alnyme, O., & Heldt, T. (2023): Testing the effectiveness of increased frequency of norm-nudges in encouraging sustainable tourist behaviour: a field

- experiment using actual and self-reported behavioural data. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(7), 1307-1331. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2220979>
- Ócsai, A. (2019): *Ökológiailag tudatos vállalkozások értékorientációja = Value Orientation of Ecologically Conscious Businesses*. PhD thesis. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola.
- Passafaro, P. (2020): 'Attitudes and Tourists' Sustainable Behavior: An Overview of the Literature and Discussion of Some Theoretical and Methodological Issues', *Journal of Travel Research*, 59(4), pp. 579–601. <https://doi.org/10.1177/0047287519851171>
- Patterson, T.M., Nicolucci, V. & Marchettini, N. (2008): 'Adaptive environmental management of tourism in the Province of Siena, Italy using the ecological footprint', *Journal of Environmental Management*, 86(2), pp. 407–418. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2006.04.017>
- Pearce, D.W., Atkinson, G.D. & Dubourg, W.R. (1994): 'The economics of sustainable development', *Annual review of energy and the environment*, 19(1), 457-474. <https://doi.org/10.1146/annurev.eg.19.110194.002325>
- Perugini, M. & Bagozzi, R.P. (2001): 'The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: broadening and deepening the theory of planned behaviour', *The British Journal of Social Psychology*, 40(1), pp. 79–98. <https://doi.org/10.1348/014466601164704>
- Piskóti, M. (2015): *A Környezeti Identitás szerepe a környezettudatos viselkedés kialakulásában*. PhD thesis. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem
- Pizzetti, M., Miniero, G., Bonera, M., Codini, A. P. & Elam, S. (2024): "'I am not unsustainable; I am on holiday!'" moral disengagement and the holiday mindset of young travellers during a cruise', *Journal of Sustainable Tourism*, pp. 1–19. doi: 10.1080/09669582.2024.2344010.
- Postma, A. & Schmuecker, D. (2017): 'Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework', *Journal of Tourism Futures*, 3(2), pp. 144-156. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>
- Puczkó, L. és Rátz, T. (2002): *A turizmus hatásai*. Budapest: Aula, pp. 189-242.
- Rahman, S.U., Chwialkowska, A., Hussain, N., Bhatti, W.A. & Luomala, H. (2021): 'Cross-cultural perspective on sustainable consumption: implications for consumer motivations and promotion', *Environment, Development and Sustainability* [Online]. Elérhető: y. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-02059-8> (Letöltve: 2024. 06. 30.)
- Randolph, J. (2019): 'A Guide to Writing the Dissertation Literature Review', *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 14(13), pp. 1–13.
- Reese G, Loew K. & Steffgen G. (2014): 'A Towel Less: Social Norms Enhance Pro-environmental Behavior in Hotels', *The Journal of Social Psychology*, 154(2), pp. 97–100. <https://doi.org/10.1080/00224545.2013.855623>
- Roome, N. (2012): 'Looking Back, Thinking Forward: Distinguishing Between Weak and Strong Sustainability' in Bansal, P. & Hoffman, A.J. (eds.) *The Oxford Handbook of Business and the Natural Environment*. Oxford: Oxford University Press, pp. 620-629 <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199584451.003.0034>

- Rutty, M., Gössling, S., Scott, D. & Hall, C.M. (2015): 'The global effects and impact of tourism' in. Hall, C.M., Gössling S. & Scott D. (eds.) *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. [Online], pp. 36–62. Elérhető: <https://www.routledgehandbooks.com/pdf/doi/10.4324/9780203072332.ch3> (Letöltve: 2024.06. 30.)
- Saarinen, J. (2006): 'Traditions of sustainability in tourism studies', *Annals of Tourism Research*, 33(4), pp. 1121–1140. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.007>
- Schatzki, T. (1996): *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: CUP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511527470>
- Schwartz, S. H. (1992): 'Universals in the content of and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries', *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, pp. 1-65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Schwartz, S.H. & Howard, J.A. (1984): 'Internalized Values as Motivators of Altruism', in Staub, E., Bar-Tal, D., Karylowski, J. & Reykowski, J. (eds.) *Development and Maintenance of Prosocial Behavior: International Perspectives on Positive Morality*. New York: Plenum, pp. 189–211. https://doi.org/10.1007/978-1-4613-2645-8_14
- Schwartz, S.H. (1977): 'Normative Influences on Altruism', in L. Berkowitz (ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*. Massachusetts: Elsevier Academic Press Inc, pp. 221–279. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60358-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60358-5)
- Sharpley, R. (2000): 'Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide', *Journal of Sustainable Tourism*, 8, pp. 1–19. <https://doi.org/10.1080/09669580008667346>
- Sharpley, R. (2020): 'Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on', *Journal of sustainable tourism*, 28(11), pp. 1932-1946. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1779732>
- Shove, E. (2010): 'Beyond the ABC: climate change policy and theories of social change', *Environment and Planning A*, 42(6), pp. 1273-1285. <https://doi.org/10.1068/a42282>
- Sik, D. (2013): 'Giddens társadalomelmélete', *Társadalomkutatás*, 31(1), pp. 55–71. <https://doi.org/10.1556/tarskut.31.2013.1.5>
- Sirakaya, E. & Woodside, A.G. (2005): 'Building and testing theories of decision making bytravellers', *Tourism Management*, 26(6), pp. 815-832. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.004>
- Solt, O. (1998): 'Interjúzni muszáj' in Eörsi, J., F. Havas, G. & Kemény, I. (eds.) *Méltóságot mindenkinek Összegyűjtött írások I*. Budapest: Beszélő Politikai és Kulturális Folyóirat, pp. 29–48.
- Song, H., Wu, H. and Zhang, H. (2024):. Can nudging affect tourists' low-carbon footprint travel choices? *International journal of contemporary hospitality management*, 36(5), pp.1534–1556. doi:<https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2022-1175>.
- Sørensen, F. & Bærenholdt, J. O. (2020): 'Tourist practices in the circular economy', *Annals of Tourism Research*, 85(1), p. 103027 <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103027>

- Souza-Neto, V., Marques, O., Mayer, V. F., & Lohmann, G. (2021): Lowering the harm of tourist activities: a systematic literature review on nudges. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(9), 2173–2194. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2036170>
- Stanford, D. (2008): 'Exceptional visitors': Dimensions of tourist responsibility in the context of new zealand', *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), pp. 258-275. <https://doi.org/10.1080/09669580802154082>
- Steg, L. & de Groot, J. (2010): 'Explaining prosocial intentions: Testing causal relationships in the norm activation model', *British Journal of Social Psychology*, 49(4), pp. 725-743. <https://doi.org/10.1348/014466609X477745>
- Steg, L. & Vlek, C. (2009): 'Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda', *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), pp. 309–317. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.10.004>
- Stern, P. C. & Dietz, T. (1994): 'The value basis of environmental concern', *Journal of social issues*, 50(3), pp. 65-84. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1994.tb02420.x>
- Stern, P.C. (2000): 'New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior', *Journal of Social Issues*, 56(3), pp. 407–424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>
- Stern, P.C., Dietz, T., Troy, A., Guagnano, G.A. & Kalof, L. (1999): 'A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism', *Human Ecology Review*, 6(2), pp. 81–97.
- Swedavia (2020): *Swedavia's traffic statistics for December and the full year 2019* [Online]. Swedavia. Elérhető: <https://www.swedavia.com/about-swedavia/for-press/swedavias-traffic-statistics-for-december-and-the-full-year-2019/> (Letöltve: 2024. 06. 25)
- Szántó, R., & Dudás, L. (2017): A döntési helyzetek tudatos tervezésének háttere. *Vezetéstudomány*, 48(10), 48-57. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.10.06>
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1979): 'An integrative theory of inter-group conflict' in Austinand, W. G. & Worchel, S. (eds.) *The social psychology of inter-group relations*. Monterey: Brooks/Colepp, pp. 33–47.
- Tasci, A.D., Fyall, A. & Woosnam, K.M. (2021): 'Sustainable tourism consumer: socio-demographic, psychographic and behavioral characteristics', *Tourism Review*, 77(2), pp. 341-375. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2020-0435>
- Teeroovengadam, V. (2019): 'Environmental identity and ecotourism behaviours: examination of the direct and indirect effects', *Tourism Review*, 74(2), pp. 280-292. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2017-0190>
- Thøgersen, J. (1999): 'Spillover processes in the development of a sustainable consumption pattern', *Journal of Economic Psychology*, 20(1), pp. 53-81. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(98\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00043-9)
- Thøgersen, J. (2009): 'The Motivational Roots of Norms for Environmentally Responsible Behavior', *Basic and Applied Social Psychology*, 31(4), pp. 348-362. <https://doi.org/10.1080/01973530903317144>
- Tobler, C., Visschers, V.H.M. & Siegrist, M. (2012): 'Addressing climate change: Determinants of consumers' willingness to act and to support policy measures',

- Journal of Environmental Psychology*, 32(3), pp. 197–207.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.02.001>
- Tölkes, C. (2020): 'The role of sustainability communication in the attitude–behaviour gap of sustainable tourism', *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), pp. 117–128.
<https://doi.org/10.1177/1467358418820085>
- Triandis, H. C. (1977): 'Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior' in Howe, H.E. & Page, M. (eds.) *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln: University of Nebraska Press, pp. 195-259
- UNFCCC (2015): *Paris Agreement*. United Nations Framework Convention on Climate Change. Elérhető: https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf (Letöltve: 2024. 06. 28.)
- UNWTO (2020a): *International Tourism Highlights 2019 Edition*. Elérhető: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>. (Letöltve: 2024. 06. 10.)
- UNWTO (2020b): *UNWTO Highlights potential of domestic tourism to help drive economic recovery in destinations worldwide*. Elérhető: <https://www.unwto.org/news/unwto-highlights-potential-of-domestic-tourism-to-help-drive-economic-recovery-in-destinations-worldwide> (Letöltve: 2024. 06. 11.)
- UNWTO (2022b): *Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism* [Online]. UNWTO. Elérhető: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-04/impact-assessment-issue-2-11-april-2022.pdf> (Letöltve: 2024. 06. 02.)
- UNWTO (2024a): *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2024*. Elérhető: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2024.22.1.1> (Letöltés:2024.06.11.)
- Van Riper, C.J. & Kyle, G.T. (2014): 'Understanding the internal processes of behavioral engagement in a national park: A latent variable path analysis of the value-belief-norm theory', *Journal of Environmental Psychology*, 38, pp. 288-297.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.03.002>
- Verbeek, D. & Mommaas, H. (2008): 'Transitions to Sustainable Tourism Mobility: The Social Practices Approach', *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), pp. 629–644.
<https://doi.org/10.1080/09669580802159669>
- Világgazdaság (2024): 'Nagy Márton a Világgazdaságnak: Kivezeti a kormány a légitársaságokat sújtó különadókat', *Világgazdaság – Vg online*, 2024.07.09. Elérhető: <https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2024/07/kulonado-legitarsasag-kivezetes> (Letöltve: 2024.07.14.)
- Vroom, V.H. (1964): *Work and motivation*. New York: Wiley & Sons.
- Wang, W., Wu, J., Wu, M.Y. & Pearce, P.L. (2018): 'Shaping tourists' green behavior: The hosts' efforts at rural Chinese B&Bs', *Journal of Destination Marketing & Management*, 9(2), pp. 194-203 <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.006>
- Wasaya, A., Prentice, C. & Hsiao, A. (2021): 'The influence of norms on tourist behavioural intentions', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50(8), pp. 277-287. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.02.023>
- WCED (World Commission for Environment and Development) (1987): *Our Common Future: The Brundtland Report*.

<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (Letöltés:2024.06.11.)

- Weaver, D. (2011): 'Can sustainable tourism survive climate change?', *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), pp. 5-15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.536242>
- Welch, D. (2016): 'Social practices and behaviour change: "Key issues, interdisciplinary approaches and future directions"' in Spotswood, F. (ed.) *Beyond Behaviour Change: Key Issues, Interdisciplinary Approaches and Future Directions*. Bristol: Policy Press, pp. 237-256. <https://doi.org/10.1332/policypress/9781447317555.003.0012>
- Wheeller, B. (1993): 'Sustaining the ego', *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2), pp. 121-129. <https://doi.org/10.1080/09669589309450710>
- Wheeller, B. (2007): 'Sustainable Mass Tourism: More Smudge than Nudge The Canard Continues', *Tourism Recreation Research*, 32(3), pp. 73-75. <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081543>
- Więckowski, M. (2021): 'Will the Consequences of Covid-19 Trigger a Redefining of the Role of Transport in the Development of Sustainable Tourism?', *Sustainability*, 13(4), pp. 1-15. <https://doi.org/10.3390/su13041887>
- Witek, L., & Kuźniar, W. (2024):. Green purchase behaviour gap: The effect of past behaviour on green food product purchase intentions among individual consumers. *Foods*, 13(1), 136. <https://doi.org/10.3390/foods13010136>
- World Tourism Organization and International Transport Forum (2019): *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results* [Online] UNWTO. Elérhető: <https://doi.org/10.18111/9789284416660>. (Letöltve: 2020. 02. 12.)
- WTO (World Tourism Organization) (1998): *A fenntartható turizmus fejlesztése – Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek*. Budapest: Geomédia Kiadó
- WTTC (World Travel and Tourism Council) (2019): *Travel & Tourism Economic Impact, 2019* [Online] Elérhető: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf> (Letöltve: 2020. 03. 28.)
- WTTC (World Travel and Tourism Council) (2023): *The Environmental Impact of Global Tourism 2023* Elérhető: <https://globaltravelfootprint.wttc.org/reports/TheEnvironmentalImpactofGlobalTourismOct2023.pdf> (Letöltés:2024.05.10.)
- Wu, D., Li, K., Ma, J., Wang, E. & Zhu, Y. (2021): 'How does tourist experience affect environmentally responsible behavior?', *Sustainability*, 14(2), p. 924. <https://doi.org/10.3390/su14020924>
- Xu, F., Huang, L., & Whitmarsh, L. (2020): Home and away: cross-contextual consistency in tourists' pro-environmental behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1443-1459. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1741596>
- Yang, G.-H. & Li, P. (2005): 'Touristic ecological footprint: A new yardstick to assess sustainability of tourism', *Acta Ecologica Sinica*, 25(6), pp. 1475-1480.
- Yao, J., Li, Q., Maesano, G., & Canavari, M. (2024): An empirical analysis of the role of experience and attitude on ecotourism consumption behaviour. *Journal of Ecotourism*, <https://doi.org/10.1080/14724049.2024.2305427>

- Young, M., Higham, J.E. & Reis, A.C. (2014): ‘Up in the air’: A conceptual critique of flying addiction’, *Annals of Tourism Research*, 49, pp. 51–64. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.003>
- Zhao, X., Wang, X. & Ji, L. (2020): ‘Evaluating the effect of anticipated emotion on forming environmentally responsible behavior in heritage tourism: developing an extended model of norm activation theory’, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(11), pp. 1185-1198 <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1837892>

MELLÉKLETEK

1. sz. melléklet: A környezettudatos turisztikai fogyasztói magatartás témájában megjelent, az értekezés szempontjából legjelentősebb források összefoglaló táblázata

Forrás: szakirodalmi áttekintés alapján saját szerkesztés

(Zöld háttérrel jelöltek azok a források, amelyeknek fókuszában áll a társadalmi normák témaköre turisztikai kontextusban.)

Szerzők	Évszám	Téma	Eredmény	Kiinduló modell/teória, ha releváns	Módszer
Budeanu	2007	A környezettudatos attitűdök és viselkedés közötti rések beazonosítása annak érdekében, hogy a viselkedésváltozás elérésének hatékony módját megtaláljuk	Az információ elsősorban az attitűdök megváltoztatására jó csupán, a viselkedés megváltoztatáshoz erősebb szabályozásokra és ösztönzőkre van szükség.		review
Gössling & Peeters	2007	Az egyéni viselkedés hatásának tagadása a klímaváltozásra - azaz a tagadás pszichológiájának vizsgálata a légiközlekedés vonatkozásában	A fogyasztók az iparági diskurzus magyarázatainak segítségével távolítják a problémát.		kvalitatív
Becken	2007	Az utasok tudása a légiközlekedés hatásairól, személyes felelősségérzetük valamint reakcióik a klímaváltozással kapcsolatos szabályokra.	Az utazás szabadságáról való lemondást sok turista elképzelhetetlennek tartja. A globális légiközlekedés adóztatása ésszerű megoldás lehet, de nagyobb társadalmi változások eredményezhetnek olyan mértékű viselkedés változást, hogy csökkenthető legyen a légiközlekedés hozzájárulása a klímaváltozáshoz.		kvalitatív

Bamberg, Hunecke & Blobaum	2007	A személyes normák szerepe a tömegközlekedés igénybevétele és a személygépkocsi használata közötti választásban.	A tömegközlekedés választásában szerepe van a személyes normáknak, amelyet a társadalmi normák is befolyásolnak. Vagyis a társadalmi környezet meghatározó a tömegközlekedés egyéni megítélésében.		kvantitatív
Verbeek & Mommaas	2008	Az állampolgári fogyasztói magatartás gyakorlatelméleti megközelítése	A fogyasztók egyfajta állampolgár-fogyasztó szerepkörben a társadalmi mozgalmak, politikai folyamatok révén mozgósíthatók politikai fogyasztó magatartásra	gyakorlatelmélet	review
Goldstein, Cialdini & Griskevicius	2008	Különböző típusú kommunikációs üzenetek (csak információ, információ és kérés, információ és leíró társadalmi norma, információ és ösztönzés) hatása a törülköző újrahasználatára.	A leíró társadalmi normák hatása nagyobb a környezettudatos viselkedésre, mint a felszólítóké és annál nagyobb, minél kisebb a társadalmi csoport, akire vonatkozik és akiben az üzenet címzettje beletartozik		kísérlet
Bergin-Seers & Mair	2009	Zöld turisták profil meghatározása	A zöld turistaként azonosított csoportot a hétköznapi környezettudatos magatartásuk, az információkeresési és vásárlási szándékaik alapján határozták el, ugyanakkor kevés egyértelmű bizonyíték van arra, hogy a viselkedési szándékok valódi viselkedésben realizálódnak.		kvantitatív
Gössling, Haglund, Kallgren, Revahl & Hultman	2009	Légiutasok tudásának és attitűdjeinek vizsgálata az önkéntes karbon-kompenzációval kapcsolatban.	A karbonkompenzáció nem válhat a légi közlekedés további növekedésének igazoló eszközévé, habár csökkenti a légi közlekedésből származó környezeti terhelést. A fogyasztók körében kevésbé hiteles, korlátozottan elfogadott. A tudásszint növelése növelné a reflexív és kontextuális fogyasztás lehetőségét a légi utasok részéről.		kvantitatív

Barr, Shaw, Coles, & Prillwitz	2010	A hétköznapi vs. turisztikai környezettudatos viselkedésformák	A hétköznapi életmódba könnyen illeszthető környezettudatos cselekvések népszerűek, de utazáskor a személyes vállalások kudarcot vallanak.		kvantitatív
Antimova, Nawijn & Peeters	2012	Az attitúd-viselkedés közötti rés elméleti megközelítéseinek vizsgálata.	Az egyéni, interperszonális és közösségi szintű elméletek elkülönítése célravezető.		review
Juvan & Dolnicar	2014	Attitúd és viselkedés közötti szakadék vizsgálata, a környezetvédelemért elkötelezett emberek elveiknek ellentétes turisztikai viselkedésének okai	A résztvevők viselkednek elveiknek megfelelően, kognitívdiszsonancia-redukciójuk többféle magyarázaton keresztül történik, ezeket veszi sorra a tanulmány.	kognitív diszsonancia	kvalitatív
Reese, Loew & Steffen	2014	A leíró társadalmi normák hatása a viselkedésre.	A leíró normák formájában átadott üzenetek nagyobb hatást gyakorolnak, mint az egyszerű információközlés és a "helyi" normák, tehát hatása erősebb.		kísérlet
Han, Hwang, Kim & Jung	2015	Szállóvendégek fizetés utáni döntései folyamatainak vizsgálata - érzelmi, szokásbeli és tapasztalati folyamatok tényezőkkel bővített - NAM modellben.	Az újonnan létrehozott modell a NAM-nál eredményesebben azonosítja a környezettudatos szándékot.	NAM	kvantitatív
Higham, Cohen, Cavaliere, Reis & Finkler	2016	A fogyasztók reakciója négy nyugati országban (Norvégia, UK, Németország, Ausztrália) a kortárs légközlekedés káros környezeti hatásaira	A fogyasztók az önkéntes vállalások – mint például a karbonkompenzáció – elfogadásában hasonlóan szkeptikusak a négy vizsgált országban, de a szabályozási intézkedések elfogadásának hajlandóságában eltérések mutatkoznak.		kvalitatív

Meng & Choi	2016	A lassú turizmusban részt vevők viselkedési szándékai	A tervezett cselekvés elméletét (TPB) kibővítették az autenticitás érzékelésével, amely szoros kapcsolatot mutatott a lassú turizmusban való részvétellel, valamint a környezeti problémákról való gondolkodással, amely viszont a lassú turizmussal nem mutatott összefüggést.		kvantitatív
Doran & Larsen	2016	A személyes és a társadalmi normák hatása a környezetbarát utazási lehetőségek választására.	A személyes normák hatása nagyobb, mint a társadalmi normáké.		kvantitatív
Juvan & Dolnicar	2017	A környezettudatos turisták motivációi különböző típusú viselkedések esetében	A különböző, környezeti szempontból fenntartható turisztikai magatartásformáknak eltérő mozgatórugói vannak.		kvantitatív
Kiatkawsin & Han	2017	Fiatal csoportos utazók környezettudatos viselkedési szándéka	Az utazók - különös tekintettel azokra, akik számára fontosak a környezeti értékek - hajlandóak erőfeszítéseket tenni a környezettudatos viselkedésért, ha a várható eredmény vonzó számukra.	VBN, Vroom elvárás elmélete	kvantitatív
Hardeman, Font & Nawin	2017	Különböző típusú kommunikációs üzenetek hatékonysága a fenntartható viselkedésre	Az üzenetek tartalma alapján a leghatékonyabb az önérdemet hangsúlyozó üzenet volt, ezt követte a leíró, majd a felszólító társadalmi normára épülő üzenet. A kívánt viselkedés választásával elérhető, a helyi társadalomra gyakorolt pozitív hatás nem befolyásolta az utazókat.		Vegyes (tartalomelemzés, kérdőív, kísérlet)
Filimonau, Matute, Mika & Faracik	2018	A nemzeti kultúra hatása a környezettudatos turisztikai magatartásra	Összefüggést állapítottak meg a turisták kulturális háttere és környezetbarát attitűdjeik között, ami rávilágít arra, hogy a nemzeti hovatartozás is fontos tényezője a fogyasztói magatartásnak.		kvantitatív

Kim M., Kim J. & Thapa	2018	A turisták környezettel kapcsolatos tudása, érzelmei és a természethez való kötődésük hatása a környezettudatos viselkedésre	A környezettel kapcsolatos érzelmeket az arról szerzett szubjektív és objektív tudás befolyásolja. A környezethez való kötődést az érzelmei, míg a környezettudatos viselkedést az érzelmei és a kötődés befolyásolták.	bővített KAB	kvantitatív
Debbage & Debbage	2019	A tudás-attitűd-viselkedés és a társadalmi marketing elmélet kombinálása a médiafelületek hatásának vizsgálatához a fenntartható viselkedésre	A turisztikai közvetítő szektor felületeinek ilyen célú használata fokozza a fenntartható viselkedést.	KAB, társadalmi marketing elmélet	kvantitatív
Abdullah, Samdin, Ho & Ng	2020	A tudás-attitűd-viselkedés modell megerősítése a tudásdimenziók bevezetésével	Igazolta a tudás-attitűd-viselkedés lineáris kapcsolatát. Fontos a tudásdimenziók megkülönböztetése.	KAB	kvantitatív
Babakhani, Randle & Dolnicar	2020	A társadalmi felelősségvállalási információk észlelése	A foglalkozási döntéseket azért nem befolyásolják a CSR-tájékoztatók, mert a sok információ elrettenti a fogyasztókat annak megismerésétől és befogadásától.		kísérleti
Denley, Woosnam, Ribeiro, Boley, Hehir & Abrams	2020	Az eltűnőfélben lévő attrakciók meglátogatásának szándéka a környezettudatos viselkedési szándék vonatkozásában.	A környezettudatos turisták eltűnőben lévő látványosságokhoz (LCT) paradox módon viszonyulnak, vagyis hajlamosak ilyen helyeket felkeresni az ökológiai lábnyomuk ellenére. A tanulmány megerősíti a VBN elméletet.	VBN	kvantitatív
Mkono & Hughes	2020	Öko büntudat (Eco-guilt), ökoszégyen (eco-shame) tanulmányozása a turisztikai fogyasztás kontextusában.	Az emberek különböző mértékű szégyent, büntudatot és felelősségtudatot éreznek. A többség szeretne környezetbarát utazási döntéseket hozni, ám mégis egyfajta anonimitást és büntetlenséget éreznek a szokásos tartózkodási helyükön kívül.		kvalitatív

Passafaro	2020	Az attitűdök szerepe a környezettudatos magatartásban	Az egyes környezetileg fenntartható viselkedéseknek más és más a mozgatórugója. A megváltoztatandó viselkedésre célzottan kell a beavatkozásokat tervezni.		review
Sørensen & Bærenholdt	2020	A körforgásos gazdasági rendszerbe illeszthető turisztikai gyakorlatok meghatározása	Habár számos gyakorlat felmerült, eredendő paradoxonokra világított rá a kutatás és arra, hogy nincs konszenzus a szakértők körében sem ezekről a gyakorlatokól és a fejlesztési javaslatokról sem.	gyakorlatelmélet	kvalitatív (Delphi)
Zhao, Wang & Ji	2020	Várható érzelmekkel bővített norma-aktivációs elmélet (NAM) vizsgálata az örökségturizmus kontextusában.	Mind a pozitív, mind a negatív várható érzelmek szignifikánsan mediáló hatást gyakorolnak a személyes normák és a környezettudatos viselkedés kapcsolatára.	NAM	kvantitatív
Gössling, Humpe & Bausch	2020	A Fridays for Future tüntetések és a flight shame mozgalom, társadalmi normákra, légitözlekedés mértékére és a célpolitikai intézkedések támogatottságára gyakorolt hatása.	Szignifikáns viselkedésváltozás nem figyelhető meg, de légitözlekedést korlátozó, szükségszerűen drágító intézkedések támogatottsága igen. A társadalmi normák folyamatban lévő változása megerősíthető lenne a politika által.		kvantitatív
Bargeman & Richards	2020	A gyakorlatelméleti megközelítés alkalmazási lehetőségei turisztikai kontextusban.	Elméleti modell, amely a rituálék szerepét helyezi előtérbe az érzelmi válaszok létrehozásában. Egyfelől a csoportos interakciókra helyezi a figyelmet másfelől pedig arra, hogy az egyének miért vesznek fel és hagynak el bizonyos szokásokat.		review
Cocolas, Walters, Ruhanen & Higham	2020	Jobban megérteni azokat a tényezőket, amelyek az emberek hozzáállását formálják a légi utazásokhoz, a klímaváltozás egyre érezhetőbb hatásai közben.	A fogyasztók elismerik, hogy társadalmilag függenek a repüléstől, a légi közlekedés egyes társadalmakban társadalmi gyakorlatként rögzült, ami attitűdfunkcióikban is tetten érhető.		kvalitatív

Tölkes	2020	a tanulmány célja, hogy elemezze a fenntarthatósági kommunikáció szerepét az attitűd és a viselkedés közötti szakadékban.	A különböző hiedelemstruktúrával rendelkező turistákra eltérő módon hatnak a kommunikációs üzenetek.		kvalitatív
Ballantyne, Hughes, Lee, Packer & Sneddon	2021	Különböző értékprioritású látogatók környezeti viselkedése	Az értékorientációknak megfelelő üzenetek hatékonyabban segítik elő a környezettudatos viselkedést.		kvalitatív
Bernini, Emili & Vici	2021	Turisták percepciói a fenntarthatóságról tömegturisztikai desztinációban	A fenntarthatóság kevésbé releváns tényező a turisták számára és más szempontokhoz képest kevésbé járul hozzá az elégedettséghez. A környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos turisztikai elvárások nem teljesülnek. A különböző turisztikai csoportokban a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatban eltérő felfogások és prioritások tapasztalhatók.		kvantitatív
Confente & Scarpi	2021	A turizmus környezeti következményeinek észlelése turisták és helyi lakosok körében	A felelősségtulajdonítást mediálja a következmények ismerete és a környezettudatos viselkedés közötti kapcsolatot. A környezeti érzékenység és a helykötődés pedig moderálják ezt a mediáló hatást. A turizmus következményeinek tudatosítása tehát fontos az erős felelősségvállalás és a környezettudatos viselkedés serkentéséhez.	NAM	kvantitatív
Fenitra, Tanti, Gancar, Indrianawati & Hartini	2021	A szemetalés elkerülése mint környezetileg felelős viselkedés tényezőinek azonosítása a TPB modell bővítésével	A bioszférikus érték, a környezeti tudás és a pozitív érzelmi tapasztalat pozitívan befolyásolja a viselkedést.	TPB	kvantitatív

Nikolić, Pantić, Paunović, & Filipović	2021	Európai utazók fenntartható utazással kapcsolatos döntéseinek tényezői	A tanulmány bemutatja az utazók fenntarthatóság-orientált döntéshozatalának modelljét, amely magában foglalja az attitűdöket és az utazási módok prioritásait mint tényezőket.		kvantitatív
Ren, Su, Chang & Wen	2021	A környezeti tudás, az észlelt környezeti érték, a fogyasztás észlelt hatásossága és a környezeti attitűdők hatása a környezetbarát viselkedésekre	Komplex modellt alkottak a szerzők, újszerű eredmény, hogy az észlelt környezeti érték pozitívan befolyásolja az attitűdöt és a viselkedést és a fogyasztás észlelt hatásossága a legerősebb előrejelzője a környezettudatos viselkedésnek.		kvantitatív
Seong, Choi & Kim	2021	TPB kibővített modellje nemzeti parkok kontextusában a Covid-19 világjárvány vonatkozásában	A COVID-19 észlelt veszélyei negatívan befolyásolták az attitűdöt és az észlelt viselkedési kontrollt.	TPB	kvantitatív
Yao, Li, Maesano & Canavari	2024	Ökoturisták fogyasztói magatartásának tényezői	Az értékek, attitűdők, a társadalmi normák pozitívan befolyásolják az ökoturisztikai fogyasztói viselkedést.	TPB + gyakorlatelmélet	kvantitatív
Nowak, Alnyme, Heldt	2024	A „norm-nudges” alkalmazásának hatékonysága	Hegyikerékpáros útvonalak fenntartásához szükséges adományok ösztönzése érdekében a kutatók tájékoztató táblákat helyeztek el, amelyeken leíró társadalmi normaként üzentek az adományozásról. A több üzenet kihelyezése nem okozott bumeráng-hatást.		kísérlet

2. sz. melléklet: Interjú vezérfonál magyar nyelven

Bevezetés:

1. Bemutatkozás, köszönetnyilvánítás,
2. A kutatás célja az utazási szokások és motivációk feltárása a svéd és a magyar társadalomban, illetve annak megismerése, hogy a társadalmi normák hogyan befolyásolják ezeket. A kutatás ezért Svédországban és Magyarországon zajlik, összehasonlító jelleggel. *(Az országváltó alanyoknak: Az is érdekel minket, hogy hogyan változnak ezek az utazási motivációk és szokások, amikor egy másik társadalomba kerül valaki, ezért készítünk interjút svédországi magyarokkal és magyarországi svédekkel is.)*
3. Az interjú időigényének ismertetése
4. Anonimitás biztosítása
5. Beleegyezés kérése a rögzítéshez. Rögzítés indítása.

Interjú:

1. **Kérem, erősítse meg a felvételen, hogy hozzájárul annak rögzítéséhez!**
2. **Kérem, meséljen kicsit magáról!** (Mivel foglalkozik, mit csinál szabadidejében. Magyarországi svédek és svédországi magyarok esetében mióta él az adott országban, mi volt a költözés oka, meddig tervezi, hogy ott él, hogy érzi magát.)
3. **Kérem, meséljen egy átlagos évben tett szabadidős utazásairól!** (A szabadidős utazás fogalmának tisztázása! Elsőre szabad narratíva, ha további instrukciókat kér, illetve utólag, ha nem beszél ezekről, akkor:
 - a. hova (belföld/külföld),
 - b. kivel,
 - c. mivel,
 - d. milyen célból,
 - e. mikor és milyen gyakran utazik,
 - f. ki dönt az utazás részleteiről, neki mi a szerepe a döntéshozatalban, milyen szempontok szerint dönt/enek,
 - g. milyen tevékenységeket végez a meglátogatott helyen.)
 - h. **Mennyire szokott, mennyire szeret belföldön utazni? Milyen célból utazik belföldön és milyen jellegű úti célokat választ?**
 - i. **Mennyire szokott, mennyire szeret külföldre utazni? Milyen célból utazik és milyen úti célokat preferál?**
4. **Milyen okok miatt választ belföldi úti célt? És milyen okok miatt külföldit?**
5. **Milyen szempontokat vesz figyelembe a közlekedési eszköz választásánál?**
6. **a, Gyermekkorában mennyire volt jellemző, hogy szabadidős utazásokat tettek a családjával? Ha előfordult, mesélne ezekről?**
b, Emlékszik gyerekkorából iskolai vagy iskolán kívüli, más közösség által szervezett táborokra, kirándulásokra? Mesélne ezekről?

7. **Mit gondol, ezek a gyermekkori utazási élmények mennyiben befolyásolták, hogy felnőttként milyen úti célokat választ vagy mivel utazik, milyen tevékenységeket végez?**
8. **Mennyire jellemző, hogy az ismerősei, rokonai, barátja ajánlásai alapján keres úti célokat, választ turisztikai szolgáltatásokat?**
9. **Követ-e a közösségi médiában utazási oldalakat, influenszereket vagy tagja-e utazási témájú csoportoknak? Szokott ezekből inspirálódni, tájékozódni?**
10. (Itt elmondjuk, hogy témát váltunk.) **Ismeri a szót, hogy fenntarthatóság (angolul sustainability, svédül hållbarhet)? Mit jelent ez az Ön számára?**
11. **És azt a szót, hogy környezettudatosság? Mit jelenthet az, hogy valaki környezettudatos?**
12. **Ön mennyire tartja környezettudatosnak magát a hétköznapi életében? Meséljen arról, hogy ez hogyan jelenik meg a mindennapjaiban, a hétköznapi életében! Mióta csinálja így, mióta figyel erre?**
13. **És mit jelenthet a környezettudatosság a szabadidős utazásokkal kapcsolatosan? Mit jelenthet az, hogy valaki környezettudatosan utazik a szabadidejében?**
14. **Ön mennyire tartja környezettudatosnak magát a saját utazásaival kapcsolatosan? Hogyan jelenik meg a környezettudatosság az utazásaiban? Ha megjelenik, meséljen ezekről! Mit csinált, mit nem csinált, miért döntött így, stb.! Mióta csinálja így, mióta figyel erre?**
15. (Ha valaki azt mondja, hogy ő nem veszi figyelembe a környezeti szempontokat vagy tudja, hogy figyelembe vehetné jobban, akkor rákérdezés:) **És mit gondol, hogy lehetne (még) környezettudatosabb az utazásai során? (a választ követően) Hajlandó lenne ezek közül valamelyikre?)**
16. **Mennyire tartja környezettudatosnak a szűkebb környezetében élőket: ismerősöket, rokonokat, barátokat? (Magyarországi svédek és svédországi magyarok esetében otthon és választott hazájában is)**
17. **Ön szerint mennyire környezettudatos a társadalom, amelyben él? (Magyarországi svédek és svédországi magyarok esetében plusz kérdésként: Mennyire környezettudatos az a társadalom, ahonnan származik, ahol a gyerekkorát töltötte?)**
18. **Hallott már a repülési szégyen, (angolul flight shame, svédül flygskam) mozgalomról? (Ha nem, elmondani.) Mit gondol róla?**
19. **Ön szerint a Covid19-világjárvány hogyan változtatott a környezettudatosságon, ami a hétköznapi életet és az utazásokat illeti?**
20. **Ön szerint az energiaárrobbanás hogyan változtatott a környezettudatosságon, ami a hétköznapi életet és az utazásokat illeti?**

Köszönöm szépen a segítséget!

3. sz. melléklet: Interjú vezérfonál angol nyelven

Introduction:

1. Introduction and expression of gratitude.
2. The purpose of the research is to **explore travel habits and motivations in Swedish and Hungarian societies and to understand how social norms influence them. The research is being conducted in Sweden and Hungary, with a comparative approach.** (*For participants changing countries, it can be mentioned: We are also interested in how travel motivations and habits change when someone moves to a different society, which is why we are conducting interviews with Hungarians in Sweden and Swedes in Hungary.*)
3. Description of the interview **duration.**
4. Ensuring anonymity.
5. Request for consent to record. Start recording.

Interjú:

0. **Please confirm on the recording that you consent to its recording.**
1. **Please tell us a bit about yourself!** (What do you do for a living, and what are your leisure activities? For Hungarians in Sweden and Swedes in Hungary, how long have you been living in the respective country, what was the reason for your move, how long do you plan to stay there, and how do you feel?)
2. **Please tell us about your typical leisure trips in a year!** (Clarification of the concept of leisure travel. Initially, in a free narrative form, if further instructions are needed. If not discussed, then provide the following information:

Where do you travel (domestic/abroad)?
Who do you travel with?
How do you travel (mode of transportation)?
What is the purpose of your trips?
When and how often do you travel?
Who makes decisions about the details of the trips, and what is your role in decision-making? What factors influence these decisions?
What activities do you engage in at the travel destination?)

**How often do you travel domestically, and how much do you enjoy it?
What is the purpose of your domestic travel, and what types of destinations do you prefer?
How often do you typically travel abroad, and how much do you enjoy it? What is the purpose of your international travel, and what types of destinations do you prefer?**
3. What are the reasons for choosing **domestic travel destinations**? And what are the reasons for choosing **international ones**?
4. What factors do you consider when **choosing a mode of transportation** for your trips?
5. a, How common was it to take **leisure trips with your family during your childhood**? If it happened, could you tell us about these experiences? b, Do you

- recall any **school or extracurricular trips** or camps organized by other communities during your childhood? Please share your memories of these.
6. How do you think these **childhood travel experiences influenced** your choice of travel destinations, means of transportation, and activities as an adult?
 7. To what extent do you seek travel destinations or **tourism services based on recommendations** from friends, relatives, or acquaintances?
 8. Do you follow **travel pages, influencers, or belong to travel-related groups on social media**? Do you find inspiration or information from these sources?
 9. (*Declaration: we are changing the topic*) Are you familiar with the term "**sustainability**" (Swedish: hållbarhet)? What does it mean to you?
 10. And how about the term "**environmental consciousness**"? What might it mean for someone to be environmentally conscious?
 11. How **environmentally conscious do you consider yourself in your daily life**? Describe how this manifests in your everyday routines and daily life. How long have you been doing this?
 12. What could **environmental consciousness mean in the context of leisure travel**? What does it mean for someone to travel environmentally consciously or pro-environmentally during their leisure time?
 13. How **environmentally conscious** do you consider yourself **regarding your own travel**? How does environmental consciousness **manifest in your travels**? If it does, please share details about your choices, actions, and the reasons behind them. How long have you been practicing these habits?
 14. (If someone mentions that they don't consider environmental factors or could do better, follow up with this question.) **What do you think could be done to be more environmentally conscious in your travels**? (After the response) Would you be willing to adopt any of these suggestions?
 15. **How environmentally conscious do you perceive people in your immediate environment: friends, relatives, and acquaintances?** (*For Hungarians in Sweden and Swedes in Hungary, both in your home country and your chosen country of residence*)
 16. **In your opinion, how environmentally conscious is the society you live in?** (*For Hungarians in Sweden and Swedes in Hungary, as an additional question: How environmentally conscious is the society where you grew up during your childhood?*)
 17. Have you heard of the **flight shame** (Swedish: flygskam) movement? (If not, explain it.) What are your thoughts on it?
 18. How do you think the **COVID-19 pandemic** has affected environmental consciousness in daily life and travel?
 19. How do you think the **energy crisis** has affected environmental consciousness in daily life and travel?

Thank you very much for your assistance!

4. sz. melléklet: Az interjúalanyok akvirálásához használt Facebook-csoportok

Svédországban élő magyarok:

- Svédországi magyarok: <https://www.facebook.com/groups/89624766174>
- Malmöi magyarok klubja <https://www.facebook.com/groups/malmofiatalok/>
- Göteborgi magyarok: <https://www.facebook.com/groups/goteborgimagyarok/>
- Magyarok Stockholmban: <https://www.facebook.com/groups/599254096836445/>
- Élj okosan Svédországban:
<https://www.facebook.com/groups/eljokosansvedorszagban>

Svédországban élő svédek:

- Hiking Sweden and Norway: <https://www.facebook.com/groups/hikingsweden/>
- Stockholm, Sweden: <https://www.facebook.com/groups/stockholmsweden/>
- Denmark, Sweden, Norway, Finland and Iceland - Global Traveler/ backpacker:
<https://www.facebook.com/groups/1426899690695395/>
- Nätverk för ett hållbart Arvika:
<https://www.facebook.com/groups/1159482304391193/>
- Torrevija Svenskar: <https://www.facebook.com/groups/1431808357063773/>
- Jönköping University Students' Survey:
<https://www.facebook.com/groups/384924219842378/>
- Dom kallar oss studenter:
<https://www.facebook.com/groups/domkallarossstudenter/>
- Sweden—Travel across the country:
<https://www.facebook.com/groups/Sweden.Travel/>

Magyarországon élő svédek:

- Svenskar i Budapest: <https://www.facebook.com/groups/SvenskariBudapest/>
- Svenskar i Norre Ungern: <https://www.facebook.com/groups/360805164405196/>
- Svenska Studenter i Budapest:
<https://www.facebook.com/groups/1557943504423347/>
- Magyar-Svéd/Ungersk-Svensk:
<https://www.facebook.com/groups/HUNSWEGROUP/>

5. sz. melléklet: Kódstruktúra (fontosabb kódok és témakategóriák)

❖ UTAZÁS – DESZTINÁCIÓVÁLASZTÁS

- AZ UTAZÁS JELENTŐSÉGE, MOTIVÁCIÓ
 - Alapvető igény/Prioritás
 - Nem életbevágó
 - Profit az utazásból
- MOTIVÁCIÓK, TEVÉKENYSÉGEK, KÜLFÖLD-BELFÖLD
 - Külföldi utazások
 - Belföldi utazások
 - Országváltók – hazalátogatás
 - Turisztikai motivációk
 - Általános szempontok (ár, idő, időjárás, kényelem)
 - Újdonságokat felfedezni szeret
 - Környezettudatosság mint motiváció pro-aktívan

❖ UTAZÁS – KÖZLEKEDÉS

- HÉTKÖZNAPI KÖZLEKEDÉS
 - Hétköznapi autóval
 - Hétköznapi környezettudatos közlekedés
 - Hétköznapi közlekedés infrastruktúrája
- UTAZÁS – LÉGIKÖZLEKEDÉS
 - A repülés káros, további hátrányok
 - A repülés előnyei
 - Nem szeret repülni
 - Flight shame
 - Külföldre repülővel utazik
 - Belföldre repülővel utazik
- UTAZÁS - AUTÓS KÖZLEKEDÉS
 - Belföldön autóval utazik
 - Külföldre autóval utazik
 - Az autózás előnyei
 - Az autózás hátrányai

- UTAZÁS – TÖMEGKÖZLEKEDÉS
 - Belföldön tömegközlekedik
 - Külföldre menetrendszerinti vonattal/busszal utazik
 - Tömegközlekedés előnyei
 - Tömegközlekedés hátrányai
 - Tervezi, hogy Európán belül vonattal utazik

- KÖZLEKEDÉS A DESZTINÁCIÓBAN

- ❖ **KÖRNYEZETTUDATOSSÁG**

- ÉRTELMEZÉSEK

- Fenntarthatóság
- Környezettudatosság
- Környezettudatosság és utazás

- HÉTKÖZNAPI KÖRNYEZETTUDATOS GYAKORLATOK

- Hulladékkezelés
- Közlekedés
- Fogyasztás
- Energia/vízhasználat
- Egyéb

- KÖRNYEZETTUDATOS GYAKORLATOK UTAZÁSKOR

- Közlekedés a desztinációba - környezettudatossági szempontok
- Utazáskor sem viselkedik másképp, mint otthon
- Étkezés a desztinációban
- Hulladékkérdés
- Helyi termékek választása

- KÖRNYEZETTUDATOSSÁGOT LEHETŐVÉ TEVŐ INFRASTRUKTURÁLIS KÉRDÉSEK

- KÖRNYEZETTUDATOSSÁG ÉS SPÓROLÁS VISZONYA

- VÉLEMÉNYEK A SAJÁT KÖRNYEZETTUDATOSSÁGRÓL

- Hétköznap környezettudatosnak tartja magát
- Hétköznap közepesen környezettudatosnak tartja magát
- Hétköznap nem tartja magát környezettudatosnak
- Utazáskor környezettudatos
- Utazáskor nem annyira környezettudatos
- Utazáskor nem szempont
- Példát mutatni a gyerekeknek

- Oktatás hatása
- EDUKÁCIÓ, MÁSOK HATÁSA
- ❖ **DILEMMÁK, RENDSZERKRITIKA, ETIKA**
- TÚLFOGYASZTÁS
- TÚL NAGY FELELŐSSÉG AZ EGYÉNEEN
- RÉSZVÉTEL A TURIZMUSBAN – ETIKAI DILEMMA
- NAGYVÁLLALATOK ÉS LÉGITÁRSASÁGOK FELELŐSSÉGE
- KORMÁNYOK FELELŐSSÉGE
- TÚL OLCSÓ A LÉGIKÖZLEKEDÉS
- ❖ **TÁRSADALMAK, TÁRSADALMI CSOPORTOK**
- KÖZVETLEN KÖRNYEZET
- A MAGYAR TÁRSADALOMRÓL
 - A magyar társadalom nem környezettudatos
 - A magyar társadalom közepesen környezettudatos
 - Fejlődés a magyar társadalom környezettudatosságában
 - A magyarok önzők
 - Összehasonlítás más országokkal
 - Konkrét gyakorlatok Magyarországon
- A SVÉD TÁRSADALOMRÓL
 - A svéd társadalom környezettudatos
 - A svéd társadalom attitűd szintjén környezettudatos
 - A svédek túlzásba viszik
 - Megfelelés, szabálykövetés
 - Túlfogyasztás
- TÁRSADALMI NORMÁK SAJÁT MEGFOGALMAZÁSBAN
- ❖ **KÖLTÖZÉSSSEL JÁRÓ VÁLTOZÁS**
- ❖ **TÁJÉKOZÓDÁS ÉS DÖNTÉSHOZATAL**
- ISMERŐSÖK, ROKONOK
- INTERNET
- SOCIAL MEDIA
- ❖ **(COVID ÉS ENERGIAVÁLSÁG)**
- ❖ **(GYEREKKORI UTAZÁSI ÉLMÉNYEK)**