

Simándi Szilvia

Intergenerációs tanulás a turizmus kontextusában

A nemzedékek közötti tanulás a turizmus során is jól nyomon követhető, hiszen az utazási szokások kialakításában a szülői mintának meghatározó szerepe van, azonban nem feledkezhetünk meg arról a folyamatról sem, amikor a szülő is tanul a gyermekétől, például ösztönözheti őt az iskolában hallottak, tanultak nyomán a környezettudatos magatartásra; vagy arra is gondolhatunk, hogy a fiatalok életéhez az interneten való eligazodás egyre szorosabban kapcsolódik. A szerző a nemzedékek közötti tanuláson a középiskolás tanulók és szüleik közötti kölcsönös tanulást érti, és a turizmussal összefüggésben vizsgálja azt.

CSALÁD

Életünk első szocializációs közege a család, és „a család az egyetlen közösségünk, amelyet nem választhatunk meg, amely számunkra determinált, amelyet öröklünk, vagy ahová beleszületünk. Meghatározója életünknek, ha nem is valamennyi választásunknak.” (UTASI 2002, 384–403.)

A reprodukciós elméletek a kulturális tőkével összefüggésben – amelyet munkánkban az iskolai végzettségen és a kulturális fogyasztáson keresztül is vizsgálunk – hangsúlyozzák, hogy „a kulturális fogyasztás tőkévé, kulturális tőkévé is válhat, amely több generáción keresztül is kamatozhat” (FÁBIÁN–KOLOSI–RÓBERT 2000, 6.). Fordítva is igaz, mert a kulturális tőke meghatározó a kulturális fogyasztás szempontjából, hiszen az adja meg a szükséges készségeket a kulturális termékek értelmezéséhez (BOURDIEU 1978, 147–148.).

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

A múzeumlátogatók például magasabb státuszúak és magasabb iskolai végzettségűek, vagyis inkább birtokolják a dekódoláshoz szükséges kulturális tőkét (RICHARDS 2003, 231.). A turizmusban való részvétel is jó alkalmat teremt a kulturális attitűdök gyakorlására, és itt a kulturális tőke ugyanúgy meghatározó, mert „az utazásaik során múzeumokat is látogatók aránya a társadalmi hierarchiában felfelé haladva egyre magasabb (...) Ebből következik, hogy még ha a különböző társadalmi osztályok tagjainak egyenlőek lennének is az utazási esélyei, továbbra is egyenlőtlenül áldoznának a »kulturális« turizmus oltárán” (BOURDIEU 1978, 147.).

Nem hagyhatjuk figyelmen kívül a családi *társadalmi tőke* (vö. BOURDIEU 1978, COLEMAN 1998) szerepének fontosságát sem a turizmus kontextusában. A társadalmi tőke jelentősége egyrészt abban ragadható meg, hogy a tanulók, illetve családtagjaik társadalmi tőkéje hatással van az iskolai teljesítményre, ezáltal a kulturális tőkére is (COLEMAN 1998, 28), amely összefügg a kulturális fogyasztással. Másrészt Coleman (1998, 32–33.) a fiatalok esetében az alábbi tényezőket tekinti úgy, hogy azok a társadalmi tőke hiányára vagy alacsony szintjére utalnak. Az egyik ilyen tényező a család szerkezete, mert nem mindegy, hogy teljes vagy csonka családban nő fel a gyermek. Azonban ne feledkezzünk el arról, hogy a családszerkezet folyamatos átalakulása figyelhető meg Európában, és ennek legfontosabb tényezői: a kevesebb és a későbbi időpontban kötött házasság, a gyakoribb válás és az élettársi kapcsolatok növekvő száma, illetve a gyermeküket, gyermekeiket egyedül nevelők számának emelkedése (VASKOVICS 2002, 351.). A társadalmi tőkére szintén hatással van a testvérek száma, mert minél több gyermek van egy családban, annál kevesebb szülői figyelem juthat egyre. Ugyanígy meghatározóak a személyes beszélgetések, az, hogy a szülő beszélget-e gyermekével, érdeklődik-e mindennapi dolgai, például a továbbtanulása iránt. Coleman szerint hiába magas a család jövedelme, a szülők iskolai végzettsége, ha alacsony a társadalmi tőkéjük, vagyis ha a szülők nem játszanak fontos szerepet gyermekeik életében. Ekkor a kulturális tőke nem lesz eléggé hatékony. A magas társadalmi tőke azonban akár ellensúlyozni is képes a kulturális tőke alacsony szintjét (COLEMAN 1998, 29., vö. BLASKÓ 2002).

Vizsgálódásunk szempontjából a családon belüli társadalmi tőke jelentősége abban ölt formát, hogy a család szervez-e közös utazásokat, és támogatja-e azt, hogy a gyermek minél többször részt vegyen utazásokon. A szállást igénylő utazásoknak jelentős anyagi vonzata van, a kirándulás azonban kevésbé függ az anyagi helyzettől, sokkal inkább értékek mentén választják (FALUSSY 2004, 73.). Megítélésünk szerint a családon belüli társadalmi tőke meghatározó jelentőségű abban, hogy a szülők *elengedik-e és/vagy támogatják-e* gyermeküket abban, hogy nyaraljon, táborozzon stb., illetve egyáltalán fontosnak tartják-e a közös családi nyaralásokat és a gyermek önálló nyaralását, mert az említett tényezők nagymértékben befolyásolják a fiatalok turizmusban való részvételét.

Nem feledkezhethetünk meg a *testvérek* jelentőségéről sem; kiemelt fontosságúnak tekintjük az idősebb testvér szerepét. Ő motiválhatja is a fiatalabbat, hogy maga is – akár barátaival, akár a testvérével együtt – nyaraljon, illetve az idősebb testvér abban is szerephez juthat, hogy „kitapossa” az utat fiatalabb testvére(i) előtt, és így őket feltehetően már „könnyebben engedik el”.

ISKOLA

Az ember élete során akarva-akaratlanul turistává válik (bár felmerül a kérdés, hogy egyáltalán annak tekinti-e magát), a „turizmusban való részvételre nevelés” szó szerint többnyire nem szerepel a hazai tananyagokban. A környezeti nevelés címszó alatt mégis megtalálható az iskolák pedagógiai programjában, hiszen valamennyi ilyen program tartalmazza a tanulmányi kirándulások, illetve az erdei iskolák és a környezeti nevelés közötti kapcsolatot. A környezeti nevelés „nem magáról a természeti vagy humán környezetről szól, hanem az ember és környezete kapcsolatáról”, a „kettő közötti harmonikus kapcsolat, viszony pedig különböző tevékenységek során, személyes élményű gyakorlás útján sajátítható el” (LEHOCZKY 1999, 18–21.).

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

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

UTAZÁSI ELŐKÉSZÜLETEK

A turizmusban való részvétel, a turistává válás folyamata az utazási előkészületekkel kezdődik, vagyis azzal, hogy megtaláljuk a számunkra szükséges információkat. „Az internet és a turizmus »ideális párosításnak« tűnik, hiszen az utazási döntés meghozatala és az utazás megszervezése során rengeteg információt kell összegyűjtenie ahhoz, hogy egy olyan termék (csomag) vásárlásáról döntsön a turista, amelyről a leggyakoribb esetben a vásárlás előtt nincsenek korábbi tapasztalatai.” (TÖRÖK 2002, 16–22.)

A fiatalabb korosztályok életéhez a világháló használata már hozzátartozik, és ők feltehetően már az utazás előkészítések is élnek vele. Különösen a 16–17 és a 18–29 évesek körében a használók aránya kétszer annyi vagy több mint az átlag, de még a 30–39 évesek esetében is átlag feletti használói arányról beszélhetünk (GALÁNCZ 2006, 31).

Az internet egyik előnye, hogy szinte korlátlan mennyiségben áll rendelkezésünkre az információ, ezért nem mellékes, hogyan igazodunk el benne. Megítélésünk szerint éppen ezért nem csupán azt érdemes vizsgálni, hogy valaki használja-e például a számítógépet és az internetet, hanem azt is, hogy milyen célra használja.

A felhasználói típusok összefüggésbe hozhatók a „tömeg-” és a „szelíd” turistával is (vö. JUNGK 1980). Míg a tömegturista alighanem csak szórakozásra, kikapcsolódásra használja az internetet, addig a szelíd turistáról már feltételezhetjük, hogy utazása előkészítéséhez is igénybe veszi. A tömegturistával szembeni kritikák ugyanis kiemelik, hogy a tömegturista a kényelemre hagyatkozik – „mások majd megoldják helyettem” –, nem feltétlenül keres (új) információkat, az egyéni, „szelíd” turistáról azonban már feltételezhetjük, hogy még utazása előtt beszerez információkat a felkeresni tervezett területről, ahol nemcsak a praktikus részletekre vonatkozó, de a célterület környezeti, kulturális sajátosságaira is kiterjedő információkat kereshet (vö. JUNGK 1980). Napjainkban már az egyes országok, térségek jellemzőiről és általános információiról számos honlapon keresztül tájékozódhatunk, és az egyes kínálati elemek is összehasonlíthatóvá váltak. Az is elmondható, hogy az on-line foglalás egyre inkább terjedőben van, és megsokszorozódott az elmúlt évekhez képest. Ma már nem újdonság, hogy egyes cégeknek a világhálón van „irodája”, és több légitársaság (Easy Jet, Wizz-Air stb.) az interneten fogad helyfoglalást.

Az egyéni utazásszervezés egyfajta tudást, jártasságot előfeltételez, egyrészt megtaláljuk a számos információ között a számunkra fontosat és szükségeset, másrészt el tudunk igazodni az információk között, képesek legyünk egy utazást előkészíteni, megszervezni. Éppen ezért érdemes azt is megvizsgálni, hogyan függ össze az objektívált kulturális tőke egyik mutatója, az otthoni könyvek száma, a könyvtárhasználat stb. az internet különböző szintű használatával. Az eredmények¹ azt igazolják, hogy a kulturális tőke és a világháló igényesebb jellegű működtetése között pozitív korreláció van (NAGY 2001, 14–22.) De a számítógép és az internet használatánál a gyakorlat és a rutin szerepe sem elhanyagolható. Mérő (2001, 44–55.) percepciók kísérletei során laboratóriumi körülmények között olyan fiatalokat vizsgált, akik naponta használják a számítógépet. Kontrollcsoportként számítógépet nem használó fiatalok észlelési készségeit mérte. Megállapította, hogy a számítógépet intenzíven használók információfeldolgozása felgyorsult, és különbséget tudtak tenni a releváns és a nem releváns információk között. Tehát feltételezhetjük, hogy azok a fiatalok, akik gyakran használják az internetet információszerzésre, utazásaik előkészítéséhez szintén használni fogják.

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

EMPIRIKUS VIZSGÁLAT KÖZÉPISKOLÁSOK KÖRÉBEN

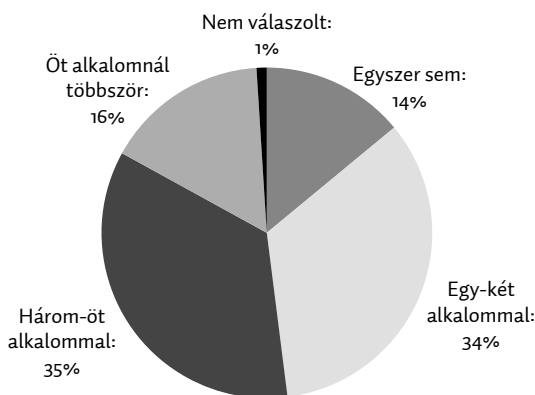
2007 őszén Egerben élő, illetve ott tanuló 12. évfolyamos középiskolások körében vizsgáltuk az utazási szokásokat. Az alapsokaságot a 2006/2007-es tanévben Eger összes önkormányzati és egyéb fenntartású középiskolájába járó, 11. évfolyamon tanuló diákok alkották. A mintanagyságot az alapsokaság 25 százalékában, megközelítően 500 főben állapítottuk meg. Mintavételünk célja az volt, hogy a megfelelő iskolákat és osztályokat kiválasszuk, továbbá szempontunk volt az is, hogy egy iskolából lehetőség szerint több párhuzamos osztályt válasszunk ki. A mintában próbáltuk követni a diákok számának képzési típusok közötti megoszlását, ezért joggal feltételezhetjük, hogy a megkérdezett fiatalok véleménye, tapasztalatai jól reprezentálják Eger város középiskolásainak az ifjúsági turizmussal kapcsolatos gondolatait és élményeit.

A vizsgálat során többek között a család és az iskola szocializáló hatására tértünk ki. A családi szocializációt először a közös családi nyaralási szokások jellemzésén keresztül vizsgáltuk, ezt követően a családi minta hatását néztük meg a középiskolások egyénileg megszervezett nyaralására.

Örvendetes, hogy a fiatalok családjának jelentős hányada (85 százaléka) legalább egyszer nyaralt 2004–2007 között, sőt a megkérdezettek felének a családjáról az is elmondható, hogy legalább három alkalommal elutaztak ez idő alatt.² Ez a magas részvétel feltehetően annak is köszönhető, hogy megyeszékhely is szerepel a mintában.

A gimnáziumban tanuló diákok családjára jellemző leginkább, hogy ötnél több alkalommal is elutaztak 2004–2007 között, és fordítva is igaz: rájuk jellemző legkevésbé, hogy egyszer sem utaztak el a három évben (sig: 0,011) (vö. M.Á.S.T. 2004, 19–26.). Ez összefügg a szülők iskolázottságával; a diplomás szülők családjában inkább jellemző a többszöri utazás, mint a szakmunkás végzettségű szülők családjában, és valamivel erősebb kapcsolat mutatható ki az anya iskolai végzettségét tekintve (Apa sig: 0,002; Anya sig: 0,001) (vö. SZÖLLŐS 2005, 89.).

A lakóhelyet tekintve az Egerben élő fiatalok családjának 56,6 százaléka legalább három alkalommal, 15 százalékuk ötnél több alkalommal is elutazott 2004–2007 között. A be-



1. ÁBRA: Családi nyaralások 2004–2007 között

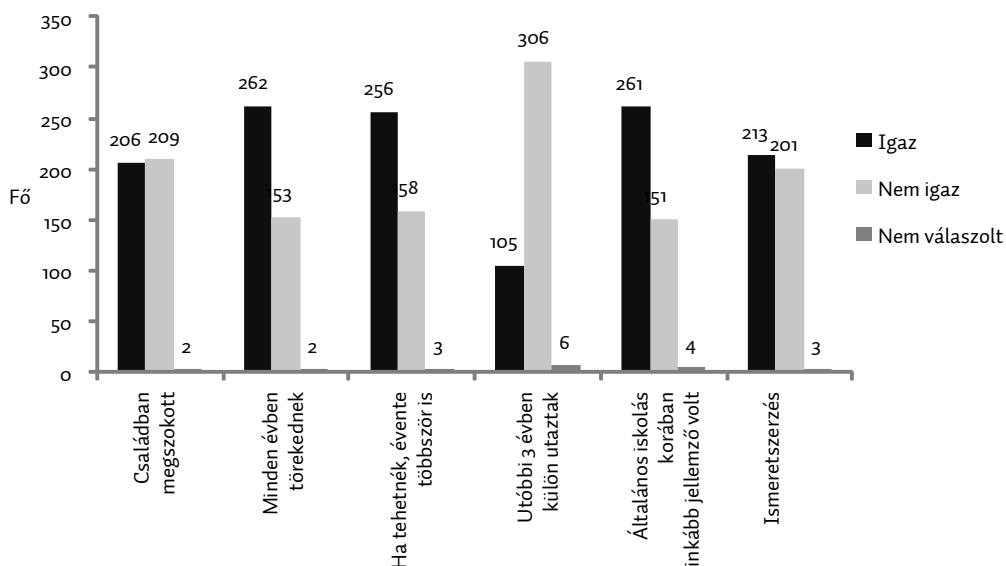
² Összehasonlításképpen: 2005-ben minden 100 háztartásból 79 részt vett a turizmusban (2004-ben 100 háztartásból 75), vagyis tett legalább egy, egy- vagy többnapos, belföldi vagy külföldi utazást (M.Á.S.T. 2006).

járó fiatalok családjának esetében ez az arány 48,5 százalék, azonban náluk ötnél több alkalom szerepel (16,5 százalék) (vö. M.Á.S.T. 2004, 19–26), azaz a lakóhelynek is meghatározó funkciója van.

A családi nyaralások jellemzőit különféle állításokon keresztül is vizsgáltuk. Megállapítottuk, hogy a fiatalok családjának a felében az életmód része a nyaralás. Azoknak a fiataloknak, akik úgy nyilatkoztak, hogy családjukban „megszokott” dolog a nyaralás, több mint a kétharmada (78,1 százalék) legalább három alkalommal nyaralt 2004–2007 között (sig: 0,000).

Az is elmondható, hogy elsősorban az *anya iskolázottsága* a meghatározó, mert minél magasabb az ő iskolai végzettsége, annál inkább jellemző a családra a nyaralás, hiszen a diplomás anyáknál ez az arány 67 százalék, míg a szakmunkás végzettségűeknél 26 százalék (sig: 0,000).

2. ÁBRA: A családi nyaralás jellemzői



Ha a családnak saját nyaralója van, akkor életmódjának még inkább része a nyaralás. Kutatásunk igazolja Szóllós (2005, 121) hasonló eredményét, amely szerint a nyaralótulajdonosok jobb anyagi körülmények között élnek és magasabb státuszúak, illetve az is jellemző rájuk, hogy átlag feletti gyakorisággal nyaralnak külföldön (sig: 0,024). Vagyis elmondható, hogy a diákok csaknem 70 százalékának a családjában „megszokott dolog” a nyaralás, ha van nyaralójuk, és több mint a felének az anyagi helyzete is kedvező (sig: 0,000). Természetesen felmerülhet a kérdés, hogy a gyakori utazás (vagyis az utazások száma) a saját nyaralóba való többszöri utazást is jelenti-e.

A középiskolásoknak több mint a fele (61,4 százalékuk) egyetért abban, hogy minden évben törekednek a közös családi nyaralásra, amit az is mutat, hogy 70,6 százalékuk 2004–2007 között legalább háromszor volt nyaralni (sig: 0,000). Szintén megfigyelhető az anya iskolai végzettségének domináns hatása, hiszen diplomás anya esetében ez 78 százalékban jellemző, míg a szakmunkás végzettségűeknél ez az arány 48 százalék (sig: 0,000). Ha programtípus szerint vizsgálódunk, akkor is megfigyelhető, hogy a gimnáziumban tanuló diákok családjára inkább jellemző (76,3 százalék értett ezzel egyet) a közös nyaralásra való törekvés, míg a szakiskolásoknak csupán a fele válaszolta ugyanezt (sig: 0,000; Cramer's V: 0,170).

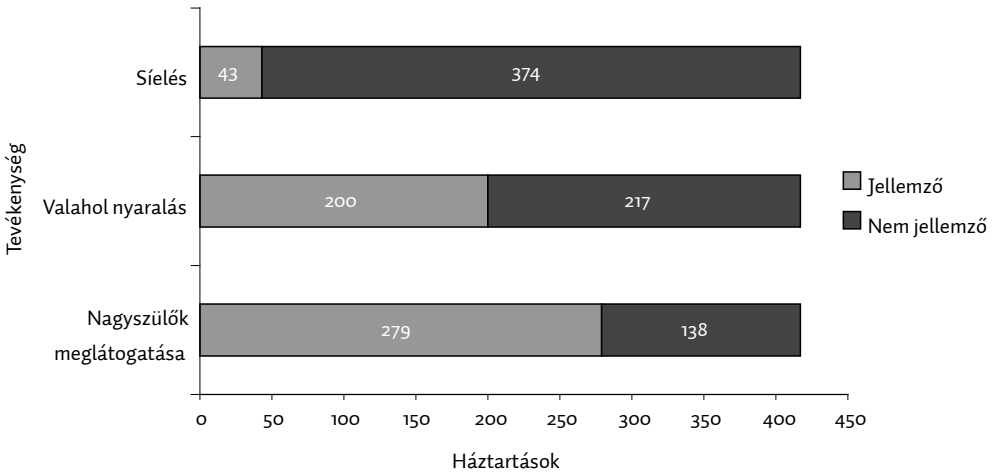
A fiatalok csaknem kétharmada egyetértett azzal a kijelentéssel is, hogy ha tehetné a család, egy évben többször is elutaznának közösen, főként a gimnáziumban tanulók vélekednek így (67,8 százalék), és legkevésbé a szakiskolások (58 százalék). Az anya iskolai végzettségét tekintve szintén szignifikáns összefüggés mutatható ki, ugyanis minél magasabb iskolai végzettségű az anya, annál inkább jellemző az évi többszöri utazásra való törekvés (sig: 0,001).

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

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

A rokonlátogató utak mellett – a turizmus statisztikáiba beleszámítanak – a diákok felének a családja konkrét nyaralási szándékkal is útra kel, itt is magasabb értéket láthatunk az egri fiataloknál. Ezzel a kijelentéssel leginkább a gimnazista tanulók értenek egyet (61,2 százalékuk, míg ez az arány a szakközépiskolásoknál 44,8 százalék, a szakiskolás tanulóknál 32,8 százalék), és szignifikáns összefüggés is kimutatható (sig: 0,028) a programtípus és a nyaralási szándék között. A fiatalok tíz százalékának a családjára az is jellemző, hogy a téli „nyaralás”, a síelés is jelen van az életmódjukban (vö. M.Á.S.T. 2004, 19–26.). A síelés szintén az Egerben élő fiatalokra és a gimnáziumban tanulók családjára jellemző (13,9 százalék, ez az arány a szakközépiskolásoknál 9,7 százalék, a szakiskolás tanulóknál 2,9 százalék) (vö. SZŐLLŐS 2005, 98.), ami a szülők iskolázottságával és anyagi helyzetével hozható összefüggésbe.

3. ÁBRA: Az évenként ismétlődő családi utazások típusa



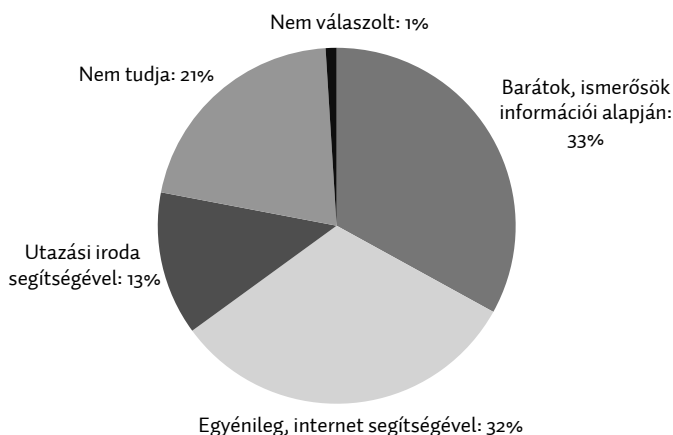
Ha Losonczi (1977) *fogyasztói típusaiból* indulunk ki, feltételezhetjük, hogy azoknál a középiskolásoknál, akiknek a családja minden évben törekszik a nyaralásra, és ezért gyakran el is járnak – illetve akiknél a síelés is az életmód része –, a pénz megszerzésének a motivációja a fogyasztás (akár a presztízsfogyasztás) lehetőségére irányul. Ha a pénz nem eszköz-, hanem célszerepet tölt be a családok életében, és a tárgycentrikusság a jellemző, akkor feltételezhetjük, hogy azoknak a középiskolásoknak a családja tartozik ide, akik kézzel nem fogható, kevésbé maradandó volta miatt kevésbé választják a nyaralást.

A diákok feléne megítélése szerint a családi nyaralás helyszínének kiválasztásakor az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe veszik. Az ismeretszerzésre való törekvést leginkább az anya iskolai végzettsége határozza meg, és minél magasabb az anya iskolai végzettsége, annál inkább figyeltek az úti cél kiválasztása során az ismeretszerzési lehetőségekre (sig: 0,038). Megvizsgáltuk az apa iskolai végzettségének befolyásoló hatását is, azonban e téren nem találtunk szignifikáns összefüggést. Feltételezhetjük, hogy a szabadság ideje alatti kulturális fogyasztók a mindennapjaik során is érdeklődnek a kultúra iránt (RICHARDS 2003, 231.).

A turisták használta információforrások vizsgálatából megállapítható, hogy a döntéshozatalban a személyes forrásoknak, azaz a barátoknak és az ismerősöknek a szerepe nem elhanyagolható, ezt más kutatások is alátámasztják. A családi nyaralás megszervezését vizsgálatunkban is a legtöbben barátai, ismerőseik információi alapján bonyolították. De az is elmondható, hogy az internetes információkeresés és a különféle szolgáltatások interneten való megrendelése egyre inkább növekvő tendenciát mutat. Ez vizsgálatunkból is kitűnt. Akik nem a barátai vagy az ismerőseik információira hagytakoztak, azok jellemzően az egyéni utazásszervezést választották, és mindössze a fiatalok 13 százalékának családja vette igénybe az utazási irodák szolgáltatásait, ettől magasabb arányt az egri középiskolásoknál

találtunk (20 százalék). Ezt a tendenciát a magyar háztartások utazási szokásairól szóló statisztikák (M.Á.S.T. 2006, 28.) is mutatják: az egyéni utazásszervezés egyre inkább jellemzővé válik, főként a belföldi utak esetében.³ Az internet adta lehetőségekkel még így is elsősorban az egri középiskolásoknak a családja élt, amelyben a szülők iskolai végzettsége és anyagi helyzete kedvezőbb.

4. ÁBRA: A családi nyaralás megszervezése



Megjegyezzük, hogy a fiatalok több mint egyötöde nem tudta megmondani, hogyan történt a legutolsó családi utazás megszervezése, amiből arra következtethetünk, hogy ők nem vettek részt a szervezésben, illetve nem is utaztak az elmúlt időszakban. Legkevesbé a szakiskolai tanulók és lakóhely tekintetében – csaknem azonos arányban – a bejáró és a kollégista fiatalok tudtak választ adni.

A család közvetítette utazási szokásokkal összefüggésben eredményeink azt mutatják, hogy a fiataloknak több mint a kétharmada (71 százaléka) már 16 éves korában vagy még korábban vett részt egyéni nyaraláson; náluk a család életmódjának része a rendszeres nyaralás. Az is látható, hogy azok a fiatalok, akik gyakrabban járnak el nyaralni, tudatosabban készülnek a nyári szünidő utazással való eltöltésére, hiszen csaknem 50%-uk gyűjt és tesz félre pénzt a nyaralására (sig: 0,000). Akik nem tettek félre pénzt, azoknál a család anyagi helyzete kedvezőnek mondható, feltételezésünk szerint így nem volt szükségük rá, hogy gyűjtsenek az utazásra (sig: 0,000).

A családi minta szerepét, a családi utazás szocializáló hatását megvizsgáltuk azon keresztül is, hogy található-e összefüggés a közös családi nyaralás és a saját nyaralás megszervezése között (vö. SZŐLLŐS 2005). Ahol a családi nyaralás megszervezése egyéni módon, az internet segítségével történt, ott a fiatalok 41,2 százaléka saját utazását is egyéni módon

³ A belföldi utak esetén 84,2 százalék, a külföldi utak esetén 53,2 százalék (M.Á.S.T. 2006, 28.).

szervezte meg, szemben azokkal a fiatalokkal, akiknek a családjában a nyaralást utazási iroda segítségével szervezték meg. Ebben az esetben a fiataloknak csupán 12,9 százaléka vette igénybe az internet adta lehetőségeket (sig: 0,016). Ahol a családi nyaralást a barátok, az ismerősök információi alapján szervezték, ott a fiatalok 60 százaléka saját utazásakor szintén épített mások információira (sig: 0,016).

Ha azt vizsgáljuk, hogy a család *kulturális fogyasztása* miként hat a fiatal turista kulturális fogyasztására, megállapíthatjuk, hogy azoknak a fiataloknak, akiknél a családi nyaralás során figyelembe vették a helyszín kiválasztásakor az ismeretszerzési lehetőségeket, több mint a fele szintén figyelembe vette azt a nyaralása során (sig: 0,04), illetve az ő szemükben az ismeretszerzés lehetősége is fontosabb volt (sig: 0,002).

Azt is érdemes megvizsgálni, hogyan vélekednek azok a fiatalok az önállóan megszervezett, szülők és más felnőttek nélküli nyaralásról, akiknek a családjában az életmód része az utazás. Egyrészt megnéztük, hogy veszélyesnek tartják-e az egyéni nyaralást. Azok a fiatalok, akik a vizsgált három évben egyszer sem voltak nyaralni a családdal közösen, inkább állítják ezt (14,5 százalék), ellentétben azokkal, akik ötnél többször is voltak a három év során nyaralni: náluk csupán 7,6 százalékuk vallja ugyanezt. Hasonlóképpen vélekednek a szervezésről is, vagyis akik rendszeresen utaznak, azoknak a 90 százaléka inkább és teljesen egyetért abban, hogy a nyaralás előkészületekkel jár együtt. Az előbbiekből jól látható, hogy ha a család életmódjának része az utazás, amelyről élményeket őriznek, akkor kevésbé tartják veszélyesnek, kiszámíthatatlannak, illetve maguk is többször megtapasztalhatták már azt, hogy előkészületekkel jár.

Az iskolában folyó környezeti nevelésnek a környezeti attitűdökre gyakorolt hatását is szemügyre vettük. Megállapítottuk, hogy a gimnáziumban tanulók (24,8 százalék) inkább tartják nagyon fontosnak a természeti környezet megismerését, mint a többi program-típusban tanulók (a szakközépiskolásoknál ez az arány 18,9 százalék, a szakiskolásoknál 14,9 százalék – sig: 0,011). Érdemes megemlíteni, hogy az Országos Közoktatási Intézetben lezajlott, környezeti neveléssel foglalkozó, több iskolára kiterjedő vizsgálat (VARGA 2006, 2009) arra az eredményre jutott, hogy a diákok a környezethez sokkal pozitívabban viszonyulnak, mint ahogy valójában viselkednek, ezért érdemes lenne erre nagyobb hangsúlyt helyezni a későbbiekben.

HIVATKOZOTT IRODALOM

- BOURDIEU, PIERRE (1978): *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Gondolat Kiadó, Budapest.
- COLEMAN, JAMES S. (1998): Társadalmi tőke az emberi tőke termelésében. In Lengyel György – Szántó Zoltán (szerk.): *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája*. Aula Kiadó, Budapest.
- FÁBIÁN ZOLTÁN – KOLOSI TAMÁS – RÓBERT PÉTER (2000): *Fogyasztási csoportok*. TÁRKI, Budapest.
- FALUSSY BÉLA (2004): *Az időfelhasználás metszetei*. Új Mandátum Kiadó, Budapest.
- GALÁNCZ ANNA (szerk., 2006): *A digitális jövő térképe a World Internet Projekt tükrében*. Ithaka Kht., Budapest.

- GÜNTER, WOLFGANG (1993): *Tourismuspädagogik [A turizmus pedagógiája]*. In Hahn, Heinz – Kagelmann, Jürgen (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. Quintessenz Verlags-GmbH, München.
- JUNGK, ROBERT (1980): *Wieviele Touristen pro Hektar Strand? [Hány turista van hektáronként a strandon?]* *Geo*, 10. sz., 154–156.
- LEHOCZKY JÁNOS (1999): *Iskola a természetben, avagy a környezeti nevelés gyakorlata*. Raabe Kiadó, Budapest.
- LOSONCZI ÁGNES (1977): *Az életmód az időben, a tárgyokban és az értékekben*. Budapest, Gondolat Kiadó, Budapest.
- M.Á.S.T. PIAC- ÉS KÖZVÉLEMÉNYKUTATÓ TÁRSASÁG (2004): *A magyar lakosság belföldi utazási szokásai, 2003*. *Turizmus Bulletin*, 1. sz. 19–26.
- M.Á.S.T. PIAC- ÉS KÖZVÉLEMÉNYKUTATÓ TÁRSASÁG (2006): *A magyar lakosság utazási szokásai, 2005*. *Turizmus Bulletin*, 1. sz. 16–29.
- MÉRŐ LÁSZLÓ (2001): *Virtuális valóság és a psziché*. In Szabó László Tamás (szerk.): *Didaktika szöveggyűjtemény*. Pallas Debrecina, Debrecen.
- MIHÁLY ILDIKÓ (2003): *Iskolások, iskolák és a szabadidő*. Új Pedagógiai Szemle, 4. sz. 92–99.
- NAGY ATTILA (2001): *Kulturális tőke és internethasználat – középiskolás szemmel*. *Könyv és Nevelés*, 3. sz. 14–22.
- RICHARDS, GREG (2003): *Az európai kulturális idegenforgalom termelése és fogyasztása*. In Szöllős Péter (szerk.): *Turizmus és szociológia*. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest.
- SZŐLLŐS PÉTER (2005): *A turizmus társadalmi beágyazottsága*. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- TÖRÖK PÉTER (2002): *E-turizmus: az internet és az e-business szerepének növekedése a turizmusban*. *Turizmus Bulletin*, 1. sz. 16–22.
- UTASI ÁGNES (2002): *Társadalmi integráció és családi szolidaritás*. *Educatio*, 3. sz. 384–403.
- VARGA ATTILA (2006): *Diákok környezeti attitűdjei*. *Iskolakultúra*, 9. sz. 58–64.
- VARGA ATTILA (2009): *A környezeti nevelés helyzete a magyar közoktatásban*. <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=okologia-Varga-Kornyezeti> (Letöltve: 2009. május 20.)
- VASKOVICS LÁSZLÓ (2002): *Családfejlődés a mai Európában*. *Educatio*, 3. sz. 349–364.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- BLASKÓ ZSUZSA: *Kulturális reprodukció vagy kulturális mobilitás*. *Szociológiai Szemle*, 2002. 2. sz. 3–27.
- DIMAGGIO, PAUL: *A kulturális tőke és az iskolai teljesítmény*. In Róbert Péter (szerk.): *A társadalmi mobilitás: Hagyományos és új megközelítések*. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, 1998, 198–220.
- HUNYADI ZSUZSA: *A fesztiválok közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban*. *Találkozások a kultúrával* 2. Magyar Művelődési Intézet, Budapest, 2004.