

A FENNTARTHATÓ TURIZMUS ÉS A HELYKÖTŐDÉS KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA A BUSÓJÁRÁS KONTEXTUSÁBAN

Szabó Sára

Budapesti Corvinus Egyetem, Turizmus Tanszék, sara.szabo@uni-corvinus.hu

DOI: 10.15170/TVT.2020.05.02.06

Absztrakt

A globalizáció és a technológiai változások hatására a környezethasználati szokásaink megváltoztak és fenntarthatatlanná váltak. A fenntarthatóság jelentősége világszerte megnövekedett az utóbbi években, azonban számos szociokulturális tényezőről múlik, hogy a környezetünkre és társadalmunkra ható romlási folyamatokat mennyire vagyunk és leszünk képesek mérsékelni. A folyamatos gazdasági növekedés a társadalmi különbségeket növelte, ami miatt a társadalmi jólét és jóllét bizonyos területeken csökkent. Mindemellett megjelentek olyan generációk, akik számára egy vidéki hagyományörző rendezvény nem feltétlen jelent szórakozási lehetőséget. Ezért fontosnak tartom, hogy számukra is izgalmassá varázsoljuk ezeket az eseményeket, amely által a helyiek jóléte növekedhet és a visszalátogatási hajlandóság is megemelkedhet. Jelen írás célja, hogy megvizsgálja a Busójárás által teremtett helykötődés és a fenntartható turizmus kapcsolatát, amelynek alapja egy 2020. márciusában készült kutatás. A megfigyelés kvantitatív kérdőíves kutatást és kvalitatív, szakmai mélyinterjút tartalmaz.

Kulcsszavak: turizmus, fenntarthatóság, helykötődés, hagyományörző rendezvények

Abstract

Due to globalization and technological changes our habits have changed and become unsustainable. The importance of sustainability has increased worldwide in the last few years, but it depends on several socio-cultural factors, which are how much we are capable of moderating the destruction processes of our environment and society. The continuous economic growth increased the differences in society and because of that the welfare and well-being in societies have fallen in some areas. In addition, generations have shown up for whom a rural traditional event might not mean entertainment. Because of that, I feel important to make these events amusing and, in this way, the welfare of local people and the willingness of re-visiting might rise. The aim of this paper is to examine the connection between place-attachment and sustainable tourism created by the "Busó" Festival in Mohács, and its base is a research which was completed in March of 2020. The observation includes a quantitative questionnaire and a qualitative interview with a professional. The former was filled out by local people and tourists, the latter was created by me and I asked the main event organizer of "Busó" Festival.

Keywords: tourism, sustainability, place attachment, traditional events

Bevezetés

Az elmúlt években a turizmus szektor közel kétszeres GDP növekedést generált Magyarországon a 2008. évi 5,37%-os eredményhez képest. Azonban egy ilyen szintű termelésnek negatív társadalmi és környezeti hatásai is vannak. Eközben megjelentek olyan fogyasztói preferenciák, mint a környezettudatosság és a fenntarthatóság, mely során a turisták odafigyelnek arra, hogy mit fogyasztanak és milyen ökológiai lábnyomot hagynak maguk után az érintett területeken. Ahhoz, hogy egy egész társadalmat megmozdítsunk annak érdekében, hogy a következő generációk számára megőrizzük jelenlegi erőforrásainkat, értékeinket, megóvjuk örökségeinket, hogy azok büszkeséggel töltse el őket is, továbbá törődjünk e tradíciókat őrző lakosokkal, minden állampolgárt el kell érniük. A turizmus által a látogatókban kialakul egyfajta kötődés az adott desztináció iránt, amely ösztönözheti őket arra, hogy a környezetre és a helyiekre is odafigyeljenek és e szimpátia útján lépést tehetnek a fenntartható viselkedés felé. Mindemellett a helyben megvásárolt termékek, a hagyományokhoz kapcsolódó élmények egy-egy utazás során, segíthetnek azonosítani a környezeti és etikai problémákat, mely által a fogyasztói döntések alakíthatók.

1. Fenntarthatóság

A fenntartható fejlődés fogalma egyre inkább részévé vált a különböző emberi döntéseknek és fejlesztési lehetőségeknek. Mindez a turizmus területén is megjelent gazdasági, társadalmi és környezeti hatásai miatt. Azért, hogy sikeresen létrejöjjön ez a fejlődés, nem csak társadalmi szinten szükséges változásokat alkalmaznunk. DONALDSON – PRESTON (1995) szerint nem szükséges minden érdekeltnek fenntartható módon viselkedni, azonban szükséges megérteni és felismerni minden egyes szükségletüket.

A fenntartható fejlődés fogalmával már egészen korán, 1987-ben elkezdtek foglalkozni, és az ENSZ Brundtland-jelentésében meg is fogalmazódott, amely szerint szükséges a jövő generációk számára megóvnunk mindazt, ami jelenleg a rendelkezésünkre áll úgy, hogy a következő nemzedékek kielégíthessék szükségleteiket (ENSZ 1987). A fenntartható fejlődés során a társadalmi, környezeti és gazdasági fejlődés lehetőségére is tekintettel vagyunk. A Fenntartható Fejlődés Szimpóziumán kiemelték, hogy ez az életminőség javítását is érinti, tehát a különböző szennyező anyagok kibocsátásának visszaszorítását, a környezet óvását, a természetben fellelhető erőforrások védelmét jelenti, amellyel a jövő generáció számára továbbra is elérhetővé válnak és nem következik be romlás az életminőségüket illetően (NORVÉG KÖRNYEZETVÉDELMI MINISZTERIUM 1994). DALY (1996) kitér a társadalmi jólétre is, illetve kiemeli, hogy a fejlődés nem hozható össze a növekedéssel. Szerinte a társadalmi réteget kellene fejleszteni, illetve szükségesnek véli annak minőségét javítani.

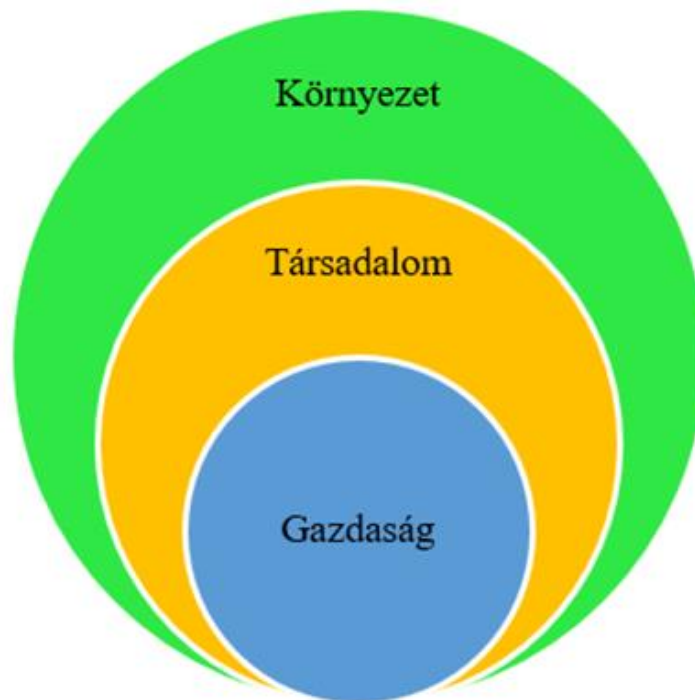
A fenntarthatóság egy olyan megközelítés, amely három pillért vesz alapul és a korábban említett, gazdasági, társadalmi, környezeti aspektusokat vizsgálja. Két megközelítése az erős és gyenge fenntarthatóság, amelyek esetében azt elemezzük, hogy milyen súllyal és hogyan viszonyulnak egymáshoz ezek a pillérek. KASZA-KELEMEN (2015) szerint a gyenge fenntarthatóság esetében ritkábban beszélhetünk arról, hogy ez a három dimenzió találkozik és egy egységet alkot, amely által létrejöhetne a tökéletes fenntarthatóság (1. ábra). Erős fenntarthatóságról (2. ábra) akkor beszélünk, amikor a bioszféra határozza meg a társadalom struktúráját, és mindennek felel meg a gazdaság. Ez esetben nem pótolhatók a környezeti javak és értékük később sem vész el.

1. ábra. Gyenge fenntarthatóság



Saját szerkesztés <https://eionet.kormany.hu/a-fenntarthato-fejlodes-fogalma> alapján

2. ábra Erős fenntarthatóság



Saját szerkesztés <https://eionet.kormany.hu/a-fenntarthato-fejlodes-fogalma> alapján

A 21. századi kutatók rámutattak arra, hogy nem csak e három dimenzióra vetíthető a fenntarthatóság. ASMELASH – KUMAR (2018) szerint figyelembe kell venni egy negyedik pillért, a szervezeti fenntarthatóságot, mely magába foglal különböző szabályzatokat (helyi ellenőrző szabályzat), a politikai részvétel, a helyi tervezési politikát és hogy kap-e politikai támogatást az adott desztináció, illetve annak milyen a minősége. SU et al. (2018) a helyi megélhetést is vizsgálta, amely által közösségi szinten eredményezhet javulást.

Az általa alkotott modellben a megélhetési fenntarthatóság, tehát a szabadság és a diverzitás kap helyet a természeti erőforrások és a társadalmi fenntarthatóság mellett. A megélhetés dimenzió olyan folyamatokat rejt, mint a szegénység csökkentése vagy a jóllét javulása. LEE – JAN (2018) kutatása szerint megjelenhet egy negyedik pillér is, az étellel való elégedettség. Azt vizsgálták, hogy a közösségi turizmus képes-e fenntartható fejlődést kiváltani.

Fontos megjegyezni, hogy nem csak a kínálati oldal alakíthatja a turizmus fejlődését, habár egy terület érdekeltjei közül inkább a tulajdonosok és az önkormányzat összpontosítanak a fenntartható fejlődésben való részvételre. Ennek oka abból fakad, hogy a helyi közösségek úgy gondolják, hogy a turizmus javítja az életminőségüket és nagyon sok egyéb előnnyel is jár (D’MELLO et al. 2016 in: KAPERÁ 2018). LIU et al. (2017) rámutatnak arra, hogy a korábbi történelmi funkciók ennek köszönhetően átalakulnak, amely által fontosabbá válik megvizsgálni a turizmus és a közösségi élet kapcsolatát. Így az önkormányzatok is felfigyelnek a turizmus jótékony hatására és támogatni fogják az olyan idegenforgalmi fejlesztéseket, amelyek a helyi közösségek igényeit tiszteletben tartják (LIU et al. 2017 in: KAPERÁ 2018). Ezt támasztja alá GOODWIN (2016) is, aki hangsúlyozza, hogy a helyi közösségek kezébe kellene helyezni a turizmus fejlesztését, mintsem a szervezetekébe. Így tehát támogatnunk kell a helyieket, és gondoskodnunk kell arról, hogy a turisták is felelősségteljesen viselkedjenek a meglátogatott desztinációkban (GOODWIN 2016 in: KAPERÁ 2018). LŐRINCZ – RAFFAY (2019) említi, hogy az életminőség javítása a munkahelyteremtés mellett megtalálható az egyes turizmusfejlesztések között. Úgy gondolják, hogy a gazdasági fenntarthatóság esetében az államilag és önkormányzatok által megteremtett és fenntartott szolgáltatásokat érdemes szemügyre venni ez ügyben, és a kulturális ágazatot ez alapján fejleszteni. Elengedhetetlen a helyi magán- és közszféra együttműködése, mely feltételezi a környezetet kímélő innovatív megoldásokat.

A fenntartható, felelősségteljes fogyasztók képesek mérlegelni a helyzetet, felismerik a problémákat és olyan alternatív megoldásokat keresnek, amelyek által óvják környezetüket. HOSSZÚ (2009) úgy véli, a fenntarthatóság negyedik pillére maga az egyén, és csak általa lehet stabil egy egész társadalom, illetve csak akkor válhat fenntarthatóvá, ha a társadalommal együtt gazdálkodik. UUSITALO (1990) arra mutat rá, hogy az egyént nem csak saját céljai, hanem társadalmi célok is ösztönzik. Ezek hosszabb távon döntőek lehetnek. A társadalmilag felelős fogyasztás nem csak a környezet óvásáról szól, hanem a társadalmi elégedettségről és jólétről, illetve a minőségi foglalkoztatásról is. Így tehát nem csak önmagunk érdekében fogyasztunk felelősen, hanem társadalmi aspektusokat is figyelembe veszünk (CSIGÉNÉ – GŐRŐG 2015).

2. Helykötődés

A helykötődéshez kapcsolódó meghatározások többféle aspektusból közelítik meg ennek elméletét. Több tanulmány is rávilágít arra, hogy minél inkább kötődünk egy helyhez, annál szívesebben törődünk, foglalkozunk azzal. HALPENNY (2010) említést tesz arról, hogy egy hely nem csupán egy térbeli, fizikai elhelyezkedés, hanem az egyének számára valamilyen jelentéssel bíró kötelék.

Ahhoz, hogy a helykötődést társadalmi és környezeti dimenziókkal összevethessük, vizsgálnunk kell a hely és az egyén között kialakuló viszonyt is. TUAN (1977) szerint a helykötődés aszerint alakul ki, hogy az emberek milyen gyakran lépnek kölcsönhatásba az adott hellyel.

Emellett HIDALGO - HERNANDEZ (2001) szerint a helykötődés valamilyen érzelmi összeköttetés az emberek és helyek között. LIVINGSTON et al. (2008) is hasonlóképpen fogalmazták meg, szerintük ez egy olyan emberi ragaszkodás, amely funkcionális és érzelmi attitűdöt tartalmaz és erősebben kötődünk egy desztinációhoz, amennyiben az kielégíti pszichológiai és fizikai szükségleteinket, továbbá alkalmazkodik életmódunkhoz és céljainkhoz. A

funkcionális esetben a desztináció segíti a mindennapi szükségletek kielégítését, míg az emocionális esetén az önazonosság, önbecsülés fejlesztését és növelését. DÜLL (2009) azzal az elmélettel élt, hogy maga a fizikai környezet közvetett módon befolyásolja a személyek környezetét és így például fokozhatja a kölcsönhatást. Korábban DÜLL (1998) úgy határozta meg a helykötődést, hogy az egy olyan folyamat, amely nem minden esetben asszertív, inkább attitűdszerű és egy egész életen át fejlődik, illetve változik.

SCANNEL - GIFFORD (2010) egy háromdimenziós modellben képelték el a helykötődés körülírását, amely bemutatja annak összetettségét. A kiindulópont maga a személy, aki egyénileg vagy társadalmi szinten kötődik a helyhez, a második dimenzió olyan pszichológiai folyamatokat tartalmaz, amelyek bemutatják az egyén lelki, érzelmi hátterét, hangulatát, temperamentumát, illetve a kognitív folyamatokat (érzékelés, észlelés, emlékezet), és a magatartását, amellyel körülírható a helykötődése. A harmadik szint pedig maga a hely, melynek fizikai és társadalmi jellemzői hatást gyakorolnak a helykötődés kialakulására. LOW (1992) szerint a helykötődés kialakulhat valamilyen vallás, kulturális események, származás, gazdasági kapcsolat, a közösség rombolása vagy elbeszélés által. E hat csoport által létrejöhet jelképes kapcsolat egyén és terület között.

Egy 2001-ben végzett kutatás arra mutat rá, hogy erős a kapcsolat a fogyasztók magatartása és a helykötődés között. Ez alapján nem csak a környezetvédő magatartásában, de a fenntartható viselkedési formában is, illetve a helymegőrzésben is fontos szerepet játszik a helykötődés (VASKE - KOBRIN 2001).

BORN (2008) azzal a meghatározással élt, hogy valaki minél inkább kötődik egy adott helyhez, annál inkább óvja azt és odafigyel a környezeti problémákra. STEDMAN (2002) pedig úgy véli, hogy a hely óvása, védekező identitás és érzelmi alapon működő folyamat, melyet a helykötődés vált ki. MESCH (1996) kitér arra, hogy akiknél erős társadalmi kapcsolat jön létre például a lakóközösségükkel, szívesebben vesznek részt a környezetüket érintő mozgalmakban, és SAMPSON – GROVES (1998) szerint pedig akár egyfajta normarendszert is kialakítanak ennek érdekében.

3. Módszertan

A kutatás 2020. márciusától áprilisig tartott, mely során többféle módszert alkalmaztam. Kutatásomban arra voltam kíváncsi, vannak-e törekvések a szervezők, illetve szolgáltatók részéről a fenntarthatóság szempontjainak figyelembevételére egy olyan hagyományőrző esemény esetében, mint a Busójárás, illetve amennyiben ez nem valósul meg, milyen lehetőségek vannak arra, hogy ez változhasson. Másrészt kutatási kérdéseim között szerepelt az is, hogy milyen mértékű helykötődés jellemzi a hagyományőrző rendezvények látogatóit. Így tehát a hagyományőrző rendezvények tekintetében két komponens mentén vizsgáltam. Ahhoz, hogy mindezekre választ kapjak, vizsgálnom kellett mind a kínálati, mind a keresleti oldalt. Ennek elvégzésére kétféle módszert hívtam segítségül.

A kínálati oldalról a mohácsi önkormányzat korábbi képviselője és a Busójárásért felelős kijelölt szervezőjével végzett mélyinterjú alapján gyűjtöttem információkat, aki készségesen válaszolt az általam felvázolt kérdésekre. Fontosnak tartottam, hogy ne csak a helyi lakosok és turisták véleménye alapján ítéljem meg a jelenlegi helyzetet a várossal és a fesztivállal kapcsolatban.

Mindez továbbá jó alapul szolgált a kvantitatív kutatásnak is, melyet kérdőív formájában készítettem el. A kérdőív elkészítését megelőzően szekunder kutatást végeztem, és olyan nemzetközi kutatásokat olvastam el, melyek skáláit én magam is alkalmazni tudtam. Miután összeállítottam a kérdőív kérdéseit, 10 fő segített ennek tesztelésében, majd ezt követően tettem elérhetővé a kitöltők számára.

Ezzel a módszerrel olyan számszaki adatokat kaptam, amelyekkel statisztikai méréseket tudtam készíteni. A kérdőív első harmadában arról kérdeztem a kitöltőket, hogy milyen mértékben jellemzi őket a hagyományörző rendezvények látogatása, illetve ismerik-e a Busójárást, részt vettek-e már rajta. Ezt követően a fesztiválon már korábban résztvevőket arra kértem, hogy az általam felsorolt állításokhoz rendeljenek egy számot, hogy az mennyire jellemző magukra. Végezetül demográfiai kérdésekkel zártam a kérdőívet. Mindez 15 kérdésből állt. Összesen 126-an töltötték ki, melyből 104 fő vett már részt korábban a Busójáráson.

Kvantitatív kutatásom során véletlenszerű mintavételt alkalmaztam, így együttesen tudtam vizsgálni a helyi lakosokat és a turistákat, illetve törekedtem arra, hogy a fiatalabb és idősebb generációkat is elérjem. Mivel online történt a kitöltés, így el tudtam érni olyan személyeket is, akik mohácsi származásúak, illetve azokat is, akik budapestiek vagy más nagy városból érkeztek a Busójáráásra.

Egyéb statisztikai adatokat a Busójárással kapcsolatban nem találtam, azonban a KSH adatai alapján információt gyűjtöttem arról, hogy a rendezvény időszaka előtt és alatt hogyan változott a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma a belföldi turisták tekintetében. A vizsgált időszakban (2017-2020) a februári időszakok szinte mindig nagyobb számú vendégforgalommal rendelkeztek, mint az azt megelőző januári hónapok. Ez alól kivétel volt az idei időszak, ugyanis míg januárban több, mint 520 fő szállt meg Mohácson, februárban mindössze 327 fő. Persze mindez nem tükrözi az összes turisták számát, akik február 20-25-e között Mohácsra érkeztek. Ahogy azt megtudtam Hegedűs Emesétől, az esemény idején akár 60-100 000 fő is megfordul Mohácson.

A mintavételről az mondható el, hogy a helyi lakosok körében 48,1%-a 41-55 év közötti kitöltő volt, és közel azonos arányban töltötték ki a Z generáció (11-25 év közöttiek) és a Baby Boomer (56-74 év közöttiek) tagjai. Emellett a helyi lakosok 29,6%-a a 26-40 év közötti korosztályba tartozik. A turisták közül azonban a legtöbben ebből a korcsoportból érkeztek Mohácsra, és ezt követi a fiatalabb generáció 26,3%-kal. A harmadik helyen az 56-74 év közöttiek állnak 22,5%-kal, és az X generáció (41-55 év közöttiek) mindössze 15%-a járt már ezen a településen.

A kitöltők iskolázottságát illetően azt mondhatjuk el, hogy a legtöbben (50,8%) valamilyen felsőfokú végzettséggel rendelkeznek, illetve számottevő a középfokon végzettek száma is (43,7%). Ebből leszűrve a mohácsi kitöltők válaszait, azt láthatjuk, hogy a középfokon végzettek 38,2%-a mohácsi volt. Általános következtetést ezekből az adatokból nem vonhatunk le, mivel ilyen jellegű friss adatok nem álltak a rendelkezésemre.

4. Eredmények

4.1. A kvalitatív kutatás eredményei

A mélyinterjú során kíváncsi voltam, hogy Hegedűs Emese mióta foglalkozik a Busójárást szervezésével, amire az alábbi választ kaptam: „A Mohácsi Busójárást 2010 óta szervezem. Gyakorlatilag a rendezvény akkor alakult át mai formájává.” Érdeklődtem, hogy a város miként vélekedik a Busójárásról. Az interjúm Hegedűs úgy fogalmazott, hogy: „Mohácson nincs olyan család, akinek valamely tagja ne venne ki részét a Busójárásból.” A helyiek körében ez már gyermekkorban beléjük ivódik, és már egészen kis korban megismerkednek a Busójárással: „Gyerekként, ha még nem öltözik be, akkor táncol, zenél, vagy részt vesz a rajzpályázatok egyikén.” (HEGEDŰS, 2020)

Fontosnak tartják, hogy ezeket a tradicionális hagyományokat a kisgyermek megismerhessék és a későbbiekben ők maguk adják tovább az újabb generációk számára. Ahogy Hegedűs említi: „Nálunk a hagyományt a gyerekek már kis korukban megismerik egyrészt a szülők által, másrészt pedig az óvodában, illetve az iskolában a helyi tanterv része a Busójárás.”

Az interjú arra is rámutatott milyen hatásai vannak a Busójárásnak a helyiekre. Érezhetően, számukra ez egy nagyon pozitív esemény, mert ahogy a rendezvényszervező is mondja: „A szolgáltatók, a helyi termelők árbevételét nagymértékben segíti a rendezvény.” Hegedűs azt is elmondta, hogy az elmúlt 3-4 év során „A költéskultúra nagymértékben megnövekedett. Ez azt jelenti, hogy átlagosan – szállást nem számolva - 10.000-30.000 Forint/fő, amit naponta elköltönek a turisták.”, tehát a turisták költési hajlandósága megváltozott. Ezen kívül 60.000-100.000 fő is ellátogat a Busójárásra, akik számára „Az ország és a Kárpát- medence minden részéből, 200-240 kitelepülő árus biztosítja a vendéglátást, szuveníreket és egyéb termékeket minden évben.” - mondja. A helyi kézművesek és kisiparosok számára az önkormányzat kedvezményt biztosít a kitelepülési díjból, amely fontos tényező lehet abban, hogy minél több helyi lakos vegyen részt a rendezvényen, mint szolgáltató. A helyiek már a rendezvény szervezése során is bevonásra kerülnek. Hegedűs elmesélte, hogy: „A Busójárás megszervezése a busó csoportokkal közösen történik. Jelenleg 68 busócsoport van, 1900 képviselővel. A rendezvény előtt 3-4 alkalommal találkozunk velük (október és február között), illetve minden évben a rendezvényt követően van egy értékelés, amelynek az a célja, hogy rávilágítson azokra a problémákra, amelyek esetleg kialakultak, megjelentek az adott évi rendezvényen.”

A környezettudatosságot illetően azt a választ kaptam, hogy: „A rendezvényre érkezők részére a szelektív hulladékgyűjtést próbáljuk elérhetővé tenni.”, továbbá: „Az önkormányzat az étel és italárusokat a helyi fazekas által elkészített Busóbögre vásárlására sarkallja, - amiben a forralt bort és teát adják- hiszen így lehet csökkenteni a műanyagpoharak mennyiségét.” Azt is kérdeztem Hegedűs Emesétől, hogy a Busójárás megszervezésekor milyen szempontokat vesznek figyelembe a látogatói elégedettség növelésének érdekében. Ő azt mondta, hogy: „Fontos az autentikusság megőrzése, a hagyomány ápolása és bemutatása. Ez a feladatunk. Ezt kell megőriznünk és az ideérkezőknek is ezt a tudást kell bemutatnunk és átadnunk.” Ezen kívül szóba került, hogy a Busójárás milyen hatással van gazdaságilag Mohácsra és a környező területekre, amelyre a következő választ kaptam: „A Busójárás nemcsak a régió, de az ország első turisztikai attrakciója minden évben. (...) A város infrastruktúrája az elmúlt 10-12 évben nagyot változott. Ennek egy része a busójárásnak is köszönhető. Hiszen a 2010 óta nemzetközi szinten is elismert fesztiválunkat a világ sok országából felkeresték már. A szálláshelyek nagy része nemcsak a városban, de a régióban is teltházzal működnek. A határ közelsége miatt a horvátországi falusi turizmus szolgáltató helyei, illetve a Pélmonostoron található szálloda is megtelik ezeken a napokon.”

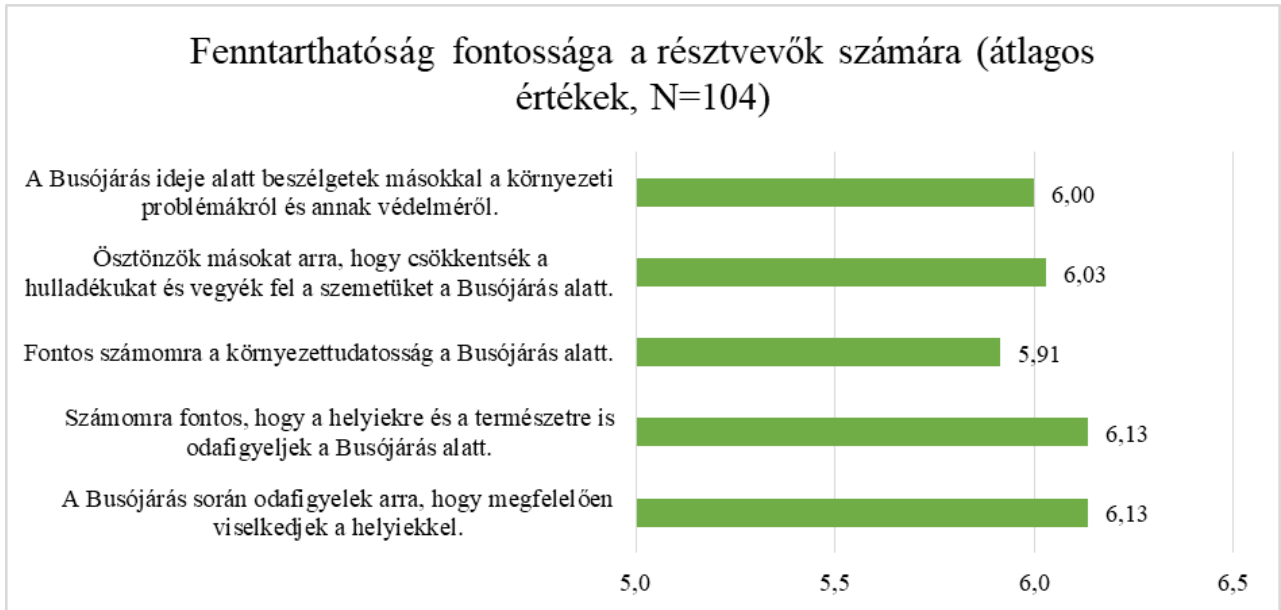
Ezek alapján elmondható, hogy habár egy kisebb méretű fesztiválról van szó, mégis mind Mohácsra, mind a környező területekre nagy hatással van társadalmi, környezeti és gazdasági aspektusból is.

4.2. A kvantitatív kutatás eredményei

Kvantitatív kutatásom során az egyik kutatási kérdésem az volt, hogy mennyire fontos a fenntartható viselkedés egy hagyományőrző rendezvény esetében. Ez esetben olyan állításokat vizsgáltam, amelyek kitérnek a helyiekkel való viselkedésre, a környezet óvására, a környezettudatosságra, illetve arra is, hogy ösztönöznek-e másokat a szemetelés elkerülése érdekében és beszélgetnek-e másokkal a környezeti problémákról.

Az erre alkalmazott analízis azt mutatta, hogy a kitöltők egy 7-fokozatú Likert skálán átlagosan 6-st jelölték meg, a szórás 1 és 1,3 közé esett, tehát a többség ezen változók esetében egyetértett az állításokkal, és fontosnak tartották a fenntarthatóságot a Busójárás kontextusában. Az átlagok megoszlását az állítások között az alábbi diagramon szemléltetem.

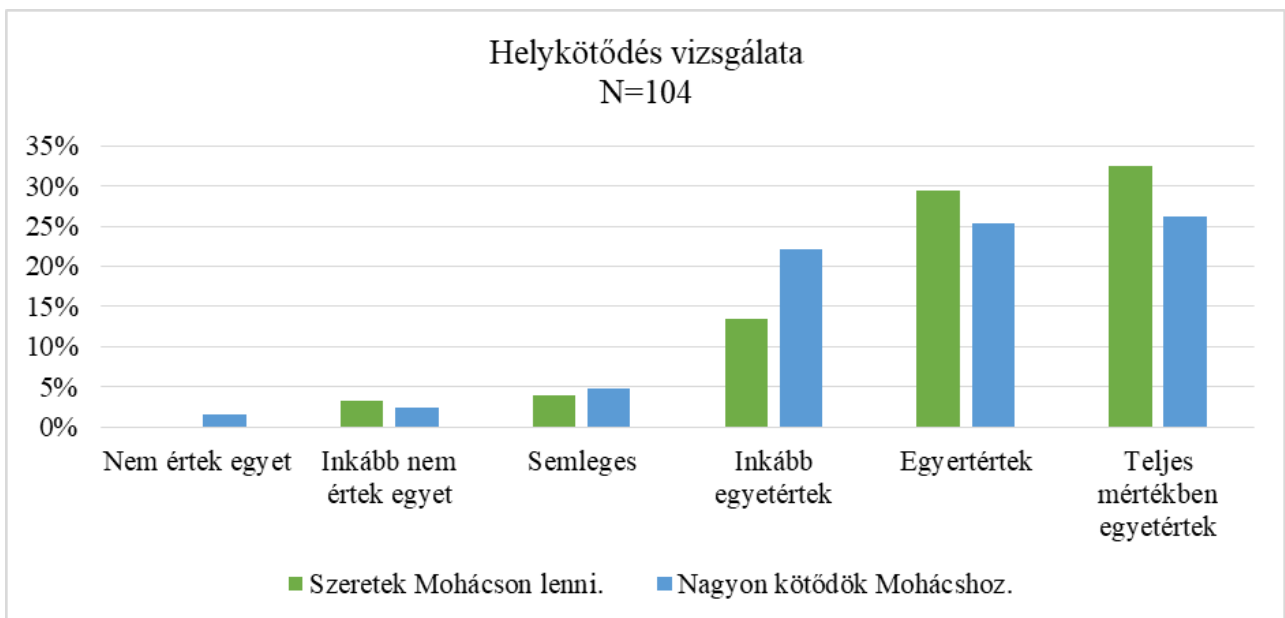
3. ábra



Forrás: saját szerkesztés

Ahhoz, hogy lássuk, milyen mértékű helykötődés jellemzi a hagyományörző rendezvényeket, megvizsgáltam az ehhez tartozó állításokra adott válaszokat (4. ábra). Ebben az esetben is az átlag 6 körüli volt, és ahogy a diagramon is leolvasható, az egyetértők voltak nagyobb számban. Ez alapján azt mondhatjuk, hogy erős helykötődés jellemezte a Busójárásra érkezőket.

4. ábra



Forrás: saját szerkesztés

Emellett arra is kíváncsi voltam, hogy a Busójáráson való részvétel gyakorisága hatással van-e arra, hogy a megkérdezett kötődik Mohácshoz. Ehhez egyszempontos varianciaelemzést végeztem, mely során először a szóráshomogenitást vizsgáltam a változók között.

A teszthez tartozó szignifikanciaszint 0,005 feletti volt, így kellő magabiztossággal végezhettem el a további próbákat. Az Anova táblázatban kapott eredmény alapján a Busójáráson való részvétel gyakoriságához tartozó átlagok a Mohácshoz való kötődés alapján szignifikánsan nem különböztek és a két változó hatása közötti kapcsolat közepesen gyengének tekinthető (Eta-négyzet mutató 0,133 volt). Az eredmények (5. ábra) alapján megállapítható, hogy a Busójáráson legtöbb résztvevők körében jellemző leginkább az az érzés, hogy szeretnek Mohácson lenni és kötődnek hozzá. A kitöltők bejelölhették, hogy 1, 2-3, 4-5 vagy 5-nél több alkalommal vettek részt a Busójáráson. Az mondható, hogy az 5-nél több alkalommal résztvevők között nagyon erős a helykötődés, átlagon felüli volt. A teljes mintában a kijelentéssel való egyetértés átlagosan 6,02.

5. ábra

Hányszor vett részt korábban a Busójáráson?	Válaszok átlaga (1-7)	N(fő)	Szórás	Ferdeség	Csúcsosság
1 alkalommal	5,61	31	1,054	1,814	-1,321
2-3 alkalommal	5,90	31	1,193	-0,398	-0,809
4-5 alkalommal	5,90	10	0,738	-0,734	0,166
5-nél több alkalommal	6,56	32	0,759	3,345	-1,875
Összesen	6,02	104	1,052	0,877	-1,111

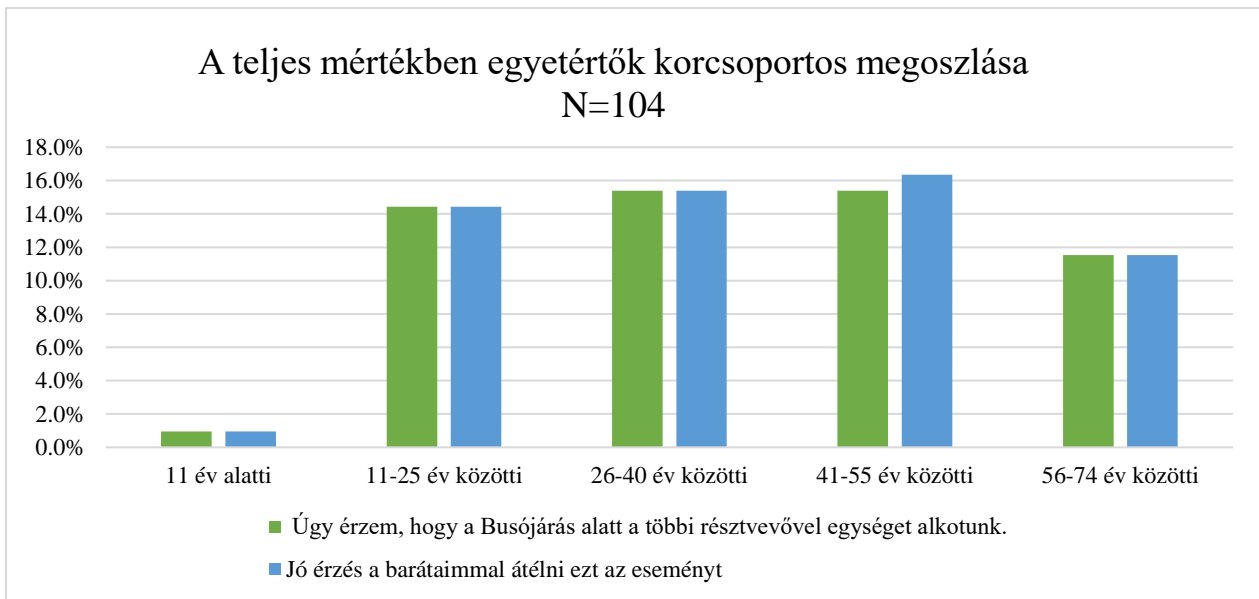
Forrás: saját szerkesztés

Harmadik kutatási kérdésem az volt, hogy a helykötődés hatással van-e a fenntartható, etikus, környezetbarát viselkedésre. Ezt a kérdést azonban két komponensre szedtem szét, így vizsgáltam, hogy a Busójárási résztvevői jobban figyelnek-e a társadalmi hatásokra egy hagyományörző rendezvényen, illetve, hogy jobban figyelnek-e a környezeti hatásokra. Ehhez Pearson-féle korrelációt alkalmaztam, amely nem csak azt mutatta meg, hogy van-e kapcsolat, hanem azt is, milyen erősségű ez a kapcsolat.

A helykötődés és a fenntarthatóság társadalmi aspektusai - így tehát a helyiekkel szemben tanúsított magatartás, mások ösztönzése a hulladék számának csökkentésére és a szemét összegyűjtésére – között viszonylag erős kapcsolat van (0,648 és 0,662 volt a mutatószám). Tehát a helykötődés hatással van arra, hogy a fesztivál résztvevői most, illetve a későbbiekben óvják a meglátogatott település lakosait, és fokozzák jólétüket-jóllétüket. A környezeti dimenzióhoz tartozó állítások és a helykötődés között szintén erős kapcsolat áll fenn, így azt mondhatjuk, hogy a Busójárási résztvevőinek fontos környezetük védelme (0,615 és 0,743 közé esett a Pearson-féle korrelációs együttható).

Fontosnak tartottam azt is elemezni, hogy mely generációk számára lehet élvezetes egy olyan esemény, mint a Busójárási (6. ábra). Ezért górcső alá vettem az egyes korcsoportokat és megnéztem, hogy kik gondolják úgy, hogy a Busójárási közösségépítő, akár barátokkal is, vagy hogy egy kiváló esemény, amelyet szívesen ajánlanak a barátaiknak. Az erre vonatkozó vizsgálatok azt mutatják, hogy akik teljes mértékben úgy gondolják, hogy a többi résztvevővel egységet alkotnak a Busójárási során, azok között legtöbbször a 26-40, illetve 41-55 év közöttiek voltak. Azonban nem sokkal marad le a fiatalabb, Z generáció, akik hasonlóan úgy vélték, hogy jó érzés volt a barátaikkal egy ilyen eseményen részt venni.

6. ábra



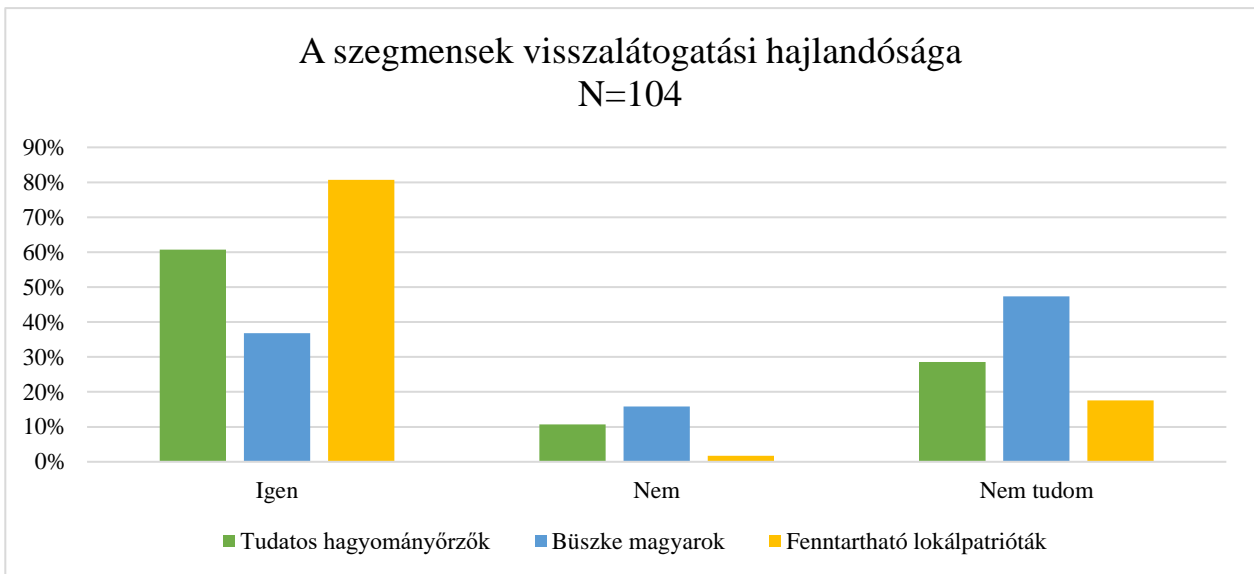
Forrás: saját szerkesztés

Miután kutatási kérdéseimre választ kaptam, és megállapítottam, hogy a fesztiválon résztvevők számára fontos a fenntarthatóság, illetve, hogy a helykötődés valóban hatással van a fenntarthatóságra, kíváncsi voltam arra, hogy milyen tulajdonságok alapján tudnám csoportosítani ezen résztvevőket. Ehhez először megkerestem, milyen motivációk alapján érkeztek Mohácsra, és milyen jellemzőkkel rendelkeznek. Ennek érdekében a kérdőívemre adott válaszok alapján faktoranalízissel létrehoztam három homogén csoportot. Az első csoportba tartoznak a Fenntartható fesztiválozók, akik számára nagyon fontos, hogy a Busójárás alatt környezetbarát módon viselkedjenek, miközben arra is odafigyelnek, hogy a helyiekkel szemben milyen magatartást tanúsítanak. A második csoport a Hagyományörző fesztiválozók, akik számára a Busójárás szabadságot jelent és szívesen töltenek időt a mohácsiakkal, ez által is egységet alkotva. A harmadik dimenzió pedig az Erős magyar identitásúak, akik a Busójárás által még büszkébbek magyar identitásukra és a magyarság tudatuk is erősödött általa.

Ezt követően a korábban kialakított faktorokból (csoportok) létrehoztam további homogén csoportokat, illetve ezáltal szegmenseket. Így meg tudtam vizsgálni, hogy egy olyan hagyományörző rendezvényt, mint a Busójárás, mely szegmensek látogatják. Az alkalmazott analízisek alapján 3 szegmenst állapítottam meg. Az első (Fenntartható patrióták) egy olyan szegmens 57 fővel, akik erős magyar identitással rendelkeznek és emellett rendkívül odafigyelnek arra, hogy fenntartható módon viselkedjenek. A második (Tudatos hagyományörzők) szegmensbe azok tartoznak, akik számára élvezetes a helyiekkel együtt részt venni a Busójáráson, és mindemellett odafigyeljenek arra is, hogy velük megfelelően viselkedjenek, illetve, hogy megóvják az adott desztináció környezetét. A harmadik klaszter (Büszke magyarok) számára a legfontosabb maga az ünneplés, a magyarság tudat, és szinte egyáltalán nem fontos a fenntarthatóság.

Készítettem további vizsgálatokat is, és megnéztem, hogy a különböző szegmensek tervezik-e, hogy az elkövetkező évben visszatérnek a Busójárást megtekinteni (7. ábra). Láthatjuk, hogy a legtöbb válaszadó (70 fő) Igen-t jelölt meg mindhárom csoportban, míg mindössze 7 fő válaszolt Nem-mel.

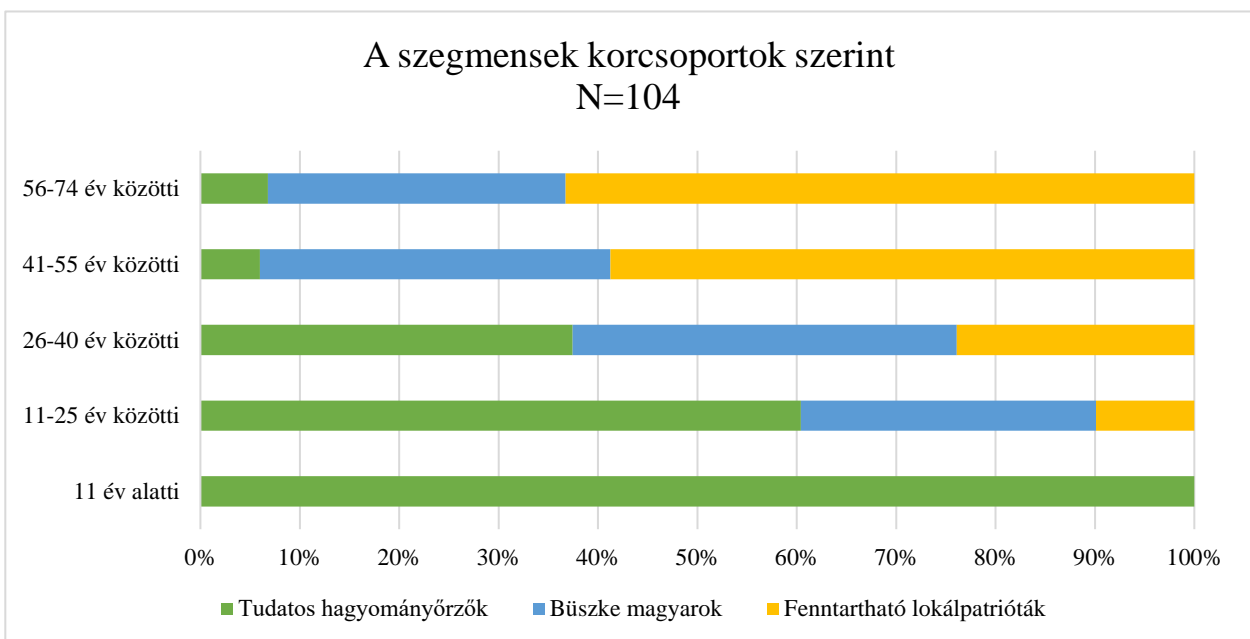
7. ábra



Forrás: saját szerkesztés

Továbbá arra is kíváncsi voltam, hogy a szegmenseken belül mely generációk jelennek meg (8. ábra). Míg a fiatalabb generációkra (Alfa, Z és Y) a tudatosság és a közös hagyományőrzés volt jellemzőbb, az X és Baby Boomer generációknál a magyar identitás erősödött a Busójárás által, illetve azt mondhatjuk, hogy a fesztivál alatt is odafigyelnek embertársaikra és környezetükre.

8. ábra



Forrás: saját szerkesztés

5. Következtetések

Összességében elmondható, hogy a Busójárás sokakat megmozgat, annak ellenére is, hogy a Dél-Dunántúlon található. Nem csak hazai látogatók érkeznek erre a fesztiválra, hanem külföldről is, akik hasonlóan kötődnek Mohácshoz, mint a magyarok. A kitöltők 62%-a érkezett valamely városból, és 21%-a Budapestről, tehát még a főváros lakóit is képes vidékre vonzani ez az esemény. Ezáltal egy magasabb fizetési hajlandósággal rendelkező réteg is elérhető, illetve ez egy remek visszacsatolás arra, hogy a hagyományörzés a nagyváros lakói számára is fontos. Ahogy a mélyinterjúból kiderült, a szolgáltató oldal is tesz lépéseket a fenntarthatóság irányába. Azonban úgy gondolom, hogy egy ilyen látogatószámmal rendelkező fesztivál esetében szükséges lenne olyan szakemberek bevonása, akik a vidéki kisvárosok számára oktatás jelleggel bemutathatják, milyen egyéb lehetőségeket lehet kiaknázni a fenntarthatóság területén. Úgy vélem, közösségi szinten kell foglalkoznunk ezzel a problémakörrel, és úgy látom, habár az emberek nyitottak erre, nincsenek megfelelő erőforrásaik ehhez. Örömmel konstatáltam, hogy nem csupán a fiatalabb generációk számára fontos a környezettudatosság, illetve azt is fontosnak tartom kiemelni, hogy a fiatalabbakat úgyszintén büszkeséggel tölti el a Busójárás, szívesen vettek részt ezen az eseményen, illetve szívesen látogatnának vissza.

Irodalomjegyzék

- ASMELASH, A.G. – KUMAR, S. (2018): Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators, *Tourism Management Volume 71*, April 2019, pp. 67-83
- BRUNDTLAND, G. H. E. (1987): *Our common future: The World Commission on Environment and Development*, Oxford-New York: Oxford University Press
- CSIGÉNYÉ, N. N. – GÖRÖG, G. (2015): A társadalmilag felelős fogyasztás egyes jellemzőinek vizsgálata egyetemi hallgatók körében, *Marketing & Menedzsment 2015/2.*, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
- D' MELLO, C. - CHANG, L.-C.H. - PILLAI, S.K.B. - KAMAT, K. - ZIMMERMANN, F.M. - WEIMAR, K. (2016): Comparison of multi-stakeholder perception of tourism sustainability in Goa, *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 9 (2016), pp. 1-13
- DÚLL, A. (1998): Hétköznapi otthoni rutinok környezetpszichológiai vizsgálata, PhD-értekezés, ELTE, Budapest.
- DÚLL, A. (2009): *A környezetpszichológia alapkérdései: Helyek, tárgyak, viselkedés*, Budapest: L'Harmattan.
- GOODWIN, H. (2016): *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development* (2nd edition), Goodfellow Publications, Oxford
- HALPENNY, E. A. (2010): Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, In Press, Corrected Proof. doi: 10.1016/j.jenvp.2010.04.006
- HIDALGO, M.C. – HERNANDEZ, B. (2001): Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273-281.
- KAPERA, I. (2018): Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland, *Sustainable Cities and Society Volume 40*, July 2018, pp. 581-588
- LEE, T. – JAN, F.-H. (2018): Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability, *Tourism Management Volume 70*, February 2019, pp. 368-380
- LIU, P. – NIJKAMP, P. – HUANG, X. – LIN, D. (2017): Urban livability and tourism development in China: Analysis of sustainable development by means of spatial panel data *Habitat International*, 68 (2017), pp. 99-107
- LIVINGSTON, M. – BAILEY, N. – KEARNS, A. (2008): *People's Attachment to Place: The Influence of Neighbourhood Deprivation*, Project Report, Chartered Institute of Housing/Joseph Rowntree Foundation, Coventry
- LŐRINCZ, K. – RAFFAY, Á. (2019): „Beyond, azaz túllépni saját magunkon” – a turizmus szerepe a Veszprém2023 Európai Kulturális Főváros projektben, *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, IV. évfolyam II. szám
- MESH, G. S. (1996): The Effect of Environmental Concerns and Governmental Incentives on Organized Action in Local Areas, *Urban Affairs Review*, Vol. 31 (3), pp. 346-366
- SAMPSON, R. J. – GROVES, B. W. (1998): Community Structure and Crime: Testing Social Disorganization Theory. *American Journal of Sociology* Vol. 94. pp. 74–80.
- SCANNEL, L. – GIFFORD, R. (2010): Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 30 (1), pp. 1-10.
- STEDMAN, R.C. (2002): Toward a Social Psychology of Place, *Environment and Behavior* 34(5):561-581
- SU, M. M. – WALL, G. – WANG, Y. – JIN, M. (2018): Livelihood sustainability in a rural tourism destination - Hetu Town, Anhui Province, China, *Tourism Management Volume 71*, April 2019, pp. 272-281
- SZABÓ, S (2020): A fenntartható turizmus és a helykötődés kapcsolatának vizsgálata a Busójárás példáján keresztül, Szakdolgozat, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest

TUAN, Y. F. (1977): Space and place: The perspective of experience, Minneapolis: University of Minnesota Press.

UUSITALO, L. (1990): Are Environmental Attitudes and Behaviour Inconsistent? Findings from a Finnish Study, Scandinavian Political Studies, 2.

VASKE, J.J. – KOBRIN, K.C. (2001): Place Attachment and Environmentally Responsible Behavior, The Journal of Environmental Education 32(4):16-21

Egyéb források

EURÓPAI KÖRNYEZETI INFORMÁCIÓS ÉS MEGFIGYELŐ HÁLÓZAT (2018): A fenntartható fejlődés fogalma <https://eionet.kormany.hu/a-fenntarthato-fejlodes-fogalma> (Utolsó megtekintés: 2020.05.26.)

HOSSZÚ, Z. (2009): A társadalmi fenntarthatóság elemei. Az egyéni szerepvállalás fontossága, Ökovoľgy Alapítvány <https://okovolgy.hu/a-tarsadalmi-fenntarthatosag-elemeiaz-egyeni-szerepvallalas-fontossaga/> (Utolsó megtekintés: 2020.04.01.)

KSH (2020): Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma, Magyarország kereskedelmi szálláshelyei <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> (Utolsó megtekintés: 2020.04.17.)