

AZ INFORMÁCIÓKERÜLÉS SZEREPE A SÖTÉT TURIZMUS KÍNÁLATI OLDALÁNAK ETIKUS DÖNTÉSHOZATALÁBAN

¹Mészáros Boglárka Ágnes

¹PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola; meszaros.boglarka@ktk.pte.hu

DOI: 10.15170/TVT.2023.08.02.05

Absztrakt

Az információszerzés számos előnnyel járhat, ennek ellenére az egyének gyakran döntenek úgy, hogy inkább elkerülik az egyes információkat. Nincs ez másként a vállalkozói oldal esetében sem. A turisztikai szolgáltatók sok esetben inkább figyelmen kívül hagynak és aktívan kerülnek egy turisztikai attrakcióval kapcsolatos olyan információt, aminek feltárása, nyilvánosságra kerülése negatív következményekhez vezetne. Ugyanakkor, a mesterséges storytellingre épülő sötét turizmus jelenségét vizsgálva, a turisztikai termékek és szolgáltatások értékesítése – részben az információkerülés által – bizonyos etikai kérdéseket is felvet.

Arra az elképzelésre építve, hogy átfogóbb és teljeskörű képet kell kialakítanunk a sötét turizmus kínálati oldalának az etikailag megkérdőjelezhetően hozott döntések ok-okozati összefüggéseiről, jelen cikk áttekinti az információkerülés, a sötét turizmus és az etikus döntéshozatal fogalmi hátterét, valamint kritikai elemzés keretében feltárja a turisztikai szolgáltatók információkerüléshez vezető motivációinak elméleti vonatkozásait.

Tekintve, hogy a szakirodalom elsősorban a sötét turizmus etikai aggályával foglalkozik, kevesebb figyelmet szentelnek az etikátlan viselkedés okainak feltérképezésére. Ez az elméleti tanulmány ezt a hiányosságot igyekszik pótolni.

Kulcsszavak: információkerülés, etikus döntéshozatal, sötét turizmus, kínálat

Benyújtás ideje: 2023. február 19.

Elfogadás ideje: 2023. június 28.

Közlés ideje: 2023. június 30.

THE ROLE OF INFORMATION AVOIDANCE IN ETHICAL DECISION-MAKING ON THE SUPPLY SIDE OF DARK TOURISM

Abstract

Obtaining information can have many benefits, yet individuals often choose to avoid certain information. This applies to the business side as well. In many cases, tourism operators prefer to ignore and actively avoid information about a particular tourist attraction, the disclosure of which could lead to negative consequences. However, examining the phenomenon of dark tourism based on artificial storytelling, the marketing of tourism products and services, partly through information avoidance, raises certain ethical issues.

Building on the idea that we need to create a more comprehensive and complete picture of the supply-side of dark tourism and the causal links between ethically questionable decisions, this paper reviews the conceptual background of information avoidance, dark tourism and ethical decision-making, and explores the theoretical implications of the motivations of tourism service providers leading to information avoidance through a critical analysis. Given that the literature primarily focuses on the ethical concerns of dark tourism, there is less attention paid to mapping out the causes of unethical behaviour. This theoretical study aims to fill this gap.

Keywords: information avoidance, ethical decision-making, dark tourism, supply

Received: 19 February 2023

Accepted: 28 June 2023

Published: 30 June 2023

1. Bevezetés

Jelen tanulmány kiindulópontjaként megállapítható, hogy a tudás abban az esetben tekinthető igazán értékesnek, ha a racionális döntéshozatal érdekében általa képesek vagyunk jobb döntések meghozatalára, így tehát célszerű a teljes érvényűnek gondolt információkból kiindulnunk, azokat nem hagyhatjuk figyelmen kívül (GOLMAN – HAGMANN – LOEWENSTEIN 2017). Azonban fontos kiemelni, hogy bármennyire is értékes és fontos egy adott információ, az egyének gyakran elkerülik azt, ha a tudatlanságból stratégiai előnyük származhat (SWEENEY et al. 2010, GOLMAN et al. 2017). Abban az esetben, ha az egyének tudatában vannak annak, hogy az információ létezik, de ennek ellenére mégis az információkerülés mellett döntenek, aktív információkerülésről beszélünk (GOLMAN et al. 2017).

A sötét turizmus, mint a kulturális turizmushoz köthető turisztikai niche egyre nagyobb szerepet tölt be a modern turizmus keresleti és kínálati folyamataiban (SEATON 1999). Bár nem tekinthető újszerű jelenségnek, a (közösségi) médiának és a célzott marketingtevékenységnek köszönhetően az utóbbi években a sötét desztinációk, avagy az emberiség történelmének legsötétebb helyszínei, például gyilkos merényletek, népirtások, katasztrófa- vagy háborús helyszínek felkeresése iránti érdeklődés ugrásszerűen növekedett (MARTON – ERNSZT – BIRKNER 2020). Témánk tekintetében fontos azt is megjegyeznünk, hogy a fogyasztói igények kielégítése érdekében a turisztikai szolgáltatók egyrészt autentikus élményeket és utazási tapasztalatot nyújtanak (KUNDI 2018, GONDA 2022, CSAPÓ – TÖRŐCSIK 2020, CSAPÓ 2016), másrészt viszont a mesterséges storytelling módszerét is alkalmazhatják az attrakció népszerűsítése érdekében. A bizonyított valóságtartalommal bíró elemek hiányában, a turisztikai terméket vagy szolgáltatást olyan mesterséges – nem feltétlenül fiktív – elemekkel bővíthetik (CALVI – HOVER 2021), amelyek eltorzíthatják a kereslet turisztikai élményét, az oktatói jelleget pedig a szórakoztatás váltja fel (PARKS 2019, TÖRŐCSIK – CSAPÓ, 2018).

A sötét turizmus a fentiek mellett rendkívül megosztó jelenség is, hiszen többek közt etikai kérdéseket vet fel az egyes tragikus történelmi események árucikként való kezelése és értékesítése (STONE – SHARPLEY 2008, KENNEL – POWELL 2020), az ismeretterjesztés, a tiszteletnyilvánítás, az oktatói jelleg és a szórakoztatás közötti egyensúly megtalálása pedig a legtöbb turisztikai szolgáltató számára kihívást jelent (A SÖTÉT TURIZMUS ÉTIKALAUZA 2020). Természetesen e tragikus események turisztikai célú felhasználását kellő érzékenységgel és óvatossággal szükséges kezelnünk, a vállalkozói oldal felelőssége, hogy milyen módon kerülnek bemutatásra a vonzerő történelmi elemei (GÁSZNÉ – PENTZ 2020). A sötét turizmus fogalmának pontos, mélyreható ismerete, valamint a megfelelő, etikai szempontokat előnyben részesítő menedzsment- és marketingtevékenység alapvető feltétele annak, hogy a sötét helyszínek ne váljanak szenzációhajhász látványosságokká (STONE 2007).

Jelen tanulmány fő célja, hogy feltárja, milyen szerepet tölt be az aktív információkerülés a sötét turizmus kínálati oldalát érintő etikai döntések meghozatalában. A munka keretében a rendelkezésre álló szakirodalom kiegészítésének céljából azt vizsgáljuk, hogy miben nyilvánulnak meg a szektor turisztikai szolgáltatóinak az információkerüléshez vezető motivációi, mi áll etikailag megkérdőjelezhető attitűdjük hátterében. A módszertan tekintetében a kutatott téma elméleti vonatkozásai szakirodalom-elemzés keretében szekunder forrásokra alapozva kerülnek bemutatásra, a munka végén pedig a Szerző javaslatokat fogalmaz meg a vállalkozói oldal etikus döntéshozatalát elősegítő tényezőkre vonatkozóan.

2. Szakirodalmi háttér

2.1. Az információkerülés kontextusa

Az információkerülés fogalma tágran értelmezve olyan viselkedési vagy kognitív folyamatra vonatkozik, amely lehetővé teszi az egyén számára, hogy elkerülje a rendelkezésre álló

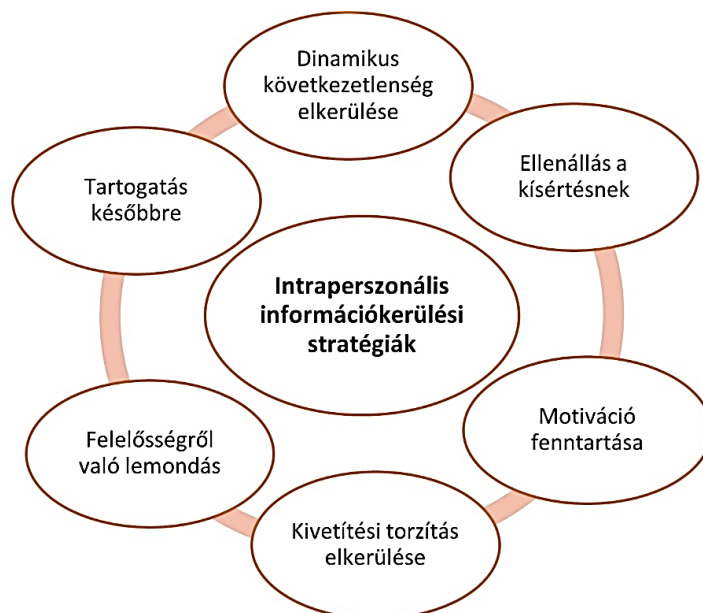
információ megszerzését, ami negatív következményekkel járna (SWEENY et al. 2010, GOLMAN et al. 2017). Ahogyan a definíció is jelzi, a folyamat során az információk főleg negatív egyéni és társadalmi hatásaitól, következményeitől próbáljuk megóvni magunkat, ugyanakkor előfordulhat, hogy ha az információt még kellemesebb lesz felfedezni egy későbbi időpontban, akkor az egyén stratégiaileg későbbre tartogathatja azt (MISCHEL – BAKER 1975). Ennek ellenére nem csak akkor folyamodunk az információkerüléshez, ha annak stratégiai indoka van, hanem akkor is, ha tartunk hiedelmeink, meggyőződéseink megváltozásától (NOREM – CANTOR 1986, KUNDA 1990, KÖRÖSI 2015). Az információkerülés okait – különös tekintettel a stratégiai információkerülés altípusaira – a későbbiekben részletesen tárgyalom.

Az információkerülés megnyilvánulhat aktív és passzív módon. Előbbiről akkor beszélhetünk, ha tisztában vagyunk azzal, hogy az információ létezik, szabadon és ingyen hozzáférnénk, azonban úgy döntünk, hogy nem szerezzük meg (KURILLA – RANYARD 2009), sőt verbális vagy fizikai erőfeszítéseket eszközölünk annak elkerülésére (SWEENY et al. 2010). Ezzel szemben utóbbi nem tudatos folyamat, mely során nem teszünk tudatos erőfeszítéseket az információszerezésért, így az információt téltelenséggel kerüljük el (SWEENY et al. 2010).

GOLMAN et al. (2017) az információkerülést két nagy kategóriába csoportosítják: a hedonikus információkerülés, jellemzően az olyan hírek elkerülésének vágyára utal, amelyek negatívan hatnának az egyénre; a stratégiai információkerülés pedig vonatkozhat az egyénre, valamint az egyének közötti, főként manipulációs céllal alkalmazott információkerülési stratégiákra.

A stratégiai információkerülés intraperszonális vonatkozásban GOLMAN et al. (2017) alapján hat alrészre bontható, melyeket az 1. ábra szemléltet.

1. ábra: Intrapersonális információkerülési stratégiák



Forrás: saját szerkesztés GOLMAN et al. (2017) alapján

A dinamikus következetlenség arra utal, hogy a döntéshozó preferenciái idővel úgy változnak, hogy az egyik időpontban előnyben részesített preferenciák nem állnak összhangban azzal, amit az egyén egy másik időpontban preferál, mindez az ének (selfek) belső inkonzisztenciájához vezet (ALESSANDRIA – BOSSAERTS – GUARINI 2017). Ha az egyének tisztában vannak azzal, hogy időbeli inkonzisztens preferenciáik vannak, akkor az információelkerülést arra használják, hogy megakadályozzák magukat abban, hogy a jövőben újra átgondolják döntéseiket, amikor egyébként engednének a kísértésnek. Egyes esetekben az emberek azért

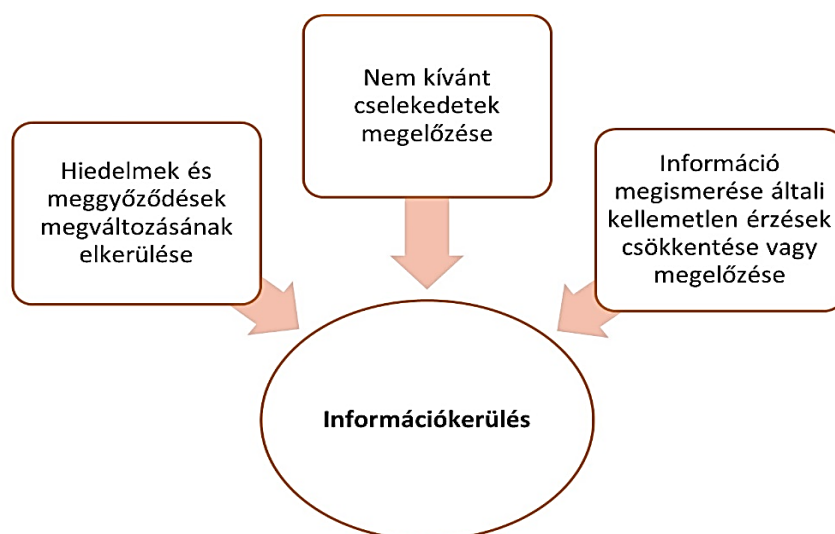
kerülnek az információkat, mert attól tartanak, hogy bizonyos típusú információk, amelyekhez hozzájuthatnak, demotiválóak lennének számukra (GOULAS – MEGALOKONOMOU 2015). Az ezirányú kutatások szerint az egyének elkerülik a saját képességeikre vonatkozó információkat annak érdekében, hogy a túlzott magabiztosságot fenntartsák, és ellensúlyozzák a motivációs hiányosságot. A kivetítési torzítás intraperszonális vonatkozásban azt a meggyőződést jelenti, hogy jelenlegi preferenciáink nagyon hasonlóak lesznek a jövőbeliekhez, így előzetesen kivetítjük őket a jövőre nézve (KOVÁCS 2020). A preferenciaváltozásunk mértékének alábecsülése belső konfliktushoz vezethet. Interperszonális vonatkozásban a kivetítési torzítás azt feltételezi, hogy meg vagyunk győződve arról, hogy másoknak ugyanazok a prioritásaik, attitűdjeik vagy meggyőződéseik vannak, mint nekünk. Mindez különösen romboló hatással bírhat a csoportszinergiára (TVERSKY – KAHNEMAN 1981).

Bizonyos esetekben az egyének nem akarják megszerezni az információkat azért, mert attól tartanak, hogy az információ megszerzése miatt bűnösnek érzik magukat a hanyag vagy etikailag megkérdőjelezhető viselkedésük miatt. Lényegében elutasítják a felelősségvállalást és ún. önbecsapási stratégiákat alkalmaznak az önvád elkerülése érdekében (GOLMAN et al. 2017).

Amint azt már az előbbieken láthattuk, az információkerülés pozitív indíttatású is lehet, előfordulhat, hogy az információt értékesebb lesz a jövőben feltárni, mint a jelenben. Ennek oka, hogy a késleltetett információ más információkkal együtt fog érkezni, melyek kiegészítik egymást. A nem tudás ugyanakkor feszültséget teremt, ezáltal fokozza az információ felfedezésének élményét (ELY-FRANKEL-KAMENICA 2015).

Az információkerülés nem kívánt következményeinél maradván, SWEENEY et al. (2010) az információkerüléshez vezető három legfontosabb motivációt azonosítják (2. ábra).

2. ábra: Az információkerülés fő motivációi



Forrás: saját szerkesztés SWEENEY et al. (2010) alapján

A szerzők rámutatnak arra, hogy a három motiváció működhet egymástól függetlenül vagy együttesen, tehát az egyének egy vagy több okból kifolyólag is kerülhetik az információkat.

Az egyének jellemzően elzárkóznak az olyan meggyőződések megismerésétől, amelyek eltérnek saját meggyőződéseiktől, és hajlamosak olyan információkat keresni, amelyek saját attitűdjeiket, döntéseiket, hiedelmeiket igazolják (SMITH et al. 2008). A potenciálisan nem kívánt információk megismerése három különböző hiedelmentípust veszélyeztethet: az önmagunkról, másokról és a világról alkotott hiedelmeinket (SWEENEY et al. 2010). Erőfeszítéseket teszünk annak érdekében, hogy az ezekkel kapcsolatos meggyőződéseink megkérdőjelezhetetlenek maradjanak.

Az információkerülés másik oka lehet, ha az információ olyan cselekedeteket, lépéseket követel meg a döntéshozótól, amelyek megtételére nem hajlandó (TETLOCK et al. 2000). Az egyének dönthetnek úgy, hogy elkerülik az információt, ha az viselkedésük megváltoztatására sarkallná őket. Amennyiben a változást kellemetlennek, kényelmetlennek vagy költségesnek ítéljük meg, hajlamosak vagyunk az információ elkerülésére még akkor is, ha a változtatások célszerűek és hasznosak lennének (LEE – PARK – JU 2010).

Az információkerülés harmadik és egyben – SWEENY et al. (2010) megállapítása szerint – leggyakoribb oka az információ megismerése miatti negatív érzelmi hatásoktól való félelem. Az egyének az információ elkerülése mellett döntenek, ha úgy sejtik, hogy az információ olyan negatív érzelmeket válthat ki belőlük, mint a szomorúság, demotiváltság, csalódás, félelem, düh, szégyenérzet vagy büntudat.

Az információkerülés elméleti, a jelen tanulmány szempontjából releváns vonatkozásainak ismertetése után, a következő fejezetekben az aktív információkerülés sötét turizmusban betöltött szerepének bemutatására kerül sor az etikus döntéshozatal tükrében, turisztikai esettanulmányokon és gyakorlati példákon keresztül.

2.2. A sötét turizmus kontextusa

A halálhoz, bűnhöz vagy más sötét témához köthető helyszínek látogatása rendkívül hosszú múltra tekint vissza (SEATON 1999, STONE 2005, MARTON – ERNSZT – BIRKNER 2020), már az ókori gladiátorjátékokat, vagy a középkori nyilvános kivégzéseket is hatalmas érdeklődés övezte. Az emberi természetünk része, hogy feltárjuk létezésünk árnyoldalait, ugyanakkor fontos, hogy megértsük, tiszteljük és okuljunk a múlt tragédiáiból, a történelem tanításait a jövőnk formálására használjuk (A SÖTÉT TURIZMUS ÚTIKALAUZA 2020).

A sötét turizmus definíciójának megalkotása FOLEY – LENNON (1996) nevéhez fűződik. E meghatározás szerint a sötét turizmus „a valós és árucikké tett halál és katasztrófa helyszíneinek bemutatását és fogyasztását” jelenti (FOLEY – LENNON 1996:198 Ford. a Szerző). Később a szerzők már egy jóval árnyaltabb keretet adnak a kifejezésnek, azonosítva az ahhoz köthető motivációkat, eszerint a halálhoz, katasztrófához vagy tragédiához kapcsolódó helyszínek meglátogatása az emlékezés, oktatás vagy szórakoztatás céljából történik (LENNON – FOLEY 1997). Mindemellett újabb nézőpontok alakították a jelenség interpretációját, ROYEK – URRY (1997) például a szenzációs, illetve a nosztalgikus jelzőkkel asszociálja a sötét helyszíneket. Ezzel párhuzamosan több szerző: SEATON (1996) és STONE (2006) is inkább a thanaturizmushoz kapcsolja a sötét turizmust, ami alatt olyan utazást értünk, amelyet „részben vagy teljes egészében a halállal történő valóságos vagy szimbolikus találkozás vágya motivál...” (SEATON 1996:234). A két fogalmat a legtöbb esetben szinonimaként használják a hazai és nemzetközi szakirodalomban (SEATON 1999, STONE – SHARPLEY 2008, HALL – GÖSSLING 2010, REMENYIK – DÁVID 2020).

Mivel a sötét turizmus meglehetősen tág és sokféleképpen értelmezett kifejezés, aligha adja át a sötét turisztikai kínálat sokrétűségét. STONE (2006) a sötétség spektrumának fogalmát írja le. A spektrum legsötétebb végén a szenvedéshez, halálhoz köthető események, helyszínek helyezkednek el, melyeket főként oktatási és megemlékezési céllal látogatnak (KENNELL – POWELL 2020). A spektrum világosabb végén a turisztikai termékek az ún. „ijesztő turizmushoz” kapcsolódnak (BRISTOW 2020). Ide tartoznak a szellemtúrák, kísértetházak vagy ijesztő történetek, legendák. Egyesek számára a sötét turistalátványosságok felkeresése az izgalom keresésének egyik módja, mivel ezek a helyek gyakran hátborzongató hangulatúak (SÓLYOM – KISS – SZTANKÓ 2016), ugyanakkor valóságtartalmuk megkérdőjelezhető, és inkább szórakoztató jellegűek. BRYMAN (2004) a *disneyfikáció* vagy a *disneyizáció* fogalmát írja le, amely során egy helyszínt, eseményt vagy terméket a Walt Disney vidámparkjainak sterilizált és kereskedelmi képére formálnak át. Ez magában foglalhatja a kényesebb vagy

vitatottabb elemek eltávolítását a családbarátobb élmény megteremtése érdekében. HERRERO (2001) és DI BELLA – WINTER (2010) rámutat arra, hogy bizonyos sötét turisztikai helyszínek esetében megfigyelhető a disneyizáció jelensége, a tematizálás, a márkaépítés és más kereskedelmi taktikák alkalmazásával.

Ahogy a különböző definíciók, úgy a jelenséghez köthető motivációk is kiegészültek az elmúlt évtizedek során, melyek elősegíthetik a meglehetősen komplex, egységes meghatározás hiányában nehezen érthető jelenséget. LIGHT (2017) a LENNON – FOLEY (1997) által azonosított motivációkat a következőkkel egészítette ki: kíváncsiság, tiszteletnyilvánítás, zarándoklat, a helyszínek felfedezése és a szabadidő iránti vágy. SÓLYOM – KISS – SZTANKÓ (2016) és MICHALKÓ (2020) szerint az empátia fontos motivációs tényező lehet, hiszen az egyének gyakran azért látogatják a sötét turisztalátványosságokat, hogy kapcsolatba kerüljenek mások szenvedésével, és kifejezzék empátiájukat, együttérzésüket.

A sötét turizmus fogalmi hátterének további bővítése érdekében, az ismertett meghatározások alapján a Szerző a következőképpen alkotja meg a jelenség definícióját: a sötét turizmus tragikus eseményekhez és más sötét témához kapcsolódó valós vagy kevésbé autentikus helyszínek felkeresésére utal, amelyet – a disneyizáció mértékétől és az egyéni fogyasztói preferenciáktól függően – olyan tényezők motiválnak, mint az emlékezés, tiszteletnyilvánítás vagy a tanulás iránti vágy, ugyanakkor a szórakozás és a szenzációhajhászás is a látogatás célját képezheti.

A sötét turizmus kínálati oldalát tekintve, a sötét helyszínek bemutatása, közvetítése a kereslet felé nagymértékben függhet a turisztikai szolgáltatók meggyőződéseitől, preferenciáitól, attitűdjeitől. Míg egyes helyszínek autentikus élményeket nyújtanak, addig mások kiszínezett vagy kitalált elemekre építve eltorzítják a fogyasztói élményt. Jó példa lehet erre az erdélyi Törösvári (Bran)-kastély, amely Bram Stoker a hírhedt Karóbahúzó Vladot mintázó Drakula figurájának köszönheti ismertségét. Az erősen kommercializált kastély teljes kínálata az 1897-ben kiadott fikatív regény, és az azóta készült számtalan filmadaptációra épül, amely autentikus, valóságtartalommal bíró elemeket aligha tartalmaz.

Az előző fejezetben láthattuk, hogy a turisztikai szolgáltatók tudatosan elkerülhetik a sötét desztinációkkal kapcsolatos olyan negatív információkat, amelyek nemkívánt kötelezettségek teljesítésére kényszerítené őket. Mindezt jól példázzák a 2011-es fukushimai atomerőmű-baleset helyszínével kapcsolatos ellentmondásos információk. 2016-ban a katasztrófa sújtotta terület nagy részét a kormány és minden illetékes szerv biztonságosnak nyilvánította, ekkor el is kezdték a lakosok visszatelepítését az érintett városrészekbe. A katasztrófa helyszínt 2018-ban nyitották meg a látogatók előtt, amely a legtöbb turisztikai szolgáltatónak kedvezett, jelenleg is számos vezetett túra érhető el a turisták számára. A megnyitás évében a gyarapodó látogatószámmal párhuzamosan olyan információk jelentek meg a médiában, miszerint a radioaktív sugárzás szintje bizonyos, a turisták által is látogatható területeken kiugróan magas, a helyi vendéglátóegységekben értékesített ételek fogyasztása pedig nem biztonságos (BLAIR 2018). A kormány és a helyi szolgáltatók egyöntetűen tagadják az információkat.

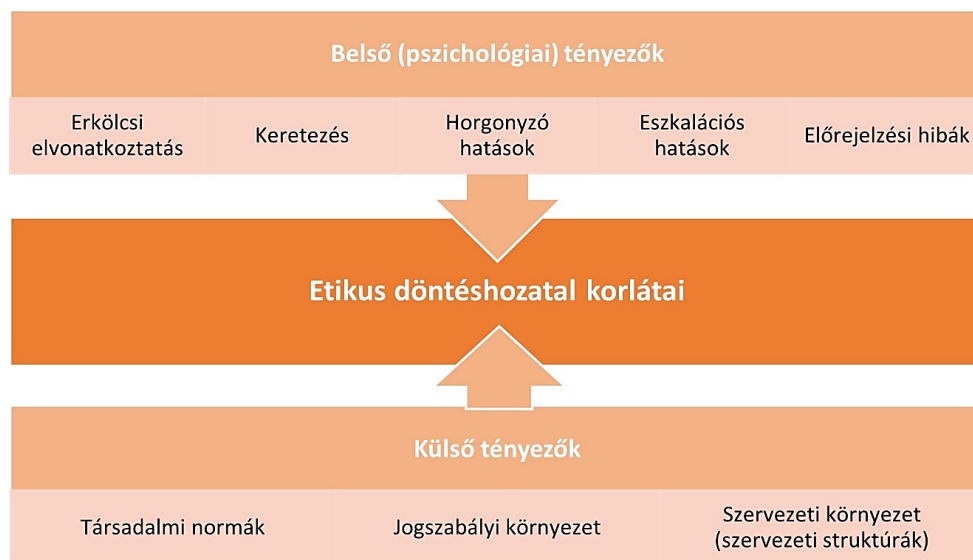
Hasonló információk jelentek meg a Kazahsztánban található szemipalatyinszki kísérleti telep kapcsán is, ahol 1949 és 1989 között a szovjetek 456 nukleáris tesztet folytattak le. A posztszovjet időszakban a kazah vezetésük nukleáris biztonságért tett erőfeszítéseit világszerte elismerték. Az egykori telep nyitott a turisták előtt, a becsapódott atombombák krátereiben kialakult mesterséges tavak pedig turisztikai attrakciónak minősülnek. Bár a területet biztonságosnak nyilvánították, az aktuális kutatások szerint (STAWKOWSKI 2016, 2017) a radioaktív sugárzás mértéke még mindig káros az egészségre. A sugárzásnak különösen a helyiek vannak kitéve, akik napi rendszerességgel áthaladnak a telephelyen, a tavakból pedig rendszeresen halásznak. STAWKOWSKI (2016) szerint a helyi lakosokat nem világosította fel

a kormány a terület veszélyeiről, nem biztosít megfelelő anyagi forrásokat a környezeti tisztításhoz, és nem teszi meg a szükséges intézkedéseket a polgárok fizikai védelme érdekében. A példák ismeretében felmerülhet a kérdés, hogy indokolt-e a sötét helyszínek, látnivalók és kiállítások létjogosultsága. STONE (2007) szerint a sötét turizmus lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy szembesüljenek saját és mások mortalitásával, emellett jelentős szerepet játszanak a nemzeti identitás kialakításában és a gyakran vitatott történelem megértésében (LEMELIN et al. 2013, DE-MIGUEL-MOLINA – BARRERA-GABALDÓN 2019, KENNEL – POWELL 2020). Mindez részben igazolhatja az ilyen helyszínek a turizmus vérkeringésébe való bevonását, de természetesen csak abban az esetben, ha azok nem ütköznek etikailag megkérdőjelezhető kérdésekbe.

2.3. Az etikus döntéshozatal kontextusának elméleti háttere

Az etikus döntéshozatal kontextusának tárgyalása kapcsán le kell szögeznünk, hogy az egyéneknek tisztában kell lenniük azzal, hogy döntéseik etikai következményekkel járhatnak, melyek nem csak a saját, de mások életére is hatással lehetnek. Az etikus döntéshozatali folyamat egyik feltétele, hogy az egyének tudatos, racionalitásra épülő döntéseket hozzanak (JONES 1991), illetve a viselkedésetikai megközelítés alapján az is megállapítható, hogy az egyén viselkedését számos belső és külső tényező befolyásolhatja (3. ábra).

3. ábra: Az etikus döntéshozatalt korlátozó belső és külső tényezők



Forrás: saját szerkesztés

Ezek szerint egyrészt beszélhetünk az egyénben zajló kognitív, motivációs és affektív tényezőkről, mint pszichológiai folyamatokról, másrészt a szituációs tényezőkről, melyek értelmében az egyén viselkedését a környezeti hatások alakítják (TÖRŐCSIK 2011, SHU – GINO 2012). Mivel cselekedeteinket nem csak a kognitív folyamatok irányítják, erkölcsi dilemmáinkkal kapcsolatos döntéshozatali képességeink racionalitásukban korlátozottak (VANDEKERCKHOVE – DE CREMER 2016). A folyamat leírására BANAJI – BHASKAR (2000) a „korlátozott etikusság” fogalmát használja, ami azt jelenti, hogy az egyének tudatosságukon kívül olyan előítéleteket, meggyőződéseket alakítanak ki, amelyek elősegítik az egyének által etikusnak gondolt, de valójában kétes és etikátlan cselekedeteket. Számos olyan pszichológiai tényező létezik, amelyek az egyéneket etikátlan viselkedés tanúsítására ösztönzik. Ezek VANDEKERCKHOVE – DE CREMER (2016) összesítése szerint a következők:

- Erkölcsi elvonatkoztatás (információkerülés)
- Keretezés

- Horgonyzó hatások
- Eszkalációs hatások
- Előrejelzési hibák

Az erkölcsi elvonatkoztatás vagy információkerülés lehetővé teszi az egyének számára, hogy megváltoztassák az etikus viselkedésről alkotott hiedelmeiket, azért, hogy a viselkedésüket etikailag megengedettnek tekinthessék (BANDURA 1990, BANDURA et al. 1996, SHU – GINO 2012), például egyes kutatási eredmények szerint a korrump személyek hajlamosak arra, hogy ne gondolják magukat korruptnak (ASHFORTH – ANAND 2003).

Attól függően, hogy egy adott helyzetet hogyan értékelünk hatással van arra, hogy hogyan interpretáljuk erkölcsi dilemmáinkat és hogyan hozunk döntéseket (KAHNEMAN – TVERSKY 2000). A keretezés többnyire a veszteség-nyereség kontextusa kapcsán példázható. A veszteséget ugyanis kellemetlenebbnek tartjuk, mint az azonos nagyságrendű nyereséget kellemesnek (KAHNEMAN – TVERSKY 1981), ez pedig nagyobb kockázatvállalásra ösztönözhet minket, ami etikai normákat sértő viselkedéshez vezethet (VANDEKERCKHOVE – DE CREMER 2016). Például egy ausztráliai székelyű, borokat gyártó és forgalmazó cég a 18. században Ausztráliába száműzött 19 brit elítélt arcképével és nevével ellátott termékeket értékesít. Etikai kérdésbe ütközhet a bűnözéshez társítható személyek identitásának ilyen célú felhasználása, különösképpen, ha annak célja a jövedelemszerzés.

A keretezési hatások negatív hozadékai az ún. horgonyzó hatások. Eszerint döntéseinket nagy mértékben befolyásolják a rendelkezésünkre álló és hozzáférhető irreleváns információk, amelyek téves ítéletalkotáshoz, illetve döntéshez vezetnek (VANDEKERCKHOVE – DE CREMER 2016). Az eszkalációs hatás azt feltételezi, hogy a rossz viselkedés lassan és fokozatosan alakul ki, az etikátlan döntések és cselekedetek egy része lassan növekszik, azonban a fokozatos változásokat rendszerint nem vesszük észre. Jó példa lehet erre a család vagy a korrupció is.

Az egyének által a jövőben meghozandó döntésekkel kapcsolatos előrejelzéseik különösen fontosak az etikátlan viselkedés kialakulásának megértéséhez. EPLEY – DUNNING (2000) szerint az emberek túlbecsülik a társadalmilag kívánatos viselkedésre való hajlamukat, és alábecsülik az etikailag megkérdőjelezhető vagy deviáns viselkedésre való hajlamukat. Tehát a logika mentén etikus viselkedésünkre vonatkozó előrejelzésünk is torz képet mutathat.

Az egyén viselkedését a pszichológiai folyamatok mellett külső, társadalmi tényezők is befolyásolják, ilyen például a csoporthatás, ami azt jelenti, hogy a csoport nyomására hajlamosak vagyunk egyéni ítéleteinktől elvonatkoztatni. Így könnyen eltérhetünk a jónak tartott viselkedéstől, ha a többség viselkedése az ellenkező irány felé tart (VANDEKERCKHOVE – DE CREMER 2016). A társadalmi normák alapvetően korlátozhatják az etikus döntéshozatalt, ha a döntéshozó úgy érzi, hogy egy adott döntés ellentétes a társadalom által elfogadott értékrenddel (NEWTON – TREVINO, 1993).

Amikor az egyének olyan megengedő környezetben szembesülnek, ahol a csalást elfogadható viselkedésként értelmezik, enyhébb etikai normákhoz vezet (SHU – GINO – BAZERMAN 2011). Ilyen enyhe körülmények mellett az egyén képes megőrizni etikailag megkérdőjelezhető erkölcsi önképét (SHU – GINO 2012).

Az adott jogszabályi környezet megkötheti a döntéshozó kezét abban, hogy milyen cselekvéseket hajthat végre, és megakadályozhatja az olyan döntések meghozatalában, amelyek a társadalom vagy a morál szerint elfogadhatatlanok (MALLIN 2000). Például a mexikói Guanajuato településen található El Museo de las Momias, azaz múmiamúzeum az 1830-as években kitört kolerajárvány idején elhunyt áldozatok sírhelyeit érintő adózási törvény következtében jött létre. A törvény miatt számos holttestet hantoltak ki az 1970-es években, melyeket huzamosabb ideig egy olyan helyi épületben tároltak, ahol természetes módon

mumifikálódtak. A temető hamarosan belépődíjat kezdett szedni az érdeklődő látogatóktól, később pedig múzeumot hoztak létre. Felmerül a kérdés, hogy mennyire etikus árucikként kezelni az áldozatokat és hozzájuk köthető ajándék- vagy emléktárgyakat árusítani. Bizonyos esetekben vékony a választóvonal a megemlékezés, a tiszteletadás vágya és a kommercializálódás között. Hasonló helyzettel találkozunk a szentpétervári Kunstkamera Múzeumban is, amelynek „ereklyéi” Nagy Péter cárig nyúlnak vissza. A múzeumban különböző fejlődési rendellenességű konzervált csecsemőket, emberi testrészekből készült tárgyakat lehet megtekinteni, hasonlóan a philadelphiai Mütter Múzeumhoz. Ez utóbbi célja az, hogy segítsen a közönségnek „értékelni az emberi test rejtjelmeit és szépségeit” (A SÖTÉT TURIZMUS ÚTIKALAUZA 2020:123).

A szervezeti környezet, a különböző szervezeti struktúráktól függően szintén etikátlan viselkedéshez vezethet. A merev és bürokratikus döntéshozatali struktúrák hierarchikus felépítésűek, ami nem teszi lehetővé a szervezeten belüli szoros kapcsolatok kialakulását. Ezzel szemben a rugalmas és decentralizáltabb struktúrájú szervezetekben gördülékenyebben áramlik az információ (KHANDWALLA 1977). Következésképpen a bürokratikusabb szervezetekben nagyobb lehet az etikátlan viselkedés kialakulásának valószínűsége (VANDEKERCKHOVE – DE CREMER 2016). Mindemellett a szervezeti környezeten belüli és büntetési rendszerek alkalmazása vagy a méltányosság észlelt mértéke is hatással lehet az etikátlan viselkedés kialakulására.

3. Következtetések és javaslatok

Láthattuk, hogy az információkerülésnek számos stratégiai indoka lehet, a turisztikai szolgáltatók aktívan kerülhetik a sötét helyszínekhez kapcsolódó kellemetlen, tragikus, a halálhoz vagy szenvedéshez köthető események megismerését, ha tartanak attól, hogy az információ kötelezné őket olyan cselekedetek és döntések meghozatalára, amelyeket kényelmetlennek vagy költségesnek ítélnék meg. Mindezek a fukushimai atomerőmű-baleset, vagy a szemipalatyinszki kísérleti telep példája kapcsán is megállapíthatók, bár az előbbi esetében a források hitelességére való tekintettel fenntartással kezelendők.

Ha a sötét turisztikai termék önmagában nem értékesíthető, azt a fogyasztók számára attraktív köntösbe szükséges csomagolni. Ez a folyamat megkívánhatja bizonyos információk elhallgatását, mások felnagyítását és kiszínezését, vagy teljesen új elemek létrehozását, ahogyan ez az erdélyi Töröcsvári (Bran)-kastély esetében is történt. Ugyanakkor előfordulhat, hogy egy sötét turisztikai helyszín autentikus bemutatása jelentős költségeket vonna maga után, így a szolgáltatók dönthetnek úgy, hogy tudatosan kerülik a helyszínhez köthető történelmi háttér egyes aspektusainak megismerését, megóvva magukat a kellemetlen kiadásoktól és az információval járó olyan negatív érzelmi hatásoktól, mint a szégyenérzet vagy büntudat. Az információkerülésre, erkölcsi elvonatkoztatásra vonatkozó döntésük ebben az esetben torzított fogyasztói élmény kialakulásához vezet, ami etikailag megkérdőjelezhető magatartásra utalhat. Az erkölcstelen döntéshozatalt olyan társadalmi tényezők támogathatják, mint a megengedő, enyhébb ítéletalkotást tanúsító környezet. Ilyenformán egy bürokratikus jogi vagy szervezeti környezet etikátlan magatartásra ösztönözheti a vállalkozói oldalt, hisz amint arra a szakirodalom és a sötét turizmusból vett példák, mint a guanajuatoi El Museo de las Momias vagy a szentpétervári Kunstkamera Múzeum rámutatnak, az ehhez hasonló körülmények mellett az egyén képes megőrizni etikailag megkérdőjelezhető erkölcsi önképét.

A szervezeti és politikai légkör etikai infrastruktúrájának kialakítása elengedhetetlen a sötét turizmust – mint népszerű turisztikai nichet – érintő etikátlan viselkedés megelőzése szempontjából. Az ilyen környezet megteremtése minden esetben a vezetők hatáskörébe tartozik. Az etikusságra törekvő turisztikai szolgáltatóknak célszerű elvetniük azon meggyőződéseiket és figyelembe venniük azon előrejelzési torzításait, miszerint minden

helyzetben társadalmilag kívánatos viselkedést tanúsítanak és etikusán döntenek. Fontos megérteni, hogy csak akkor vagyunk képesek etikus döntések meghozatalára, ha azonosítjuk saját etikátlan viselkedésünket.

4. Összefoglalás

Jelen tanulmány keretében bemutatásra kerültek a sötét turizmus kínálati oldalát érintő, etikátlan magatartást indokló különböző tényezők, az információkerülés példáján keresztül. A tanulmány célul tűzte ki, hogy feltárja, a turisztikai szolgáltatók milyen okokból kifolyólag kerülhetnek az egyes sötét turisztikai helyszínekkel kapcsolatos negatív vagy tragikus eseményekről szóló információk megszerzését és közzétételét.

A kutatott téma szekunder forrásokon alapuló eredményei, a bemutatott gyakorlati példák rámutattak arra, hogy a turisztikai szolgáltatók – különböző belső és külső tényezők hatására – elkerülhetik a kényelmetlen vagy költséges döntések meghozatalát, és manipulációhoz vagy az információk visszatartásához is folyamodhatnak, annak érdekében, hogy a sötét terméket vonzóbbá tegyék.

A tanulmány amellett érvel, hogy a sötét turisztikai szektort érintő jogi és szervezeti környezetben elengedhetetlen egy olyan erkölcsi és etikai infrastruktúra létrehozása, amely által megelőzhető lehet az etikátlan magatartás kialakulása és gyakorlása. Másrészt azt is szükséges megjegyezni, hogy a különböző egyéni pszichológiai tényezők, operatív külső környezet mellett is megnehezíthetik, korlátozhatják az etikus döntéshozatalt. Ennek kapcsán érdemes lehet olyan kutatási irányokat meghatározni, amelyek a téma szekunder forrásokon alapuló hátterét, primer kutatásból származó új aspektusokkal egészítik ki, akár keresleti szempontok mentén.

Irodalomjegyzék

- ALESSANDRIA, G. – BOSSAERTS, P. – GUARINI, O. (2017): Self-control and consistency over time. *Review of Economic Studies*, 84(2): pp. 515-548. DOI: 10.4324/9780429026980-12
- ASHFORTH, B. E. – ANAND, V. (2003): The normalization of corruption in organizations. In: Kramer, R. M. – Staw, B. M. (eds.): *Research in Organizational Behavior. An annual series of analytical essays and critical reviews*, 25: pp. 1–52. DOI: 10.1016/s0191-3085(03)25001-2
- A SÖTÉT TURIZMUS ÚTIKALAUZA (2020): Axel Springer – Magyarország Kft. Kiadó, Budapest. pp. 112-119.
- BANAJI, M. R. – BHASKAR, R. (2000): *Implicit Stereotypes and Memory: The Bounded Rationality of Social Beliefs*. In: Schacter, D. L. – Scarry, E. (eds.): *Memory, Brain, and Belief* (139–175.), Harvard University Press.
- BANDURA, A. (1990): Selective Activation and Disengagement of Moral Control. *Journal of Social Issues*, 46(1): pp. 27–46. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1990.tb00270.x
- BANDURA, A. – BARBARANELLI, C. – CAPRA, G. V. – PASTORELLI, C. (1996): Multifaceted Impact of Self-efficacy Beliefs on Academic Functioning. *Child Development*, 67(3): pp. 1206-1222.
- BRISTOW, R. S. – JENKINS, I. S. (2020): Geography of Fear: Fright Tourism in Urban Revitalization. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(2): pp. 262–275.
- BRYMAN, A. (2004): *The Disneyization of Society*. SAGE Publications Ltd.
- CALVI, L. – HOVER, M. (2021): Storytelling for Mythmaking in Tourist Destinations. *Leisure Sciences*, 43: pp. 30-643.

- CSAPÓ J. (2016): Az aktív turizmus keresletének vizsgálata a turizmus legújabb trendjeinek tükrében. *START*, 1(2): pp. 13-23.
- CSAPÓ J. – TÖRÖCSIK M. (2020): *A turizmus jövője, a nemzetközi és hazai turizmus legújabb trendjeinek elemzése elméleti és gyakorlati megközelítésben*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs.
- DE-MIGUEL-MOLINA, M. – BARRERA-GABALDÓN, J. L. (2019): Controversial Heritage: The Valley of the Fallen. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(1): pp. 128-143. DOI: 10.1108/ijcthr-01-2019-0006
- DI BELLA, M. P. – WINTER, C. (2010): *Tourism and War: Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility*. Routledge.
- ELY, J. – FRANKEL, A. – KAMENICA, E. (2015): Suspense and Surprise. *Journal of Political Economy*, 123 (1): pp. 215–260. DOI: 10.1086/679695. DOI: 10.1086/677350
- EPLEY, N. – DUNNING, D. (2000): Feeling "holier than thou": Are self-serving assessments produced by errors in self- or social prediction? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6): pp. 861–875. DOI:10.1037/0022-3514.79.6.861
- FOLEY, M. – LENNON, J. J. (1997): Dark Tourism – An Ethical Dilemma. *Hospitality, Tourism and Leisure Management: Issues in strategy and culture*, pp. 153-164. DOI: 10.1002/jtr.371
- FOLEY, M. – LENNON, J. J. (1996): JFK and Dark Tourism: A Fascination with Assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2: pp. 198–211. DOI: 10.1080/13527259608722175
- GÁSZNÉ BÓSZ B. – PENTZ M. (2020): Friss élmények történelmi környezetben „élő várak” a németországi várak útján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 5(4): pp. 72-90. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.04.05
- GINO, F. – ARIELY, D. (2012): The Dark Side of Creativity: Original Thinkers can be More Dishonest. *Journal of Personality and Social Psychology* 102(3): pp. 445–459. DOI: 10.1037/a0026515
- GOLMAN, R. – LOEWENSTEIN, G. (2015): *The Demand For and Avoidance of Information*. Mimeo.
- GOLMAN, R. – HAGMANN, D. – LOEWENSTEIN, G. (2017): Information Avoidance. *Journal of Economic Literature*, 55(1): pp. 96-135. DOI: 10.1257/jel.20161279
- GONDA T. (2022): *Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljeség a turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- GOULAS, S. – MEGALOKONOMOU, R. (2015): *Knowing Who You Are: The Effect of Feedback on Short and Long Term Outcomes*. Mimeo.
- HALL, C. M. – GÖSSLING, S. (2010): Thanatourism: A review of the literature. *Tourism: An Interdisciplinary Journal*, 58(2): pp. 149-170.
- HERRERO, N. (2001): Heritage, Tourism and Society. *International Journal of Heritage Studies*, 7(4): pp. 387-402.
- JONES, T. M. (1991): Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue-Contingent Model. *The Academy of Management Review*, 16: pp. 366-395. DOI: 10.2307/258867

- KAHNEMAN, D. – TVERSKY, A. (2000): *Choices, Values, and Frames*. Cambridge University Press.
- KENNEL, J. – POWELL, R. (2020): Dark Tourism and World Heritage Sites: A Delphi Study of Stakeholder Perceptions of the Development of Dark Tourism Products. *Journal of Heritage Tourism*. DOI: 10.1080/1743873x.2020.1782924
- KHANDWALLA, P. N. (1977): *The Design of Organizations*. New York: Harcourt, Brace, Jovanovich.
- KOVÁCS K. (2020): A kivetítési torzítás, mint a fogyasztói hasznosságot befolyásoló döntési hiba. *Köz-gazdaság*, 15(3): pp. 119-136. DOI: 10.14267/retp2020.03.11
- KÖRÖSI A. (2015): *A Megerősítési Elvárások és Az Információelkerülés Kapcsolata a Médiában*. In: Körösi, A. (szerk.): *Az Információelkerülés a Médiában*. L'Harmattan Kiadó, pp. 57-74.
- KUNDA Z. (1990): The Case for Motivated Reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3): pp. 480-498. DOI:10.1037/0033-2909.108.3.480
- KUNDI V. (2018): Az élmény értelmezésének és tartalmi elemeinek átalakulása a 90-es évektől napjainkig. Idegenvezetők és utazási irodai referensek körében végzett felmérés eredményei. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 3(2): pp. 4-17.
- KURILLA, L. B. – RANYARD, R. (2009): Avoidance of Information in Decision Making. *Journal of Economic Psychology*, 30(3): pp. 442-449. DOI:10.1007/s12144-009-9056-z
- LEE, D. J. – PARK, J. – JU, H. (2010): An Exploration of the Relationship between Environmental Attitudes, Concerns and Behaviors in South Korea. *Journal of Cleaner Production*, 18(3): pp. 271-278. DOI: 10.1017/dmp.2020.72
- LEMELIN, R. H. – WHYTE, K. P. – JOHANSEN, K. – HIGGINS, F. D. – WILSON, C. – és mások (2013): Conflicts, battlefields, indigenous peoples and tourism: Addressing dissonant heritage in warfare tourism in Australia and North America in the twenty-first century. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3): pp. 257-271. DOI:10.1108/ijcthr-05-2012-0038
- LIGHT, D. (2017): Progress in Dark Tourism and Thanatourism Research: An Uneasy Relationship with Heritage Tourism. *Tourism Management*, 61: pp. 275-301. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.07.011.
- MALLIN, C. (2000): The Effect of Legal and Ethical Environments on Ethical Decision Making in Business. *Journal of Business Ethics*, 25(4): pp. 297-310. DOI: 10.1023/a:1006254324613.
- MARTON ZS. – ERNSZT I. – BIRKNER Z. (2020): Holidays to the Hells of Earth – Taking Risk as a Dark Tourist? Deturope – *The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 12(1): pp. 136-153. DOI:10.32725/det.2020.008
- MICHALKÓ G. (2020): *A bűn vonzásában: a sötét helyek turizmusa*. In: Michalkó, G. – Németh, J. – Ritecz, Gy. (szerk.): *Turizmusbiztonság*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, pp. 59-72.
- MISCEL, W. – BAKER, N. (1975): Cognitive and attentional mechanisms in delay of gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(2): pp. 254-261. DOI: 10.1037/h0032198.

- NEWTON, L. A. – TREVINO, L. K. (1993): The Influence of Social Norms on Ethical Decision Making. *Academy of Management Review*, 18(2): pp. 392-418. DOI: 10.1037/0022-3514.64.1.104
- NOREM, R. J. – CANTOR, D. (1986): The recreational uses of nature: A conceptual and empirical analysis. *Leisure Sciences*, 8(1): pp. 23-40.
- REMENYIK B. – DÁVID L. (2020): *A thanaturizmus fejlesztési lehetőségei Kelet-Közép-Európában*. In: Jászberényi, M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Akadémiai Kiadó, Budapest. DOI: 10.1556/9789634545224
- ROYEK, C. – URRY, J. (1997): *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. Routledge.
- SEATON, A. V. (1999): Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster. *Tourism Management*, 20(1): pp. 205-214. DOI: 10.1016/s0160-7383(02)00015-4
- SEATON, A. V. (1996): From Thanatopsis to Thanatourism: Guided by the Dark. *Journal of International Heritage Studies*, 2(2): pp. 234–244. DOI: 10.1080/13527259608722178
- SHU, L. L. – GINO, F. – BAZERMAN, M. H. (2011): Dishonest deed, clear conscience: When cheating leads to moral disengagement and motivated forgetting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(3): pp. 330–349. DOI: 10.1177/0146167211398138
- SHU, L. L. – GINO, F. (2012): Sweeping Dishonesty under the Rug: How Unethical Actions Lead to Forgetting of Moral Rules. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6): pp. 1164–1177. DOI: 10.1037/a0028381
- SMITH, S. M. – FABRIGAR, L. R. – NORRIS, M. E. (2008): Reflecting on six decades of selective exposure research: Progress, challenges, and opportunities. *Social and Personality Psychology Compass*, 2: pp. 464–493. DOI:10.1111/j.1751-9004.2007.00060.x
- SÓLYOM A. – KISS K. – SZTANKÓ D. (2016): Dark tourism. In: Fam, K. S. – Xing, N. – Liu, W. (eds.): *MAG Scholar Global Business, Marketing and Tourism Conference proceedings*.
- STAWKOWSKI, M. (2017): Life on an atomic collective: The post-Soviet retreat of the State in rural Kazakhstan. *Études rurales*, 200: pp. 196-219. <https://doi.org/10.4000/etudesrurales.11762>
- STONE, P. (2007): *Dark tourism: the ethics of exploiting tragedy*. Travel Weekly.
- STONE, P. (2006): A Dark Tourism Spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *An International Interdisciplinary Journal*, 54(2): pp. 145-160.
- STONE, P. – SHARPLEY, R. (2008): Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2): pp. 574–595. DOI: 10.1016/j.annals.2008.02.003
- SWEENEY, K. – MELNYK, D. – MILLER, W. – SHEPPERD, J. A. (2010): Information Avoidance: Who, What, When, and Why. *Review of General Psychology*, 14(4): pp. 340–353. DOI: 10.1037/a0021288
- TETLOCK, P. E. – KRISTEL, O. V. – ELSON, B. – GREEN, M. C. – LERNER, J. S. (2000): The psychology of the unthinkable: Taboo trade-offs, forbidden base rates, and heretical counterfactuals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5): pp. 853-870. DOI: 10.1037/0022-3514.78.5.853

TÖRŐCSIK M. (2011): *Fogyasztói magatartás*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J. – Gerdesics V. – Törőcsik M. (szerk.) *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet*. Pécs, Magyarország: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 541 p., pp. 8-22.

TVERSKY, A. – KAHNEMAN, D. (1981): The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481): pp. 453–458. DOI: 10.1126/science.7467967.

VANDEKERCKHOVE, W. – DE CREMER, D. (2016): Managing unethical behavior in organizations: The need for a behavioral business ethics approach. *Journal of Management & Organization*. DOI: 10.1017/jmo.2015.12.

Egyéb források

BLAIR, G. J. (2018): Japan's Fukushima Considering Action Over Netflix's 'Dark Tourist' Nuclear Episode <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/japans-fukushima-considering-action-netflixs-dark-tourist-nuclear-episode-1139290/>. Letöltve: 2023. június 27.

PARKS, K. (2019): Navigating dark tourism with respectful storytelling <https://corp.smartbrief.com/original/2019/12/navigating-dark-tourism-respectful-storytelling>. Letöltve: 2022. december 22.

STAWKOWSKI, M. (2016): The continuing danger of Semipalatinsk <https://thebulletin.org/2016/10/the-continuing-danger-of-semipalatinsk/>. Letöltve: 2023. június 27.