

# AZ EMPÁTIA HELYE ÉS SZEREPE A TURIZMUSBAN

## Csapó János

egyetemi tanár  
Pécsi Tudományegyetem  
csapo.janos@ktk.pte.hu

## BEVEZETÉS

Azt gondolom, hogy nem vállalom nagy kockázatot azzal az állítással, miszerint, amikor a turizmus bármely szegmensének elméleti hátterét kívánjuk megismerni, boncolgatni, automatikusan vissza fogunk nyúlni Lengyel Márton, a turizmus rendszerét bemutató alapmodelljéhez (Lengyel, 2004). Ezek szerint tehát a turizmus rendszerét két nagy alrendszer, a kereslet és a kínálat alkotja, melyek közt közvetítő szektorként a marketinget és a közlekedést, vagyis magát az utazást jelölhetjük meg, amelyet különböző külső környezeti tényezők (természeti, társadalmi, gazdasági, kulturális, politikai, technológiai) befolyásolnak.

Ha pedig az empátiát igyekszünk a turizmus rendszerében értelmezni – igyekezve megtalálni annak helyét és szerepét – nem kell sokáig töprengenünk azon, hogy egy teljes

mértékben szolgáltatáson alapuló szektorban, a turizmusban, az empátia és a turizmus kapcsolatának vizsgálata rendkívül sokrétű és a turizmus működését alapvetően befolyásoló aspektusokkal bír, vagy bírhat (Tucker, 2016; Gnoth & Wang, 2015). Hogy miért bírhat? Mert egyáltalán nem biztos, hogy az empátia ott, akkor és úgy jelenik meg, ahogy azt a fogyasztó elvárja (Törőcsik, 2016, 2000). Az a fogyasztó, aki természetesen egyéni szinten is teljesen különbözően tarthat igényt az empátia megjelenési formáira a turisztikai fogyasztói szokásai révén (Törőcsik & Szűcs, 2022).

Jelen rövid tanulmányban, melynek megírását Törőcsik Mária Professzor Asszony iránti tisztelem inspirált, ezt a rendkívül izgalmas és széles körű témát igyekszem legalább olyan tekintetben leírni és jellemezni, hogy az további, jóval mélyebb elemzések és eredmények elérésére sarkallja a téma iránt érdeklődő kutatót.

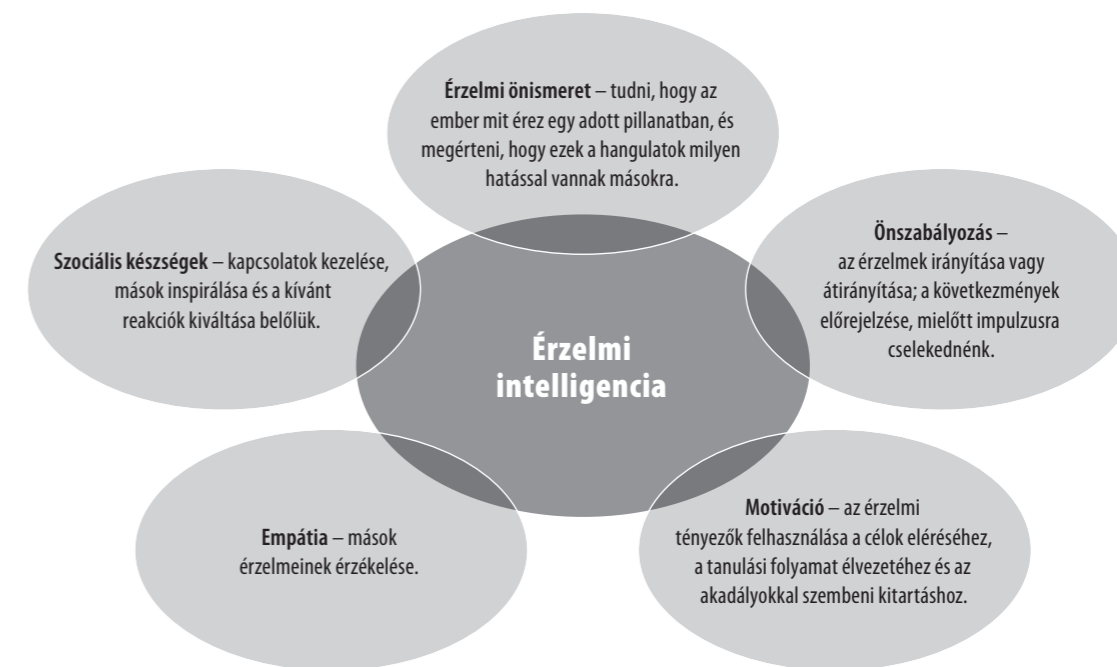
## AZ EMPÁTIA HELYE AZ ÉRZELMI INTELLIGENCIÁBAN (EQ)

Az empátia turizmushoz kötődő értelmezésekor először röviden helyezzük el magát az empátiát a pszichológiai és szociológiai irányú kutatások tekintetében, így érdemes kitekinteni egy jóval szélesebb fogalomrendszer, az érzelmi intelligencia irányába is.

Balázs (2020) értelmezése szerint az „*érzelmi intelligencia tanulmányozása részben a megismerés és az érzelmek kutatásának határterületén rajzolódott ki, olyan területen, amelyet az a kérdés foglalkoztatott, miként formálja át az érzelem a gondolkodást, és*

*viszont. Az ilyen irányú kutatások fejlődésének egyik eredménye volt az érzelmi intelligencia koncepciója, az a felismerés, hogy az érzelmek és az értelem egymással együttműködve sokkal kifinomultabb információfeldolgozásra képesek, mint bármelyik külön-külön.*” (Balázs, 2020, 190)

Az érzelmi intelligencia nemzetközi kutatásának sokrétű bázisából jelen tanulmány szerzője az e tekintetben legtöbbet idézett, a témát először rendszerezve leíró kutató, Goleman (1995) felosztását vette alapul. A meghatározott témakörök kapcsán minden egyes területet egy sor konkrét készség támogat, amelyet az 1. ábra mutat be.



1. ábra: Goleman (1995) érzelmi intelligencia modelljének elemei.  
(Forrás: Goleman, 1995, saját szerkesztés)

## AZ EMPÁTIA KUTATÁSÁNAK MEGHATÁROZÓ TERÜLETEI A TURIZMUSBAN

### A keresleti oldal vonatkozó aspektusai

Az alapvetően kultúrák közötti megértés érzelmi előfeltételként (is) meghatározott empátia fogalma többféleképpen kapcsolódik a turizmushoz, hiszen az az egész turizmus élmény pozitív és/vagy negatív tapasztalatainak kulcsfontosságú eleme lehet (Manola & Papagrígoriou, 2019).

Véleményünk szerint e tekintetben az empátia elsősorban a keresleti oldal tekintetében kerülhet előtérbe. Az empátia egyrészt tehát lehetővé teszi a turisták számukra, hogy megértsék a helyi kultúrát, értékeket, szokásokat és hagyományokat, és hogy érzelmileg közel kerüljenek azokhoz, akikkel kapcsolatba kerülnek. Az empátia segít a(z) arra fogékony) turistáknak abban, hogy elkerüljék a kulturális ütközéseket és konfliktusokat, egyben, hogy pozitív kapcsolatokat építsenek ki a helyi lakossággal (Kircher et al., 2022).

Mindezt a másik oldalról, a turizmus negatív hatásai felől vizsgálva, a turistáknak a helyi lakosság és a helyi kultúra rovására mutatott nem kellően empatikus, esetleg destruktív magatartása könnyen komoly konfliktusokhoz és feszültségekhez vezethet. Az empatikus hozzáállás kialakítása tehát segíthet a turistáknak megérteni és megbecsülni a helyi kultúrát és értékeket, az empátia fejlesztése pedig segíthet a turistáknak, hogy elkerüljék a kulturális és etikai ütközéseket, és elősegítheti a pozitív kommunikációt és a kölcsönös megértést (Gonda & Rátz, 2023; Maguire et al., 2020).

### A helyi közösségek szerepe

A folyamat másik oldalán az empátia nem csak a turisták, hanem a turizmus által érintett helyi közösségek tekintetében is kiemelt kérdéskör. Az empátia segíthet a helyi közösségeknek abban, hogy megértsék a turisták szükségleteit és motivációit, és hogy hatékonyabban kommunikáljanak velük, annak hiánya pedig ellenszenvet, apátiát és negatív interakciókat válthat ki (Gonda et al., 2021).

A turisták és a helyi lakosok közötti kapcsolatokra vonatkozó kutatások célja, hogy feltárják az empátia szintjének hatásait a turizmusra. Ezen kutatások szerint az empátiával rendelkező turisták és helyi lakosok között jobb kapcsolatok jöhetnek létre, és ez elősegítheti a felelősebb és fenntarthatóbb turizmus kialakítását (Gonda, 2014; Töröcsik & Csapó, 2018; Töröcsik & Csapó, 2021).

### A turisztikai szolgáltatók és a munkaadók-munkavállalók aspektusa

Az empátia vizsgálatának másik fontos területe a turisztikai szolgáltatók oldalának vizsgálata mind a szolgáltatások színvonalára, mind pedig a vállalatvezetés és szervezeti rendszer tekintetében. Az empátia a turisztikai szolgáltatók számára lehetővé teszi, hogy jobban megértve a turisták igényeit és elvárásait hatékonyabban és nem melleleg profitorientáltabban szolgálhassák ki őket, ezáltal növelve nemcsak a bevételeket, hanem a pozitív fogyasztói élményt is (Bianchi & de Man, 2021).

Az empátia elősegítheti továbbá a turisztikai szolgáltató munkatársak közötti pozitív kapcsolatok kialakítását is, ami egyrészt javíthatja az ügyfélélményt és a szolgáltatás minőségét, másrészt pedig az egyre növekvő versenyben és gyorsan változó üzleti környezetben az érzelmi intelligencia (EI) és azon belül az empátia elismerten hozzájárulhat a munkahelyi elégedettséghez, a jobb munkateljesítményhez és a szervezet céljainak elérése iránti elkötelezettséghez (Modlin et al., 2011).

E tekintetben számos tanulmány támasztja alá, hogy az alkalmazottak elégedettsége pozitív korrelációban áll a termelékenységgel, az ügyfélhűséggel és a nyereségességgel, és negatív kapcsolatban áll a fluktuációval. A különböző vezetési elméletek szerint továbbá, hogy ha a vezetők megfelelően használják az empátiát, akkor a munkatársak megbecsülnek és megértettnek érezhetik magukat, ami viszont nagyobb elkötelezettséghez és termelékenységhez vezet. Az empatikus vezetési stílusok tehát nagyobb valószínűséggel hoznak pozitív eredményeket, mint az énközpontú és agresszív stílus, a parancs és ellenőrzés megközelítésű vezetés (Ásványi et al., 2022).

### Új, empátia alapú turisztikai termékek megjelenése – Pro-szociális turizmus és empátia, önkéntes turizmus és empátia

Az empátia és a turizmus kapcsolatának komplex vizsgálata tekintetében mindenképp érdemes említést tennünk olyan – viszonylag – újonnan megjelenő turisztikai termékekről, amelyek a felelősség és a fenntarthatóság fogalomrendszerét és működési elveit helyezték a fókuszukba (Gonda, 2023). Kifejezetten ilyen turisztikai terméként aposztrofálhatjuk a pro-szociális turizmust vagy a pro-poor turizmust, illetve az önkéntes turizmust is.

A pro-poor turizmus alapvető célja, hogy a szegényebb régiókban élő közösségeket méltányosan bevonja a turisztikai folyamatokba, lehetőséget nyújtva számukra a gazdasági, társadalmi és kulturális előnyök megtapasztalására. Ez a turisztikai forma a fenntartható és felelős fejlődés elveire épül, és elősegíti a szegénység csökkentését és a társadalmi igazságosságot (Gonda, 2022). A szegénység elleni közdelem mellett a megközelítés fontos céljai a helyi közösség bevonása, a gazdasági előnyök méltányos elosztása, továbbá a kulturális javak és a természeti értékek megőrzése (Brown & Lehto, 2005).

Az önkéntes turizmus olyan turizmusforma, amelyben az utazók valamilyen önkéntes tevékenységet vállalnak, melyet egy adott cél vagy helyi közösség javára tudnak fordítani. Ezen tevékenység végzése közben a jótékonykodás mellett természetesen az utazás fontos motivációja, hogy a segítségnyújtás mellett az önkéntesek megismerhetik az adott hely kultúráját, közösségeit és életmódját is. Az önkéntes turizmus formái kapcsán beszélhetünk oktatási, egészségügyi munkáról, közösségfejlesztésről, környezetvédelmi, vagy bizonyos építkezésekhez köthető munkákról (McGehee, 2014).

## ÖSSZEGZÉS

Jelen rövid tanulmány végén érdemesnek tűnik összeszedni, hogy mely területek jelenthetik a legfontosabb kihívásokat az empatikus turizmus kialakítása terén. Ilyen, sarkalatos problémaként jelölhetők meg a fennálló kulturális különbségek, a fenntarthatóság és felelős magatartás betartásának kritériumrendszere, a társadalmi igazságosság elérése és természetesen az empátia hiánya a turizmus rendszerének egészében, vagy egyes szereplői tekintetében. Ezen tényezők leküzdése nélkül nem, vagy csak részben beszélhetünk empatikus turizmusról.

Összegzésképp elmondható, hogy az empátia helye és szerepe a turizmus rendszerében teljes mértékben magától értetődő (kellene, hogy legyen), a kérdéskör átfogó értelmezése és elemzése azonban, legalábbis a hazai kutatók publikációit tekintve, úgy tűnik, hogy még várat magára. Ismét tehát egy olyan területről beszélhetünk, amelynek felismerését Töröcsik Professzor Asszony munkássága inspirálta és amelynek megismerésében nagyon remélem, hogy Mari is részt fog venni az elkövetkezőkben, segítve és inspirálva sokunk munkáját, továbbá tudományos és gyakorlati ismereteit.

Végezetül szeretném némileg személyes hangvétellel zárni rövid tanulmányomat: Nagyon örülök, és szerencsésnek érzem magam, hogy az elmúlt években volt szerencsém több alkalommal is együtt dolgozni Töröcsik Mária Professzor Asszonnal, aki nemcsak inspirált, de nagyon sok tekintetben támogatott is a munkásságom folyamán. Külön köszönöm, hogy felkarolta és támogatta a turizmust, mint oktatási és kutatási területet a Pécsiközgázon, e tekintetben is Mari érdemei kimagaslóak. Mari, minden jót kívánok az elkövetkezőkben és remélem, hogy a Tőled megszokott módon még sokáig inspirálsz és terelgetsz minket az utunkon!

**Köszönetnyilvánítás:** „A 142571 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a „OTKA” K\_22 pályázati program finanszírozásában valósult meg.”



## HIVATKOZÁSOK

- Ásványi Z., Barakonyi E., Riedelmayer B. (2022), Az imposztor szindróma munkaerő-piaci relevanciája. *Marketing & Menedzsment*, 56(2), 59–71. DOI: 10.15170/MM.2022.56.02.06.
- Balázs L. (2020), Az érzelmi intelligencia vizsgálata a szervezeti kultúra tükrében. *Polgári Szemle*, 16 (1–3), 187–204. DOI: 10.24307/psz.2020.0712
- Bianchi, R.V., & de Man, F. (2021), Tourism, inclusive growth and decent work: a political economy critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 353–371. DOI: 10.1080/09669582.20
- Brown, S., & Lehto, X. (2005), Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers. *Current Issues in Tourism*, 8 (6), 479–496.
- Gnoth, J., & Wang, N. (2015), Authentic Knowledge and empathy in tourism. *Annals of Tourism Research*, 50, 159–172.
- Goleman, D. (1995), *Emotional intelligence*. New York: Bantam Books

Gonda T. (2014), A helyi termék turisztikai hasznosítása – a vidékfejlesztés új lehetősége. *A Falu*, 29(1), 17-23.

Gonda T. (2022), Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljeség a turizmusban. Budapest, Akadémiai Kiadó

Gonda T., Angler K., Csóka L. (2021), A helyi termékek turizmusban betöltött szerepe. *Marketing & Menedzsment*, 55 (4), 39-49. <https://doi.org/10.15170/MM.2021.55.04.04>

Gonda T., Rátz T. (2023), Attitudes and Actions in Responsible Tourism – An Analysis of Generational Differences. *Geographical Journal of Tourism and Geosites*, 46(1), 234-242.

Kircher, J., Lee, S., Jamal, T., & Donaldson, J. P. (2022), Regenerating Tourism with an Ethic of Care and Empathy. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 10. <https://scholarworks.umass.edu/ttra/2022/researchabstract/10>

Lengyel M. (2004), A turizmus általános elmélete. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest

Maguire, P., Kannis-Dymand, L., Mulgrew, K. E., Schaffer, V., & Peake, S. (2020), Empathy and experience: understanding tourists' swim with whale encounters. *Human Dimensions of Wildlife*, 25(2), 105-120.

Manola, M., & Papagrigoriou, A. (2019), Empathy in tourism industry: a human-centered approach of hospitality in business world. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 14(2), 119-133.

McGehee, N.G. (2014), Volunteer tourism: evolution, issues and futures. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 847-854. DOI: 10.1080/09669582.2014.907299

Modlin Jr, E. A., Alderman, D. H., & Gentry, G. W. (2011), Tour guides as creators of empathy: The role of affective inequality in marginalizing the enslaved at plantation house museums. *Tourist Studies*, 11(1), 3-19.

Stoyanova-Bozhkova, S., Paskova, T., & Buhalis, D. (2020), Emotional intelligence: a competitive advantage for tourism and hospitality managers. *Tourism Recreation Research*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1841377>

Töröcsik M. (2000), Empatik marketing. Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest

Töröcsik M. (2016), A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány*, 47 (4), 19-25. DOI: 10.14267/VEZTUD.2016.04.04

Töröcsik M., Csapó J. (2018), Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J., Gerdesics V., Töröcsik M. (szerk): *Generációk a turizmusban: I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia. Tanulmánykötet*. 8-22. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Töröcsik M., Csapó J. (2021), A nemfogyasztás/nemvásárlás motivációi, értelmezése a turizmusban. *Vezetéstudomány*, 52 (1), 42-55. DOI: 10.14267/VEZTUD.2021.1.04

Töröcsik M., Szűcs K. (2022), Fogyasztói magatartás - Mintázatok, trendek, alkalmazkodás. Akadémiai Kiadó, Budapest

Tucker, H. (2016), Empathy and tourism: Limits and possibilities. *Annals of Tourism Research*, 57, 31-43. DOI: 10.1016/j.annals.2015.12.001.

# HÁLÓZAT AZ EGÉSZ VILÁG

## Csepeli György

*Professzor Emeritus*

Eötvös Loránd Tudományegyetem

csepeli.gyorgy@gmail.com

## BEVEZETÉS

A tudományos értelem kényszeres igyekezete, hogy rendet keressen a rendtelenségben, megkülönböztetést a megkülönböztethetetlenben, meghatározást a meghatározhatatlanban. Nietzsche joggal panaszolja, hogy a modern nagyothallás nem volt képes meghallani a Platon előtti filozófusok társalgását, akik megértése nélkül, mint Nietzsche mondja, "minden modern filozofálás, politikailag és rendőrileg, a tudományos látszatra korlátozódik: kormányok, egyházak, akadémiák, erkölcsök, divatok és az emberi gyávaság miatt: megmarad a 'vajha mégis' vagy az 'egyszer volt' felismerésénél" (Nietzsche, 1988, 66).

Minél közelebb akarunk kerülni a létezés megértéséhez, körülöttünk és bennünk annál nagyobb lesz a sötétség, melyben csalóka fényeket gyújtanak a jól ismert, semmibe vezető megkülönböztetések, mint "látszat és valóság", "szubjektív és objektív", "tartalom és forma", "rész és egész", "test és lélek", "véletlen és törvényszerű", "elmúló és eljövendő". A Platon előtti filozófusok még tudták, amit az utánuk jövők elfelejtettek, hogy minden egy. Parmenidész volt e társaságban az, aki a lét

egységére vonatkozó tétel jegyében a legradikálisabban levonta a következtetést, miszerint a "a létezőre éppúgy szükség van, mint a nem-létezőre, ha együtt hatnak, ez keletkezéshez vezet" (Nietzsche, 1988, 102) Ő volt az, aki a nyelv által adott erő birtokában az örök, egész, egyetlen, romolhatatlan létező egészére rákérdezve képes volt megragadni azt mint ami van. Heidegger szerint a tudomány e két és fél évezred előtt feltett kérdéssel kezdődik, s a kezdet még mindig tart. Nem mögöttünk, hanem előttünk van, a jövőnkbe tör, ott áll, hogy hívásnak engedelmessédjünk (Heidegger, 1992).

## A HÁLÓZAT MINT MEGOLDÁS

A valóság hálózatos megközelítése elvágja a hamis dualizmusok gordiuszi csomóit. A hálózatok mindenütt jelen vannak a világban, változékonyak, rugalmasak, kezdetük és végük meghatározhatatlan, de meghatározható. A hálózatok fontos ismérve, hogy elevenek, működnek. Elemeik dinamikusan hol kapcsolódnak, hol szétválnak, ugyanakkor egészlegesekek, potenciálisan és aktuálisan mindenütt jelen vannak (Barabási, 2003).