

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MATEMATIKO, NARAVOSLOVJE IN
INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE

ZAKLJUČNA NALOGA
ČUSTVENO BLAGOSTANJE, POTOVANJA IN MLADI

ANJA PIRC

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MATEMATIKO, NARAVOSLOVJE IN
INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE

Zaključna naloga

Čustveno blagostanje, potovanja in mladi

(Well-being, travelling and youth)

Ime in priimek: Anja Pirc

Študijski program: Biopsihologija

Mentor: doc. dr. Kristijan Musek Lešnik

Somentorica: asist. dr. Vesna Jug

Koper, junij 2019

Ključna dokumentacijska informacija

Ime in PRIIMEK: Anja PIRC

Naslov zaključne naloge: Čustveno blagostanje, potovanja in mladi

Kraj: Koper

Leto: 2019

Število listov: 32

Število referenc: 54

Mentor: doc. dr. Kristijan Musek Lešnik

Somentorica: asist. dr. Vesna Jug

Ključne besede: blagostanje, sreča, kvaliteta življenja, pozitivna psihologija, potovanje, turizem, mladostniki.

Izvleček:

Cilj pozitivne psihologije je izboljšanje kakovosti človekovega življenja in osredotočanje na njegove pozitivne lastnosti. Eden izmed dejavnikov, ki bi na to lahko vplival, je potovanje. To je v zadnjem času postalo finančno dostopno več ali manj vsem generacijam. Z nizkimi cenami letalskih vozovnic si potovanje v bolj oddaljene kraje lahko privoščijo tudi mladi. S premikom iz poznanega v nepoznano okolje pride do marsikatere spremembe. Faktorji, kot so navezovanje novih socialnih vezi, spoznavanje drugačnih kultur, možnost izobraževanja/usposabljanja/prostovoljstva in iskanje smisla življenja, z veliko mero vplivajo na mladostnikovo čustveno blagostanje.

Z dokazom, da potovanje vpliva na mladostnikovo čustveno blagostanje, želimo mlade spodbuditi k odkrivanju sveta in jim v svetu ponuditi alternativo za iskanje sreče in zadovoljstva z življenjem.

Key words documentation

Name and SURNAME: Anja PIRC

Title of the final project paper: Well-being, travelling and youth

Place: Koper

Year: 2019

Number of pages: 32

Number of references: 54

Mentor: Assist. Prof. Kristijan Musek Lešnik, PhD

Co-Mentor: Assist. Vesna Jug, PhD

Keywords: well-being, happiness, quality of life, positive psychology, travelling, tourism, youth.

Abstract:

The goal of positive psychology is to enhance the quality of human life and to focus on its positive features. One of many factors that could affect that is travelling. In the last few years, travelling has become financially accessible to almost every generation. With low cost carriers, even youth can travel around the world without many problems. Going from known to unknown, many things can change. While travelling people create new social networks and get to know different cultures. They can educate themselves, work professionally in a different environment and do voluntary work. While being on a journey, people search for their meaning of life. All of the above affects human well-being. With this work, we would like to show young people that travelling could help them improve their well-being. We want to encourage them to explore the world and give them an alternative to finding happiness and a better life.

ZAHVALA

Zahvaljujem se svojemu mentorju doc. dr. Kristijanu Musek Lešniku in somentorici asist. dr. Vesni Jug za usmerjanje pri pisanju zaključne naloge. Hvala Mihu, ki je poskrbel, da je moja naloga slovnično korektna.

Posebna zahvala gre mojim staršem za vso podporo in pomoč pri mojem študiju ter spodbudo pri moji želji po odkrivanju sveta. Za konec pa hvala vsem znanim in neznanim ljudem ter dogodivščinam, ki so moja potovanja naredili unikatna in mi olajšali pisanje zaključne naloge.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD.....	1
1.1	Namen dela in raziskovalno vprašanje	1
2	POZITIVNA PSIHOLOGIJA	3
2.1	Čustveno blagostanje.....	3
2.1.1	Merjenje blagostanja.....	4
3	POTOVANJE	6
3.1	Potovanje včasih in danes.....	6
4	MLADOSTNIKI	8
5	ČUSTVENO BLAGOSTANJE, POTOVANJA IN MLADI.....	9
5.1	Mladi in čustveno blagostanje	9
5.2	Čustveno blagostanje in potovanja	10
5.3	Mladi in potovanja.....	12
5.4	Vpliv potovanj na čustveno blagostanje mladih.....	14
5.4.1	PRIMER: »Federation EIL«.....	15
5.4.2	PRIMER: Xu Bo Arts and Culture Exchange	15
5.4.3	PRIMER: Profil obiskovalcev mesta Guanajuato	15
5.4.4	PRIMER: Erasmus Student Network (ESN).....	16
5.4.5	PRIMER: American Institute for Foreign Study – The Camp America program	17
5.4.6	PRIMER: STA Travel – The Responsible Tourism plan.....	17
5.4.7	PRIMER: Hostelworld	17
5.4.8	PRIMER: Kilroy.....	18
5.4.9	PRIMER: #DiscoverEU	18
6	SKLEPI.....	19
7	LITERATURA IN VIRI.....	21

SEZNAM KRATIC

AIFS – American Institute for Foreign Study

DESA – Department of Economic and Social Affairs

ESN – Erasmus Student Network

UNWTO – World Tourism Organisation

WYSE – World Youth Student and Educational (Travel Confederation)

ERS – Emotion Regulation Strategy

EU – European Union

1 UVOD

Turizem je od vedno povezan s psihologijo, saj ne vpliva le na socialno, kulturno in ekonomsko področje turistične destinacije, ampak tudi na njihove prebivalce (in njihovo vsakdanje življenje) ter na potnike same (DESA, 2010, po Garcês, Pochino, Jesus in Rieber, 2018). DESA (2010, po Garcês, Pochino, Jesus in Rieber, 2018) potovanja razdeli v dve kategoriji – osebna in poslovna. V prvo kategorijo spadajo potovanja z namenom počitnic, prostega časa, obiska sorodnikov in prijateljev, izobraževanja, zdravstvene oskrbe, religije, transporta ali nakupovanja (DESA, 2010, po Garcês, Pochino, Jesus in Rieber, 2018). Glede na faktorje, ki vplivajo na človekovo odločitev po potovanju, bi lahko pojem *psihologija* v tem trenutku omejili na pojem *pozitivna psihologija*. Razlog za to je, da vsi navedeni faktorji vplivajo na človekovo (boljše) počutje oziroma čustveno blagostanje. Čustveno blagostanje je pomemben del pozitivne psihologije, saj močno vpliva na človekovo osebnostno rast (Seligman, 2013, po Garcês, Pochino, Jesus in Rieber, 2018). Na človekovo čustveno blagostanje lahko gledamo iz dveh različnih zornih kotov, in sicer kot na *hedonio* ali kot na *eudaimonijo* (Deci in Ryan, 2008). Pri hedonističnem pogledu se navezujemo na prisotnost pozitivnih in odsotnost negativnih komponent v človekovem življenju, natančneje na srečo (Deci in Ryan, 2008). Pri eudaimoniji pa se osredotočamo na dejstvo, kako kvalitetno človek živi svoje življenje (Deci in Ryan, 2008). Pomembno je tudi vedeti, če je človek s svojim življenjem zadovoljen (Deci in Ryan, 2008). V nadaljevanju bomo potovanje povezali z obema vidikoma čustvenega blagostanja in podrobneje raziskali, kako vse skupaj vpliva na mlade.

1.1 Namen dela in raziskovalno vprašanje

Namen zaključne naloge je povezati pozitivno psihologijo, natančneje človekovo blagostanje, s potovanjem. Zanima nas, katere komponente potovanja (pot, interakcija z ljudmi, kultura, nove informacije in podobno) so ključne za človekovo blagostanje. V nalogi se bomo po opisu osnovnih teoretičnih temeljev osredotočili na skupino mladih in na to, kako potovanje vpliva na njihovo blagostanje. Čeprav potovanje vpliva na blagostanje tako tistih, ki potujejo, kot tudi na blagostanje tistih, ki živijo v okolju, kamor zahajajo turisti oziroma popotniki (Uysal, Perdue in Sirgy, 2012), se bomo v naši nalogi osredotočili predvsem na blagostanje popotnikov.

Cilji zaključne naloge so pregled literature iz področja pozitivne psihologije (blagostanja), psihologije v turizmu in pregled raziskav ter teoretične podlage, ki se navezuje na blagostanje popotnikov. Prav tako je eden izmed naših ciljev ugotoviti ključne dejavnike, ki vplivajo na boljše blagostanje popotnikov in raziskati, čemu naj bi se mladi na potovanjih posvečali oziroma izogibali za doseganje blagostanja.

Naše raziskovalno vprašanje je:

- ali potovanje vpliva na čustveno blagostanje mladih?

Cilji naloge:

- povezati pozitivno psihologijo (čustveno blagostanje) s turizmom (potovanjem),
- ugotoviti, ali potovanje pri mladih vpliva na njihovo čustveno blagostanje,
- ugotoviti, katere komponente potovanja vplivajo na čustveno blagostanje mladih,
- na osnovi ugotovitev priti do zaključka, na kaj morajo biti mladi pri potovanjih pozorni.

2 POZITIVNA PSIHOLOGIJA

Pozitivna psihologija je znanost pozitivnih subjektivnih izkušenj, pozitivnih veščin in pozitivnih institucij (Seligman in Csikszentmihalyi, 2000). Cilj pozitivne psihologije je to, da se iz (navadne) psihologije, ki se navezuje predvsem na popravljanje škode, ki jo je človeku povzročilo življenje, osredotoči na to, kako bi ljudje izboljšali kakovost življenja in gradili na pozitivnih lastnostih (Seligman in Csikszentmihalyi, 2000). Če želimo razumeti pozitivno psihologijo, moramo najprej razumeti pomen »dobrega življenja« (Seligman in Csikszentmihalyi, 2000). To pomeni, da moramo razmisliti, če so vse človekove pozitivne subjektivne izkušnje, značaji in institucije iste skozi čas, prostor, zgodovino in kulturo, ali se tekom človeštva spreminjajo (Seligman in Csikszentmihalyi, 2000).

Pozitivna psihologija ima tri glavne cilje (Seligman, 1998b, 1998c, po Christopher, Richardson in Slife, 2008). Prvi cilj je določitev in merjenje človekovega univerzalnega pozitivnega značaja (Seligman, 1998c, po Christopher, Richardson in Slife, 2008), ki je pogoj za grajenje človeških veščin in začetek ustvarjanja »dobrega življenja«. Kot drugi cilj je navedena promocija pozitivnih izkušenj in čustev. Za zadnji (tretji) cilj pa članek navaja ustvarjanje pozitivnih skupnosti in institucij, ki bodo povzemale in promovirale vse te veščine in pozitivne izkušnje (Seligman, 1998c, po Christopher, Richardson in Slife, 2008).

Pozitivno psihologijo na čustveni ravni sestavlja več komponent: blagostanje, zadovoljstvo (iz preteklosti), upanje in optimizem (za prihodnost) ter sreča (v sedanosti) (Seligman in Csikszentmihalyi, 2000). Na individualni strani so deli pozitivne psihologije zmožnost ljubezni, pogum, medosebne spretnosti, estetska občutljivost, vztrajnost, zmožnost oproščanja, originalnost, mislečnost za prihodnost, duhovnost, velik talent in modrost (Seligman in Csikszentmihalyi, 2000). Glede na družbeno raven se pozitivna psihologija navezuje na državljanske vrline posameznika in na institucije, ki te posameznike vodijo do stanja boljšega državljana. Med te vrline spadajo odgovornost, altruizem, vzdrževanje skupnosti, civiliziranost, toleranca, delovna etika in zmernost (Seligman in Csikszentmihalyi, 2000).

2.1 Čustveno blagostanje

Po besedah Seligmana in Csikszentmihalyija (2000) pride do splošnega blagostanja po tem, ko človek ozavešči vse pozitivne življenjske dogodke in iz zavesti odstrani negativne izkušnje. Buss (2000) v svojem prvem članku opozarja, da je glavna ovira pri doseganju blagostanja to, da človekova preteklost s preveliko težo vpliva na njegovo sedanost. Eden izmed glavnih vplivov je dejstvo, da se okolje, v katerem ljudje živijo, konstantno

spreminja in se ti težko navadijo na spremembe (Buss, 2000). Druga stvar so razviti mehanizmi distresa, ki ljudi vodijo do določenih reakcij. Kot zadnjo navaja konkurenco pri naravni selekciji. Massimini in Delle Fave (2000, po Seligman in Csikszentmihalyi, 2000) kasneje navajata strategije, kako premagati ovire pri doseganju blagostanja. Njun glavni argument je, da je vsak človek odgovoren za svoj lasten razvoj. Vsak človek ima svoje vrednote, ki oblikujejo njegovo identiteto. Ljudje s časom prevzemajo vrednote drugih in s tem oblikujejo novo kulturo. Ta psihološka selekcija ni odvisna le od prilagoditev na okolje in preživetja, temveč je precej pomembna tudi za pridobivanje maksimalnih in optimalnih izkušenj pri ljudeh (Massimini in A. Delle Fave, 2000, po Seligman in Csikszentmihalyi, 2000).

Seligman (2008) definira blagostanje kot skupek pozitivnih čustev, sodelovanja z drugimi, človekovega življenjskega namena, pozitivnih socialnih vezi in pozitivnih dosežkov. Tudi A. Alexandrova (2005) čustveno blagostanje poveže s človekovimi dosežki iz preteklosti. V svojem članku najbolj izpostavi retrospekcijo in ponovno ocenjevanje dogodkov, ki so se človeku zgodili v preteklosti. A. Alexandrova (2005) meni, da je retrospekcija dodaten faktor pri napovedovanju človekovega blagostanja, saj se človek ne navezuje le na svoje trenutno stanje, ampak ocenjuje celotno življenje. V svojem članku navaja, da trenutna hedonistična mnenja niso enaka retrospektivnim sodbam o lastni sreči in blagostanju.

Diener, Lucas in Oishi (2002, po Filep, 2009) navajajo, da je subjektivno blagostanje človekova kognitivna in afektivna ocena lastnega življenja. V nasprotju z A. Alexandrovo (2005), ki blagostanje povezuje z retrospekcijo (kot dejanje, pri katerem ne spreminjamo svojih preteklih občutkov, ampak spremenimo mnenje o dogodku), Filep (2009) blagostanje opiše kot hedonistični koncept sreče in ga v tem primeru poveže s turizmom. V svojem naslednjem delu Filep (2016) piše o tem, da potovanje pozitivno vpliva na blagostanje le, če na vse skupaj gledamo iz hedonističnega vidika.

2.1.1 Merjenje blagostanja

A. Alexandrova (2005) v svojem članku opisuje, da je pri merjenju človekovega blagostanja izjemno pomembno najti indikator, ki povezuje človekovo mentalno stanje z njegovo srečo in zadovoljstvom v življenju. V času pisanja članka ta indikator še ni bil znan, kot njegov nadomestek pa so izpostavili vprašalnike in intervjuje, ki jih raziskovalci uporabljajo pri merjenju čustvenega blagostanja (Alexandrova, 2005). Kot najbolj znan vprašalnik je bila izpostavljena *Lestvica zadovoljstva z življenjem* (Alexandrova, 2005). *Lestvica zadovoljstva z življenjem* je sestavljena iz petih trditev, ki se navezujejo na vsesplošno kognitivno oceno zadovoljstva z lastnim življenjem (MIDSS, 2019). *Lestvica zadovoljstva z življenjem* se izpolnjuje s sedem stopenjsko *Likertovo lestvico*, kjer oseba ocenjuje stopnjo strinjanja z določeno trditvijo (1 - močno se ne strinjam, 2 - se ne strinjam, 3 - malo se ne strinjam, 4 - niti se strinjam niti se ne strinjam, 5 - malo se

strinjam, 6 - se strinjam, 7 - zelo se strinjam) (MIDSS, 2019). *Lestvica zadovoljstva z življenjem* je bila velikokrat uporabljena za merjenje zadovoljstva z življenjem kot komponente čustvenega blagostanja (MIDSS, 2019). Pavot in Diener (2013) kot vplive na človekovo zadovoljstvo z življenjem naštevata socialne vezi, delo, vrednote, zadovoljstvo s samim sabo, duhovnost, osebnostno rast in prosti čas.

Raziskovalci trdijo, da je izračun človekovega blagostanja relativno težek (Alexandrova, 2005). Človekova subjektivna retrospektiva na življenje ni dovolj, da bi raziskovalci po njej sklepali na človekovo blagostanje. Ta je le mnenje, ki ga človek pove v času izpraševanja, in je odvisna od stanja, v katerem se udeleženec raziskave nahaja (Alexandrova, 2005). Schwarz in Stack (1999, po Alexandrova, 2005) kot vplive na človekovo mnenje navajata vrstni red zastavljenih vprašanj, vreme v času izpraševanja, moteče dejavnike med izvajanjem raziskave in ostale elemente intervjuja, ki na vsakega posameznika vplivajo drugače. Prav tako lahko med moteče dejavnike prištevata akademske dosežke, medosebne odnose in prisotnost tragičnih dogodkov v človekovem življenju (Schwarz in Stack, 1999, po Alexandrova, 2005). Schwarz in Stack (1999, po Alexandrova, 2005) navajata, da je najbolj presenetljivo to, da je pri merjenju blagostanja bolj pomembno človekovo razpoloženje kot pa njegov pogled na različne aspekte njegovega življenja.

Glede na vse moteče dejavnike, ki lahko vplivajo na napačno izračunanje blagostanja, si raziskovalci želijo razviti metodo, ki bi obšla splošne retrospektive ljudi in bi se osredotočala na realno stanje (Alexandrova, 2005). Kot navdih za izdelovanje takih testov Alexandrova (2005) navaja *ESM* (experience sampling methods) in *EMA* (ecological momentary assessment). Čeprav se testa med seboj razlikujeta, pa imata nekaj skupnih točk (Trull in Ebner-Priemer, 2009). Oba vključujeta samoporočanje o obnašanju, kogniciji in čustvih v vsakdanjiku udeležencev (Trull in Ebner-Priemer, 2009). Oba testa sta sicer namenjena psihološkemu ocenjevanju in kliničnim raziskavam pri večjih psiholoških motnjah (motnje razpoloženja, anksiozne motnje in motnje pri zlorabi substanc), vendar bi jih lahko morda delno uporabili tudi pri merjenju blagostanja, saj vsebujeta ocenjevanje določenih dejavnikov, ki so pomembni za človekovo blagostanje (kognitivne in afektivne ocene lastnega življenja) (Alexandrova, 2005). Prav tako obe metodi vključujeta ponavljajoče ocenjevanje določenih dejavnikov (kratki vprašalniki, merjenje krvnega pritiska, testiranje človekove slinice itd.), ki so vedno razporejeni čez vsakdanjik udeleženca in se odvijajo v njegovem naravnem okolju, da bi vse skupaj potekalo čim manj moteno (Stone in Shiffman, 1999, po Alexandrova, 2005).

3 POTOVANJE

Glagol *potovati* je v Slovarju slovenskega knjižnega jezika definiran kot »premikati se iz kraja v kraj, zlasti s prevoznim sredstvom« (Slovar slovenskega knjižnega jezika, 2018). Samostalnik *potovanje* je izpeljan iz prej omenjenega glagola (Slovar slovenskega knjižnega jezika, 2018). Kot samostalnik *potovanje* pomeni »vsak premik ali prehod« (Dictionary, 2018). V angleščini lahko kot sopomenki potovanja navajamo dve besedi – *travel* ali *journey*. Beseda *travel* je kot glagol definirana kot »pot, ki jo z avtom, vlakom, letalom ali ladjo naredimo od enega do drugega mesta« (Dictionary, 2018). Beseda *journey* je definirana kot »potovanje iz enega konca do drugega, ki ponavadi traja dlje časa« oziroma kot »obdobje potovanja« ali »razdalja, smer ali območje, kamor potujemo, ali je primerno za potovanje« (Dictionary, 2018).

Če povzamemo vse definicije, izvedba potovanja vključuje dve dimenziji (prostor in čas) in obliko ter tempo, s katerima se človek premika skozi prej omenjeni dimenziji (Adler, 1989).

Adler (1989) definira potovanje kot premikanje skozi prostor na različne načine. V svojem delu se odmakne od klasičnih definicij iz slovarjev in potovanje povezuje z umetnostjo. Pojem potovanja opisuje kot doseganje novih ciljev, kjer je premik skozi geografski prostor zgolj naključje (Adler, 1989). Tudi Urry (2006) piše o tem, da potovanje ni le čas, ko potujemo od točke A do točke B, ampak tudi čas, ki teče med tem. Slednji je poln aktivnosti, uporabe fantazije in komuniciranja z drugimi (Urry, 2006). Potovanje je predstavljeno kot način spoznavanja novega teritorija, ali iskanje prostora, v katerem bi se počutili domače, je način ustvarjanja novih spominov, je iskanje nebes in pekla na Zemlji (Adler, 1989). Za potovanje je potreben prosti čas (*ang. leisure*). Konstrukt *prosti čas* je sestavljen iz časa ali aktivnosti (Newman, Tay in Diener, 2014). Glede na to prosti čas definiramo kot čas, ki ga preživimo izven delovnega okolja, s prijatelji in družino, ter čas, ki ga porabimo za zabavne in sproščujoče aktivnosti (Newman, Tay in Diener, 2014).

3.1 Potovanje včasih in danes

V 19. stoletju se je način transporta začel razvijati in s tem je bilo potovanje ljudem dostopnejše (Rosler, 2002). Začetek modernega transporta so bili prekopi, ki so ljudem omogočali dostop do prostora, do katerega jih je prej ovirala voda (Rosler, 2002). Prav tako je bil eden izmed večjih napredkov železniški promet. Z obema vrstama transporta je bilo ljudem dostopno novo okolje. Poleg tega so se spremenila njihova mnenja in pričakovanja o prej poznanem svetu, saj so bili sedaj v dosti krajšem času zmožni odkrivati svet, ki ga prej niso poznali (Rosler, 2002). V 20. stoletju so se začela intenzivno razvijati motorna vozila, ki so pripomogla k še večjemu številu potovanj. Avtomobil je ljudem predstavljal obljubo osebne svobode in sreče, saj so imeli vsi lastniki možnost

individualnega potovanja na oddaljenejša kraja in niso bili vezani na javni promet (Rosler, 2002).

Rosler (2002) v svojem članku opisuje dejstvo, da se je način transporta, ki je najbolj pomemben za potovanje, s časom zelo spremenil. Izpostavlja to, da je pot po cesti najbolj vsakdanja (to se čez čas ni spremenilo), vendar pa vedno več ljudi uporablja alternativne načine – tukaj najbolj izpostavi zračni in podzemni promet. V obeh primerih ljudje nimajo nadzora nad samim vozilom. To lahko pri nekaterih povzroči visok nivo stresa, po drugi strani pa je to najbolj učinkovit in hiter prevoz (podzemni promet, kar se tiče vsakodnevnih rutinskih premikov, zračni promet pa se navezuje na obiskovanje oddaljenih lokacij) (Rosler, 2002). Dobra stran teh dveh vrst prometa in potovanj je ta, da človek ne potrebuje nadzirati vozila in lahko uživa. Opazovanje okolice, spremljanje dogajanja okoli sebe, občudovanje narave in interakcija z drugimi ljudmi lahko v teh dveh primerih pri človeku vzbudi pozitivne občutke in ga vodi do blagostanja (Rosler, 2002). Do tega pride, ker človek ni preobremenjen z nadziranjem prometa, ampak se lahko osredotoči na druge stvari. Rosler (2002) govori o tem, da so ljudje, ki uporabljajo sredstva javnega prometa, vljudnejši, saj so vedno v družbi različnih neznancev, ki na enak način potujejo na isto mesto in do njih čutijo povezanost. Po drugi strani so individualni potniki v avtu agresivnejši in bolj tekmovalni, saj jim vsak potnik v drugem vozilu predstavlja nevarnost in prepreko, da bi čim hitreje dosegli svoj cilj (Rosler, 2002).

4 MLADOSTNIKI

Naša ciljna skupina so mladostniki. Obdobje mladostništva je razvojno obdobje med koncem otroštva in začetkom odraslosti, torej okvirno med 11./12. letom in 22./24. letom (Zupančič, 2004). Začetek mladostništva obeleži puberteta, zgornjo mejo pa je v sodobni družbi težje določiti, saj jo določa več meril. To so pravna legalnost, sociološko merilo (kdaj je opredeljena posameznikova socialna vloga), ekonomsko merilo (kdaj je posameznik ekonomsko neodvisen od svoje primarne družine) in psihološko merilo (Zupančič, 2004). Psihološko merilo mladostništva je sestavljeno iz razrešitve razvojnih nalog mladostništva ter iz doseganja spoznavne, čustvene, socialne in moralne zrelosti (Zupančič, 1997, po Zupančič, 2004). Zaradi podaljšanega obdobja študija in razvoja sodobne družbe so zgornje meje mladostništva vse bolj ohlapne. Ena izmed teorij pravi, da se mladostništvo konča, ko posameznik prevzame vsaj eno izmed odraslih socialnih vlog (Fasick, 1994, po Zupančič, 2004).

5 ČUSTVENO BLAGOSTANJE, POTOVANJA IN MLADI

5.1 Mladi in čustveno blagostanje

Čustveno blagostanje pri mladih je sestavljeno iz različnih faktorjev (Sirgy, 2012). Eden izmed njih je zadovoljstvo z življenjem (standard življenja, zdravje, dosežki, medosebni odnosi, občutek varnosti, skupnost, izobrazba). Pomemben del pri razvoju čustvenega blagostanja mladih so tudi osebna rast in razvoj, finančna samostojnost in samozavest (Sirgy, 2012).

Čustveno blagostanje mladih je v knjigi *The Psychology of Quality of Life* (2012) razloženo preko treh teorij. To so teorija socialnega razvoja, teorija navezanosti in ekološka teorija. Pri teoriji socialnega razvoja (Erikson, 1968, po Sirgy, 2012) je za čustveno blagostanje mladih najbolj pomembno oblikovanje lastne identitete. Avtorji knjige kot del teorije navezanosti izpostavljajo, da je zgodnja navezanost med dojenčkom in mamo odgovorna za kasnejše čustveno blagostanje mladostnika (Ainsworth in Bell, 1970, Bowlby, 1969, Maccoby in Martin, 1983, po Sirgy, 2012). Kot zadnja navedena teorija pa ekološka teorija (Bronfenbrenner, 1979, po Sirgy, 2012) zagovarja, da je čustveno blagostanje mladostnika odvisno od njegovega okolja.

Raziskave so pokazale, da je za čustveno blagostanje mladih zaslužnih več faktorjev (Sirgy, 2012). To so situacijski, osebni, psihografski, socialni ter socioekonomski in sociokulturni faktorji. Situacijski faktorji, ki pozitivno vplivajo na mladostnikovo čustveno blagostanje, so »eustres, družbeno priznanje, družbena podpora in upanje« (Sirgy, 2012, str. 449). Ekstravertnost in samozavest sta med najbolj pomembnimi osebnostnimi faktorji (Sirgy, 2012). Avtorji kot negativne faktorje te skupine navajajo čustveno nestabilnost in psihopatske probleme (Ho, Cheung in Cheung, 2008, po Sirgy, 2012). Psihografski faktorji, ki vplivajo na mladostnikovo čustveno blagostanje, so »dejavnosti, življenjski stil in vrednote« (Sirgy, 2012, str. 453). Izjemno pomemben faktor v tej skupini je tudi fizična aktivnost (Zullig in White, 2011). Kot pozitivne socialne faktorje, ki vplivajo na mladostnikovo čustveno blagostanje, bi izpostavili »interes za družbo, kvaliteto in kvantiteto socialnih vezi, druženje, pomembnost lastne družbene vloge, intimna razmerja ter prosocialno motivacijo in obnašanje« (Sirgy, 2012, str. 476). Kot negativne socialne faktorje pa avtor navaja slab vzor avtoritete in nekvaliteten odnos s starši. Za čustveno blagostanje mladostnikov so zaslužni tudi socioekonomski in sociokulturni faktorji. Proctor, Liney in Maltby (2009) v svojem preglednem članku govorijo o tem, da je mladostnikovo blagostanje sorazmerno odvisno od kvalitete njegovega življenjskega okolja. Sirgy (2012) poleg tega dodaja še faktor kulturne adaptacije na mladostnikovo življenjsko okolje (poudarja vpliv družbene podpore in šolstva).

5.2 Čustveno blagostanje in potovanja

Že v starih časih so Grki in Rimljani potovali na druge strani sveta zaradi romanja in starodavnih športnih prireditev (Towner, 1995, po Filep, 2009). Bistvo potovanja je bilo, da z negovanjem in ohranjanjem človekove duhovnosti, povezovanjem z drugimi ljudmi in skupnostmi ter pridobivanjem občutka pripadnosti, ljudje izboljšajo lastno čustveno blagostanje (Filep, 2009). Po enajstem stoletju so ljudje začeli potovati zato, da bi se odmaknili od svojega vsakdanjika, si spočili in zadovoljili svoje hedonistične potrebe. Po letu 1960 so se začele raziskave, kako turizem in prosti čas vplivata na posameznikovo čustveno blagostanje (Uysal, Perdue in Sirgy, 2012). Eco (1982, po Adler, 1989) piše o tem, da lahko vsak nov spomin ali fotografija iz potovanja pri človeku vzbudi nova čustva in kognitivna spoznanja, ki vplivajo na njegovo blagostanje. Potovanje širi človekovo domišljijo – spomini pokrajin, ljudi in dogodkov se s časom v človekovih možganih spreminjajo (Adler, 1989). Njihove slike bledijo, kar daje ljudem možnost sanjarjenja in ponovnega izmišljanja (Adler, 1989). Potovanje človeku predstavlja edinstvene priložnosti, ki jih v svojem vsakdanjiku ne bi nikoli preživeli, zaradi česar je človek čustveno bolj navezan na te dogodke in jih toliko bolj ceni (Adler, 1989). S temi edinstvenimi trenutki ljudje rastejo, pridobivajo boljšo samopodobo in posledično težijo k čustvenem blagostanju (Adler, 1989). Pomembno se je zavedati, da na človekovo blagostanje vplivajo tri faze potovanja (Filep in Laing, 2018). Najprej na človeka vpliva pričakovanje potovanja. Potem je pomembno človekovo doživljanje med potovanjem samim, na koncu pa človeka izoblikujeta refleksija in spominjanje na potovanje (Filep in Laing, 2018).

Filep (Graburn, 1989, po Filep, 2009) v svojem delu opisuje moderni turizem, kjer ljudje na tako imenovanem svetem popotovanju iščejo sebe in svojo identiteto ter želijo zapolniti praznino, ki jim jo prinese dolgočasno vsakdanje življenje. Adler (1989) v svojem delu opisuje, da je umik od vsakdanjega življenja tudi umik od prisile »avtoritete«, ko mora človek vsak dan početi iste stvari. Potovanje mu v tem primeru daje možnost uživanja lastnega obstoja. Fodness (1994, po Filep, 2009) kot glavni razlog za potovanje omenja zadovoljevanje človekovega ega.

Tudi Laing in Frost (2017) v svojem članku pišeta o tem, da je potovanje priložnost za odmik od vsakodnevnih odgovornosti in življenja, ki je socialno in kulturno zaželeno. Avtorja kot pozitiven izid potovanja navajata večjo samozavest, ki je velik del človekovega čustvenega blagostanja. Kim, Lee, Uysal, Kim in Ahn (2015) so v svoji raziskavi ugotovili, da sta primer odmika od vsakodnevnih problemov in rutine tudi pohodništvo in pobeg v naravo. Potovanje v naravo lahko v človeku vzbudi občutek odmknjenosti od težav. Taka potovanja človeka sproščajo, mu dajo čas in priložnost, da se ponovno poveže s svojimi bližnjimi in odkriva lepote sveta. Celotna izkušnja v naravi lahko vpliva na izboljšanje človekovega blagostanja (Kim, Lee, Uysal, Kim in Ahn, 2015). Moscardo (2011) v svojem članku govori o tem, da vsakega človeka k potovanju spodbudi

drugačen motivacijski faktor. Vsak človek ima za doseganje blagostanja svoje potrebe (Filep, 2009). Ker so si vsi ljudje med seboj različni, se zaradi tega razlikujejo tudi njihove potrebe (Filep, 2009). Za konstrukt potovanja so pomembne hedonistične in psihogene potrebe (Filep, 2009). Prve so subjektivne in zahtevajo izkustvo, druge pa so odvisne od kulture, v kateri človek živi. Vsaka kultura določa druge standarde, zato ljudi iz različnih kultur do blagostanja pripeljejo različne stvari (Filep, 2009). Med drugim je navedeno, da je ena izmed glavnih motivacij za potovanje dejstvo, da so ljudje na potovanju v interakciji z drugimi ljudmi (s turisti ali domačini), kar jim prinaša zadovoljstvo (Dann, 1981, po Filep, 2009). V poglavju *Čustveno blagostanje* smo omenili, da so za čustveno blagostanje zelo pomembne pozitivne čustvene vezi. Pearce se v svojem delu nanaša na odnose, ki se gradijo med potovanjem, White in White (2007, po Pearce, 2012) pa opozarjata, da je za popolno razumevanje potnikove izkušnje pomembno tudi razumevanje odnosov, ki jih ima človek od prej. V zadnjih desetletjih napredna mobilna tehnologija na potovanjih omogoča vzdrževanje komunikacije in odnosov z ljudmi, ki so človeku najbolj pomembni. Na potovanjih ima popotnik možnost spoznavanja novih in drugačnih ljudi, ponudijo se mu priložnosti za ustvarjanje novih socialnih vezi oziroma večje socialne mreže, kar lahko pri bolj izkušenih potnikih vpliva na izboljšanje blagostanja (Pearce, 2005). Potovanje je lahko za človeka tudi pobeg iz resničnega sveta, saj mu nudi čas, novo okolje in predvsem veliko novih priložnosti, da lahko gradi na svoji osebnosti in se razvija (Bowen in Clarke, 2009, po Pearce, 2012). To doprinese k boljšemu blagostanju posameznika. Bowen in Clarke (2009, po Pearce, 2012) omenjata še dejstvo, da je lahko potovanje tudi nevarno. Nevarnost se v tem primeru navezuje na fizično ali psihično izgubo, ki nastane ob potnikovem odhodu (od doma ali druge destinacije).

Prav tako je eden izmed razlogov, zakaj ljudje potujejo, spoznavanje novih kultur. Z novim znanjem in poznavanjem drugačnosti ljudje gradijo svojo osebnost (Filep, 2009). Med drugim na blagostanje vpliva tudi temačni turizem, saj ljudem prinaša občutek sodelovanja pri dogodkih in jim prinaša nek pomen v življenje (Thurnell-Read, 2009, po Nawijn in Filep, 2016).

Lee in Oh (2017) primer potovanja povezujeta s primerom zadovoljstva/obnašanja strank. Kumar in Gilovich (2015, po Lee in Oh, 2017) sta v raziskavi ugotovila, da lahko pripovedovanje zgodb o nakupu poveča blagostanje pripovedovalca. Walker, Gilovich in Kumar (2016) pa so v svoji raziskavi povezali občutek hvaležnosti z nakupom izkušenj (denar ni bil namenjen nakupu materialnih dobrin, ampak nakupu izkušnje). V članku navajajo, da je hvaležnost ena izmed komponent človekovega blagostanja. Preko šestih poskusov so poskusili dokazati, da je nakup materialnih dobrin manj povezan s hvaležnostjo kot pa nakup izkušnje. V tem primeru kot nakup izkušnje navajajo potovanja, obrok v restavraciji in vstopnice na različne dogodke (Walker, Gilovich in Kumar, 2016). Njihova raziskava je dokazala, da v večini primerov ljudje hvaležnost povezujejo z nakupom izkušnje. Do tega pride, ker je za človekovo identiteto bolj pomembna izkušnja

kot pa neka materialna dobrina. Skozi izkušnjo se človek namreč uči in dobiva pomen v svetu – ima občutek, da obstaja. Prav tako so ljudje preko izkušnje povezani z drugimi ljudmi, ki so morda bili del iste izkušnje (Walker, Gilovich in Kumar, 2016). Chen, Petrick in Shahvali (2016) to teorijo povežejo s turizmom, kjer turisti s pripovedovanjem svojih zgodb iz potovanja gradijo svoje blagostanje. Kljub temu da deljenje svojih izkušenj iz potovanj z drugimi predstavlja neko vrsto socialne interakcije (ki je osnovni mehanizem povezan s čustvenim blagostanjem potnika), pogoji za začetek te komunikacije še niso znani (Lee in Oh, 2017). Vpliv deljenja teh informacij na človekovo blagostanje je lahko odvisen od življenjskih ciljev potnikov, načina komunikacije med pripovedovanjem zgodb in od tega, komu te zgodbe pripovedujemo (Burke in Kraut, 2016, po Lee in Oh, 2017).

Potovanje pa ni vedno pozitivna izkušnja. Vse skupaj je lahko stresna situacija, ki se konča z negativnim izidom (Berno in Ward, 2005). Spradley in Phillips (1972, po Berno in Ward, 2005) sta v svoji raziskavi ugotovila, da lahko drugačna hrana, jezik, čistoča, tok življenja, standard življenja, način transporta, humor, zasebnost in prilagajanje na novo okolje povzročijo simptome povezane s stresom. Velikokrat pride do stresa zaradi tega, ker so človekova pričakovanja drugačna od dejanskih izkušenj (Berno in Ward, 2005). Za pozitivno doživljanje dogodkov iz potovanj so za človeka pomembne strategije regulacije emocij (ERS) (Gao, Kerstetter, Mowen in Hickerson, 2018). Te strategije so ljudem v pomoč pri doseganju dolgotrajnega čustvenega blagostanja, saj jim pomagajo pri vzdrževanju pozitivnih čustev pred/med/po potovanju (Gao, Kerstetter, Mowen in Hickerson, 2018). Z njimi ljudje zmanjšajo svoj psihološki distress ter izboljšajo svoje delovanje (American Psychological Association, 2013).

5.3 Mladi in potovanja

Potovanja so bila včasih dostopna le ljudem iz višjega sloja, saj so zahtevala visok finančni vložek. Ob razvoju železniškega prometa so bili potniki večinoma iz srednjega ali visokega družbenega razreda, saj so bili le oni zmožni financirati svojo pot (Rosler, 2002). Večina potnikov je potovala iz službenih namenov, kasneje so začeli potovati tudi zaradi lastnega zadovoljstva, ker so si to lahko privoščili (Rosler, 2002). Tudi ob razvoju letalskega prometa so kot potniki prvi na vrsto prišli ljudje, ki so si to lahko privoščili. Razlog za to je, da so bile cene letalskih vozovnic včasih predrage za navadne ljudi (Rosler, 2002).

Dandanes je pot z železnico ali letalom lahko zelo majhen finančni zalogaj. Morda so letalske vozovnice v nekaterih primerih celo cenejše od železniških vozovnic. *Eurocontrol* (2017) piše o tem, da je v Evropi od leta 2007 do 2015 za več kot 10 % narastlo število nizko cenovnih letov. Z nizkimi cenami letalskih vozovnic se viša procent potnikov, ki spadajo v skupino mladostnikov, saj so cene vozovnic dostopne njihovim finančnim možnostim. Leta 2014 je *WYSE Travel Confederation* objavila podatek, da se je zaradi demografskih sprememb v zahodnem svetu (večja starost za poroko, podaljšan čas študija)

starostna skupina mladostnikov, ki potujejo, spremenila. Prej je bila večina mladih potnikov starih med 18 in 24 let, leta 2014 pa se je starost gibala med 15 in 30 let (WYSE Travel Confederation, 2014).

Richards in Wilson sta leta 2003 izpostavila tri kategorije identifikacij mladih potnikov. Več kot polovica mladih se ima za *travellers* (»popotnik/popotnica, cigan/ciganka«, PONS, 2019), tretjina za *backpackers* (»popotnik/popotnica z nahrbtnikom, PONS, 2019) in petina za *tourist* (»turist/turistka, PONS, 2019) (Richards in Wilson, 2003). Razlike med njimi predstavljajo njihovi stili potovanja in faktorji, ki vplivajo na njihovo čustveno blagostanje. Za mladostnike kategorije *backpacker* je najbolj pomembno iskanje in pridobivanje novih izkušenj ter navezovanje novih socialnih stikov (Richards in Wilson, 2003). Mladostnike, ki se identificirajo kot *traveller*, za potovanje najbolj motivira obisk družine in prijateljev (Richards in Wilson, 2003). Za najmanjši del popotnikov oziroma za mlade, ki se identificirajo z besedo *tourist*, pa je najbolj pomemben faktor potovanja sprostitev (Richards in Wilson, 2003).

UNWTO že leta objavlja revijo, v kateri opisujejo moč potovanja mladostnikov. V 13. izdaji generalni direktor WYSE Travel Confederation David Chapman navaja, da se mladostniki, v primerjavi s starejšimi generacijami, niso ustrašili svetovne finančne krize. Po vseh svojih zmožnostih potujejo po svetu, pridobivajo nove izkušnje, prijateljstva, osebnostno rastejo in poskušajo pustiti svoj vtis na svetu. Richards (2016) navaja, da je bilo v letu 2015 približno 23 % vseh mednarodnih potnikov mladostnikov (starih med 15 in 29 let). Mladostniki imajo do potovanja drugačen pristop kot starejši. Iščejo predvsem avanture in nove socialne vezi, spoznavajo nove kulture in se poskušajo vživeti v tuje okolje. Konec koncev iščejo tudi znanje in izkušnje, ki jih v domačem okolju ne morejo dobiti. V primerjavi s starejšimi generacijami imajo mladostniki (študenti) na voljo tudi več časa za potovanje, saj v večini nimajo stalne zaposlitve, oziroma jih čas ne ovira pri dolgem izostanku iz domačega okolja (Richards, 2016). Poleg vsega so mladostniki tudi prilagodljivejši na okolje in so pripravljeni za potovanje tvegati več. S tem se navezujemo predvsem na to, da mladostnikov pri potovanju ne ovirajo ekonomski problemi, finance, epidemije, politika in podobno. Njihova mentaliteta je, da bodo pošteno zaslužen denar zapravili zase in za potovanje ter se pri tem ne bodo ozirali na probleme okolja (Richards, 2016). Dejstvo, da domače okolje mladostniku predstavlja grožnjo pri zaposlitvi ali osebnostni rasti, je še en razlog več, da bo ta za nedoločen čas zapustil to okolje. Najnovejši trend v svetu potovanja je to, da mladostniki ne potujejo le zaradi prostega časa, ampak potujejo z namenom dela ali študija v tujini, učenja novega jezika ali prostovoljstva (Richards, 2016).

5.4 Vpliv potovanj na čustveno blagostanje mladih

Ena izmed raziskav o vplivu potovanja na mlade je raziskava ameriških študentov v Avstriji (Gmelch, 1997, po Filep, 2009). Omenjena raziskava je pokazala, da so študentje pri študiju v tujini postali bolj samozavestni, samozadostni in prilagodljivi. Te komponente kažejo na visok osebni razvoj in posledično tudi na boljše človekovo blagostanje. Pierce (2012) navaja, da je ena izmed vrst turizma oziroma potovanja pri mladih *prostovoljski turizem*. To se dogaja predvsem v njihovem prostem letu med študijem. Razlogi za to so večinoma osebna rast in pridobivanje smisla v življenju – posledično boljšega blagostanja. Mladi potujejo tudi zato, da bi si spočili od akademskega sveta (Genç, 2012). Njihov urnik potovanja se prilagaja urniku izobraževanja. Namen potovanja naj bi bil v tem primeru sprostitev, povečanje pozitivnih občutij (posledično naraščanje motivacije za nadaljevanje izobraževanja) in predvsem izboljšanje lastnega blagostanja (Genç, 2012). Eden izmed razlogov, zakaj mladi potujejo, je tudi spoznavanje novih kultur. Z novim znanjem in poznavanjem drugačnosti namreč gradijo svojo osebnost. Z obiskovanjem festivalov in dogodkov v tujini ljudje pridobivajo nove življenjske izkušnje, navezujejo stike z ljudmi in s tem pridobivajo večji občutek pripadnosti (Filep, 2009). Tudi UNWTO (2011) v svojem poročilu navaja, da potovanja mladih niso več podobna originalnemu namenu in pomenu potovanja. Mladim potovanje pomeni način učenja, priložnost za spoznavanje novih ljudi in kultur ter možnost za profesionalni in osebni razvoj. Potovanje je del njihove identitete – »si to, kar si doživel« (UNWTO, 2011). Mladi imajo drugačen način razmišljanja kot ostale generacije. Richards (2011) izpostavlja dejstvo, da so mladi ekonomsko krizo izkoristili za to, da so potovali. Namesto da bi jih kriza in stanje brezposelnosti vodili do propada, so se odločili, da prosti čas izkoristijo za potovanje in pridobivanje novih (delovnih) izkušenj.

Matteucci (2011) navaja, da je vpliv potovanj na mladostnike neizbežen. Nove kulture, kraji in ljudje pomagajo mladostniku bolje razumeti svojo pristranskost in sebe kot identiteto. Mladostniki na potovanjih nabirajo delčke novih izkušenj, ki jih izoblikujejo v končno identiteto. Potovanja ne prispevajo le k drugačnemu dojetanju sveta, ampak tudi k dojetanju samega sebe. Dolgoročno so potovanja za mladostnike pomembna zato, ker preko njih izpopolnjujejo sebe in gradijo na svoji osebnosti, kar kasneje vpliva na vse njihove odločitve v prihodnosti (Matteucci, 2011). Amit (2011) razlaga potovanje mladostnikov kot nekaj, kar morajo storiti preden se ustalijo in podležejo pritiskom družbe. S tem si naberejo izkušnje o življenju, na katere lahko v kasnejši fazi odraslosti gledajo iz druge perspektive. Izkušnje in znanje iz potovanj, ki si jih ljudje naberejo kot mladostniki, lahko vplivajo na njihove pomembne življenjske odločitve, mnenje o svetu in jim pomagajo pri inovativnem reševanju težav (Amit, 2011). Sirgy (2019) v svojem najnovejšem članku navaja, da so v raziskavi s kolegi ugotovili, da destinacije, ki človeku dopuščajo samoizraženost, vplivajo na blagostanje mladostnikov. Mladostniki so namreč

generacijska skupina, ki ima največ problemov z odkrivanjem lastne identitete (Sirgy, 2019). Destinacije, ki mladostniku omogočajo lastno izražanje in kjer njihovo mnenje ni zatrto, pozitivno vplivajo na mladostnikovo zadovoljstvo z življenjem in posledično na čustveno blagostanje (Sirgy, 2019).

5.4.1 PRIMER: »Federation EIL«

Federation EIL kot svoj cilj navaja to, da bi morali vsi mladi po svetu imeti priložnost interkulture izmenjave, ne le tisti, ki so si to finančno zmožni privoščiti. S tem namenom sta leta 2009 Nemčija in Irska ustanovili štipendijski program, ki je dijakom nemških javnih srednjih šol omogočal udeležbo na kulturni izmenjavi na Irskem. Izkušnja je bila prilagojena mladim, ki niso govorili tekoče angleščine, saj so organizatorji želeli, da se na svojem potovanju dijaki počutijo prijetno. Program je bil sestavljen kot projekt javno koristnih del, udeleženci pa so med njim prebivali pri irskih družinah. Namena projekta sta bila spoznavanje nove kulture in pridobivanje novih poznanstev/prijateljstev. Z zbiranjem podatkov pred/med/po projektu je Federation EIL prišla do rezultatov, da je 85 % udeležencev z udeležbo na programu pridobilo več samozavesti, 78 % udeležencem pa je program pomagal do drugačne perspektive na lastno življenje (skozi svoje in skozi tuje oči). Prav tako je večina (95 %) mladih mnenja, da so skozi program postali bolj tolerantni in odprti do novih kultur in ljudi (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016).

Federation EIL izvaja projekte tudi v Maroku, kjer prostovoljce vabijo na spoznavanje maroške kulture in sodelovanja pri projektih, kot so pomoč otrokom s posebnimi potrebami, pravice žensk, varovanje okolja in zdravstvena oskrba. Ti programi dajejo mladostnikom možnost osebnostne rasti, pomoči drugim, spoznavanja novih kultur in sklepanja novih socialnih vezi. Posledično pa vse skupaj pozitivno vpliva tudi na gostujoče družine in tamkajšnjo skupnost (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016).

5.4.2 PRIMER: Xu Bo Arts and Culture Exchange

Program Xu Bo Arts and Culture Exchange vključuje tri države – Kitajsko, Singapur in Švedsko. Osredotoča se predvsem na programe prostovoljstva, pripravništva in na srednješolske ter študijske skupine. Omenjen program mladim po svetu omogoča izpopolnjevanje svojega akademskega znanja na praksi v tujini. Prav tako jim ponuja boljšo prihodnost z znanjem, ki jim ga nudita tuje okolje in drugačna kultura. Veliko udeležencev tega programa je mnenja, da jim je pridobljena izkušnja spremenila življenje, saj je obogatila njihovo razmišljanje, pogled na svet in jim približala tuje kulture (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016).

5.4.3 PRIMER: Profil obiskovalcev mesta Guanajuato

Rezultati raziskave iz leta 2014 kažejo, da je 32 % obiskovalcev mehiškega mesta Guanajuato mladostnikov (starih med 18 in 29 let) (UNWTO in WYSE Travel

Confederation, 2016). Guanajuato je mesto, kjer se človek lahko preko lokalne hrane, dobre glasbe, plesa in lokalnih tradicij vključi v njemu neznano kulturo. Vsi prej naštetih faktorji so ključni pri motivaciji mladostnikov za potovanje, saj preko njih spoznavajo novo kulturo in drugačne ljudi. To jim predstavlja možnost za profesionalno in osebno rast – posledično za boljše čustveno blagostanje. Raziskava prav tako kaže, da so eni izmed pomembnih motivatorjev za potovanje v to mesto dogodki, ki se tam odvijajo. Med drugim naštevajo World Rally Championship, Guanajuato International Film Festival, Cervantino International Festival in Balloon International Festival. Vsi festivali so priložnost za navezovanje novih socialnih vezi, udeležbo v internacionalnem okolju in pridobivanje novih pozitivnih izkušenj, ki vplivajo na mladostnikovo samopodobo in samozavest. Rezultati raziskave kažejo, da mladostniki iščejo izkušnje z lokalnim prebivalstvom in zato ne uporabljajo velikih internacionalnih franšiz pri organizaciji potovanja, saj si želijo čim bolj pristno izkušnjo (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016).

5.4.4 PRIMER: Erasmus Student Network (ESN)

Program Erasmus+ omogoča študentom EU možnost študijske izmenjave ali prakse v tujini. Cilj programa je mladostnikom omogočiti širši spekter izobrazbe in jim s tem povečati možnost zaposljivosti v mednarodnem okolju. Obdobje v tujini mladostnikom omogoča spoznavanje novih kultur, navezovanje socialnih stikov izven lastne države in možnost raziskovanja tujih držav (država izmenjave in njene bližnje sosedbe). Organizacija ESN deluje v 37 evropskih državah in je sestavljena iz več kot 14.000 prostovoljcev, ki študentom pomagajo pri vključitvi v novo okolje. ESN raziskava iz leta 2015 dokazuje, da so mladostniki, v povprečnem obdobju šestih mesecev izmenjave, potovali v povprečno več kot šest različnih držav. S tem niso vplivali le na svojo osebno rast, ampak tudi na rast potovalnega tržišča obiskanih držav. Raziskava prav tako dokazuje, da je imel vsak mladostnik na izmenjavi povprečno 4,1 obiskovalca, kar nakazuje na vzdrževanje starih socialnih vezi tudi v novem okolju. Obdobje študija ali prakse v tujini prav tako vpliva tudi na mladostnikove mehke veščine (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016). Te veščine se navezujejo na širok spekter veščin, kompetenc, vedenjskih vzorcev in osebnostnih značilnosti, ki vplivajo na človekovo življenje (Lippman, Ryberg, Carney in Moore, 2015). V primeru študijske izmenjave ali prakse v tujini to pomeni, da se mladostnikom izboljšajo socialne veščine, komunikacija, ravnanje z ljudmi in odnos do njih, karierni atributi, izoblikujejo se mladostnikov karakter in osebne značilnosti, povišata se socialna in čustvena inteligenca (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016). Poleg tega so mladostniki z izkušnjami v tujini bolj zaposljivi po svetu, saj imajo večjo samozavest pri vstopu v neznano državo ali okolje in se hitreje prilagodijo na novosti (ESN, 2019).

5.4.5 PRIMER: American Institute for Foreign Study – The Camp America program

Od leta 1969 je AIFS sponzoriral preko 235.000 udeležencev iz različnih držav. The Camp America program je del kulturne izmenjave in omogoča povečanje izkušenj mladostnikov v drugih državah in kulturah. Udeleženci preko izkušenj z ameriškimi državljani v njihovih skupnostih (različne rase, ideologije, prepričanja, ljudje iz različnih ekonomskih statusov) pridobivajo nova znanja, socialne izkušnje in izoblikujejo svoj pogled na svet. Rezultati projekta kažejo, da je 95 % mladostnikov iz programa projekt in svojo udeležbo označilo kot pomembno življenjsko izkušnjo (osebnostni razvoj). Prav tako je 77 % udeležencev ugotovilo, da jim je projekt pomagal pri njihovem profesionalnem razvoju (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016). Lahko bi omenili tudi dejstvo, da je 98 % mladostnikov pri projektu pridobilo spoštovanje do drugačnosti in zmožnosti dojemanja kulturnih razlik. To bi lahko smatrali kot mehanizme za premagovanje ovir pri doseganju čustvenega blagostanja (UNWTO in WYSE Travel Confederation, 2016).

5.4.6 PRIMER: STA Travel – The Responsible Tourism plan

STA Travel je globalna potovalna agencija, ki se je v zadnjih nekaj letih osredotočila tudi na trajnostni turizem. Eden izmed razlogov za to je bila želja strank, ki so iskale nekaj več kot le potovanje. Želeli so si prispevati k boljšemu svetu in so bili za to pripravljeni žrtvovati svoj čas (UNWTO, 2011). Namen odgovornega turizma je »povečati korist lokalnih skupnosti, zmanjšati negativen vpliv na okolje in družbo ter pomagati lokalnemu prebivalstvu ohraniti lastno kulturo in življenjski prostor« (Responsible Travel, 2017, str.1). Udeleženci tega projekta so mladostniki, ki hočejo pomagati izboljšati svet in življenja tistih, ki za preživetje potrebujejo pomoč. S tem udeleženci programa pridobijo samoizpopolnjenost in za voljo lastnega blagostanja pomagajo do slednjega tudi drugim (UNWTO, 2011).

5.4.7 PRIMER: Hostelworld

Raziskava Hostelworld-a potrjuje, da so glavni razlogi za potovanje mladih naslednji – hiter in lahek zaslužek, ki omogoča potovanje, močna želja po neodvisnosti in nenasitna želja po iskanju in doživljanju novih dogodivščin. Hostelworld se že več kot desetletje ukvarja s tem, da bi mladim ugodil v njihovih željah. Je glavni sektor, ki ponuja in zagotavlja nizkocenovna prenočišča za vse tiste, ki želijo potovati in za to nimajo na voljo visokih finančnih sredstev (UNWTO, 2011). Izvršni direktor Hostelworld-a je leta 2017 v vsakoletnem poročilu poslovanja izjavil, da je namen njihovega podjetja nuditi družbeno izkušnjo za mlade, ki iščejo dogodivščine. Prav tako je njihov namen ustvariti pozitivno (sprejemajoče) okolje za ljudi s podobnim življenjskim ciljem (Hostelworld Group, 2017).

5.4.8 PRIMER: Kilroy

Kilroy je spletna stran, ki mladim omogoča pomoč pri iskanju poceni letalskih kart, organizaciji potovanj in študija v tujini ter pri iskanju neverjetnih izkušenj po svetu, ki bi pozitivno vplivale na njihovo življenje. Njihov cilj je mladostnikom zagotoviti kvalitetno izkušnjo, saj se zavedajo, da potovanje človeka spremeni za vedno. Za njih potovanje ni le odhod od doma ali oddih od vsakdanjika. Potovanje jim predstavlja način spoznavanja novih ljudi, kultur in novih pogledov na svet (Kilroy, 2018).

5.4.9 PRIMER: #DiscoverEU

Projekt #DiscoverEU je bil narejen kot pobuda EU k potovanju mladih. Preko European Youth Portal je EU leta 2018 objavila razpis za brezplačne železniške vozovnice po EU. Vsi, ki so bili do 31. januarja 2018 stari 18 let in so bili državljani članice EU, so imeli priložnost osvojiti brezplačno karto za potovanje. EU je želela s to iniciativo mladim omogočiti raziskovanje EU in spoznavati isto misleče popotnike. Prav tako bi bilo potovanje po EU priložnost, da mladi postanejo bolj neodvisni in najdejo svojo identiteto. Leta 2018 je brezplačno karto prejelo preko 30.000 mladih, maja 2019 pa je potekal drugi izbor (v času pisanja zaključne naloge rezultati še niso bili znani) (European Youth Portal, 2018).

6 SKLEPI

Na začetku dela smo (pozitivno) psihologijo povezali s potovanjem (turizmom). Osredotočili smo se na čustveno blagostanje, ki je ena izmed glavnih komponent pozitivne psihologije. Poskušali smo ugotoviti, ali potovanje lahko vpliva na čustveno blagostanje človeka in izbrali ciljno skupino mladih. Potovanje s faktorji, kot so različne kulture, destinacije, dogodki, drugačni ljudje ter možnosti izobraževanja in usposabljanja v tujini, v veliki meri vpliva na mladostnikovo čustveno blagostanje. Spoznavanje drugačnosti in informacije, ki mladim morda niso na voljo v njihovi državi, so vzroki za spremembo v njihovi osebnosti. Projekti, ki se po svetu izvajajo z namenom usposabljanja, izobraževanja in prostovoljstva za mlade, so načini, kako mladostniki pridobivajo identiteto, samozavest, samospoštovanje, spoštovanje drugačnosti, smisel v življenju in izpopolnjenost. Dokazano je, da mladi skozi potovanja nabirajo izkušnje, ki izoblikujejo njihovo identiteto in jim pomagajo pri kasnejših odločitvah v življenju. Rezultati raziskav kažejo tudi na to, da je za mlade bolj kot nakup materialnih stvari pomemben nakup izkušnje. Aktivnosti, za katere mladi na potovanju porabijo denar, jim v njihovem življenju nudijo dodano vrednost. S spoznavanjem novih kultur in drugačnega okolja ter z navezovanjem novih socialnih vezi mladi izboljšujejo svoje čustveno blagostanje.

Prebrana literatura nakazuje, da sta z vidika potovanja izjemno pomemben del pri mladostnikovem čustvenem blagostanju izobraževanje in prostovoljstvo. Z dodano vrednostjo tujega izobraževalnega in delovnega sistema so mladi bolj kompetentni pri vstopu na delovni trg. Novo nastale socialne vezi, sodelovanje z drugimi, najdba življenjskega namena in vrsta pozitivnih dosežkov med obdobjem potovanja prispevajo k boljšemu čustvenemu blagostanju. Potovanje v tem primeru ni le zabava, ampak način osebnostne in profesionalne rasti. Prav tako je to način preizkušanja človeških omejitev. Neznane situacije človeka naučijo iznajdljivosti in mu dajejo pristo pot pri izoblikovanju njegovega karakterja. Mladim potovanje omogoča priložnost, da najdejo sebi ustrezen slog življenja ter preko izkušenj gradijo na svojih pozitivnih veščinah in lastnostih.

V prihodnje bi se lahko različne organizacije mladih po svetu med seboj povezale in ustanovile nove programe. Ti programi bi mladim preko potovanj prikazali svet in pripomogli k boljšemu blagostanju. Programi bi se lahko razširili tudi izven okvira izobraževanja in prostovoljstva. Ker so mladi generacija tehnologije, bi kot nadgradnjo dosedanjih programov, ki vplivajo na izboljšanje čustvenega blagostanja, predlagali izdelavo aplikacije, ki bi na enem mestu zbrala podatke o pozitivnih izkušnjah mladih iz celega sveta. Aplikacija bi od uporabnika zahtevala njegove osnovne podatke, interese, namen potovanja in njegove izkušnje (dosedanja potovanja in njihov namen, priporočila za druge). Po naboru vseh podatkov bi aplikacija uporabniku predlagala vrsto destinacij, ki bi ustrezale njegovim zahtevam in mu pomagala pri sami organizaciji potovanja. S tem bi mladi, ki nimajo prejšnjih izkušenj s potovanji, lažje naredili prvi korak.

V tem delu bi bilo pomembno omeniti dejstvo, da potovanje ne vpliva le na potnikovo blagostanje, ampak tudi na blagostanje lokalnega prebivalstva, kamor ljudje potujejo. Potrebno se je zavedati, da morda nekateri faktorji, ki pozitivno vplivajo na čustveno blagostanje mladega popotnika, na lokalno prebivalstvo ne vplivajo na isti način. V bodoče bi bilo potrebno raziskati področja, kjer se interesi mladih na potovanju in interesi destinacije (prebivalcev) srečajo. Preko različnih programov, ki bi omogočali integracijo v novo okolje, bi lahko tako mladi popotniki kot tudi lokalni prebivalci gradili na čustvenem blagostanju. Zaželeno bi bilo, da ob omembi potovanj in čustvenega blagostanja ne bi pomislili le na potnike, ampak tudi na lokalne prebivalce. Ta dva faktorja namreč eden brez drugega ne moreta uspeli, saj je za blagostanje potreben trud obeh strani.

Tudi v mojem življenju je potovanje močno vplivalo na moj razvoj. Samostojno potovanje me je naučilo iznajdljivosti in postavilo v situacije, kjer sem bila za svoje odločitve odgovorna sama. Z udeležbo v programu Erasmus+ sem pridobila kvalitete, ki mi jih šolanje v domovini ne bi omogočilo na enak način. Menim, da mi je ta izkušnja pomagala do večje samozavesti, pri prilagajanju na tujo kulturo in navade, pri izboljšanju mojih komunikacijskih veščin, do spoštovanja drugačnosti ter do zavedanja, da zmorem premagati ovire na poti k zastavljenim ciljem. Poleg akademsko obarvanega potovanja so za mano tudi krajša in daljša potovanja po Evropi ter drugje po svetu. Vsako potovanje je doprineslo nekaj k moji osebnosti. Spomini, izkušnje in znanja, ki sem jih pridobila po svetu, vedno bolj vplivajo na moj pogled nanj in na moj način življenja.

7 LITERATURA IN VIRI

Adler, J. (1989). Travel as Performed Art. *American Journal of Sociology*, 94(6), 1366-1391.

Alexandrova, A. (2005). Subjective Well-Being and Kahneman's »Objective Happiness«. *Journal of Happiness Studies*, 6, 301-324.

American Psychological Association. (2013). Specialty guidelines for forensic psychology. *American Psychologist*, 68(1), 7–19.

Amit, V. (2011). Youth Travel and Enduring Life Course Paradigms. *Anthropologica*, 53(1), 79-88.

Berno, T. in Ward, C. (2005). Innocence Abroad: A Pocket Guide to Psychological Research on Tourism. *American Psychologist*, 60(6), 593-600.

Buss, D. M. (2000). The evolution of happiness. *American Psychologist*, 55, 15-23.

Chen, C., Petrick, J. in Shahvali, M. (2016). Tourism experiences as a stress reliever: Examining the effects of tourism recovery experiences on life satisfaction. *Journal of Travel Research*, 55(2), 150-160.

Christopher, J. C., Richardson, F. C. in Slife, B. D. (2008). Thinking through Positive Psychology. *Theory & Psychology*, 18(5), 555-561.

Deci, E. L. in Ryan, R. M. (2008). Hedonia, eudaimonia, and well-being: An introduction. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 1–11.

Dictionary. Pridobljeno oktobra 2018 na <https://www.dictionary.com/>.

ESN. (2019). Erasmus Impact Study. Pridobljeno aprila 2019 na <https://www.esn.org/erasmus-impact-study>.

Eurocontrol. (2017). The rapid rise of low-cost carriers. Pridobljeno novembra 2018 na <https://www.eurocontrol.int/news/rapid-rise-low-cost-carriers>.

European Youth Portal. (2018). #DiscoverEU. Pridobljeno maja 2019 na https://europa.eu/youth/eu/article/117/61228_en.

Filep, S. (2009). *Tourist' Happiness Through The Lens of Positive Psychology*, PhD thesis. James Cook University.

Filep, S. (2016). Tourism and positive psychology critique: Too emotional?. *Annals of Tourism Research*, 59, 113-115.

Filep, S., in Laing, J. (2018). Trends and Directions in Tourism and Positive Psychology. *Journal of Travel Research*, (March), 1–12.

Gao, J., Kerstetter, D. L., Mowen, A. J. in Hickerson, B. (2018). Changes in tourists' perception of well-being based on their use of emotion regulation strategies during vacation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(5), 567–582.

Garcês, S., Rieber, M. S., Pocinho, M. in Jesus, S. N. (2018). Positive psychology and tourism: a systematic literature review. *Tourism & Management Studies*, 14(3), 41–51.

Genç, R. (2012). Tourist Consumption Behaviour and Quality of Life. V M. Uysal, R. R. Perdue in M. J. Sirgy (ur). *Handbook of Tourism and Quality of Life Research: Enhancing the life of Tourists and Residents of Host Communities* (str. 135-147). Dordrecht, Heidelberg, London, New York: Springer.

Hostelworld Group. (2017). Annual Report: 2017. Pridobljeno aprila 2019 na <http://www.hostelworldgroup.com/~media/Files/H/Hostelworld-v2/reports-and-presentations/hostelworld-annual-report-2017-interactive.pdf>.

Kilroy. (2018). Annual Report '18. Pridobljeno maja 2019 na <https://www.kilroy.net/media/22433/kilroyannualreport2018.pdf>.

Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., in Ahn, K. (2015). Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well-Being. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(September), 76-96.

Laing, J. H. in Frost W. (2017). Journeys of well-being: Women's travel narratives of transformation and self-discovery in Italy. *Tourism Management*, 62, 110-119.

Lee, S. A. in Oh, H. (2017). Sharing travel stories and behavioral outcomes: A case of travel. *Tourism Management*, 62, 147-158.

Lippman, L. H., Ryberg, R., Carney, R. in Moore, K. A. (2015). Key »Soft Skills« that foster youth workforce success: Toward a consensus across fields. *Child Trends Publication*, 24.

Matteucci, X. (2011). A Lasting Impression: The importance of global travel for young people. V UNWTO. The Power of Youth Travel (str. 19). *The World Youth Student and Educational Travel Confederation*, 2.

MIDSS. (2019). The Satisfaction with Life Scale. Pridobljeno junija 2019 na <http://www.midss.org/content/satisfaction-life-scale-swl>.

Moscardo, G. (2011). Searching for well-being: Exploring change in tourist motivation. *Tourism Recreation Research*, 36(1), 15–26

Nawijn, J. in Filep, S. (2016). Two directions for future tourist well-being research. *Annals of Tourism Research*, 61, 221-223.

Newman, D. B., Tay, L. in Diener, E. (2014). Leisure and Subjective Well-Being: A Model of Psychological Mechanisms as Mediating Factors. *Journal of Happiness Studies*, 15(3), 555–578.

Pavot, W. in Diener, E. (2013). The Satisfaction with Life Scale (SWL). Measurement Instrument Database for the Social Science. Pridobljeno junija 2019 na http://www.midss.org/sites/default/files/understanding_swls_scores.pdf.

Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Channel View Publications.

Pearce, P. L. (2012). Relationships and Tourism Experience: Challenges for Quality of Life Assessments. V M. Uysal, R. R. Perdue in M. J. Sirgy (ur). *Handbook of Tourism and Quality of Life Research: Enhancing the life of Tourists and Residents of Host Communities* (str. 9-29). Dordrecht, Heidelberg, London, New York: Springer.

PONS. (2019). Spletni slovar. Pridobljeno maja 2019 na <https://sl.pons.com/prevod>.

Proctor, C., Linley, P. A. in Maltby, J. (2009). Youth life satisfaction: A review of the literature. *Journal of Happiness Studies*, 10, 583–630.

Responsible Travel. (2017). The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2017. Pridobljeno aprila 2019 na https://www.responsibletravel.org/docs/The%20Case%20for%20Responsible%20Travel%202017_Final.pdf.

Richards, G. (2011). An Economic Contribution That Matters. V UNWTO. The Power of Youth Travel (str. 7-8). *The World Youth Student and Educational Travel Confederation*, 2.

Richards, G. (2016). Chapter 1: The Economic Impact of Youth Travel. V UNWTO in WYSE Travel Confederation. Global Report on The Power of Youth Travel (str. 10-13). *Affiliate Members Global Report*, 13.

Richards, G. in Wilson, J. (2003). New horizons in independent youth and student travel. *A Report for the International Student Travel Confederation (ISTC) and the Association of Tourism and Leisure Education (ATLAS)*.

Rosler, M. (2002). Travel stories. *Grey Room*, 8, 108-137.

Seligman, M. E. P. (2008). Positive Health. *Applied Psychology: An International Review*, 57, 3-18.

Seligman, M. E. P. in Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An Introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.

Sirgy, M. J. (2012). Social indicators research series 50. The psychology of quality of life: Hedonic well-being, life satisfaction, and eudaimonia.

Sirgy, M. J. (2019). Promoting quality-of-life and well-being research in hospitality and tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(1), 1-13

Slovar slovenskega knjižnega jezika. Pridobljeno oktobra 2018 na <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>.

Trull, T. J. in Ebner-Priemer, U. W. (2009). Using Experience Sampling Methods/Ecological Momentary Assessment (ESM/EMA) in Clinical Assessment and Clinical Research: Introduction to the Special Section. *Psychological Assessment*, 21(4), 457-462.

UNWTO. (2011). The Power of Youth Travel. *The World Youth Student and Educational Travel Confederation*, 2, 1–38.

UNWTO in WYSE Travel Confederation. (2016). Global Report on The Power of Youth Travel. *Affiliate Members Global Report*, 13, 1-60.

Urry, J. (2006). Travelling Times. *European Journal of Communication*, 21(3), 357-372.

Uysal M., Perdue R. R. in Sirgy M. J. (2012). Prologue: Tourism and Quality of Life. V M. Uysal, R. R. Perdue in M. J. Sirgy (ur). *Handbook of Tourism and Quality of Life Research: Enhancing the life of Tourists and Residents of Host Communities* (str. 1-5). Dordrecht, Heidelberg, London, New York: Springer.

Walker, J., Gilovich, T. in Kumar, A. (2016). Cultivating Gratitude and Giving Through Experiential Consumption. *Emotion*, 16(8), 1126-1136.

WYSE Travel Confederation. (2014). 10 Things You Might Not Know About The Youth Travel Market. Pridobljeno maja 2019 na <https://www.wysetc.org/2014/02/10-things-you-might-not-know-about-the-youth-travel-market/>.

Zullig, K. J. in White, R. J. (2011). Physical activity, life satisfaction, and self-rated health of middle school students. *Applied Research in Quality of Life*, 6 , 277–289.

Zupančič, M. (2004). Opredelitev razvojnega obdobja in razvojne naloge v mladostništvu. V L. Marjanovič Umek in M. Zupančič (ur.), *Razvojna psihologija* (str. 511-632), Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.