

SZÁNTÓ ÁKOS

WELLNESS, VALLÁS ÉS MARKETING / WELLNESS, RELIGION AND MARKETING

Összefoglalás

E tanulmány célja annak bemutatása, hogy a wellness és a vallás, vagy talán helyesebben a vallásgyakorlás, a hitélet milyen remekül megférnek egymás mellett, sőt milyen jól kiegészíthetnék egymást. Sőt, egy kölcsönösen előnyös, egymást kölcsönösen erősítő együttműködés mindkét fél ügyfélkörét (vendégek és hívők) szélesítheti, és elégedettségüket növelheti. A wellness- és a vallási szakirodalom is ráadásul szinte ugyanazokat a tényezőket tartja alapvetőnek a jóllét eléréséhez. A wellness dimenzióinál megtalálhatók ugyanazok az elemek, melyeket a szakrális szakirodalom a lelki jóllét elemeiként megjelöl. Ily módon a szakirodalom mindkét szakterület esetében egybecseng. Ez alátámasztja az általam is alapvetően fontosnak tartott lelki jóllét jelentőségét a kiegyensúlyozott élet(vitel) szempontjából.

Hogy hogyan és miért került a tanulmány címébe a marketing fogalom is? Nem másért, mint azért, mert a fent említett kooperáció egy plusz elem lehet a wellness-szolgáltatók kínálatában, melyre a marketingmixükben is támaszkodhatnak. A marketingkommunikációjukat pedig akár alapozhatják erre egy vagy esetleg több célcsoport esetében. Az egyházak esetében pedig egy olyan eszköz lehet ez az együttműködés marketingszempontról, mellyel jelentős mértékben tudják növelni ismertségüket, elfogadottságukat és a hívők körét, mindezzel pedig társadalmi bázisukat.

Kulcsszavak: wellness, vallás, marketing, wellbeing, lelki jóllét
JEL kód: M31, Z12

Abstract

The purpose of this study is to show how well wellness and religion, or perhaps the practice of religion, the life of religion, fit together, and how well They could complement each other. Moreover, mutually beneficial, mutually reinforcing co-operation can widen and enhance the satisfaction of both parties' customers (guests and believers). In addition, wellness and religious literature consider the same factors essential to achieving well-being. In the dimensions of

wellness you can find the same elements that sacred literature refers to as elements of spiritual well-being. In this way, the literature agrees with both fields. This confirms the importance of spiritual well-being, which I consider to be essential, for a balanced life.

How and why did the marketing concept go to the title of the study? It is no other than the above mentioned co-operation can be an additional element in the offer of wellness service providers, which they can rely on in their marketing mix. They can even base their marketing communication on one or more target groups. In the case of churches, this can be a tool for marketing, which can significantly increase their awareness, acceptance and circle of believers, and thus their social base.

Keywords: wellness, religion, marketing, wellbeing, spiritual wellbeing

Bevezetés

A Sárospataki Református Teológiai Akadémián tartottam egészségturizmus-szervezés órát diakónusoknak. Előtte azon gondolkodtam, hogy miért is kerülhetett ez a tárgy a tanrendjükbe egyetlen turisztikai tárgyként. Nem igen értettem, aztán az óra közben fogalmazódott meg bennem a felismerés, melyet a cím is takar. Vagyis az, hogy a wellness és a vallás, vagy talán helyesebben a vallásgyakorlás, a hitélet milyen remekül megférnek egymás mellett, sőt milyen jól kiegészíthetnék egymást. Hogy hogyan és miért került a tanulmány címébe a marketing fogalom is? Ezt fogom kifejteni a következőkben. Az összefüggések és a gondolatmenet logikus felépítéséhez induljunk ki a wellness alapjaiból. Elsőként erről következik egy rövid szakirodalmi összeállítás, gyűjtés.

A wellness alapjai a szakirodalomban

A wellness a testi-szellemi-lelki jólét elérésére irányuló életforma. A wellness mesterséges szó: „Érezd jól magad” – a wellbeing (jóllét) és a wholeness, azaz teljesség (mások szerint fitness) szavak összeolvasztásából született. (Boronyák, 2008)

A wellness a hosszú, egészséges és aktív élet iránti elkötelezettség, egészségtudatos életmód. Egyik legfontosabb elve, hogy a betegségek megelőzése jóval fontosabb, mint a gyógyításuk. A wellness holisztikus, tehát átfogó értelemben foglalkozik az ember egészségével, és feltételezi, hogy a személy önmaga is aktívan részt vesz egészsége megőrzésében, a betegségek megelőzésében, és nem hagyja azt a gyógyszerekre. (Boronyák, 2008)

Wellness-létesítmények követelményrendszerében is megjelenik az előbbi holisztikus szemlélet:

Olyan szolgáltatások széles kínálata, amelyek együttesen képesek a test, a szellem és a lélek egyensúlyának megteremtésére.

- Test – szépségkezelések, masszázssterápia, fitneszprogramok, sportszolgáltatások, személyi edző, tanácsadás, egészséges táplálkozás, állapotfelmérés, gyógykezelések.
- Lélek – meditáció, relaxáció, jóga, tai chi, stresszmenedzsment, feng shui.
- Szellem – életmód-tanácsadás, tudatos táplálkozásra vonatkozó információk, kézművesség, kulturális programok, befektetési tanácsadás.
- Személyre szabott szolgáltatás.
- Változatosság – változó programkínálat, különböző stílusú helységek, nemzetközi konyhaművészet.
- Megfelelő fizikai környezet.
- Megfelelő személyzet. (Schupler, 2006)

Egy kicsit másként megfogalmazva a spaélmény 4R-modelljében:

- Relaxáció – feszültség oldása,
- Reflexió – meditáció, elmélyülés,
- Revitalizáció – újjáéledés, életerő és energia,
- Rejoice – jókedv, vidámság, szórakozás. (Schupler, 2006)

Ebben a felosztásban is tetten érhető a test, a szellem és a lélek hármas egysége, illetve ezek feltöltődése. Ezek megvalósulása esetén pedig létrejön a rejoice, vagyis egy jókedvű, vidám, pozitív lelkiállapot. Nem meglepő módon itt is a wellness-filozófia hármas egysége kerül leírásra.

Részlet az Eurostars által megfogalmazott, „A Wellness-szállodák kötelezően előírt kritériumai” 57 elemű listájából:

- Keleti mozgásprogramok közül min. 1 féle (pl. jóga, tai chi, qi gong),
- Egyéb relaxációs technikák közül min. 2 féle (autogén tréning, Feldenkrais-módszer, meditáció).

Boros és szerzőtársai a túlhajsolt élettempóból fakadó stressz oldaláról közelítik a relaxáció szükségességét és a wellness iránti fogyasztói igényeket, és a stresszkezelés szükségességében látják a wellness-szolgáltatások egyik legfontosabb szerepét.

Szerintük a mai fogyasztók csendre, nyugalomra, pihenésre, kikapcsolódásra, feltöltődésre vágnak. Emiatt napjaink spakultúrája, infrastruktúrája, a wellness-szállodák növekvő száma és a szolgáltatások repertoárjának folyamatos kiszélesedése alapvetően ebből, a relaxáció iránti igényből fejlődött ki. Szinte nincs olyan wellness-szolgáltatás, amely nem vesz részt a stresszkezelésben. Legyen szó szaunázásról, fürdőzésről, sportolásról,

Ezek a következők:

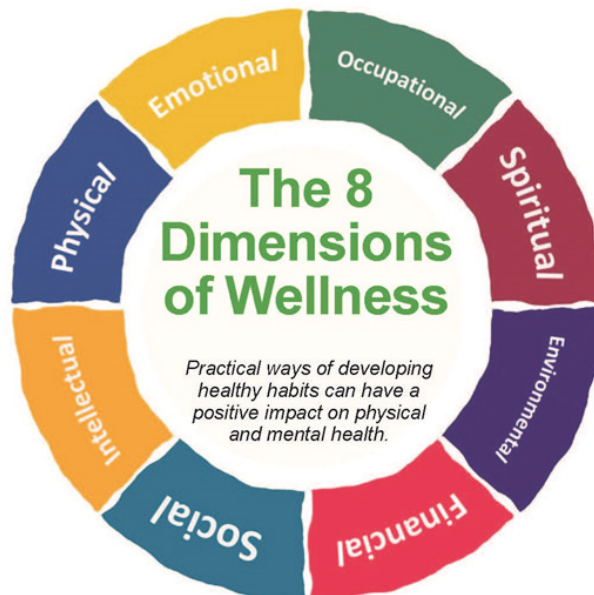
- Fizikai,
- Érzelmi,
- Foglalkozási,
- Lelki,
- Környezeti,
- Pénzügyi,
- Társadalmi,
- Szellemi.

étkezésről vagy akár szépségápolásról, a testi folyamatok javítása mellett a lélek és szellem megújulását, a stressz leküzdését is elősegítik. Természetesen a wellness-kezeléseknek létezik egy kisebb csoportja, amelyek elsődlegesen a relaxációt szolgálják. Ide tartoznak a:

- nyugati módszerek (mozgásterápia, aromamasszázs, jacuzzi, flotáció, érintés, légzésterápia, kisállatterápia, watsu stb.),
- pszichológiai módszerek (egyéni és csoportterápiák, autogén tréning, progresszív relaxáció, Alexander-módszer, imagináció stb.),
- keleti módszerek (ájurvédikus kezelések, hangterápia, fényterápia, prana nadi, jóga, tai chi, chi kung, shiatsu, meditáció stb.),
- alternatív módszerek (kristályterápia, Bach-virágterápia, zene-, művészetterápia stb.), amelyek mind a lelki harmónia, az érzelmi egyensúly kialakítására, a stressz eliminálásra törekkenek. (Boros et al., 2012)

A nemzetközi, elsősorban az amerikai szakirodalom két területéről szeretnék még kiragadni és bemutatni egy-egy példát a wellness értelmezésére vonatkozóan.

Az első az Amerikában oly népszerű és egyértelmű megközelítést mutatja, vagyis azt, amikor a wellnesst mint életformát, életmódot kezelik. Ennek nyolc dimenzióját különíti el az 1. ábrán látható modell.



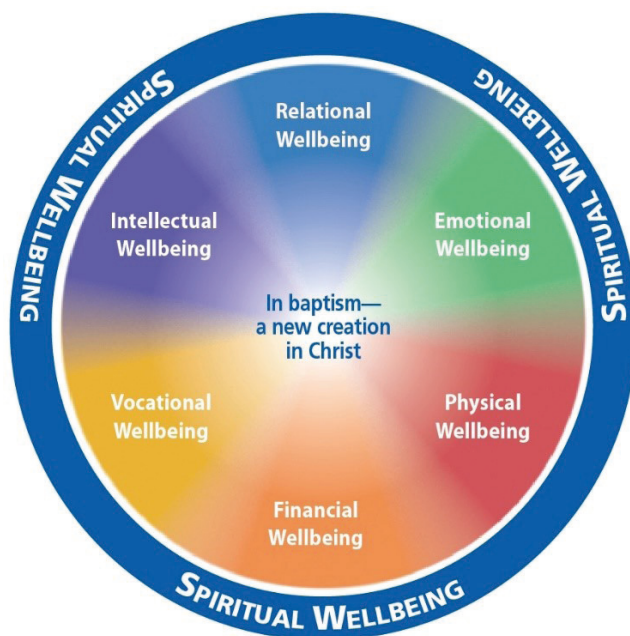
1. ábra: A wellness életmód 8 dimenziója

Forrás: [https://services.claremont.edu/health-education-outreach/
health-education-outreach/dimensions-of-wellness-wheel/](https://services.claremont.edu/health-education-outreach/health-education-outreach/dimensions-of-wellness-wheel/)

Ebben is megjelennek a magyar szakirodalomban és a wellness-szolgáltatók követelményrendszerében megfogalmazott testi, lelki és szellemi jóllét dimenziói, de mivel itt életmódként értelmezik a wellneszt, ezért egészül még ki másik öttel.

A másik példa pedig vallási szakirodalomból származik, ahol meglepő vagy talán éppen nem meglepő módon, szintén megjelenik a jóllét fogalma. Fletcher megfogalmazása szerint (szabad fordításban):

„A shalom bibliai fogalma erőteljes érv, hogy Isten törődik az emberek jóllétével. Ez a szó több mint 250 alkalommal jelenik meg az Ószövetségben, és túlnyomórészt az Isten legszélesebb értelemben vett jólétére utal. A shalom nemcsak Istenhez való spirituális kapcsolatot írja le, hanem egy élet kapcsolatát – testi egészségi állapot, elégedettség és társadalmi kapcsolatok terén.” (Fletcher, 2011 saját fordítás)



2. ábra: A teljesség köre és annak kompetenciái

Forrás: [https://faithgracesaltlight.wordpress.com/discernment-plan/discernment-work-plan/
intellectual-well-being/discerning-ministry/](https://faithgracesaltlight.wordpress.com/discernment-plan/discernment-work-plan/intellectual-well-being/discerning-ministry/)

[discernment-resources/the-wholeness-wheel/](https://faithgracesaltlight.wordpress.com/discernment-resources/the-wholeness-wheel/)

Az 1. ábrán a wellness dimenziói között

szerepelt a lelki jóllét. Míg vallási megközelítésben a 2. ábrán látható módon a lelki jóllét elemei: a kapcsolati, az érzelmi, a fizikai, a pénzügyi, a szakmai és a szellemi jóllét. Vagyis bár máshonnan közelít a két terület, de a tényezők majdnem ugyanazok. Ezek összehasonlítását tartalmazza az 1. táblázat.

Wellness dimenziói	
Lelki	Lelki jóllét dimenziói
Érzelmi	Érzelmi
Foglalkozási	Szakmai
Környezeti	
Pénzügyi	Pénzügyi
Társadalmi	Kapcsolati
Szellemi	Szellemi
Fizikai	Fizikai

1. táblázat: A wellness és a lelki jóllét dimenzióinak összevetése

Forrás: saját szerkesztés

Anyag és módszer

Röviden vázolnám az alkalmazott módszertant. Módszertan tekintetében szekunder, szakirodalmi kutatást alkalmaztam. Ennek célja az volt, hogy azt pontosítsam, hogy a wellness-szolgáltatások körében milyen lelki feltöltődést szolgáló kínálatot tart számon a szakirodalom, akár csak példajelleggel.

Eredmények

A szakirodalmi adatokból megállapítható egyik eredmény, hogy akár turisztikai szemlélettel, a wellness oldaláról, akár vallási, lelki oldalról közelítünk a jóllét kérdéséhez, ugyanazokat a tényezőket, dimenziókat tartják elengedhetetlennek a szakemberek a jóllét állapotának eléréséhez. Vagyis az

- Érzelmi
- Szakmai
- Pénzügyi

- Kapcsolati
- Szellemi
- Fizikai dimenziókat.

A wellness-szemléletben a környezeti tényező jelenik meg pluszként.

A másik megállapításom, mely már korábban, a tapasztalataim alapján megfogalmazódott bennem, és most a szakirodalom kutatási adatok csak megerősítették, hogy a wellness-szolgáltatások közül a lelki jóllét megteremtését célzóak jelentős részben keleti eredetűek. A korábbi szakirodalmi példákból kiragadva néhány: meditáció, jóga, tai chi, a stresszmenedzsment egyes módszerei, feng shui, qi gong, watsu, ájurvédikus kezelések, hangterápia, fényterápia, prana nadi, chi kung.

Az első megállapításom a lelki egyensúly, a lelki jóllét megteremtésének fontosságát erősítette meg bennem. Erre hívja fel a figyelmet Lengyel A. is PhD értekezésében. „Az Egyesült Királyság példáját követve a magyar kormány is kezdeményezhetné egy olyan összpárti munkacsoport létrehozását, mely a brittekhez hasonlóan szakértők bevonásával elemezhetné a Mindfulness Típusú Meditációk alkalmazási lehetőségeit. Ettől függetlenül az oktatási intézmények saját hatáskörben is szorgalmazhatnák Mindfulness Típusú Meditációkra épülő programok indítását és a Mindfulness Típusú Meditációkkal kapcsolatos háttértudás oktatását. Tekintve, hogy a Mindfulness Típusú Meditációk mindenféle költség nélkül gyakorolhatók szinte bárhol, sokféle pozitív pszichés és testi hatással bírnak és segítik a fogyasztói értékrendről való átállást egy spirituális alapú életvezetésre, a sokat hangoztatott preventív egészségmegőrzés jegyében széleskörben és kormányzati segítséggel népszerűsíteni kellene őket, igénybevéve a különféle marketingkommunikációs csatornákat.” Én nem mennék ilyen messzire, mint Lengyel, vagyis nem gondolom, hogy a lelki feltöltődéshez spirituális életvezetésre lenne szükség, viszont azt igen, hogy a hitélet és a vallásgyakorlás igen komoly támogatást tud adni a lelki egyensúlyunk megőrzéséhez, helyreállításához. Ebben nem is a formális vallásgyakorlást, hanem az informális az egyénnek leginkább pozitív hatással, eredménnyel járó tekintem kulcskérdésnek.

A második pedig azt a kérdést veti föl bennem, hogy miért kell távoli, éppen divatos módszerekhez nyúlnunk, miért nem a legkézenfekvőbb megoldáshoz, a vallásunkhoz, illetve ennek gyakorlásához fordulunk, ha lelki feltöltődésre vágyunk? Lehet, hogy Lengyel megfogalmazását használva célszerűbb lenne ezt spiritualitásnak nevezni és mindjárt többen odafigyelnének rá és népszerűbb lenne?

Következtetések

A szakirodalmi adatok egybecsengésén túllépve, következtetéseimben elsősorban

a vallásgyakorlás lelki egyensúlyra gyakorolt jótékony hatására koncentrálok.

Megítélésem szerint, az egyházak és a wellness szolgáltatók együttműködésével, egy olyan szolgáltatás lenne kialakítható, melynek igénybevétele eredményeként a vendégek „haza is tudnának vinni” egy olyan módszert, melynek segítségével otthon is biztosíthatnák a lelki feltöltődésüket, lelki békéjük helyreállítását. Egyébként is a mai Európában számtalanszor előkerül a keresztény Európa, a keresztény vallás, vallási identitásunk megőrzése. Az említett együttműködés eredményeként sokkal szélesebb körben lehetne a vallásgyakorlás jótékony hatására felhívni a figyelmet és az emberek kezébe adni egy olyan eszközt, melynek segítségével a lelki jóllétüket biztosítani tudnák. Ezzel pedig pozitív hatást tudnak kifejteni a fizikai jóllétükre is.

Ebből a szempontból ez kedvező a wellness-szolgáltatóknak, mert egy plusz szolgáltatást tudnak kínálni a vendégeiknek. A marketingkommunikációjukat pedig akár alapozhatják erre egy, esetleg több célcsoport esetében. A win-win helyzet oly módon áll elő, hogy az egyházaknak ez egy komoly marketing- és PR-eszköz lehet, mellyel jelentős mértékben tudják növelni ismertségüket, elfogadottságukat és a hívők körét, mindezzel pedig társadalmi bázisukat. Társadalmi szempontból pedig egyre több kiegyensúlyozott ember lehet az együttműködés eredménye, akik pszichológus helyett inkább templomba mennek.

Hivatkozott források

- BORONYÁK, M. (2008): Wellness turizmus menedzsment 1. előadás http://www.georgikon.hu/tanszekek/agrargaz/Tananyagok/%C3%9Aj%20mappa/Eloadas_1.pdf
- BOROS, SZ. – Mondok, A. – Várhelyi, T. (2012): Az Egészségturizmus Szolgáltatásai és Menedzsmentje, Szolnoki Főiskola ISBN: 978-963-89339-4-2
- FLETCHER, D. (201?): Wellness and Wholeness – It’s About a Connection With God, MAY 31, <https://www.faithandhealthconnection.org/wellness-wholeness-connection-with-god/>**
- KÖNYVES, E., MÜLLER, A., SZABÓ, R (2003): A wellness turizmus sokszínű kínálatának bemutatása
- LENGYEL A. (2018): A fenntarthatóság mindfulness és turizmus tértudományi összefüggései, PhD értekezés, Gödöllő
- SCHUPLER, H. (2006): Turisztikai termékfejlesztés 1. előadás, Miskolci Egyetem
- Szerző nélkül: The Wholeness Wheel and Its Competencies, <https://faithgracesaltlight.wordpress.com/discernment-plan/discernment-work-plan/intellectual-well-being/discerning-ministry/discernment-resources/the-wholeness-wheel/>
- <https://services.claremont.edu/health-education-outreach/health-education-outreach/>

dimensions-of-wellness-wheel/

Szerző

Szántó Ákos

PhD

Egyetemi docens

Eszterházy Károly Egyetem

szanto.akos@uni-eszterhazy.hu