

# Egy új turisztikai trend, a pozitív turizmus magyarországi lehetőségeinek vizsgálata

---

TÓTH-BOROS NIKOLETT<sup>a</sup>, DOMJÁNNÉ NYIZSALOVSZKI RITA<sup>b</sup>

<sup>a, b</sup> Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Gazdaságtudományi Intézet

Egészségház u. 4., Eger 3300

*boros.nikolett@uni-eszterhazy.hu*

*nyizsalovszki.rita@uni-eszterhazy.hu*

Napjaink felgyorsult életmódot folytató fogyasztói társadalmának kihívásai a turizmusra is hatással vannak, a Covid-19 járványhelyzet pedig tovább erősítette és differenciálta ezeket a kihívásokat. A válaszlehetőségek között szerepel az egészségturizmus is, amely jelentős bővülést mutatott az elmúlt két évtizedben. A turisztikai fogyasztók vonatkozásában a fizikai egészségmegőrzésen túl előtérbe került a mentális egészség megőrzése is, ezért a turisztikai termékfejlesztésben egyre hangsúlyosabbá válik a prevenció és a holisztikus látásmód. Ebben az összefüggésben a pszichológia is fontosabb szerepet kaphat a turisták vágyainak, elvárásainak felismerésében, az ezen alapuló termékfejlesztésben, valamint a turisztikai fogyasztás során a vendégek jóllétének megteremtésében. Egy új, egészségpszichológián alapuló látásmód kezdett körvonalazódni, amikor 2016-ban Csíkszentmihályi Mihály kollégáival bevezette a pozitív turizmus fogalmát. Tanulmányunkban áttekintjük az új irányzat előzményeit, létjogosultságát, magyarországi vonatkozásait, valamint kísérletet teszünk a fogalom bővítésére, árnyalására.

**Kulcsszavak:** pozitív turizmus, fenntarthatóság, egészségmegőrzés, pozitív pszichológia

## 1. Bevezetés

Az elmúlt évtizedek jelentős társadalmi változásokat eredményeztek. A globalizáció, a privatizáció és a liberalizáció gyors változásokat idéztek elő egyrészt a modern munkakörnyezetben, hiszen számos új készség elsajátítására van szükség, egyre nagyobb

időnyomás mellett magas teljesítményelvárásoknak kell megfelelni (*Schaufeli et al.*, 2009), másrészt a felgyorsult életmód a magánéletre is jelentős hatással van. Az egyéneket tehát több oldalról is jelentős stresszhatások érik, aminek eredménye sokszor a kiegészi szindróma (érzelmi kimerültség, elszemélytelenedés, a személyes hatékonyság és a teljesítmény csökkenése) megjelenése. Nemzetközi tudományos vizsgálatok szerint a mai modern társadalmakat leginkább érintő megbetegedések 80 százaléka a stresszben gyökerezik. A krónikus stressz következtében fellépő mentális és kardiális (szíveredetű) megbetegedések pedig a nyugati társadalmak egyre nagyobb hányadát érintik (*Nagy és Nagy*, 2014). A fizikai állapot mellett a mentális egészség is egyre inkább felértékelődött, majd előtérbe került a holisztikus látásmód, amely az ókori gondolkodásig vezethető vissza, és ma reneszánszát éli. Mindezekén túl az elmúlt évtizedekben az egészség helyreállítása mellett a prevenció is komolyabb szerepet kapott.

A szabadidő eltöltésének, a rekreációs folyamatnak az egyik fő eszköze a turisztikai tevékenység. A II. világháborút követően a turizmus ágazat jelentős fejlődésen, bővülésen esett át, ami nemcsak a vendégérkezések számának gyors felfutását jelentette, hanem új turizmusformák megjelenését is a vendégek igényeinek változásával párhuzamosan. Az elmúlt évtizedekben a turizmus ágazat felfutását tapasztalhattuk világszerte. Az UNWTO statisztikáit tekintve elmondható, hogy 1950 óta folyamatos növekedés volt jelen a turistaérkezések és vendégéjszakák számában és a bevételek volumenét illetően (*UNWTO* 2017). 2019-ben pedig már 1,5 milliárd fő volt a nemzetközi turistaérkezések száma (*UNWTO* 2020). A turistaérkezések számának folyamatos emelkedésével egyre nagyobb teret hódított a tömegturizmus, amely a második világháborút követően az utazás létformává válásával és volumenének ugrásszerű megnövelésével alakult ki. A tömegturizmus résztvevői olyan turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe, amelyeket nagy tételben, legtöbbször standardizálva, közel azonos élményt nyújtva állítanak elő. Az így szerezhető élmények sematikus, hasonló környezetben átékelhető volta, az egyéni igények kielégítésének minimális lehetősége fejeződik ki bennük (*Michalkó*, 2012).

A gazdasági-társadalmi változások a turizmus felé is egyre jelentősebb kihívásokat fogalmaztak meg. Az elszemélytelenedéssel és a tömegesedéssel szemben igény jelentkezett az igazi élményekre, a személyre szabott szolgáltatásokra. Előtérbe került az egyén. A fizikai élményszerzés mellé felzárkózott a lelki, spirituális élményszerzés igénye is. Megszületett a transzformációs turizmus, amelyben a fogyasztó részéről az átalakulás keresése, az átváltozás igénye egyetemesen jelenik meg a fizikai, szellemi és lelki dimenziókban (*Jászberényi*, 2014). Napjaink felgyorsult életmódot folytató fogyasztói társadalmában tehát egyre inkább érezzük, mennyire fontos, hogy olykor megálljunk, kicsit megpihenjünk, és a rekreációs folyamatban újra visszanyerjük a testi-lelki egészségünket. Ebben lehet segítségünkre a turizmus és az egészségpszichológia értékeinek, eredményeinek felhasználásával megszülető pozitív turizmus, melynek elképzelésünk szerinti legfőbb célja, hogy olyan gondolkodásmódot és eszköztárat

közvetítsen szakemberek segítségével fogyasztói számára, amelyek elsajátításával életmódunk javulhat, boldogabbá és kiegyensúlyozottabbá válhatnak a természet közelében és az élmények átélésével párhuzamosan. Azáltal pedig, hogy sokan megtapasztalják, hogy a természet segítségükre lehet, hogy ráleljenek a lelki nyugalomra, és egészségi állapotuk is javulhat (*Keniger et al.*, 2013), talán többen megértik, mekkora szükségünk van Földünk egészségének megóvására, és szívesebben cselekednek ezen cél érdekében is.

A megváltozott környezetre és fogyasztói elvárásokra reagálva a pozitív turizmus egy viszonylag új kifejezés, Filep és társai voltak az elsők, akik beemelték ezt a kifejezést a szakirodalomba a 2010-es évek közepén (*Filep et al.*, 2016). A kifejezés pontos meghatározása, jelentősége számos kérdést felvet. Tanulmányunk célja, hogy áttekintsük a pozitív turizmus kialakulásának turisztikai és társadalmi előzményeit, létjogosultságát, és kísérletet tegyünk annak feltárására, hogy ma Magyarországon mennyire lennének érdeklődők az emberek azok iránt az értékek iránt, amelyeket a pozitív turizmus általunk elképzelt formája képviselne.

## 2. A pozitív turizmus előzményei a turisztikai trendek oldaláról

A tömegturizmus okozta következményekre való reagálásképp a fenntartható turizmus elvének megfogalmazására 2005-ben került sor a World Tourism Organisation által. Eszerint olyan idegenforgalom lebonyolítására van szükség, amely a jelenlegi és a jövőbeli környezeti, gazdasági és társadalmi hatások figyelembevételével igyekszik kielégíteni a turisták, az iparág, a befogadó közösségek és a környezet igényeit (*UNEP–WTO*, 2005). A fenntartható turizmus mellett több olyan, az alternatív turisztikai formába (*Michalkó*, 2016) illeszkedő irányzat is létrejött, melyek a tömegturizmus ellensúlyát képviselik. Ilyen például a szelíd turizmus, az ökoturizmus és a felelősségteljes turizmus (*Happ*, 2014).

A tömegturizmus ellenpólusaként említhető a transzformációs turizmus is, melynek Régi és társai szerinti lényege, hogy az utazás során szerzett élmények, tapasztalatok hatására egyfajta belső változáson megy keresztül az utazó, amelynek következtében szinte más emberként térhet vissza otthoni környezetébe, önmagát és a világot más színben látva, megújult gondolkodásmóddal (*Régi et al.*, 2017). A pozitív turizmus esetében is végbemegy a transzformáció, azonban van egy olyan „lelki vezető”, aki koordinálja a turistát az átváltozás megélésének útján, és vezeti őt a kitűzött cél felé.

Annak ellenére, hogy a pozitív egészség fogalma már a 20. század elején megszületett (*Leete*, 1922), nagyon sokáig a pszichológiában csupán a negatív egészség fogalmáról, a betegségek kialakulásáról, a stressz jellemzőiről beszéltek, de ez nem elegendő ahhoz, hogy az úgynevezett jóllét állapotának eléréséről kellő információt tudjanak szolgáltatni, illetve a pozitív egészség témáját megfelelően körbe tudják járni (*Drew és Kiecolt-Glaser*, 1998). A pozitív egészség aspektusainak kutatása során kapott eredmények azt indukálták,

hogy egy önálló ágazat jöhetett létre a klinikai pszichológiában egészségpszichológia néven, mely az egészség megőrzésével, visszanyerésével és fejlesztésével kapcsolatos pszichológiai tényezőket vizsgálja (*Magyar Pszichológiai Társaság, év nélkül*). Az egészségpszichológia képezi a pozitív turizmus pszichológiai alapját.

Az egészségturizmus egy olyan, folyamatos növekedésnek, bővülésnek örvendő turisztikai ágazat (*Erfurt-Cooper és Cooper, 2009*), amely a kikapcsolódás, regenerálódás iránti igényünket hivatott kiszolgálni. A Rátz-féle elmélet szerint elmondható, hogy az egészségturizmusban a turista utazásának fő motivációja egészségi állapotának javítása vagy megőrzése, tehát a gyógyulás vagy a megelőzés. Az egészségturizmus két alszektorra tagolható, a gyógyturizmusra és a wellnessturizmusra (*Rátz, 2001*).

A wellnessturizmus alszektorait tekintve megállapíthatjuk, hogy számos lelki alapú kurzus létezik már, amelyet a wellness keretei között valósítanak meg (pl. meditáció, jóga, mindfulness, ájurvéda). A pozitív turizmus esetében azonban egy olyan kollaborációról beszélhetünk, amelyben a pszichológiai szakértelem a turisztikai térbe helyeződik ki. Itt olyan szakemberek képzésére lenne szükség, akik pszichológiai végzettséggel rendelkeznek, azonban szívesen ötvöznék szaktudásukat természetszeretetükkel és környezetbarát gondolkodásmódjukkal.

A holisztikus turizmus a wellnessturizmus egyik alfaja, melyben Smith elmélete szerint „a lélek helyeződik a középpontba, a stressz hátrahagyása a cél különféle fizikai, mentális és kreatív tevékenységek végzése során. Felfedezhetünk benne vallási és jogaturisztikai jellemzőket” (*Smith, 2003, 103. o.*). A modern holisztikus egészségfogalom hat egészségelemet határoz meg: fizikai, mentális, érzelmi, spirituális, társas és társadalmi egészséget (*Naidoo és Wills, 1999*). A fizikai egészség mellett a lelki egészségnek jóval nagyobb jelentőséget tulajdonít a holisztikus irányvonal, ami a pozitív turizmus felé mozdítja el. Elmondható a pozitív turizmusról, hogy részben a holisztikus turizmus jegyeit is magán viseli, mivel cél a stressz elhagyása, és a vallás, valamint a jóga is közvetítő szerepet kaphat az egyes kurzusok alkalmával.

### ***A pozitív turizmus és ami mögötte van***

*Filep és társai* (2016) voltak az elsők, akik használták a pozitív turizmus kifejezést, rávetítve a pozitív pszichológia elméletét a turizmusra úgy, hogy a turizmus különböző területeit áttekintve vizsgálták meg azok kapcsolatát a pozitív pszichológiával (könyvükben kitérnek a pozitív turistaélmények, a pozitív fogadó közösségek és a pozitív turisztikai dolgozók jellemzésére, valamint a jövőbeli irányvonalakra is). A pozitív turizmus fő témájaként a fogadó közösségek és a turizmus dolgozóinak hedonikus és eudaimonikus jóllétének tanulmányozását definiálják, valamint az ezen jóllét eléréséhez szükséges körülmények feltérképezését tűzik ki célul.

A pozitív pszichológia szakirodalma megkülönbözteti a hedonikus és az eudaimonikus boldogságot (pl. *Waterman, 1993; Ryan és Deci, 2001; Huta és Ryan,*

2010). Szondy és Martos szerint a hedonikus boldogság a pozitív érzelmek magas és a negatív érzelmek alacsony szintjét feltételezi (Szondy és Martos, 2014). Ezzel szemben az eudaimóniát Arisztotelész a legmagasabb szintű emberi boldogságnak nevezi, amely saját bensőnk, bölcsességünk és erényeink tökéletesítésén alapszik (Arisztotelészt idézi Peters, 1906). A boldogságirányzatokról író *Christopher Peterson* és társai (2005) az élvezet- és értelemkeresés mellett egy harmadik irányvonal, az elköteleződés általi boldogságkeresést is vizsgálták (*Peterson et al.*, 2005). Elképzelésükbe beépítették Csíkszentmihályi Mihály flow-elméletét (1990). A flow, azaz az áramlatélmény valamely kihívást előidéző cselekvés során alakulhat ki, miközben szinte elfeledkezünk önmagunkról és az idő múlásáról, „eggyé válva” a folytatott tevékenységgel (*Csíkszentmihályi*, 1991).

Míg a hedonikus boldogság a turizmusban gyors és intenzív élményszerzést igényelhet, addig az eudaimonikus boldogság eléréséhez egy lassabb, céltudatosabb és elmélyültebb turisztikai élményszerzésre van szükség, amely esetünkben inkább megfelelhet a pozitív turizmus céljainak. A Pozitív turizmus című könyv szerzői kvantitatív és kvalitatív kutatást egyaránt folytatnak, hogy megtudják, mely tényezők járulnak hozzá a turisták pozitív élményeinek kialakulásához, a fogadó közösségek felvirágoztatásához, és mi teszi lehetővé a turizmus dolgozóinak boldogulását.

Összefoglalva elmondható, hogy a Pozitív turizmus című könyv bevezet egy új fogalmat, de más módon kapcsolja össze a turizmust a pszichológiával, mint ahogyan feltételeztük. Több fontos kérdést is felvet, az érzelmi motivációk-turizmus-egyén témakörében: milyen érzelmek vezetnek az utazáshoz, a tartós élményekhez, hogyan változhat meg az egyén a turisztikai folyamat során érzelmi szinten, hogyan lehet egy negatív töltetű attrakcióból pozitív, építő érzelmi folyamatot kihozni stb. Inkább a már meglévő dolgok elemzése, értékelése a jellemző a műben, mintsem a konkrét irányvonalak megfogalmazása.

A pozitív turizmus általános létjogosultságát a magyar fogyasztók irányából is érdemes megvizsgálni, erre vonatkozóan saját felmérést is végeztünk. Egy magyar lakosságot vizsgáló kutatás során megállapították, hogy általánosságban véve nemcsak az mondható el rólunk, hogy zárkózott nemzet vagyunk, hanem ezenfelül normazavarokkal, erős igazságtalanságérzettel és bizalomhiánnyal is küzdünk (*Tárki Társadalomkutatási Intézet Zrt.*, 2009). Globális szinten is számos lelki gond fizikai lecsapódása okozhat problémát egészségi állapotunkban. A WHO – Global Health Estimates 2018-ban kiállított egy diagramot a 10 legfőbb halálozási okról világviszonylatban a 2016-os évet tekintve. Rengeteg ember halálát okozta például a szívkoszorúér-betegség, a stroke (akut agyi érkatasztrófa), illetve a tüdő megbetegedése, melyet főként a dohányzás válthat ki. Mindezen halálozási okok kialakulásához nem kis mértékben hozzájárulhattak az elraktározott, nem megfelelően kezelt negatív stresszek (*WHO – Global Health Estimates*, 2018).

A pozitív turizmus a stressz kezelése nyomán felmerülő szükségletünkre kíván válaszolni különféle pszichológiai módszerekkel, amelyek elsajátítása során nem csupán tanulhatunk, hanem számos élménnyel is gazdagodhatunk a turisztikai térben, közel a természethez, és több, fizikai feltöltődést elősegítő szolgáltatást is igénybe vehetünk.

### 3. A primer kutatás módszertana és eredményei

Kutatásunk során a pozitív turizmus potenciális keresleti oldalának véleményét egy kérdőíves felmérés keretében ismertük meg, célunk, hogy megtudjuk, lehet-e létjogosultsága ennek a turisztikai irányzatnak a hazai keresletben. Kvantitatív módszerrel, keresztmetszeti dizájnnal dolgoztunk, hólabda technikát alkalmazva. Kérdőívünk 20 kérdést tartalmazott, amelyeket 4 kategóriába sorolhatunk: a kitöltő életében tapasztalt stresszekre vonatkozó kérdések; a szabadidőre (kikapcsolódásra) vonatkozó kérdések, turisztikai tevékenységhez kapcsolódó kérdések; a pozitív turizmusban való részvételi hajlandóságot mérő kérdések; személyes kérdések. A felmérést 2021 márciusában végeztük, összesen 345 nő és 54 férfi töltötte ki kérdőívét.

A kutatás során az alábbi hipotéziseket vizsgáltuk:

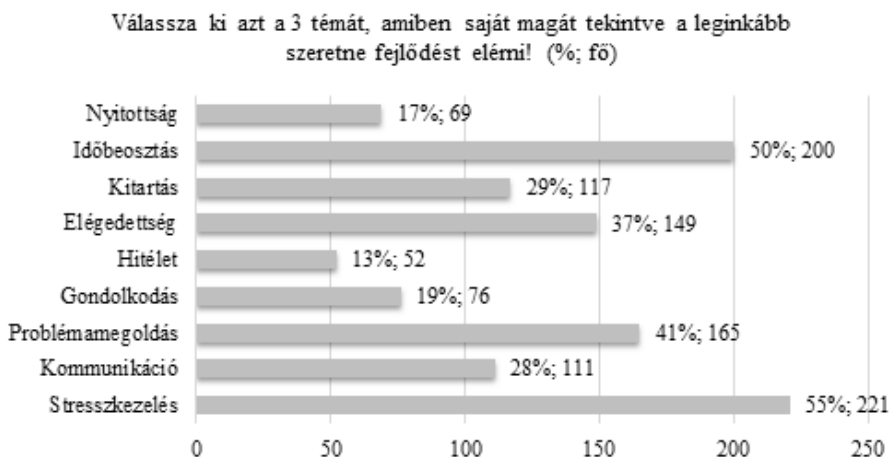
- Az embereknek szüksége lenne olyan stresszkezelési módszerek elsajátítására, amelyekkel megkönnyíthetik mindennapi életüket.
- A potenciális fogyasztók tudnak azonosulni a pozitív turizmus alapjával, miszerint a kikapcsolódás mellett a személyiségfejlesztés is fontos szempont lehet a nyaralás során.
- Fontos szempont a pozitív turizmusban a potenciális fogyasztók számára a természetközelség.
- A pozitív turizmus potenciális fogyasztói szimpatizálnak az irányzat környezetvédelem iránti törekvéseivel.

A kérdőíves felmérés eredményeit a hipotézisek mentén ismertetjük.

*Hipotézis 1. Az embereknek szüksége lenne olyan stresszkezelési módszerek elsajátítására, amelyekkel megkönnyíthetik mindennapi életüket.*

A hipotézishez kapcsolódó egyik kérdésben egy ötfokozatú Likert-skálán kellett elhelyezni mindenkinek saját magát, mégpedig aszerint, hogy milyen gyakran érzi magát stresszesnek a mindennapokban. Az eredmények alapján 35% általában (3), míg 32% gyakran (4) stresszesnek érzi magát. Továbbá az alább látható diagram azt hivatott szemléltetni, hogy az egyének mely területen szeretnének a leginkább fejlődést elérni saját személyiségüket, életüket illetően. Az ábráról könnyen leolvasható,

hogy az emberek 55%-a szeretne fejlődni a stresszek kezelését illetően, ugyanis a legtöbb szavazatot (221) ez a kategória kapta. Az eredmények alapján a hipotézisünk elfogadhatóvá vált, hiszen hasznos lehet olyan módszereket tanítani az embereknek, amelyekkel könnyebben túl tudnak jutni a napi nehézségeken, és amelyek segítségével szabadabbnak érezhetik magukat, miközben megküzdenek a mindennapok stresszhatásaival.



Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés (2021)

1. ábra: Mely területeken vágnak fejlődésre az emberek?

*Hipotézis 2: A potenciális fogyasztók tudnak azonosulni a pozitív turizmus alapelveivel, miszerint a kikapcsolódás mellett a személyiségfejlesztés is fontos szempont lehet a nyaralás során.*

Meglátásunk szerint elsődleges szempont a pozitív turizmusban a turisztikai tevékenységgel egybekötött tanulás. Egy négyfokozatú Likert-skálán mértük, hogy a kitöltők mennyire szívesen vennének részt egy olyan wellnesshétvégén, ahol a kikapcsolódás mellett a fentebb megjelölt 3 fő témáról is tanulhatnak (lásd 1. ábra). Lényegében ez volt az a kérdés, amely a legfontosabbnak tekinthető a téma szempontjából, hiszen a pozitív turizmus újszerűsége leginkább a pszichológia által nyújtott lelki és mentális, valamint a turizmus által kínált fizikai feltöltődés egybefonódásában rejlik. Elmondhatjuk, hogy az ötlet pozitív fogadtatásban részesült, mivel a kitöltők 53%-a jelölte a maximális (4) értéket, tehát örömmel részt venne ilyesmi, 30% pedig inkább kipróbálná (3). Ez az eredmény a hipotézis elfogadásának kedvez, miszerint a potenciális fogyasztók szimpatizálnak a pozitív turizmus alapelveivel, ami kimondja, hogy a kikapcsolódás mellett a személyiségfejlesztés is fontos szempont lehet a nyaralás során.

*Hipotézis 3. Fontos szempont a pozitív turizmusban a potenciális fogyasztók számára a természetközelség.*

A harmadik hipotézis szerint a természetközelség fontos szempont lehet a pozitív turizmusban. Szintén egy négyfokozatú Likert-skálán mértük, hogy a válaszadók mennyire szeretnek a természetben időt tölteni. Nagyon nagy arányban képviseltették magukat azok, akik teljes mértékben szeretnek (72%), és azok is, akik inkább szeretnek (24%) a természetben időzni. A szakirodalomból tudjuk azt is, hogy a természetben töltött idő egészségi állapotunkra is pozitívan hathat (Annerstedt et al., 2010; Keniger et al., 2013; Cox et al., 2017). Ennek alapján feltételezhető, hogy lenne relevanciája annak, hogy a pozitív turizmus irányzatát a természetközelség jegyében valósítsuk meg, hiszen az irányzat fontos célnak tekinti a fogyasztók életminőségének javítását és ezáltal egészségi állapotának fenntartását, ami elkezdődhet bennük azáltal, hogy a pozitív turizmus részeseivé válnak. Ez a tény tehát a H3 hipotézis elfogadhatóságának kedvez.

Egy másik kérdésre a válaszadók 44%-a azt jelölte, hogy legszívesebben egy erdő közepén elhelyezkedő, környezettudatos szállodát választana a pozitív turizmusban való részvétele helyszínének. Az erdei szállodát és a túrákat választók aránya összegezve 57%, ami azt jelenti, hogy a válaszadók több mint fele vagy az erdei szállodában töltött idő során, vagy valamely túra alkalmával szeretne a pozitív turizmus résztvevőjévé válni, ami azt támasztja alá, hogy a pozitív turizmus természetközelsége fontos szempont lehet a potenciális fogyasztók számára. Ezen érvek alapján elfogadhatjuk a H3 hipotézist.

*Hipotézis 4: A pozitív turizmus potenciális fogyasztói szimpatizálnak az irányzat környezetvédelem iránti törekvéseivel.*

Az egyik kérdésben azt szerettük volna megtudni, hogy hányan próbálnának ki egy fiktív, pozitív turisztikai értékeket hordozó, környezettudatos szállodát nyaralásuk alkalmával a megszokott arculatú szállodák helyett. A kitöltők 94%-a igennel válaszolt, és mindössze 6% jelölte, hogy inkább a megszokott arculatú szállodáknál maradna. Ebből arra a következtetésre jutottunk, hogy az emberek alapvetően nyitottak lennének különféle alternatív megoldások befogadására a szálláshely szempontjából is, ha az igényes, jól felszerelt, és olyan különlegességgel bír, amely újszerű élményt tud biztosítani számukra. A pozitív turizmus számunkra pontosan ilyen szálláshelyek megvalósítását tűzi ki célul, amely törekvés a kérdésre kapott válaszok alapján sikeres lehet a potenciális fogyasztók körében.

Az általunk értelmezett pozitív turizmusban a turistákat részvételük során szeretnénk megismertetni különböző környezetvédelmi, fenntarthatóságot elősegítő jó gyakorlatokkal, amelyeket otthonaikban is tudnak alkalmazni. Szerettünk volna választ kapni arra a kérdésre, hogy mennyire lennének nyitottak a fogyasztók arra, hogy a nyaralásuk során lássanak és tapasztaljanak olyan egyszerűen megvalósítható jó gyakorlatokat, amelyeket „hazavihetnek” magukkal. A válaszadók 96%-a azt jelölte meg, hogy szívesen látna ilyen jó gyakorlatokat nyaralása során. A nagyarányú érdeklődés



azt támasztja alá, hogy a pozitív turizmus környezetvédelem iránti törekvéseivel ezen a téren is tudnak azonosulni a fogyasztók. A felsorolt érvek alapján kijelenthetjük, hogy a hipotézis elfogadható.

#### **4. Konklúzió**

Mai társadalmunkat számos kihívás éri. A felgyorsult, fogyasztásorientált, elszemélytelenedő világunkban folyamatosan növekszik az egyénre nehezedő lelki nyomás, mind a munka világában, mind a magánéletben, amelyet az elmúlt időszak világméretű folyamatai, történései tovább fokozhatnak (pl. globális klímaváltozás, klímaszorongás, a Covid-19 járvány és hatásai, a III. világháború réme az ukrán háború kapcsán). A fizikai állapot mellett a mentális egészség is egyre inkább felértékelődött. A turizmus, amely a rekreáció egyik fontos eszköze, maga is jelentős formálódáson ment át az elmúlt évtizedekben, és ezáltal igyekszik válaszokat adni a társadalom fizikai-mentális egészsége terén jelentkező kihívásokra. A turizmusban is előtérbe kerültek az egyén igényei, a fizikai sík mellett a lelki oldal is egyre hangsúlyosabbá vált. A fogyasztó lelki vonatkozású turisztikai igényeit próbálja megválaszolni a pozitív turizmus, amely nem konkrét turisztikai ágazat, sokkal inkább szemlélet, irányzat, amelynek irányvonalai számos turisztikai ágazatba beépíthetőek. A mi olvasatunkban pozitív turizmus a lelki fókuszú, a természethez szorosan kapcsolódó és fenntartható turisztikai termékeket jelenti, amelyben a szemléletformálásnak is kiemelkedő szerep jut. Kutatásunk igazolta, hogy a pozitív turizmusnak lehet létjogosultsága, és a megkérdezettek nyitottak a pozitív turizmus általunk elképzelt árnyalataira.

#### ***Vissza önmagunkhoz***

A tömegturizmussal ellentétben az egyén kerül középpontba a pozitív turizmusban. A kívülről kapott élmények aránya kisebb, több belső élmény megtapasztalása a cél. Ebben a holisztikus egészségfogalom és látásmód központi szerepet kapna. Óriási élményadag helyett a pozitív turizmusban a minőségibb élmények biztosítása a cél, amellyel párhuzamosan különféle személyiségfejlesztő és gondolkodásmód-formáló előadások, feladatok lebonyolítására kerül sor.

Konkrét turisztikai terméként el tudnánk képzelni egy olyan környezettudatos szállodát, amelynek fő különlegessége az lenne, hogy meghatározott időszakonként különböző kurzusokat indítanak, amelyeket minden esetben hozzáértő szakemberek vezetnének. Ezeket az alkalmakat témaheteknek neveznénk, amelyek egy-egy lelki dologra vagy valamely fontos életterületre fókuszálva valósulnának meg. A szakértők segítségével célcsoportonként más-más programot állítanánk össze az egyes témák feldolgozásához (pl. stresszkezelés, problémamegoldás, kommunikáció, időbeosztás), hogy azok a lehető

leghatékonyabban és legélvezetesebb módon kerülhessenek elsajátításra. Így a lelki fejlődés és a turisztikai élményszerzés egyszerre valósulhat meg a szállodában, amely saját pszichológusokat is foglalkoztatna, akiket az érkező vendégek felár ellenében kereshetnek fel.

A pozitív turizmuson belül szeretnénk a fenntarthatóság területére is kiemelt figyelmet fordítani. A szálloda a környezettudatosság követelményeinek is igyekezne a lehető legszéleskörűbben eleget tenni, mindemellett azonban többféle wellness-szolgáltatást is kínálnánk a vendégek számára: élmény- és relaxációs medencék, szaunák, speciális és gyógymasszázsok, meditációs kurzusok, kirándulások, gyalogos és kerékpártúrák, fitneszprogramok állnának az érkezők rendelkezésére.

### ***Vissza a természethez***

Lényeges szempont az általunk elképzelt pozitív turizmusban, hogy a turista élményszerzésének, önmagáról és a világról való tanulásának színtere a természet. Konkrét termékötletünk még a pozitív turizmuson belül a lelki túrák bevezetése. Ebben az esetben is az lenne a különlegesség, ami a környezettudatos hotel esetében: minden különböző témájú túrának valamilyen lelki célja lenne, amely során a túrázók az adott témán belül ráléphetnek a fejlődés útjára, és a természetben töltött idő során állóképességük mellett lelki erejüket is fejleszthetik szakképzett túravezető pszichológusok segítségével.

Annak eredményeképpen pedig, hogy a turista több időt töltött el a természetben, ahova kellemes emlékek kötik, várhatóan nagyobb elhivatottságot érez majd aziránt, hogy minél több személetformáló jó gyakorlattal találkozzon aktívan vagy passzívan, amelyek segítségével környezettudatosabb életmódra válthat saját otthonában is.

Összefoglalva elmondhatjuk, hogy a pozitív turizmus célja, hogy olyan hasznos praktikákat tanítson a vendégeknek, amelyeket használva egy egészséges és kiegyensúlyozott életet élhetnek, megteremthetik a saját jóllétüket, valamint a Föld egészségéhez is hozzájárulhatnak.

### **Hivatkozások**

- ANNERSTEDT, M., NORMAN, J., BOMAN, M., MATTSSON, L., GRAHN, P., WÄHRBORG, P. (2010): Finding Stress Relief in a Forest. *Ecological Bulletins*, (53), 33–42.
- COX, D., SHANAHAN, D., HUDSON, H., PLUMMER, K., SIRIWARDENA, G., FULLER, R., GASTON, K. (2017): Doses of Neighborhood Nature: The Benefits for Mental Health of Living with Nature. *BioScience*, 67(2), 147–155.
- DREW, J., KIECOLT-GLASER, J. (1998): Defining Wellness: Stress, Illness, and the Application of Existing Knowledge. *Psychological Inquiry*, 9(1), 37–40.
- ERFURT-COOPER, P. – COOPER, M. (2009): Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs. Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto.

- FEHÉRVÖLGYI BEÁTA – HAJMÁSY GYÖNGYI – MADARÁSZ ESZTER (2019): Naggyon Balaton... – A túlturizmus jelensége a Balaton térségében. In Turizmus, fogyasztás, generációk. II. Nemzetközi Turizmus Konferencia. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 335–336.
- FILEP, S., LAING, J., CSÍKSZENTMIHÁLYI, M. (2016): *Positive Tourism*. Routledge, London, New York.
- HAPP ÉVA (2014): Fenntartható turizmus és felelősségvállalás. *Gazdaság & Társadalom (Journal of Economy & Society)*, 2014/1, 90–101. o.
- JÁSZBERÉNYI MELINDA (2014): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- KENIGER, L. E., GASTON, K. J., IRVINE, K. N., FULLER, R. A. (2013): What Are the Benefits of Interacting with Nature? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10: 913–935.
- LEETE, H. (1922): Positive Health. *The American Journal of Nursing*, 22(10), 816.
- LEXIQ (év nélkül): Overtourism. <https://lexiq.hu/overtourism>
- MACCANNELL, D. (1976): *The Tourist. A new Theory of the Leisure Class*. Schocken Books, New York.
- MAGYAR PSZICHOLÓGIAI TÁRSASÁG (év nélkül): *Egészségpszichológia*. <http://mpt.hu/egeszsegpszichologia/>
- MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*. Letöltve: 2021. 01. 31. [https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu\\_strategia\\_2030.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf)
- MICHALKÓ GÁBOR (2016): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 266.
- NAGY EDIT, NAGY FERENC (2014): A burnout jelenség megnyilvánulása globalizált világunkban. In: Karlovitz János Tibor (szerk.). *Mozgás, környezet, egészség*. Komárno: International Research Institute s.r.o., 127–154. o.
- NAIDOO, J., WILLS, J. (1999): *Egészségmegőrzés*. Medicina Kiadó, Budapest. 312.
- PETERS, F. H. (1906): *The Nicomachean Ethics of Aristotle*. Kegan Paul, Trench, Trübner&CO., Ltd., London.
- RÁTZ TAMARA (2001): Zennis és Lomi Lomi, avagy Új trendek az egészségturizmusban. *Turizmus Bulletin*, 5. évf. 4. szám, 7–16.
- RÉGI TAMÁS, RÁTZ TAMARA, MICHALKÓ GÁBOR (2017): *Turizmus és transzformáció*. Turizmus Akadémia 8. Kodolányi János Főiskola, Orosháza–Budapest.
- RYAN, R. M., DECI, E. L. (2001): On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annual Review of Psychology*, 52: 141–166.
- SCHAUFELI W. B., LEITER M. P., MASLACH C. (2009): Burnout: 35 years of research and practice. *Career Dev Int.* 2009; 14: 204–220.
- SMITH, M. (2003): Holistic Holidays: Tourism And The Reconciliation of Body, Mind and Spirit. *Tourism Recreation Research*, Vol. 28(1), 103–108.

- SZONDY MÁTÉ, MARTOS TAMÁS (2014): *A boldogság három arca: a Boldogság Orientáció Skála magyar változatának validálása*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- TÁRKI TÁRSADALOMKUTATÁSI INTÉZET ZRT. (Tóth István György vezetésével) (2009): Bizalomhiány, normazavarok, igazságtalanságérzet és paternalizmus a magyar társadalom értékrendszerében („A gazdasági felemelkedés társadalmi-kulturális feltételei” című kutatási program zárójelentésének főbb megállapításai). Letöltve: 2020. 12. 20. [https://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult\\_elemzeszaro\\_toth.pdf](https://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult_elemzeszaro_toth.pdf)
- UNEP – WTO (2005): *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy-makers*. Letöltve: 2021. 01. 14. <https://www.sustainableids.org/wp-content/uploads/2016/11/UNEP-WTO-2005-Making-tourism-more-Sustainable-A-guide-for-policy-makers.pdf>
- UNWTO (2017b): *Tourism Highlights – 2017 Edition*. 2-3.
- UNWTO (2020): *International tourism growth continues to outpace the global economy*.
- UNWTO (2020): *International Tourism and Covid-19*. Letöltve: 2021. 01. 10. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>
- UNWTO (2017a) *Tourism Highlights*. 2017 Edition. 16. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- WATERMAN, A. S. (1993): Two Conceptions of Happiness: Contrasts of Personal Expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678–691.
- WHO – GLOBAL HEALTH ESTIMATES (2018): *Deaths by Causes, Age, Sex, by Country and by Region, 2000-2016*. Genova