

A „Balkan Wellbeing” koncepció turizmusföldrajzi háttérének vizsgálata¹

Michalkó Gábor² – Kiss Kornélia³ – Balizs Dániel⁴ – Szeberényi József⁵ – Viczián István⁶ – Bottlik Zsolt⁷

The tourism geography background of „Balkan Wellbeing” concept

ABSTRACT

Keywords: Balkan, wellbeing, tourism, attraction, brand

The tourism is one of the most prosperous sectors of the Balkan economy, however, there are countries or specific areas that are avoided or undiscovered by most of the tourists. The tourism of the Balkan is mostly based on the mass tourism around the mediterranean seashores, while the nowadays more and more popular health tourism is less represented than the characteristics of the Balkan area would allow it. The Balkan area could rise its attractiveness by the permanent proximity of untouched nature, because not only the services for the cure of illnesses, but also the activities for prevention can encourage the demand. The research from which the present study is made evaluated the touristic attractions from the point of view of how much they are capable to increase the subjective part of life quality, the „wellbeing” feeling. The examination of the „wellbeing”-specific attractions of the 11 Balkan countries can provide us with information to advance the complex research aiming to create a Balkan wellbeing brand.

1. Bevezetés

A Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola a Kutatási és Technológiai Innovációs Alap (KTIA) pályázatán támogatást nyert a Balkánon fekvő országok azon adottságainak vizsgálatára, amelyekre alapozva egészségmegőrzést célzó, a térség versenyképességét erősítő, a jelenlegi kínálatnál komplexebb turisztikai szolgáltatások alakíthatóak ki. A projekt földrajzi kerete a szakirodalom alapján került kijelölésre, így a Balkán legszélesebb értelmezése képezi a vizsgálat területi kiterjedését (REMÉNYI P.–VÉGH A. 2006; KOCSIS K. 2007; PAP N. 2010; M. CSÁSZÁR ZS.–

¹ A tanulmányban közreadott eredményeket „A regionális jóllét és wellness koncepciók alkalmazási lehetőségei és IKT támogatással megvalósuló fejlesztési lehetőségei a Balkánon” című, a Kutatási és Technológiai Innovációs Alapból (KTIA_AIK_12-1-2013-004) finanszírozott, a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola megbízásából az MTA CSFK Földrajztudományi Kutatóintézetében végzett vizsgálat tárta fel. A tanulmányban használt Balkán értelmezés illeszkedik a projektben meghatározott földrajzi kerethez, így a következő 11 országra terjed ki: Albánia, Bulgária, Bosznia-Hercegovina, Görögország, Horvátország, Macedónia, Montenegró, Románia, Szerbia, Szlovénia, Törökország.

² Tudományos tanácsadó, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest.

³ Tudományos főmunkatárs, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, Budapest.

⁴ Tudományos segédmunkatárs, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest.

⁵ Tudományos segédmunkatárs, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest.

⁶ Tudományos munkatárs, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest.

⁷ Tanszékvezető, egyetemi docens, ELTE TTK Földrajzi Intézet, Budapest.

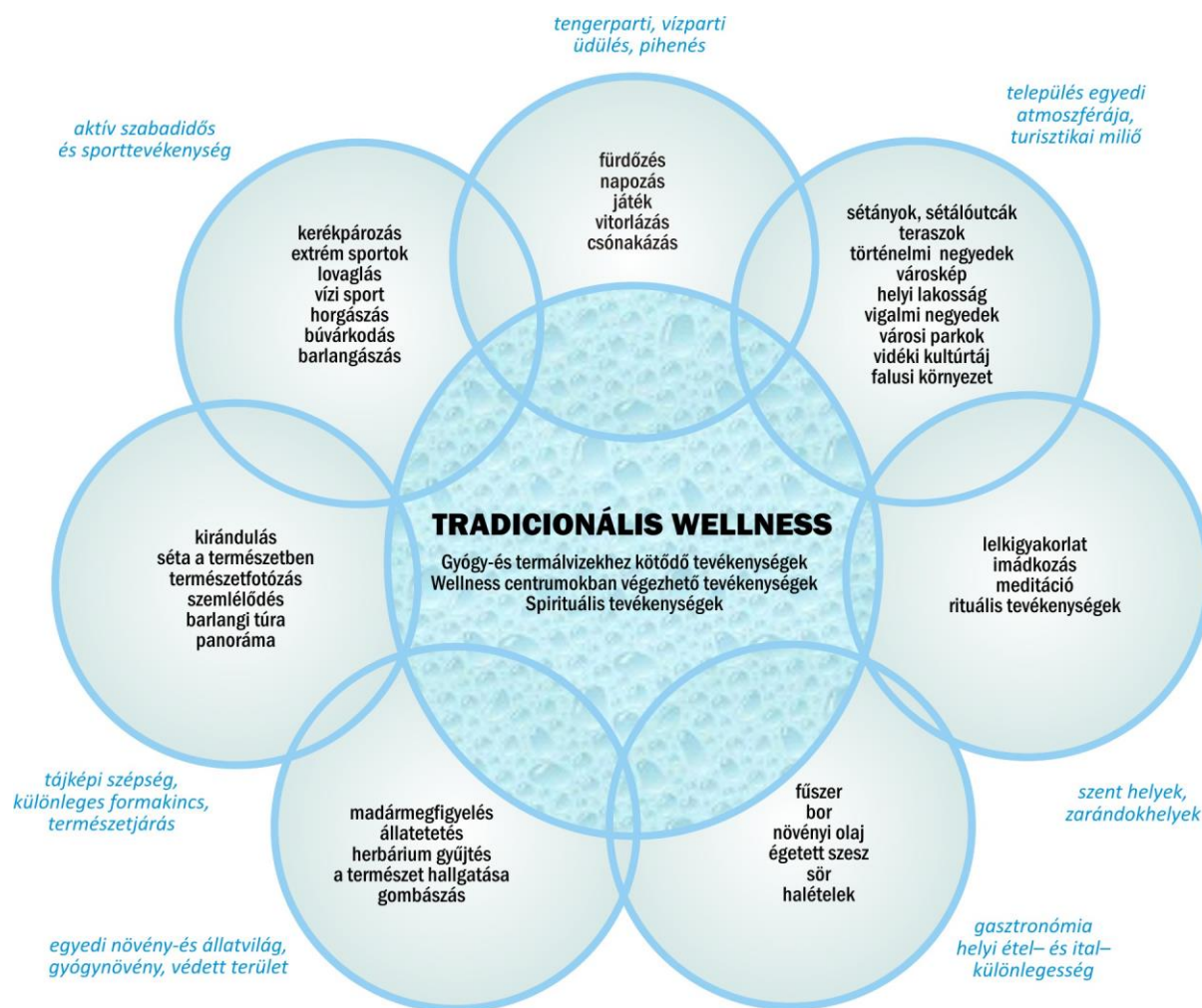
PAP N. 2011). A 2013. június 1-én indult, nemzetközi szakemberek bevonásával zajló projekt alapvetően a Balkán természeti és kulturális értékeinek összegyűjtésére, valamint az ezekre alapozható, a lehető legszélesebben értelmezett, piacképes egészségturisztikai termékek és azok értékesítését segítő infokommunikációs technológiai megoldások kidolgozására koncentrált. A kutatási eredmények a *Balkan Wellbeing* koncepció kidolgozásának alapjául szolgálnak, amely a térség karakterisztikus adottságain nyugvó, a fizikai és mentális egészség megőrzésével összefüggésbe hozható turisztikai terméként került meghatározásra. A *Balkan Wellbeing* koncepció nemzetközi előzményei a *Nordic Wellbeing*, az *Alpine Wellness*, illetve a *Balkan Spas* kínálatában keresendőek, ezek az adott régió turisztikai erőforrásait tudatosan egy földrajzi márkanév alatt megjelenítő, alapvetően az egészségmegőrzést szolgáló termékek.

Jelen tanulmány a projekt egyik részvizsgálatát és annak legfontosabb eredményeit mutatja be. Az MTA CSFK Földrajztudományi Intézet – mint a projekt céljainak megvalósítását segítő egyik közreműködő – 2014 folyamán feltárta a vizsgálatba vont balkáni országok mindazon természeti és kulturális adottságait, amelyek jelenleg is hasznosított, illetve potenciális turisztikai vonzerőként bázisát képezhetik a *Balkan Wellbeing* koncepció kidolgozásának. A munka közreadja a wellbeing fogalom turisztikai értelmezését, bemutatja a kvalitatív vizsgálat módszertani sajátosságait, ismerteti a kutatásban közreműködők által azonosított vonzerőtípusokat és azok fontosabb balkáni sajátosságait, végezetül geográfiai vonatkozású következtetéseket fogalmaz meg a *Balkan Wellbeing* koncepcióval kapcsolatban.

2. A wellbeing turizmus értelmezése

Jelen vizsgálatban résztvevő kutatók alapos tájékoztatást kaptak arról, hogy mi legyen a feltáró munkájuk fókuszja, vagyis mi tekinthető jóllét-specifikus vonzerőnek. A kutatás a témával foglalkozó, meglehetősen gazdag szakirodalmi háttérre (PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 1998; ERFURT-COOPER, P.–COOPER, M. 2009; MICHALKÓ G. 2010; MICHALKÓ G.–RÁTZ T. 2011; PEARCE, PH.–FILEP, S.–ROSS, G. 2011; UYSAL, M.–PERDUE, R.–SIRIGY, J. 2012; MICHALKÓ G.–RÁTZ T. 2013; FILEP, S.–PEARCE, PH. 2014; SMITH, M.–PUCZKÓ, L. 2014) építve abból indult ki, hogy elméletben bármely turisztikai vonzerő hozzájárulhat az életminőség növeléséhez, szubjektív vetületének, vagyis a jóllét érzésének generálásához, sőt maga az utazás ténye (a lakókönyezet elhagyása, a mindennapi térpályákról való letérés) vagy az utazás körülményei (pl. az utazás mint közösségi élmény) is képesek ilyen emocionális folyamatok létrehozására. Ez a fajta megközelítés a gyakorlatban azt jelentette volna, hogy abban az esetben ha egy turisztikai vonzerőnek sikerül valamely, MASLOW, A. (2003) által meghatározott szükségletet az elvárt vagy az azt meghaladó mértékben kielégíteni és más körülmény érdemben nem módosítja ezt, akkor feltételezhető a jóllét érzésének kiváltása. Mivel erre az elméleti alapvetésre építve kezelhetetlenné vált volna a kataszterbe bekerülő vonzerők köre, így a szűkítést a szakirodalomból markánsan kikristályosodó wellness megközelítések felé vittük úgy, hogy annak értelmezési tartományát kitágítottuk. A wellness turizmuselméleti értelmezése tradicionálisan egészségturisztikai megközelítésű, mindazon vonzerő ebbe a kategóriába sorolandó, amely a test-lélek-szellem harmóniáját szolgálva egyrészt betegségmegelőző (*prevention*), másrészt szélesen értelmezett egészségmegőrző (*health-care*), harmadrészt szépeészeti (*beauty*) funkcióval bír (ERFURT-COOPER, P.–COOPER, M. 2009; SMITH,

M.–PUCZKÓ L. 2010). Mivel az életminőséggel foglalkozó kutatások többsége az egyén fizikai és mentális egészségében megragadható szimbiózis fontosságát hangsúlyozza, ezért a jóllét-specifikus vonzerők lehatárolásának elősegítése érdekében a wellness értelmezési tartományának határmezsgyéjén elhelyezkedő tevékenységeket is vizsgálat alá vontuk (1. ábra).



1. ábra. A wellness értelmezésének jóllét-specifikus bővítése

Forrás: saját szerkesztés

A wellbeing-turizmus nem tartozik az egészség-életminőség-jóllét-turizmus problémakört tárgyaló szakirodalom általánosan elterjedt fogalmai közé, főként az Észak-Európára fókuszáló tanulmányokban és fejlesztési dokumentumokban találkozhatunk vele (HJALAGER, A. et al. 2011; KONU, H.–TUOHINO, A.–BJÖRK, P. 2014). A szerzők a wellness esetében elterjedt test-lélek-szellem egészségmegőrzést szolgáló harmóniájának biztosításából indulnak ki, amelyhez a szolgáltatás tágabb fizikai és társadalmi környezetét, vagyis az észak-európai országok, lélekemelő, tiszta, élhető földrajzi környezetét rendelik. Például olyan szabadidős tevékenységeket párosítanak a *Nordic Wellbeing* fogalomhoz, amelyek alapvetően a természethez kötődnek, erdőkben, tavakban vagy vízparti területeken, hegyek és völgyek uralta vadonban valósulnak meg és hagyományosan az északi emberek életmódjához kötődnek.

A fentieket figyelembe véve a vizsgálat során a wellbeing-turizmust ernyőfogalomként értelmeztük, miszerint:

- olyan turisztikai tevékenységek csoportosítására szolgál, amelyek kifejezetten alkalmasak az egyén életével kapcsolatos általános elégedettség-érzés kiváltására;
- olyan szolgáltatásokat gyűjt magába, amelyek egyrészt képesek az életet szépnek, felhőtlennek, gondtalannak láttatni, másrészt életigenlést váltanak ki, az életet egyfajta jutalomként láttatják, harmadrészt lelki békét teremtenek.

Azokat a turisztikai tevékenységeket és a velük kapcsolatos szolgáltatásokat tekintjük wellbeing-turizmusnak, amelyek kifejezetten a turista jóllétének tudatosulását, saját életével kapcsolatos pozitív gondolatok kiváltását segítik elő. Ez esetben a jóllét érzését generáló élmények keresése az utazás elsődleges indítékának tekinthető. Ennek jellemző színtere a fizikai és mentális közérzet javítására alkalmas természet, és gyakran az azzal harmóniában élő közösség, de bizonyos esetekben a társadalom egyedi atmoszférát nyújtó életterei is ide sorolhatók.

3. A vizsgálat módszertana

Az MTA CSFK Földrajztudományi Intézet (MTA FKI) a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola (BKF) megbízásából a *Balkan Wellbeing* koncepció kidolgozása érdekében 11, a projektben balkániként értelmezett ország (Albánia, Bosznia-Hercegovina, Bulgária, Görögország, Horvátország, Montenegró, Macedónia, Románia, Szerbia, Szlovénia, Törökország európai területe) vonatkozásában a következő vizsgálatokat végezte el:

- mindazon természeti és kulturális adottságok feltárása és kataszterbe történő rendezése, amelyek egyrészt kapcsolatba hozhatók a fizikai és mentális egészség megőrzését célzó életmód gyakorlásával, másrészt alkalmasak az azokat igénybe vevő/fogyasztó utazók jóllétének (pozitív előjelű szubjektív életminőségének) tudatosítására;
- a feltárt és kataszterbe rendezett természeti és kulturális adottságok szöveges értékelése abból a szempontból, hogy azok turisztikai célú hasznosítása mennyiben járul hozzá a szubjektív életminőség javulásához, illetve hogyan illeszthetők egy egészségorientált turisztikai kínálatba;
- a feltárt és kataszterbe rendezett természeti és kulturális adottságok jelenlegi turisztikai hasznosításának bemutatása, értékelése, tematikus térképeken történő ábrázolása.

A vizsgálatban közreműködő kutatók létrehoztak egy 450 elemből álló katasztert, amely előre meghatározott, strukturált rendszerben, elemzésre alkalmas információmennyiséget generálva mutatja be és értékeli a térség vonzerőit. A kataszter kialakításánál az egyes országok vonatkozásában sem alsó, sem felső határ nem került megszabásra, így a dokumentációba kerülő vonzerők száma országonként eltérő. A vonzerők azonosítását végző kutatók alapos felkészítésben vettek részt, amelyen ismertetésre kerültek a projekt legfontosabb célkitűzései, az MTA FKI által vállalt feladat részletei és az úgynevezett vonzerő adatlap kitöltésének szakmai kritériumai. A vonzerő adatlap képezi a kataszterbe rendezett természeti és kulturális adottságok egységes struktúrájú és szemléletű dokumentálásának keretét. Tartalmazza a vonzerővel kapcsolatos alapinformációkat, valamint lehetőséget biztosít a vizsgálatban közreműködők

értékelésének rögzítésére. A vonzerő adatlapon objektív és szubjektív információk egyaránt rögzítésre kerültek, előbbi az attrakció fekvésével, földrajzi elhelyezkedésével, fizikai leírásával, bemutatásával, jelenlegi hasznosításával, utóbbi a projekt szempontjából elengedhetetlenül szükséges jólléti vonatkozások megfogalmazásával kapcsolatosak.

A vizsgálat egyik legnagyobb kihívását a vonzerők azonosítása jelentette. Annak érdekében, hogy a közreműködők a vizsgálatba vont országok tekintetében közel egységes képet adjanak a *Balkan Wellbeing* koncepció kialakítása során hasznosítható vonzerőkről, az előzetes kutatói egyeztetésen meghatározásra kerültek azok a források, amelyek igénybevétele célszerű és kívánatos. A potenciális források két köre került meghatározásra, elsőként a nyomtatott dokumentációt tekintettük át és megállapítottuk, hogy a legteljesebb, legbővebb információkkal rendelkezőként az úti könyvek hasznosíthatók. Közülük az angol nyelvű *Lonely Planet* sorozatot választottuk, amely gyakran részletekbe menően értékeli az utazó életminőségére hatással lévő attrakciókat és azokat a mechanizmusokat, amelyek az érintett jóllétére kedvező hatást gyakorolnak. Emellett jelentős figyelmet fordítottunk az egyes országok turisztikai hivatalainak angol nyelvű honlapjára is, ahonnan eltérő részletességű és struktúrájú, de kétség kívül jól hasznosítható információkat nyertünk.

Arról, hogy mely adottságok felelnek meg a vizsgálat szakmai kritériumainak, vagyis mely vonzerők járulhatnak hozzá az egészségmegőrzéssel összefüggő jóllét tudatosulásához, egyedül a közreműködő kutatók döntöttek, bizonytalanság esetén egyeztetésre került sor, ahol a természet- és a társadalomföldrajz érintett képviselői megvitatták a felmerülő kérdéseket és állást foglaltak az adatbázisba kerülésről. Annak ellenére, hogy a vizsgálatot végzők törekedtek a szubjektív tényezők minimalizálására, nem lehetett teljes mértékben kiszűrni az adott hely elmélyültebb ismeretéből (utazási, kutatási tereptapasztalatok) fakadó „elfogultságot”, ezen tényező csekély mértékben torzíthatja az eredményeket és korlátját képezheti a következtetések általános érvényűségének.

4. Eredmények

Az életminőség és a turizmus kapcsolatát feltáró, különösen a szélesen értelmezett egészségmegőrzésre és a jóllétre fókuszáló szakirodalom feldolgozása, valamint a vizsgálatban résztvevők által kitöltött vonzerő adatlapok információi alapján került sor a vonzerőtípusok kialakítására. A kilenc vonzerőtípus a tartalmilag csoportosítható vonzerő fajták összevonásával jött létre (1. táblázat).

Sorszám	Vonzerőtípus
1	aktív szabadidős és sporttevékenység
2	gasztronómia, helyi étel- és italkülönlegesség
3	tengerparti, vízparti üdülés, pihenés
4	wellness létesítmény
5	termálfürdő, gyógyfürdő, gyógyvíz, klimatikus gyógyhely
6	egyedi növény- és állatvilág, gyógynövény, védett terület
7	tájképi szépség, különleges formakincs, természetjárás

8	település egyedi atmoszférája, turisztikai miliő
9	szent helyek, zarándokhelyek

1. táblázat: Az értékelő-elemző munkát segítő vonzerőtípusok

Forrás: saját szerkesztés

4.1. Aktív szabadidős és sporttevékenység

A vizsgálat során azonosított vonzerők 12,9%-a ebben a kategóriában található, amely jelzi, hogy a vizsgálatba vont balkáni országok táji adottságai alkalmasak az aktív szabadidős és sporttevékenység végzésére. A domborzati viszonyok egyrészt lehetőséget biztosítanak a síelésre és az egyéb téli sportok folytatására, másrészt terepet kínálnak a legkülönbébb extrém sportokra is (hegyi kerékpározás, siklóernyőzés, sziklamászás, barlangászás). A tradicionálisabb aktív időtöltést kedvelők leginkább a természetjárás, a túra-kerékpározás, a nordic-walkingozás, a barlangi túrázás és a horgászat közül válogathatnak. A vízhez kötődő aktivitás tárházában kitüntetett helyet foglalnak el a kanyonszerű folyószakaszokra építő extrém sportok (rafting, kanyoning) és a kevésbé veszélyes szakaszokat hasznosító hagyományos vízi sportok (kajak-kenu, evezés). Emellett a tengerpart búvárkodásra, vitorlázásra, szörfözésre kínál alkalmat, és a vadászat is ebbe a kategóriába tartozó balkáni időtöltés.

4.2. Gasztronómia, helyi étel- és italkülönlegesség

A vizsgálat során azonosított vonzerők 8,3%-a ebben a kategóriában található, amely arra utal, hogy a balkán konyha szerepet játszik a jóllét-orientált kínálat megteremtésében. Az éghajlati és a domborzati adottságokkal összefüggésben a délszláv, a mediterrán és a török hatások – egymást gyakran átfedve, egymást erősítve – jelentkeznek. Az alapanyagok közül az olíva- és a tökmagolaj, a húsfélék vonatkozásában a hal és a birka, a tejtermékek esetében kifejezetten a joghurt, ezen kívül a saláták alapanyagaként használható zöldségek jellemzőek. Az italválasztékot a térségben szinte kivétel nélkül megtalálható szőlőültetvények nedűi, illetve az azt részben alapanyagként hasznosító égetett szeszek képviselik. A sajátosan balkáni ételek közül a burek, a csevapcsicsa, a pljeskavica emelhető ki.

4.3. Tengerparti, vízparti üdülés, pihenés,

A vizsgálat során azonosított vonzerők 6,8%-a ebben a kategóriában található, amely jelzi, hogy a vízpartok, különösen pedig a tengerpartok a Balkánon is a jóllét-fokozó turisztikai kínálat részét képezik. A vizsgált országok – Szerbia és Macedónia kivételével – hosszabb-rövidebb, üdülésre alkalmas tengerparttal rendelkeznek, amelyek szerteágazó vízparti élményt kínálnak. A tradicionális fürdőzés és napozás mellett a legkülönbébb vízi sportokra (szörf, vitorlázás, búvárkodás) nyílik lehetőség, amelyek kiegészülnek hajózással, illetve a privát jachtokhoz kötődő életvitellel. A kínálat különleges elemeiként lehet említeni a naturista strandokat. A térség

természetes és mesterséges tavai a passzív pihenés mellett számos lehetőséget biztosítanak az aktívabb időtöltésre, kifejezetten a vízi sportok gyakorlására.

4.4. Wellness létesítmény

A vizsgálat során azonosított vonzerők mindössze 0,9%-a található ebben a kategóriában, amely egyértelmű bizonyítéka annak, hogy a Balkán turisztikai kínálatában a kifejezetten wellness-orientált létesítmények szerepe csekély. Ennek hátterében egyrészt a délszláv háborúval és a gazdasági válsággal összefüggő finanszírozási nehézségek (egy versenyképes wellness létesítmény beruházási és fenntartási költségei tetemesek, üzemeltetése jól képzett szakembergárdát igényel), másrészt a wellness életmód mint divatjelenség terjedésének térségi lassabb üteme állhat. A Balkán természetesen nem nélkülözi a wellness szolgáltatásokat, mivel a gyógyfürdőkben, a gyógyfürdőkkel egybeépült élményfürdőkben, illetve a legmagasabb kategóriájú szállodákban találkozhatunk kisebb-nagyobb wellness részlegekkel.

4.5. Termálfürdő, gyógyfürdő, gyógyvíz, klimatikus gyógyhely

A vizsgálat során azonosított vonzerők 17,1%-a ebben a kategóriában található, amely jól mutatja, hogy a Balkán területileg és összetételében is meglehetősen diverzifikált, gazdag egészségturisztikai kínálattal bír. A Balkán országaiban a mélyebb rétegekből feltörő, gyógyító, betegségmegelőző hatású, ásványi anyagokban gazdag, leginkább fürdőzésre alkalmas termálvizek, a mészkőhegységekből kilépő, fogyasztásra alkalmas források, kiváló levegőjű, a légzőszervi megbetegedésekben szenvedők panaszait enyhíteni képes barlangok és magaslatokon fekvő klimatikus gyógyhelyek, valamint a tengervíz jótékony hatását kiaknázó thallasso-terápiás helyszínek egyaránt megtalálhatóak. A Balkán egészségturisztikai kínálatában fontos szerepet játszik a só és az iszap, utóbbit a tengerpart-közeli lagúnákból termelik ki. A természetes gyógytényezőkre épülő létesítmények minősége, vagyis a Balkán egészségturisztikai infrastruktúrája változó színvonalú, egyes helyeken a nyugat-európai normák szerint működő, máshol évtizedes elmaradásban levő szolgáltatásokkal találkozhatunk.

4.6. Egyedi növény- és állatvilág, gyógynövény, védett terület

A vizsgálat során azonosított vonzerők 22,6%-a ebben a kategóriában található, amely a legerősebb jóllét-orientált kínálati elemmé avanszálja a Balkán természetvédelmi területeit. A vizsgált országok és a velük együttműködő nemzetközi szervezetek jelentős hangsúlyt fektettek arra, hogy a lehető legmagasabb védeltséget sikerüljön nyújtani a különféle veszélyeknek kitett állati és növényi fajoknak, illetve az élettelen természet kincseknek. A Balkán országainak nemzeti parkjai, a Ramsari Egyezmény hatálya alá tartozó rezervátumai, vagy a Natura 2000 védeltséget élvező tájai szinte egymásba érnek, az az érzése támadhat a kérdéssel foglalkozóknak, mintha a vizsgált térség egy összefüggő természetvédelmi terület lenne. Mindezt erősíti, hogy számos

védettséget élvező terület az UNESCO világörökség része, öt ország is büszkélkedhet ilyen címmel. A természetvédelmi területek, a védettség sajátosságainál fogva, elsősorban klasszikus ökoturisztikai tevékenységekre, kirándulásra, tanösvények felkeresésére, az állatok és növények élőhelyeinek megfigyelésére, a geomorfológiai formakincs megtekintésére alkalmasak.

4.7. Tájképi szépség, természetjárás

A vizsgálat során azonosított vonzerők 15,4%-a ehhez a kategóriához tartozik, amely számottevő arányt képvisel a Balkán jóllét-orientált kínálatában. Miközben a tájesztétika számos szubjektív elemet hordoz, megállapítható, hogy a feldolgozott forrásokban a hegyvidéki, főként magashegységi (alpesi) jellegű látivalók dominanciájával szembesülhetünk. A természetjárás mint a tájképi szépség fogyasztásával erős szimbiózisban élő tevékenység teszi lehetővé az erdőmezők egyedi hangulatának átélését, a lélegzetelállító formák és a pazar panoráma megcsodálását. A vonzerőcsoportban leginkább azonosított kifejezések a festői, a vad és vadregényes, az elhagyatott, az érintetlen, amelyek azt igazolják, hogy a balkáni táj szépsége természetes állapotából fakad, vagyis annak az autentikusságnak az őrzéséből, amely az intenzív turisztikai hasznosítás előtti fázist tükrözi. A víz kifejezetten erős elemét képezi a lenyűgöző látványt kínáló attrakcióknak, a folyók által mélyített szurdokvölgyek, vízesések, zárt tengeröblök, a hegyvonulatokban megbúvó tavak hozzájárulnak az esztétikai szükséglet magas fokú kielégítéséhez.

4.8. Település egyedi atmoszférája, turisztikai miliő

A vizsgálat során azonosított vonzerők 9,9%-a ebben a kategóriában található, amely ha nem is a legerősebb, de feltétlenül érdemi elemét képezi a Balkán turisztikai kínálatának. Számos település – leginkább a városias jellegűek – hamisítatlan balkáni hangulatot áraszt, amelynek azonosításában ugyan közrejátszanak a szubjektív tényezők, de a feldolgozott dokumentumok szerzői megpróbálták írásban visszaadni a kizárólag a helyszínen átélhető turisztikai miliőt. Az oszmán hatás egyértelmű része a balkáni atmoszférának, amely dzsámik, minaretek, bazárok, vízpipázási lehetőséget kínáló kávézók formájában jelentkezik. Emellett kiemelendő a multikulturalitás és a történelmi korok keveredésének visszatükröződése, amely egyrészt az oszmán-kor, másrészt a monarchia időszaka, harmadrészt napjaink modernitásának kombinációjából fakad, és kiegészül a különféle közösségek jelenlétét megtestesítő templomok látványával. A települések miliójében, főleg a tengerparti területeken jellemzőek a sétányok és az azokat övező hangulatos, szűk, kacskaringós utcás városrészek. Nem szabad megfeledkezni az éjszakai élethez kapcsolódó atmoszféráról sem, amelyet a fények, a klubokból kiszűrődő zene és a fiatalok tömege generál.

4.9. Szent helyek, zarándokhelyek

A vizsgálat során azonosított vonzerők 6,1%-a ebben a kategóriában található, amely jelzi, hogy a valláshoz, a vallásgyakorláshoz kapcsolódó színterek feltétlenül tekintetbe veendő részét képezik a Balkán jóllét-orientált turisztikai kínálatának. Ismert, hogy a hit és az ahhoz kapcsolódó rituálék lelki békét, megnyugvást, kiegyensúlyozottságot teremtenek, amelynek elérését gyakran zarándoklatok, távolabbi szent helyek felkeresése révén biztosítjuk. E tekintetben a vizsgált országok sokrétű kínálattal rendelkeznek, a római katolikus, az ortodox kereszténység és a muszlim egyház is számos gyülekezeti hellyel bír. A területen laikusok és hívők számára egyaránt szabad bejárású templomok, illetve zártabb világú kolostorok is megtalálhatóak. A szent helyek közül számos az UNESCO világörökség része, ezek nemcsak az építészetükhöz kötődő esztétikájuk, hanem a sajátos közösségük megőrzésének szándéka miatt is kitüntetett védelmet élveznek. A kolostorok nemcsak a hagyományos hitélet gyakorlására, hanem a világtól való elvonulásra, meditálásra is alkalmat kínálnak. Több szenthely egyben a gyógyulás keresésének színtere, de az antik szentélyek erejében bízók is megtalálhatják a számukra vonzó kínálatot.

5. Következtetések

Ahhoz, hogy a projekt végeredményeként meghatározhatóvá váljon a *Balkan Wellbeing* koncepció, illetve kirajzolódjon a térség turisztikai versenyképességét erősítő brand, egyrészt érdemes kiemelni a leginkább domináns vonzerőtípusokat, másrészt azokon belül meg kell vizsgálni a térség egészére jellemző, valamilyen markáns regionális jellemvonással rendelkező, a marketingkommunikáció során jól hasznosítható csoportokat. Mivel mind a wellness, mind a wellbeing már más térségek értékesítése során is meghatározó turisztikai terméként jelentkezik, ezért annak megfogalmazását tartjuk elsődlegesnek, hogy a wellbeing mitől válhat balkánivá, annyira egyedivé, amit csak itt lehet igénybe venni/fogyasztani vagy aminek az USP-je a balkániságától válik vonzóvá, értékesíthetővé.

Ahogy a divatipar is kitalálta a maga Balkán brandjét és *Balkantango* néven, elhasznált kerékpárgumikból (belsőkből) elkezdett környezettudatos, ugyanakkor az innovációt magán hordozó dizájnös kiegészítőket (táskákat, pénztárcákat, öveket) gyártani, úgy a turisztikai márka megfogalmazásánál is szükség lesz egy filozófiára, amely jól illeszkedik az adott kínálatához. Mivel a vonzerők besorolásánál dominálnak a természeti attrakciók, így nagy valószínűséggel célszerű lesz kiemelni a Balkán mindazon tulajdonságát, amelyben a természet eltér más európai tájak sajátosságaitól. Mivel a wellbeing-turizmus az egészséget, annak megőrzését állítja középpontba, ezért a természet kiváló hívó szó lehet, például: *Balkán csak természetesen!* Ha ezen gondolat köré igyekszünk a kataszter alapján megismert attrakciókat rendezni, akkor szinte az összes vonzerőtípus esetében megtalálható a vizsgált országok érintettségét élvező USP.

A Balkán a természetben is egy valódi találkozási pont, a lánchegység, a röghegység és a síkság, a mérsékelt övi európai, a trópusi és a mediterrán flóra és fauna keveredésének zónája, a lassú és gyors folyású vizek egymásutániságának színtere, amely változatosság, és táji sokszínűség önmagában is kedvező hatással van a térség „fogyasztójára”.

A legkülönbözőbb extrém sportokra alkalmas térszínek, a természetjárást, az egyedi növény- és állatvilág megfigyelését kínáló védett területek, a gyógyfürdők, a tengerpartok és a gasztronómiai különlegességek sorolhatók azok közé a vonzerőtípusok közé, amelyek közvetlenül a *Balkan Wellbeing* koncepció középpontjába állíthatók, és amelyek együttes felhasználásával kiépíthető egy egységes Balkán brand. Mitől más ez mint az európai versenytársaké? Az érintetlenségétől, a vadregényességétől, attól a minimális kockázattól, amely a sterilizált, a legkörültekintőbben fogyaszthatóvá tett, hasonló adottságú „nyugat-európai” desztinációkban már nincs jelen. Talán az autentikusság fejezi ki leginkább azt a balkáni valóságot, amelyet sajátos versenyelőnyként célszerű alkalmazni. Az itteni vonzerők hordoznak egy olyan báj, amellyel a „profi” társakéban már csak elvétve találkozhat a látogató.

A természethez kötődő attrakciók mellett célszerű lenne a balkáni országok társadalmi környezetét is a *Balkan Wellbeing* koncepcióba építeni, amelynek során a multikulturalizmusra, az etnikai-vallási sokszínűségekre és az ezzel részben összefüggő településképre lehetne építeni. Az a különleges atmoszféra, amely egyszerre őrzi az Oszmán Birodalom, az Osztrák-Magyar Monarchia és a szocializmussal is átítatott jelenkor városképi elemeit, ahol a minaretek, a harangtoronyok és ortodox bazilikák szinte egymásba érnek, ahol a tradicionális délszláv konyha szimbiózist alkot a török kávézóval és a posztmodern bárokkal, egyedülálló módon élhető át a Balkánon.

A Balkán attrakciói tipikusan illeszthetők lennének egy SLOW koncepcióba. Minden, amiért odautazik a turista, a megnyugvást, a rohanó világból való totális kiszakadást kell, hogy szolgálja. A megfigyelés, a szemlélődés, az elgondolkodás, az ízek élvezete, a mássággal való szembesülés egytől-egyig a jóllét forrásai és a wellness értelmezésének kívánatos mértékű kitérítése. *A Balkán, ahol a wellness új értelmet nyer!*

Ha a vizsgálatba vont 11 ország vonatkozásában értékelésre került mintegy félezer jóllét-specifikus vonzerő eredőjeként meg kívánnánk fogalmazni a *Balkan Wellbeing* brand földrajzi esszenciáját, akkor egy vadregényes magashegységi táj szurdok völgyében vízesésekkel szabdalt, kanyargó, kékes-zöld folyó képe tárulna elénk, amely felett helyenként bizarr sziklaformák láthatók, a víz egy csodálatos, strandokkal szabdalt tengeröbölbe torkollna, amelyet olíva és szőlő ültetvények öveznének, az öböl feletti magaslatokon a több százéves hagyományokat őrző, a világ zajától elzárt kolostorok emelkednének, a lejtőkön birkanyájak legelésznének, a hegyi utak mentén egy pitában grillezett birkahúst árusító büfé állna, a történelmi hangulatot sugárzó közeli település központjában egy gyógyfürdő működne, amelyet keleties kávézók szegélyeznének.

Irodalomjegyzék

- ERFURT-COOPER, P.–COOPER, M. 2009: Health and wellness tourism. – Spas and hot springs. Channel View Publications, Bristol.
- FILEP, S.–PEARCE, PH. (eds.) 2014: Tourist experience and fulfilment. – Insights from positive psychology. Routledge, Abingdon.
- HJALAGER, A.–KONU, H. –HUIJBENS, E.–BJÖRK, P.–FLAGESTAD, A.–NORDIN, S.–TUOHINO, A. 2011: Innovating and re-branding Nordic wellbeing tourism Final report from a joint NICE research project. – Nordic Innovation Centre.
http://www.rmfi.is/files/pdf/skyrslur/2011/2011_NordicWellbeingTourism_report.pdf (letöltve: 2014. október 08.)
- KOCSIS K. (ed.) 2007: South Eastern Europe in Maps. – Geographical Research Institute, HAS, Budapest.
- KONU, H.–TUOHINO, A.–BJÖRK, P. 2014: Well-being tourism in Finland. – In: SMITH, M.–PUCZKÓ, L. (eds.) Health, tourism and hospitality. Spas, wellness and medical travel. Routledge, Abingdon, pp. 345–349.
- MASLOW, A. 2003: A lét pszichológiája felé. – Ursus Libris, Budapest.
- M. CSÁSZÁR ZS.–PAP N. 2011: A Balkán képzete. – Valóság, 54. 5. pp. 40–54.
- MICHALKÓ G. 2010: Boldogító utazás. A turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai. – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
- MICHALKÓ G.–RÁTZ T. (szerk.) (2011): Egészségturizmus és életminőség Magyarországon. Fejezetek az egészség, az utazás, és a jól(é)t magyarországi összefüggéseiről. – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
- MICHALKÓ G.–RÁTZ T. (szerk.) 2013: Jól(é)t és turizmus: utazók, termékek és desztinációk a boldogság és a boldogulás kontextusában. – Kodolányi János Főiskola–MTA CSFK Földrajztudományi Intézet–Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár–Budapest.
- PAP N. 2010: Magyarország a Balkán és a Mediterráneum vonzásában. Magyarország dél-európai kapcsolatának politikai- és gazdaságföldrajzi értékelése. – Publikon Kiadó, Pécs.
- PEARCE, PH.–FILEP, S.–ROSS, G. 2011: Tourists, tourism and the good life. – Routledge, Abingdon.
- PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 1998: A turizmus hatásai. – Aula–Kodolányi, Budapest–Székesfehérvár.
- REMÉNYI P.–VÉGH A. 2006: Az ezredforduló határkérdései, határváltozásai a Nyugat-Balkánon. – Földrajzi Értesítő. 55. 1–2, pp. 195–211.
- SMITH, M.–PUCZKÓ L. 2010: Egészségturizmus, gyógyászat, wellness, holisztika. – Akadémiai Kiadó, Budapest.
- SMITH, M.–PUCZKÓ, L. 2014: Health, tourism and hospitality. Spas, wellness and medical travel. (Second edition). – Routledge, Abingdon.
- UYSAL, M.–PERDUE, R.–SIRGY, J. (eds.) 2012: Handbook of tourism and quality of life research. Enhancing the lives of tourists and residents of host communities. – Springer, Dordrecht.