

# A VÁLTOZÓ VILÁG XXI. SZÁZADI KIHÍVÁSAI



Nyíregyháza

# **A VÁLTOZÓ VILÁG XXI. SZÁZADI KIHÍVÁSAI**

Tanulmánykötet

Prof. Dr. Hanusz Árpád egyetemi tanár  
70. születésnapja tiszteletére

Szerkesztette: Dr. Kókai Sándor

Felelős kiadó: **Dr. Kókai Sándor** intézetigazgató, egyetemi magántanár

Technikai szerkesztő: **Tóth Zoltán**

*Szerzők:*

Dr. Abonyiné Dr. Palotás Jolán egyetemi docens  
Ágoston Szabolcs projekt asszisztens  
Dr. Aubert Antal egyetemi tanár  
Bácskainé. Dr. Pristiyák Erika főiskolai adjunktus  
Bártfai Endre György főiskolai adjunktus  
Balizs Dániel tudományos segédmunkatárs  
Dr. Becsei József egyetemi tanár  
Dr. Baranyai Gábor főiskolai docens  
Dr. Bodnár Károly főiskolai tanár  
Dr. Boros László főiskolai tanár  
Dr. Bujdosó Zoltán főiskolai docens  
Dr. Csapó Tamás egyetemi magántanár  
Dr. Csatári Bálint c. egyetemi docens  
Dr. Csizmadia László ny. főigazgató  
Dr. Csüllög Gábor egyetemi adjunktus  
Deák Attila vezető menedzser  
Dr. Dobány Zoltán főiskolai docens  
Drotár Nikolett egyetemi hallgató  
Dr. Dövény Zoltán egyetemi tanár  
Ésik Zsuzsanna PhD hallgató  
Dr. Farkas Jenő Zsolt tudományos munkatárs  
Fazekas Ildikó hallgató  
Dr. Frisnyák Sándor egyetemi tanár  
Dr. Gábris Gyula egyetemi tanár  
Dr. Gál András c. főiskolai docens  
Dr. Gööz Lajos professor emeritus  
Gróf Katalin egyetemi hallgató  
Dr. Horváth Gergely egyetemi docens  
Dr. Jónás-Berki Mónika egyetemi adjunktus  
Kiss Diána Dóra egyetemi hallgató  
Dr. Kocsis Károly akadémikus  
Dr. Kókai Sándor egyetemi magántanár  
Dr. Komáromi István c. főiskolai docens  
Dr. Kormány Gyula professor emeritus  
Dr. Kozma Gábor egyetemi docens  
Dr. Kovács András Donát tudományos munkatárs  
Kristóf Andrea főiskolai tanársegéd  
Kőrösi Miklósné ny. polgármester  
Dr. Lóki József egyetemi tanár  
Dr. Makra László egyetemi docens  
Dr. Matyasovszky István egyetemi docens  
Dr. Mészáros Rezső akadémikus  
Dr. Michalkó Gábor egyetemi tanár  
Mike Viktória egyetemi hallgató  
Morvay Szabolcs PhD hallgató  
Dr. Nagy Adrienne főiskolai adjunktus  
Dr. Nagy Miklós Mihály c. egyetemi docens  
Dr. Németh Sándor polgármester  
Dr. Novák Tibor József egyetemi adjunktus  
Pálfi Andrea PhD hallgató  
Dr. Papp-Váry Árpád egyetemi tanár  
Dr. Petykó Csilla egyetemi docens  
Pozsgai Andrea PhD hallgató  
Dr. Rechnitzer János egyetemi tanár  
Dr. Suba János térképtárvezető  
Dr. Süli-Zakar István egyetemi tanár  
Dr. Sütő László főiskolai docens  
Szabó Balázs tudományos segédmunkatárs  
Dr. Szalók Csilla főiskolai tanár  
Dr. Szepesi János tudományos munkatárs  
Dr. Tar Károly egyetemi docens  
Dr. Tarpai József Tourinfo irodavezető  
Dr. Tökés Tibor egyetemi adjunktus  
Dr. Tömöri Mihály főiskolai adjunktus  
Dr. Tusnady Gábor akadémikus  
Dr. Varga György kutató  
Dr. Vass Róbert főiskolai adjunktus  
Dr. Vitányi Béla középiskolai tanár

ISBN 978-615-5545-63-4

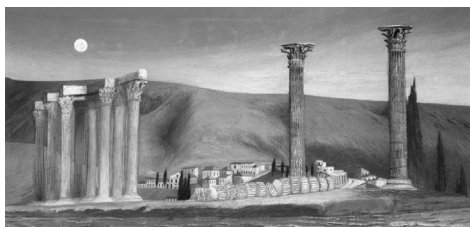
A címlapon Dr. Dobány Zoltán: Őszi séta című akvarell képe látható.

# JÓ HELYEK, JÓ GONDOLATOK, JÓ CSELEKEDETEK: A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓK SZEREPE AZ UTAZÓK INSPIRÁLÁSÁBAN

*Dr. Michalkó Gábor – Fazekas Ildikó*

## 1. Bevezetés

A turizmus gazdasági, társadalmi funkcióinak, illetve azzal szorosan összefüggő hatásainak feltárása a turizmustudomány legfontosabb kutatási területei közé tartozik (Puczkó–Rátz 1998). A turizmus képes egy desztináció gazdasági életének komplex élénkítésére (Indra 2009, Kundi 2013), továbbá hozzájárulhat a turista és a helyi lakos életminőségének növeléséhez is (Smith–Kiss 2014). A turizmus kikristályosodási pontjaiként értelmezhető turisztikai desztinációk kínálatának direkt hasznosítása, illetve hasznosulása (Aubert 2011) mellett kevesebb szó esik az indirekt, a jólétet és a jól-létet egyaránt fokozó folyamatok generálásáról (Michalkó 2010). A felkeresett desztináció által a turistában kiváltott, leginkább lelki vonatkozású folyamatok és azok gazdasági, társadalmi hatásainak megismerése a turizmussal foglalkozó tanulmányok eddig kevésbé preferált témái közé sorolhatók.



1. ábra. Csontváry Athén által inspirált alkotása, a kép és a hely  
(Forrás: [gigapan.com](http://gigapan.com); [pixabay.com](http://pixabay.com), tudományos célú illusztrációk)

A turista a jó helyeket preferálja (Michalkó 2007), döntően azokba a desztinációkba utazik, ahol minden esélye megvan arra, hogy élményekkel telve térjen vissza, így az utóbbi időkben a szolgáltatók és a TDM szervezetek egyre nagyobb figyelmet szentelnek az úgynevezett élménymenedzsmentnek (Zátori 2014a). A jó helyekhez kötődő turisztikai élmények igen sokrétűek (Kovács 2014, Horváth 1998), különösen az önmegvalósításhoz (Maslow 2003) kötődők képesek jó gondolatok és jó cselekedetek inspirálására. Az irodalom vagy a képzőművészet történetében se szeri, se száma az olyan eseteknek, amelyekben

a hely (főként a kreativitás kiváltásán keresztül) meghatározó szerepet játszott a mesterek alkotásainak megszületésében (*Richards 2011*). Csontváry Kosztká Tivadar (1853–1919) festőművész a Közel-Kelet mellett előszeretettel utazott a Balkánra és a mediterrán régió országaiba is, Athén utánózhatatlan atmoszférája több ismert művét, például a *Jupiter templom romjai Athénban* című képét is inspirálta (1. ábra).

De nem csak a művészek, hanem a hétköznapi emberek életében is lehetnek olyan kitüntetett helyek, amelyek kreatív gondolatokat sugallnak, alkotásra ösztönöznek, sorsukat alapvetően megváltoztató felismerésekre, korábban elképzelhetetlen teljesítményekre sarkallnak. A jó helyek meghozhatják a várva várt íhletet, réges-rég meglépendő tettek, a tudat alattiban dédelgetett tervek megvalósítására készíthetnek, vagy addig ismeretlen dolgokért való lelkesedést, rajongást generálhatnak. Ezek eredője az utazó szubjektív életminőségét (jól-létét) kedvezően befolyásoló örömforrásként, közérzetére, mentális és fizikai egészségére pozitív hatást gyakoroló motiváló tényezőként, a személyiségfejlődését, a társas kapcsolatait segítő emocionális inputként értelmezhető. A jó helyek révén előidézett jó gondolatok és jó cselekedetek következményei a gazdaságban közvetlenül és közvetve is jelentkezhetnek, például piacképes alkotások születnek, többletfogyasztást gerjesztenek, hozzájárulnak a hatékonyabb munkavégzéshez, mérséklék a társadalombiztosítás kiadásait stb.

A jelen tanulmány célja a turisztikai desztinációk inspiratív hatásával kapcsolatos alapvetések körvonalazása, a téma exponálása, továbbá a későbbiek során megvalósítandó komplex vizsgálat módszertanának kísérleti fázisú (pilot) tesztelése. A szerzők már csak a terjedelmi korlátok miatt sem vállalkozhatnak a téma sokoldalú tárgyalására, e helyütt elsősorban a szakirodalom és a TripAdvisor utazási portálon az inspiratív élményekre vonatkozó értékelések feldolgozásának első részeredményei kerülnek közreadásra.

## 2. Elméleti háttér

Ismert, hogy a turisztikai desztináció az ott élőkben és az oda látogatókban egyaránt érzelmi hatásokat gerjeszt, az egyén és a környezet viszonyának lélektana a turizmustudomány művelői által is régóta kutatott terület (*Pearce 1982, Pearce–Stringer 1991, Pearce–Packer 2013*). A turizmus sajátosságaiból fakadóan a motiváció (*Bansal–Eiselt 2004*), az utazási döntés (*Mazursky 1989*), az észlelés (*Driscoll et al. 1994*), az élmény (*Sarra et al. 2015*), az identitás (*Wang–Chen 2015*) és az attitűd (*Anastasopoulos 1992*) tartozik a legsokoldalúbban feltárt témák közé. A turisztikai desztináció fogyasztásának pszichológiai, különösen szociálpszichológiai vetületeit kínálati oldalról a tervezéssel (*Jamal–Getz 1995*), az irányítással (*Michalkó et al. 2015a*), a

marketinggel (*Dolnicar–Leisch 2008*), keresleti oldalról a viselkedéssel (*Barnes et al. 2014*) foglalkozó munkák tárgyalják főképpen.

A turisztikai desztinációk kreativitásra gyakorolt hatása számos tanulmány fókuszát képezi, a hely és a művész sajátos viszonya, leginkább az előbbi generálta ihlet révén válik az alkotás forrásává (*Csikszentmihályi 2009*). Egy regény, egy festmény vagy egy film gyakran a kreatív tartalomnak és kivitelezésnek köszönhetően lesz népszerű, olvasott, illetve nézett, amely idővel az inspirációt kiváltó helyet is látogatottá teszi (*Rátz–Puczkó 2002*). Az irodalmi és a filmturizmus éppen azokra a lelki hatásokra épít, amelyek az alkotások helyszíneinek felkeresésére ösztönzik az olvasót, vagy a nézőt (*Herbert 2001, Irimiás 2015*). Ezen munkákban már megjelenik a kreatív ipar azon sajátossága, miszerint a hely által kiváltott inspiráció, az önmagában is értéket jelentő (pl. eladott példányszámok, mozijegy-vásárlás) alkotás megszületésén túlmenően, turisták tíz- vagy százazreinek látogatása révén a helyi gazdaságra és társadalomra is hatást gyakorol (*Kovács et al. 2011*).

A turisztikai desztinációk inspiratív hatásával foglalkozó szakirodalomban szinte teljes mértékben fehér foltnak számít a hely alkotásra ösztönzésen túlmenő szerepének feltárása, az életvitel (*Gross–Brown 2006*), a gondolkodásmód (*Trauer–Ryan 2005*), a személyiségfejlődés (*Becket–Brookes 2012*), a társas kapcsolatok (*Ziakas–Costa 2010*) mint potenciális fókuszok ugyan megjelennek a vizsgálatokban, de ezek kontextusát legkevésbé adja az inspiráció problematikája.

### 3. Módszer

Annak érdekében, hogy átfogó képet kapjunk az inspirációt kiváltó turisztikai desztinációkról, illetve feltárjuk, hogy az adott desztináció mely jellemvonásai generálnak a turistákban inspiráló gondolatokat, a világ egyik legnagyobb utazási portálját a TripAdvisort hívtuk segítségül. A honlap többek között alkalmas arra, hogy onnan az utazásokkal, a felkeresett célterületekkel, szolgáltatásokkal kapcsolatban megfogalmazott értékelésekből a kutatási kérdések megválaszolását segítő koherens adatbázist építsünk. A TripAdvisort utazásuk tervezéséhez közel 300 millióan használják havonta és 200 millióra tehető az elérhető kommentek, értékelések száma, tehát az információk volumene alapján bizonyítottan alkalmas korszerű tudományos vizsgálatok lefolytatására (*Michalkó et al. 2014, 2015b*). Azonban az eredmények érvényessége szempontjából, különösen a reprezentativitás terén már számos nehézséggel kell szembenéznünk a TripAdvisor portál adatbázisként való értelmezésekor (*Ayeh et al. 2013*).

A vizsgálatunkhoz kvalitatív módszert választottunk, mert ez biztosítja a TripAdvisor portálon közzétett turisztikai élmények összetevőinek kívánt mértékű megismerését. A magyar nyelvű bejegyzések alacsony száma miatt és a

nemzetközi dimenzió erősítése érdekében az angolul írt értékeléseket (review) vettük alapul. Az adatbázis létrehozására 2015. január 25-én került sor, ekkor minden általunk elérhető értékelést, amelyben az *inspiration* vagy az *inspirational* szó szerepelt, teljes szöveggel rögzítettünk. Mivel a TripAdvisor honlapja a keresést követően csak az első 50 oldalon szereplő eredmények letöltését tette számunkra lehetővé, így vizsgálatunk arra a megközelítően 1500 találatra szorítkozott, amely a megjelentetett lapokon szerepelt. Excel táblázatban soronként rögzítettük az *inspiration*, *inspirational* szavakat tartalmazó értékeléseket generáló attrakció nevét, elhelyezkedését, magát a szövegszerű értékelést és az értékelő lakóhelyét (település). Az adattisztítást követően csak azok az értékelések maradtak az adatbázisban, amelyekhez egyértelműen hozzárendelhető volt az attrakció elhelyezkedése és az értékelő lakóhelye, amennyiben a két földrajzi hely ugyanazon településen volt, a turisztikai aspektusok megtartása érdekében, töröltük az adatbázisból. Ugyancsak törlésre kerültek az egyértelmű ismétlődések vagy az irreleváns értékelések (pl. csak az értékelés címében szerepelt az *inspiration* vagy az *inspirational* szó, vagy éppen arról szólt a szöveg, hogy mennyire nem volt inspiratív az adott attrakció), így végül egy 1307 elemből álló adatbázis tartalomelemzésére került sor.

Tartalomelemzésünk fókusza az inspiratív turisztikai élmények mibenlétének megismerése volt. Kíváncsiak voltunk, hogy az értékelést készítő milyen kontextusba helyezve számolnak be inspirációról az általuk felkeresett turisztikai attrakció kapcsán. Az élmény minőségi tartalmának (érzelme) megismerése mellett, az inspiráció hatásának, ha úgy tetszik következményeinek (mire ösztönzött, milyen gondolatokat, tetteket váltott ki) azonosítása állt az elemzésünk homlokterében. A rendelkezésünkre álló szövegeket alaposan végigolvastuk és létrehoztuk azokat az elsődleges kulcsszavakat, amelyek alapján az inspiráció típusaival kapcsolatban a kódolás, majd az azt követő csoportosítás elvégezhető volt. Komoly nehézséget okozott, hogy az inspiráció gyakran multiplikatív volt, vagyis egymással átfedésben, összefüggésben az élet több területét is érintette. Alapvetően két megközelítést lehetett elkülöníteni, az egyik a tér-, a másik a tevékenységorientáltság. Előbbi esetben pusztán a hely sajátosságaiból, utóbbinál az ott végzett tevékenységből fakadt az inspiráció és természetesen ezek metszete is eredményezhetett inspiratív turisztikai élményeket.

Az angol nyelvű bejegyzésekre visszavezethetően a legtöbb (82%), az *inspiration* vagy *inspirational* szavakat az értékelés szövegében alkalmazó utazó olyan országokban élt, ahol az angol a hivatalos nyelv (Amerikai Egyesült Államok, Ausztrália, Dél-afrikai Köztársaság, Egyesült Királyság, Írország, Málta, Kanada, Új-Zéland), míg az adatbázisba kerültek kisebb hányadának (18%) 57 másik ország valamelyikében volt a lakóhelye. Mivel sem a nemre, sem az életkorra vonatkozóan nem állt teljes körű információ rendelkezésre (az





*„The history of the United States, New York and trickling all the way down to my family really hit a spot in my heart. It was really inspirational for me.”*

Egy amerikai férfi a New York-i szabadságszobrot felkeresve ismerte fel annak az áldozatnak a súlyát, amelyet az „ígéret földjére” lépő honfitársai, az USA-ba érkező bevándorlók az országért meghoztak. Az értékelés további részéből kiderült, az emlékmű oly mértékben megindító volt a számára, hogy végiggondolva az USA történetét, a háborúkat, melyek egyikében az apja is részt vett, elhatározta, élete hátralevő részében ezeket sokkal nagyobb odafigyeléssel fogja tanítani a gyerekeinek, unokáinak is.

A negatív érzelmek kiváltásában többnyire a világ árnyoldalára történő érkezés játszik közre, a természeti vagy az emberi mulasztásból fakadó katasztrófák, háborúk, gyilkosságok, az emberiség elleni büntettek szinterei egyaránt képesek lehangoló, ugyanakkor a továbblépést, a kiutat inspiráló gondolatokat előidézni.

*„Full of inspiration and despair [...] The Anne Frank House is wonderfully preserved so you see both the House and the history in a way that is both respectful and will leave you feeling both despairing of the atrocities of the past and oddly hopeful about the future.”*

Az ausztrál hölgy, aki a hollandiai Amszterdamba látogatva szembesült a második világháborúban a zsidóság ellen elkövetett gaztettekkel, Anna Frank szülőházában ébredt rá arra, hogy a borzalmakból tanulni is lehet.

#### **4.2. A térorientált inspiráció**

Az utazók által felkeresett, különböző kiterjedésű turisztikai desztinációk nehezen megragadható atmoszférája (genius loci) is képes közvetlen vagy később realizálódó cselekedetekkel párosuló gondolatokat inspirálni (*Jankó 2002, Michalkó 2005*). Az inspiráló desztináció földrajzi kiterjedésének értelmezése döntően az utazó és a felkeresett hely(ek) közötti távolság függvénye (*Michalkó 2012*), egy Európába a tengerentúlról ellátogató vélhetően sokkal nagyobb perspektívában észlel, mint egy szomszédos országból vagy ugyanarról a kontinensről érkező. Ebből kifolyólag van olyan turista, akire például a velencei Szent Márk térre nyíló terasz leírhatatlan hangulata és van olyan is, akire egy olaszországi körutazás során észlelt mediterrán miliő lesz inspiráló hatású, természetesen mindkettő kiválthatja az olasz nyelv jövőbeli tanulásának szándékát (hosszabb időintervallumban érvényesülő hatás), de az is lehet, hogy csak egy dizájnos kávéfőző megvásárlására ösztönöz (azonnal bekövetkező hatás). A turisztikai miliő kaleidoszkópikus összetettsége következtében (*Michalkó–Rátz 2006*) az adott hely által gerjesztett érzéki

benyomások szimbiózisa a legkülönbélebb inspirációkat eredményezhetik. Az irodalmi vénájúakat költészetre, a művészi talentummal megáldottakat festészetre, a zene iránt rajongókat komponálásra, a tudományban járatosakat kutatási kérdések megfogalmazására vagy éppen megválaszolására, de a hétköznapi embereket ért hatások is meglehetősen sokrétűek lehetnek (Karancsi–Hann 2006, Jászberényi 2014, Whiting–Hannam 2014).

*„As composer on the feature film The Journey, I stayed 2 nights with cast and crew at this idyllic place whilst writing the score. The location was inspirational, just what I needed: quiet, scenic, and the luxury of nearby sea views whilst lying in bed! The sound of waves lulling me to sleep [...] It was a real pleasure to use the outside covered area by the side of the infinity pool as my music-writing station.”*

Egy alkotó elme sokadszorra tért vissza az Attikához közeli, csodálatos görög szigetre, Keára. Visszatérésének oka a kreatív gondolkodáshoz, a sikeres alkotótevékenységhez nélkülözhetetlen miliő fogyasztása volt. Beszámolója szerint a kert, a vidéki táj, és a szoba békéje adja meg számára az ihlet merítéséhez legmegfelelőbb környezetet.

### **4.3. Tevékenységorientált inspiráció**

A környezetváltozás önmagában is képes inspiráló hatást gyakorolni az emberek életére, a mindennapok taposómalmából való kilépés, a lét átmenetileg szokatlan földrajzi és kulturális dimenzióba történő helyezése, jó gondolatok, kreatív ötletek, az értékek és a kapcsolatok bővülésével, át- és újraértelmezésével párosulhat. Ugyan számos utazás célja a passzív időtöltés, a pihenés, amelynek során ritkán generálódnak inspirációt eredményező élmények – áramlatélmények (Csíkszentmihályi 1997) pedig a legritkább esetben –, a turista által felkeresett desztinációban végzett bizonyos tevékenységek, a hely sajátosságaival szimbiózisban vagy anélkül, kifejezetten alkalmasak szemlélet- vagy életmódváltás sugallására. Azok, a turisztikai tér fogyasztásával együtt járó cselekedetek, amelyek előkészítést, „indító energia bevittelt” is feltételeznek, vélhetően hatékonyabban inspirálnak, eredményesebben idézik elő az egyszerű felismeréstől az önmegvalósításig terjedő inputokat. A tevékenységorientált inspirációt vizsgálva megkülönböztethetünk profán és spirituális sugallat(ok)hoz vezető aktivitást. Előbbihez tartozik például a gasztronómia, ugyanis a megszokottól eltérő táplálkozási móddal, étkezési, ételkészítési szokásokkal, alapanyagokkal és fűszerekkel való szembesülés (Hanusz 2007) kiválthatja, hogy az utazásról hazatérve akár a teljes háztartásvezetést megváltoztassuk. Egy hosszabb-rövidebb ideig tartó külföldi tanulmányúton való részvétel (különösen, ha az

egy olyan patinás környezetben van, mint például Oxford), a munka világával, az egzisztenciális elképzelésekkel, a karrierúttal kapcsolatban képes új, követendőnek vélt irányokat kijelölni. A spirituális ösztönzés leginkább a valláshoz, a hit gyakorlásához kapcsolódó aktivitásokban, szent helyek felkeresése, zarándoklatokban való érintettség okán jelentkezik, de az ezotéria világába való belépés alkalmával is tetten érhető.

*„All 5 of us half-century young women were able to surf in one lesson (that is, we could stand on a surf board). So much fun! So inspirational. And so chill. After reading various reviews, I contacted all of the Sayulita surf schools to see if we should make advance reservations [...] Patricia said wait until you get here as we don't know what that conditions will be like in advance, etc. So we waited... and had great lessons.”*

Az újdonság varázsa, a korábban sosem végzett tevékenységek kipróbálása inspirációként hathat a folytatásra és a további elmélyülésre. Így jártak azok az USA-beli hölgyek, akik Mexikóba látogatva igénybe vették a Sayulita-ban található *Patricia's Surf School* szolgáltatásait. Az első szörflecke kezdeti sikerein felbuzdulva, később a tanulás rögzös útjára léptek.

## 5. Következtetés

Miközben az útleírásokban, útinaplókban a hely narratív ismertetése mellett lépten-nyomon találkozhatunk az élmények lelki vonatkozásaival, a szerző(k) életszemléletére, életvitelére gyakorolt hatásaival (*Gruffudd et al. 2000*), a turisztikai desztinációk inspiratív képességéről való értekezés a turizmustudomány meglehetősen mostohán kezelt témái közé tartozik. Az, hogy az alkotások létrejöttében milyen szerepet játszott a hely szelleme, mi inspirálta az adott verset, regényt, vagy novellát, a földrajzi környezet mely komponens(e)é(i)nek hatására született egy festmény, egy szobor vagy egy zenemű, az a mesterek önéletrajzából, visszaemlékezéseiből, valamint az adott terület szakértőinek kutatásaiból kiolvasható (*Daniels–Nash 2004*). Arról azonban, hogy a világ turizmusában résztvevő százmilliókat milyen gondolatokra és abból fakadó, az életükre hatást gyakorló cselekedetekre inspirálják az általuk felkeresett helyek, kevés, tudományosan feldolgozott információ áll rendelkezésre.

A turisztikai desztinációk inspiratív hatásával kapcsolatos ismeretek terén meglévő hiátus pótlására a világ egyik legnagyobb utazási portálján, a TripAdvisoron olvasható értékelések kiválóan alkalmasak. Ezek közül az adott hely inspiratív hatásáról szóló beszámolókat a tartalomelemzés módszerével feldolgozva, kirajzolódik a földrajzi környezetnek az átlagember életére, gondolataira és az azokból fakadó tettekre gyakorolt befolyása. Láthattuk, hogy

egy történelmi emlékhely a hazaszeretet, a nemzeti öntudat, a dicső múlt elmélyült átélését generálja és a családi érintettség okán is katonai emlékhelyek felkeresését (*Irimiás 2013*), a háborúk borzalmaival való szembesülést, végső soron egy egymással békében élő társadalom fenntartását inspirálhatja. A hely szellemének patetikus átélésére visszavezethető változások mellett például olyan prózai hatásmechanizmusok inspirálására is képes az adott desztináció, mint az aktív életmóddal történő elkötelezettség. Különösen az extrém sportok végzésére alkalmas földrajzi környezet (*Bujdosó–Dávid 2013*) képes kiváltani az önmegvalósítás fizikai teljesítményben mérhető megnyilvánulásait, az általunk feldolgozott példában a szörfözés fortélyainak alaposabb elsajátítását inspirálta egy megragadó környezetben vett szörflecke.

Tekintettel arra, hogy az utazás révén megvalósuló környezetváltozás a turisták többségét nyitottabbá, befogadóbbá teszi (*Luo–Zhang 2016*), az átmeneti tartózkodást nyújtó hely kínálata, különösen annak turisztikai miliője pedig pozitív, a személyiségfejlődést szolgáló gondolatokat, korábban talán elképzelhetetlenek tartott cselekedeteket inspirálhat, egyrészt ezen mechanizmusok alaposabb megismerése, másrészt gazdasági-társadalmi hatásainak feltárása képezi a jó helyvel kapcsolatos jövőbeli kutatásaink vezérfonalát.

## Köszönetnyilvánítás

A tanulmány Fazekas Ildikó (Kodolányi János Főiskola) *Inspiráló helyek: a turisztikai desztinációk hatása az alkotó tevékenységre* című szakdolgozatában (témavezető: Michalkó Gábor) közreadott eredmények felhasználásával készült. A munkával egyrészt Hanusz Árpádot, a Nyíregyházi Főiskola Turizmus- és Földrajztudományi Intézet professzorát 70. születésnapja alkalmából köszöntjük, másrészt *A jó hely Műhely Magyarország* létrehozására tett erőfeszítéseinket igazoljuk.

## Irodalom

- ANASTASOPOULOS, P. (1992): Tourism and attitude change: Greek tourists visiting Turkey. *Annals of Tourism Research*, 19. 4, pp. 629–642.
- AUBERT A. (2011): Turizmus trendek és térszerkezet Magyarországon. Publikon Kiadó, Pécs.
- AYEH, J.–AU, N.–LAW, R. (2013): „Do we believe in TripAdvisor? Examining credibility perceptions and online travelers’ attitude toward using user-generated content”. *Journal of Travel Research*, 52. 4, pp. 437–452.
- BANSAL, H.–EISELT, H. (2004): Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management*, 25. 3, pp. 387–396.

- BARNES, S.–MATTSSON, J.–SØRENSEN, F. (2014): Destination brand experience and visitor behavior: testing a scale in the tourism context. *Annals of Tourism Research*, Volume 48, pp. 121–139.
- BECKET, N.–BROOKES, M. (2012): The potential benefits and challenges of personalising UK higher education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11. 1, pp. 21–28.
- BUJDOSÓ Z.–DÁVID L. (2013): Extreme sports and other activities in tourism with special regard to the Mátra Mountain. *Journal of Physical Education and Sport*. 13. 1, pp. 39–45.
- CSIKSZENTMIHÁLYI M. (2009): *Kreativitás: a flow és a felfedezés, avagy a találfelkonyásg pszichológiája*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- CSIKSZENTMIHÁLYI M. 1997: *Flow, az áramlat: a tökéletes élmény pszichológiája*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- DANIELS, S.–NASH, C. (2004): Lifepaths: geography and biography. *Journal of Historical Geography*, 30. 3, pp. 449–458.
- DOLNICAR, S.–LEISCH, F. (2008): Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Management*, 29.4, pp. 672–680.
- DRISCOLL, A.–LAWSON, R.–NIVEN, B. (1994): Measuring tourists' destination perceptions. *Annals of Tourism Research*, 21. 3, pp. 499–511.
- GROSS, M.–BROWN, G. (2006): Tourism experiences in a lifestyle destination setting: The roles of involvement and place attachment. *Journal of Business Research*, 59. 6, pp. 696–700.
- GRUFFUDD, P.–HERBERT, D.–PICCINI, A. (2000): In search of Wales: travel writing and narratives of difference. *Journal of Historical Geography*, 26. 4, pp. 589–604.
- HANUSZ Á. (2007): Gasztronómiai hagyományok szerepe a falusi turizmus fejlesztésében. *Természettudományi Közlemények (Nyíregyházi Főiskola)*, 7, pp. 147–159.
- HERBERT, D. 2001: Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28. 2, pp. 312–333.
- HORVÁTH E. (1998): Élménygazdaságtan avagy a jövő fogyasztói magatartásának dimenziói. *Turizmus Bulletin*, 2. 4, pp. 39–41.
- INDRA D. (2009): A Balaton Sound és a VOLT Fesztivál gazdasági hatásvizsgálata. *Turizmus Bulletin*. 13. 3, pp. 31–34.
- IRIMIÁS A. (2013): A katonai emlékhelyek turisztikai potenciáljának vizsgálata Észak-Olaszországban. *Földrajzi Közlemények*, 137. 2, pp. 153–163.
- IRIMIÁS A. (2015): *Filmturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- JAMAL, T.–GETZ, D. (1995): Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22. 1, pp. 186–204.
- JANKÓ F. (2002): A hely szelleme, településimage és településmarketing. *Tér és Társadalom*, 16. 4, pp. 39–62.
- JÁSZBERÉNYI M. (2014): A kulturális turizmus elméleti háttere In Jászberényi M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*, Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó Zrt., Budapest, pp. 11–22.
- KARANCSI Z.–HANN F. (2006): Tájékp a művészetben, művészet a tájban. In Kiss A.–Mezősi G.–Sümeqhy Z. (szerk.): *Táj, környezet és társadalom: ünnepi tanulmányok* Keveiné Bárány Ilona professzor asszony tiszteletére, SZTE Éghajlattani és

- Tájföldrajzi Tanszék–SZTE Természeti Földrajzi és Geoinformatikai Tanszék, Szeged, pp. 335–344.
- KOVÁCS Z.–EGEDY T.–SZABÓ B. (2011): A kreatív gazdaság földrajzi jellemzői Magyarországon. *Tér és Társadalom*, 25. 1, pp. 42–62.
- KOVÁCS D. (2014): Élmény, élménygazdaság, élménytársadalom és turizmus. *Turizmus Bulletin*, 16. 3-4, pp. 40–48.
- KUNDI V. (2013): A Győri Magyar Táncfesztivál gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemző bemutatása. *Területi Statisztika*, 53. 3, pp. 271–287.
- LUO, Q.–ZHANG, H. (2016): Building interpersonal trust in a travel-related virtual community: a case study on a Guangzhou couchsurfing community. *Tourism Management*, 54, pp. 107–121.
- MASLOW, A. (2003): A lét pszichológiája felé. Ursus Libris, Budapest.
- MAZURSKY, D. (1989): Past experience and future tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 16. 3, pp. 333–344.
- MICHALKÓ G. (2005): A turisztikai miliő földrajzi értelmezése. *Tér és Társadalom*, 19. 1, pp. 43–63.
- MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T. (2006): The mediterranean tourist milieu. *Anatolia*, 17. 1, pp. 93–109.
- MICHALKÓ G. (2007): Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs.
- MICHALKÓ G. (2010): Boldogító utazás. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
- MICHALKÓ G. (2012): Turizmológia. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- MICHALKÓ G.–TEVELI-HORVÁTH D.–SULYOK J.–KISS K.–JANCSIK A. (2014): A balkán(i)ság turisztikai reprezentációjának jólléti dimenziói. *Turizmus Bulletin*, 16. 2, pp. 42–50.
- MICHALKÓ, G.–IRIMIÁS, A.–TIMOTHY, D. (2015a): Disappointment in tourism: perspectives on tourism destination management. *Tourism Management Perspectives*, 16, pp. 85–91.
- MICHALKÓ G.–JANCSIK A.–TEVELI-HORVÁTH D.–KISS K.–SULYOK J.–SMITH M.–PUCZKÓ L.–SZIVA I. (2015b): A "balkánság" turisztikai értelmezése a TripAdvisor utazási portál tartalomelemzése alapján. *Marketing és Menedzsment*, 49. 2, pp. 61–72.
- PEARCE, PH. (1982): Tourist, tourism and tourist psychology. In: Pearce, Ph–Argyle, M. (eds.): *The social psychology of tourist Behaviour*, Pergamon Press, Oxford, pp. 1–25.
- PEARCE, PH.–STRINGER, P. (1991): Psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18. 1, pp. 136–154.
- PEARCE, PH.–PACKER, J. (2013): Minds on the move: new links from psychology to tourism. *Annals of Tourism Research*, 40, pp. 386–411.
- PUCZKÓ L.–RÁTZ T. (1998): A turizmus hatásai. Aula–Kodolányi János Főiskola, Budapest–Székesfehérvár.
- RÁTZ T.–PUCZKÓ L. (2002): Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában avagy kulturális utak a turizmusban. *Turizmus Bulletin*, 6. 3, pp. 3–11.
- RICHARDS, G. (2011): Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38. 4, pp. 1225–1253.
- SARRA, A.–DI ZIO, S.–CAPPUCCI, M. (2015): A quantitative valuation of tourist experience in Lisbon. *Annals of Tourism Research*, 53, pp. 1–16.

- SMITH, M.–KISS K. (2014): A balkáni wellbeing és turizmus: lehetőségek és kihívások. *Turizmus Bulletin*, 16. 3-4, pp. 27–39.
- TRAUER, B.–RYAN, CH. (2005): Destination image, romance and place experience: an application of intimacy theory in tourism. *Tourism Management*, 26. 4, pp. 481–491.
- WANG, S.–CHEN, J. (2015): The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, pp. 16–28.
- WHITING, J.–HANNAM, K. (2014): Journeys of inspiration: Working artists' reflections on tourism. *Annals of Tourism Research*, 49, pp. 65–75.
- ZÁTORI A. (2014a): Az élménymenedzsment koncepcionális alapjai. *Vezetéstudomány*, 45. 9, pp. 57–66.
- ZÁTORI A. (2014b): A turisztikai élményteremtés koncepciói a gyakorlatban. *Turizmus Bulletin*, 16. 3-4, pp. 49–58.
- ZIAKAS, V.–COSTA, C. (2010): “Between theatre and sport” in a rural event–evolving unity and community development from the inside–out. *Journal of Sport & Tourism*, 15. 1, pp. 7–26.