

A balatoni táj az utazók térképén – ahogy az utazók látják

Pannon Egyetem Turizmus Tanszék

* sulyokj@gtk.uni-pannon.hu

Kulcsszavak: turizmus, imázs, Balaton, táj

Összefoglaló

A Balaton régió meghatározó szerepet tölt be hazánk turizmusában, ezzel egyidejűleg a tó és környéke gazdaságának fontos része a vendégfogadás. A desztináció arculatának, vonzerejének alapja az egyedi, nemzetközi szinten is elismert táji környezet, illetve a vízfelület, ami sokszor az ideérkező turisták élményeinek központi eleme. A vendégek véleményének, a tudatukban kialakult imázsok feltérképezése minden úti cél számára alapvető, ennek egyik népszerű kutatás-módszertani eszköze ma az utazók által generált internetes tartalmak elemzése.

Mindezek tükrében a tanulmány a Balatonról mint természeti vonzeróról a TripAdvisor nemzetközi utazási portálon megosztott vélemények tájközpontú vizsgálatára fókuszál. A 99 utazó által közzétett információk képet adnak arról, hogyan vélekednek a külföldiek legnagyobb tavunkról. S hogy mindez hogyan kapcsolódik az ökoturizmushoz és a fenntarthatósághoz? Az eredmények azért is relevánsak, mert abba nyújtanak bepillantást, hogy az „átlagos” turisták mit érzékelnek a tájból.

A következtetések értékes információkkal támogathatják a döntéshozókat annak érdekében, hogy a Balaton táji környezetének szépsége minél több látogatóhoz eljusson. A táji környezet tudatos beépítése egy-egy balatoni utazás élményébe fontos lépés abba az irányba, hogy a régiót nem ökoturisztikai céllal felkeresők is környezettudatosabban szemléljék a desztináció értékeit, és a jövőben szoft vagy hard ökoturistaként térjenek vissza a természeti értékek felfedezése céljából.

Bevezetés

„...egy táj lehet akármilyen gyönyörű, a szépség ... a szemlélő sajátos kulturális, szociális és pszichológiai beállítottságának terméke” (Karancsi Z. 2006 p. 10)

Környezetünk megóvása a mindennapi életben egyre inkább elterjedt, a „zöld” szemlélet napjaink fontos fogyasztói trendje (EUROBAROMETER 2014). Ezzel párhuzamosan a turisztikai céllal utazók is nagyobb figyelmet szentelnek a környezettudatosságnak. Bár azt kevés kutatás vizsgálja, hogy a mindennapi gyakorlatból az utazás alatt mit viszünk magunkkal (például szelektív hulladékgyűjtés), a turisztikai kínálat fejlődését tekintve azonban jól látható, hogy a szolgáltatók számos, a fenntarthatóságot szolgáló újítást vezetnek be. Ez számukra (például költségcsökkentés) és a vendégek számára (például vonzóbbak a környezetet megóvó turisztikai termékek) egyaránt elnyőkövel járnak.

A téma turizmuselméleti megközelítése is érdekes kérdéseket vet fel, hiszen a desztináció természeti értékei, az ott (és csak ott) található táj vonzereje elvitathatatlan (SULYOK 2014). Az ökoturisztikai célterületek vonzerejének alapja az élő világ, a táj. Ezzel egyidejűleg a nem ökoturisztikai úti célok esetében is számos ökoturisztikai fejlesztésnek lehettünk a tanúi az elmúlt években (például látogatóközpontok). Ebből következően érdemes megvizsgálni, hogy ezek a helyszínek hogyan integrálódnak a desztináció korábbi, már sikeresen működő turisz-

तिकai termékstruktúrájába, illetve milyen kapcsolódási pontokat, potenciált jelentenek a jövő nézve.

Célok

Mindezek tükrében jelen tanulmány elsődleges célja annak feltérképezése, hogy az „átlagos” turisták hogyan látják a desztináció táji környezetét, természeti értékeit. A kutatás alapjául választott Balaton régió érett célterületnek tekinthető, amelynek turisztikai kínálata – a máig legnépszerűbb fürdőzés, nyári pihenés mellett – az elmúlt években jelentős fejlesztéseken ment keresztül. A turisztikai termékek széles körének bővítése, az új vonzerkek, létesítmények között a természeti értékek megővását szolgáló ökoturisztikai attrakciók fontos szerepet töltenek be, ennek „intézményesített” formáját a Balaton-felvidéki Nemzeti Park látogatóhelyei adják.

A kutatás háttere

A turizmusban fontos szerepet betöltő vízpartok legtöbbször védett természeti terület, az ott található élővilág értékes és megőrizendő a jövő generációi számára is (SULYOK J. 2014). Az elmúlt években a turisztikai trendeknek megfelelően a vízparti desztinációkban számos – a vízparti, illetve a fürdőzéstől független, rossz időjárás esetén is vonzó – fejlesztés (pl. kulturális turizmus, bor és gasztronómia, aktív turizmus, egészségturizmus) történt. Ezek között megtaláljuk a célterület természeti értékeit a mai kornak megfelelő módon, a modern látogatómenedzsment eszközeit felhasználva bemutató helyszíneket. Az ide sorolható látnivalók elhelyezkedhetnek az adott úti cél védett területén (például nemzeti parki bemutatóhelyek) vagy önállóan (például a balatonfüredi Bodorka látogatóközpont). A vendégeknek nyújtott élmény mellett a közvetített ismeretanyag az ökoturizmus témakörén belül is elemezhető, ezáltal a vonzerkek szerepe túlmutat azon, hogy egy, rossz időjárás esetén alternatívát jelentő program legyen a desztinációban tartózkodók számára.

Jelen tanulmányban az ökoturizmust a szoft-hard tengely mentén értelmezzük. A szoft- és hard- értelemben vett (ún. hard) ökoturista a természettel való mélyebb, közvetlenebb kapcsolatot keresi, elnyeltesíti a fizikai tevékenységekkel, kihívásokkal teli élményeket; ezzel szemben az ún. szoft-ökoturisták eseti érdeklődést mutatnak a természet iránt, kisebb mértékben azonosulnak a desztinációval (MAGYAR ZS.–SULYOK J. 2014).

Módszertan

Az utazók által használt információforrások között vezető helyen állnak az internetes tartalmak, a családtól, barátoktól származó információk és a saját korábbi tapasztalat. Ennek köszönhetően a turizmuskutatásban az elmúlt években egyre népszerűbb az utazók által létrehozott és megosztott tartalmak elemzése (pl. FILIERI, R. 2015). Ez a fajta tartalomelemzés kvantitatív és kvalitatív dimenziókat is magába foglal. Ennek megfelelően a kutatás alapját az egyik legnépszerűbb véleménymegosztó portálon, a TripAdvisoron elhelyezett tartalmak vizsgálata jelentette. A 2015. április 8-ig feltöltött véleményeket két fő témakör szerint elemeztük:

- kik az értékelők (megadott demográfiai jellemzők mentén);
- milyen a Balatonról mint tájról (ez külön kategóriaként is szerepel az adatbázisban) élő kép az utazók tapasztalatai szerint?

Az értékelők jellemzőinek vizsgálata (aki erről információt adott) kvantitatív módszerrel történt. A szöveges értékelések (ezen belül külön a vélemény címe) esetében a tartalomelemzést alkalmaztuk. A hozzászólások mellett szereplő fotók főbb jellemzőit pedig szintén számszerűsítettük.

Az összesen 99 hozzászólás többsége (59 értékelés) angol nyelvű. Az utazók döntően európaiak vagy amerikaiak. Kor szerint a 35-49 (19 értékelés) és az 50-64 évesek (14 értékelés) szerepe számottevő. A kutatásba bevontak többsége 2010 és 2015 között járt a Balatonnál, a legtöbben nyáron (54 értékelés) és tavasszal (12 értékelés). A balatoni tartózkodással a többség elégedett volt, amit az – egytől-ötig tartó skálán mért – 4,37-es átlagérték jelez (a szórás 0,921, vagyis az eredmények nem térnek el jelentősen). Bár a rendelkezésre álló adatok erre nem térnek ki, az információk alapján valószínűsíthető, hogy az utazók nem ökoturisztikai céllal érkeztek, vagyis inkább a szoft ökoturizmus potenciális szegmensei lehetnek.

A tanulmányban szereplő idézetek a szerzők fordításai. Itt jegyezzük meg, hogy a természeti környezet értékelése egy kivétellel (egyhangú, monoton tájról írt egy utazó) pozitív, az esetleges negatív kritikák a turisztikai szolgáltatásokra vonatkoztak (utóbbi jelen elemzésnek nem célja, ezért nem szerepel a tanulmányban).

Eredmények

A táj megjelenése az utazói élményekben

A hozzászólások címében egyértelműen dominál maga a tó és annak táji környezete. Ide tartozik a tó, a tenger, a víz(mélység), a napfelkelte, a napnyugta, az erdők, a hegyek, a füves strandok. Konkrét látnivalók, helyszínek közül kettő jelent meg már az észrevételek címében: a tihanyi Belső-tó és a Koloska-völgy (Balatonfüred).

A hozzászólások szövegében az utazók által „gyönyörű tónak” aposztrofált desztináció jellemzői között objektív és szubjektív elemeket egyaránt találunk. A sokszor nem rövid utazó élmények esetében szinte mindig tetten érhető a desztináció természeti környezete, az élményeknek „háttérrel” adó táj. Ez esetben általános és konkrét imázsselemekkel találkozhatunk. Előbbihez tartozik a kilátás, a levendula, a szőlőültvények, a gyümölcsfák, a mandula, illetve az állatok közül a hattyúk, a kacsák és a madarak általánosságban. A balatoni táj emblematikus látnivalói pedig a Tihanyi-félsziget (ennek kapcsán az utazók kiemelték a vulkanikus eredetet, az élővilágot és az Aranyházat), a Koloska-völgy, Badacsony (és a hegy vulkanikus eredete), a Tapolcai-tavasbarlang, Hévíz és maga a Balaton-felvidéki Nemzeti Park (elsősorban a túrázási lehetőség kapcsán). Mindez alátámasztja azt, hogy a nem ökoturisztikai motivációval érkezők is gyakran találkoznak a védett természeti értékekkel, amelyek bemutatásában a hivatalos forma, vagyis a nemzeti park kulcsfontosságú szerepet tölt be.

Objektív jellemzők	Szubjektív jellemzők
Nagy tó	Vízminőség – átlátszó, tiszta vagy iszapos
Legnagyobb tó Közép-Európában	Vízhőmérséklet – meleg vagy hideg
596 km ² , 74 km hosszú, 3 m mély	Biztonságos
A déli part sekélyebb	
Füves strandok	
Tihany egykor sziget volt	

1. táblázat. A tó jellemzői a hozzászólások szövegében

Nemzetközi összehasonlításban a balatoni tájat előkelő helyre teszi az a kanadai utazó, aki 2011-ben járt a tónál: „Egyik pillanatban a táj Toszkána autóútjaihoz hasonlított, fákkal az út mentén, csak földekkal az út mellett, és nem olajbogyófákkal. ... A toszkán atmoszféra folytatódott, amikor is napraforgó földek vettek minket körül”.

Turisztikai aktivitások és a táj kapcsolata

Az adatbázis elemzése során azonosítottuk, hogy az utazók milyen, a tájhoz szorosan kapcsolódó aktivitásokat végeztek a tartózkodás során. Nem meglepő módon a fürdés, a napozás állnak az élen, ezek mellett azonban megjelent még a vitorlázás, hajózás, a séta a parton, a kajakozás, vízi biciklizés, a horgászat, a vízi sportok és a kerékpározás. A jellemzően városi környezetből útra kelő vendégek számára ezek azok a tevékenységek, amelyek során még inkább a táj részesei lesznek. A turisztikai termékfejlesztés oldaláról közelítve pedig ennek az jelentősége, hogy az ilyen irányú termékek esetében a balatoni táj fontos hozzáadott érték.

A természetes tó sajátos jellemzőire hívja fel egy német utazó a figyelmet: „*Évente 3 alkalommal keresem fel a Balatont. Aki kristálytisztá vizet vár, bizonyosan téved ... mert Magyarország nem a Karib-térség. A Balaton fenekén finom homok van ... nagyon szép!!! Aki a tóban három alga miatt panaszodik ... jobb, ha az úszómedencében fürdik. A Balaton egy természetes tó.*”

Itt jegyezzük meg, hogy az utazói értékelésekben fontos szerepet kap az éppen aktuális időjárás (meleg, napsütéses vagy felhős, szeles idő), valamint a turizmushoz szorosan hozzátartozó szolgáltatások (például közlekedés, szálláshely, étterem, parkolás).

Táj a képeken

A rendelkezésre álló információk lehetővé tették azt is, hogy a hozzászólásokhoz feltöltött képeket a táj szempontjából elemezzük. A 99 értékelés közül 22 esetben talákoztunk képekkel is, zömében nappali fotókkal. A fotókat tartalmuk alapján a következő kategóriákba soroltuk: tájfotó, épített örökség, részlet, hangulat és vegyes. Ezen belül a legtöbb esetben (12 értékelésnél) többféle képet, köztük legalább egy természetit töltöttek fel az utazók. 5 esetben kizárólag tájfotókat osztottak meg a hozzászólók, 3 esetben részleteket, hangulatot, 2 esetben pedig épített örökséget örökítettek meg.

Összegzés

A kutatás alapján több elméleti és gyakorlati implikáció is kirajzolódik. A vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy a kiválasztott desztináció, a Balaton turisztikai régió természeti értékei, a tavat körülölelő táj ismert és elismert. Ez a pozitív imázs az utazók tudatában objektív és szubjektív tényezőket egyaránt magában foglal, aminek tükrében a tájökológiában ismert módszertanokat érdemes turisztikai úti célok esetében is alkalmazni. Szintén az elméleti implikációkhoz tartozik, hogy reményeinek szerint az általunk alkalmazott elemzési mód más tudományágak képviselőit is ösztönöz. A turizmus transzdiszciplináris jellegéből adódóan ez várhatóan tovább segíti a kapcsolódási pontok feltárását, az egyes tudományágak közötti párbeszéd erősödését.

Az ökoturizmusban is érintett célterületek számára fontos gyakorlati implikációnak tartjuk, hogy az úti cél természeti értékeivel az utazók széles köre találkozzon. Ez az érett ökoturisztikai desztinációk és a nem elsősorban ökoturisztikai célterületek számára is érdekes lehet, hogyan lehet a látogatók számára vonzó módon az ismereteket, tudást átadni, amelyek a célterület fenntarthatósága, természeti értékeinek megóvása szempontjából kulcsfontosságú. Az ökoturisztikai létesítmények, egy-egy konkrét vonzer számára is fontos, hogy az ott fellelhető ismeretekkel a desztinációt felkeresők több helyen is találkozzanak, ne csupán a létesítmény keretein belül. Mindezek eredményeként az ökoturisztikai vonzerk, szolgáltatók fontos szerepet kaphatnak abban, hogy az úti cél természeti értékeinek megismerése ne csak egy rossz időjárás esetén vonzó programlehetőség legyen, hanem hogy a látogatók részesei legyenek a táji környezetnek. Megítélésünk szerint ez hosszabb távon abba az irányba alakítja a turisták szemléletét, hogy a természeti értékeket megőrizve legyenek részesei az utazá-

si élménynek. Ezáltal a „tömegturista” – legalább attitűdjeiben – szoft, később hard ökoturistává válhat.

Irodalom

EUROBAROMETER 2014: Top 10 Global Consumer Trends for 2014.

FILIERI, R. 2015: Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. – *Tourism Management* 51. pp. 174-185.

KARANCSI Z. 2006: Szakmai jelentés A tájéztétikai vizsgálatok a Medves-térség területén című, T 046373 számú OTKA kutatásról.

MAGYAR Zs.–SULYOK J. 2014: Az ökoturizmus helyzete Magyarországon. – *Turizmus Bulletin* 15. 2. pp. 14-23.

SULYOK J. 2014: Víz, amiért érdemes útra kelni – A vízparti környezet turizmusorientált márkázása a Balaton régióban. – Doktori értekezés. Széchenyi István Egyetem, Győr.