

Területfejlesztés és Innováció

TARTALOM

**SZALAI KATA – CSÓKA LÁSZLÓ – MÁTÉ ÉVA
– PIRISI GÁBOR – MARTON GERGELY**

**A mindennapos testnevelés egészséges
életmódra gyakorolt hatásainak vizsgálata a
Dél-Dunántúlon**

PENTZ MÓNIKA

**Best Practice Bajorországból a kultúrtájak
identitásának megőrzésére**

SCHULTZ ÉVA

**Múzeumalapítás, mint a nemzetközi turizmus
motorja? Eredmények és következtetések
Bilbao és Abu-Dzabi esettanulmánya alapján**

GÁSZNÉ BÓSZ BERNADETT

**Az interpretáció jellemzői és szerepe az
örökségturizmusban különös tekintettel az
épített örökségi helyszínekre**

IMPRESSZUM

A szerkesztőbizottság elnöke:

Pap Norbert – egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet

Főszerkesztő:

Csapó János – egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

A szerkesztőbizottság tagjai:

Ács Marianna – egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar, Neveléstudományi Intézet

Gonda Tibor – habilitált egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet, a Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok c. folyóirat főszerkesztője

Horeczki Réka – tudományos munkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete

László Mária – ny. egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet, alapító főszerkesztő

Merza Péter – egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet

Nagy Dávid – tudományos munkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete

Pirisi Gábor – habilitált egyetemi docens, tanszékvezető, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet

Reményi Péter – habilitált egyetemi docens, tanszékvezető, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet

Trócsányi András – habilitált egyetemi docens, dékán, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet

Technikai szerkesztő:

Mészáros Boglárka Ágnes – PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet, a Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok c. folyóirat technikai szerkesztője

A folyóirat neve: Területfejlesztés és Innováció (TERINNO)

Kiadó: A folyóirat a CampInvest Kft. gondozásában jelenik meg a Pécsi Tudományegyetem Földrajzi és Földtudományi Intézet Politikai Földrajzi, Fejlődési és Regionális Tanulmányok Tanszéke, valamint Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai Tanszéke szakmai támogatásával.

A kiadó címe: 7623 Pécs, Petőfi Sándor u. 29/1.

ISSN: 1789-0578 (Online)

DOI prefix: 10.15170

E-mail cím: info@campinvest.hu

Online elérhetőség: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/terinno>

Tartalomjegyzék

<i>Szalai Kata – Csóka László – Máté Éva – Pirisi Gábor – Marton Gergely:</i> A mindennapos testnevelés egészséges életmódra gyakorolt hatásainak vizsgálata a Dél-Dunántúlon.....	3
<i>Pentz Mónika:</i> Best Practice Bajorországból a kultúrtájak identitásának megőrzésére.....	17
<i>Schultz Éva:</i> Múzeumalapítás, mint a nemzetközi turizmus motorja? Eredmények és következtetések Bilbao és Abu-Dzabi esettanulmánya alapján	31
<i>Gászné Bősz Bernadett:</i> Az interpretáció jellemzői és szerepe az örökségturizmusban különös tekintettel az épített örökségi helyszínekre	45

A MINDENNAPOS TESTNEVELÉS EGÉSZSÉGES ÉLETMÓDRA GYAKOROLT HATÁSAINAK VIZSGÁLATA A DÉL-DUNÁNTÚLON

¹Szalai Kata – ²Csóka László – ³Máté Éva – ⁴Pirisi Gábor – ⁵Marton Gergely

¹tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Sporttudományi és Testnevelési Intézet, Földtudományok Doktori Iskola; szkata@gamma.ttk.pte.hu

²adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet; csoka.laszlo@tkk.pte.hu

³adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet; MAESAET.PTE@pte.hu

⁴egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet; pirisi.gabor@pte.hu

⁵adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Sporttudományi és Testnevelési Intézet; martongergely@gamma.ttk.pte.hu

DOI: 10.15170/terinno.2024.17.01.01

Absztrakt

A mindennapos testnevelés 2012-es bevezetése az iskolai sport területén olyan szintű változásokat hozott, mely egyértelműen kiterjed az egészséges életvitel kérdéskörére is. Célul szolgált, hogy a mindennapi testmozgásra és egészségtudatosságra igényt tartson a fiatal generáció oly mértékben, hogy az beépüljön mindennapjaikba. Vizsgálatunk során felmértük a Dél-Dunántúl különböző településtípusain élő lakosságot az egészséges életmód olyan szegmenseivel kapcsolatban, mint a testi-lelki egyensúly helyzete, a stressztűrő képesség, a stressz- és konfliktushelyzetek kezelése, a túlsúly és elhízás kérdésköre, valamint a káros szenvedélyek témakörei. Online mintavétel során 1089 fő töltötte ki kérdőívünket. A statisztikai elemzésekhez Khí-négyzet próbát alkalmaztunk. Eredményeinkben generációs különbségek jelennek meg, melyek a különböző korcsoportok megítélésében találhatók. Lényeges különbségek lelhetők fel a településtípusok közötti összehasonlításokban, miszerint a nagyvárosi környezetben a stresszkezelés nagyobb kihívást jelent, továbbá a konfliktuskezelés fokozott fejlesztésre szorul a kisebb településeken élők körében. Az elhízási arányszámok a kutatásunk során pozitívabb képet mutatnak az országos arányszámokhoz viszonyítva. Rendkívül fontos szerepet tulajdonítunk az iskoláknak és az ott dolgozóknak abból a szempontból, hogy a káros szenvedélyek elleni elutasító magatartásra már iskolás korban nagyobb hangsúlyt kell fektetni. A mindennapos testnevelés a témakör szempontjából elengedhetetlen fontosságú, hiszen hozzá kapcsolódva olyan értékeket és normákat lehet kialakítani, melyek a mai fiatal generáció számára meghatározó szerepet töltenek be a jövőben.

Kulcsszavak: egészség, káros szenvedélyek, mindennapos testnevelés

INVESTIGATION OF THE IMPACT OF DAILY PHYSICAL EDUCATION ON HEALTHY LIFESTYLES IN SOUTHERN TRANSDANUBIA

Abstract

The introduction of daily physical education in 2012 brought about significant changes in school sports, which clearly extend to the promotion of healthy lifestyles. The aim was to instill a demand for daily physical activity and health consciousness among the younger generation, integrating these practices into their daily lives. In our research, we surveyed the population of various types of settlements in Southern Transdanubia regarding aspects of healthy living, such as physical and mental balance, stress tolerance, stress and conflict management, issues related to overweight and obesity, and harmful addictions. An online questionnaire was completed by 1,089 respondents. For statistical analysis, the Chi-square test was applied. Our results reveal generational differences in perceptions across different age groups. Significant differences were observed between settlement types, with stress management proving more challenging in urban environments, while conflict management requires further development among residents of smaller communities. The obesity rates found in our study are more favorable compared to national averages. We attribute a crucial role to schools and their staff in emphasizing the rejection of harmful addictions from an early age. Daily physical education is essential in this regard, as it fosters the development of values and norms that will play a decisive role in the future lives of today's youth.

Keywords: health, harmful addictions, daily physical education

1. Bevezetés

Napjainkban divatosá vált az egészséges életmódra való törekvés, a rendszeres fizikai aktivitáson és egészséges táplálkozáson túl a mentális egészség, az elhízás és a káros szenvedélyek kérdésköre is. Rohanó világunkban képesek vagyunk ezekről az aprónak tűnő, de annál is fontosabb paraméterekről megfelelni. Egy egész társadalmat érintő problémával állunk szemben, aminek megfékezésére és enyhítése érdekében együtt, összefogva kell cselekednünk.

Az Egészségügyi Világszervezet definíciója szerint: „Az egészség a teljes testi, lelki, szellemi és szociális jóllét állapota, és nem csupán a betegség vagy fogyatékosság hiánya (WHO 2020).” Egészségi állapotunk a mindennapi döntéseink kérdése, amelyet befolyásol közvetlen környezetünk, a lakóhelyünk, a család, az iskola és a munkahely is. Az otthonról hozott mintákat visszük tovább életünk során, melyek megváltoztatására megfelelő akaratú tényezőkkel képesek lehetünk.

Az oktatási intézmények fontos színterei az egészségfejlesztésnek (SOMHEGYI 2012, KOVÁCS et al. 2019). Általános iskolás korban kell ismertetni a diákokkal a dohányzás, az alkoholfogyasztás és a függőségek kialakulásával járó negatív hatásokat. A legkézenfekvőbb módszer a rendszeres fizikai aktivitás, ami segít a függőségek kialakulásának elkerülésben, pozitívan befolyásolja a diákok iskolai teljesítményét, valamint hozzájárul az aktívabb életmód felnőttkori kialakulásához és fenntartásához (VASS – KUN 2010, MIKULÁN 2013).

Vizsgálatunk a Dél-Dunántúlra terjedt ki, amely országos és európai szinten is gazdaságilag elmaradott régióknak tekinthető. Sajátos, heterogén térszerkezettel bír, amely nagyfokú változatosságot mutat a zsákfalvas és aprófalvas térségektől a nagyvárosig (SZŰCS 2012). A tértípusok eltérő társadalmi, gazdasági, infrastrukturális tulajdonságokkal és szélsőséges jellemzőkkel bírnak, ezért érdemes megvizsgálni és összehasonlítani a térség településeit.

Továbbá a vizsgálat aktualitását alátámasztja még az is, hogy egész társadalmat érintő problémát ölel fel, amely nagyban befolyásolja a felnövekvő generáció életminőségét, társadalomföldrajzi viszonyait.

Mindezek által a kutatás célja feltérképezni a kérdéskörrel kapcsolatos területi és generációs eltéréseket, továbbá meghatározni az oktatás keretein belüli szükséges fejlesztéseket.

2. Szakirodalmi háttér

2.1. A mindennapos testnevelés

A mindennapos testnevelésről szóló jogszabály a Nemzeti Köznevelésről szóló CXC. törvényben (Köznevelési Törvény) került kodifikálásra. A bevezetés 2012. szeptember elsejétől minden köznevelési intézmény felmenő rendszerében, azaz első, ötödik és kilencedik osztályokban történt. Az óraszámemelésen túl nevelési célként jelenik meg a testi-lelki egészségre tanítás is (110/2012. (VI.4.) KORMÁNYRENDLET).

A jogszabály pedagógiai-oktatáspolitikai alapjait a bevezetéskor érvényben lévő 2012-es Nemzeti alaptanterv jelenti, ahol célként jelenik meg az élethosszig tartó, aktív és egészségtudatos életvitel kialakítása (MAKSZIN 2014). Ennek következtében egy olyan alaptanterv jött létre, amely figyelembe veszi a mindennapos testnevelésre vonatkozó elvárásokat, megköveteli a tantárgy oktatásának szemléletbeli megújulását, tartalmában és módszertanában egyaránt, mivel a mindennapos testnevelés kiemelt céljai közé tartozik a tanulók fittségi szintjének, képességeinek és készségeinek megfelelő szintű fejlesztése is (RÉTSÁGI – CSÁNYI 2014, FÜGEDI et al. 2016). A jelenleg hatályos 2020-as Nemzeti alaptanterv (NAT) nem hozott ezen a téren gyökeres változást, de továbbfejleszti a testnevelés és az egészséges élet kapcsolatrendszerét, felhasználva a korábbi NAT (2012) óta szerzett tapasztalatokat.

Az egészségközpontú tevékenységrendszer kialakításában nagy szerepet játszik a mindennapos testnevelésben részesülő diákok egészséges táplálkozása és a rendszeres sportolás igényének megléte. Utóbbi által szereznek jártasságot a játék-és sportkultúrában, továbbá nem szabad arról sem megfeledkezni, hogy a testnevelő tanárok szerepe is kulcsfontosságú a kérdéskört illetően (FINTOR 2016).

Egy másik kutatás is a pozitív testnevelő tanári attitűd hatásáról és a diákok egészségmagatartásának formálásáról ír, ami szerint a tanulók ügyesebbek lesznek, nagyobb lesz a motivációjuk a testnevelés órán történő mozgástól. Ezáltal megnőhet az esélyük az egészségtudatosabb életvitelre, amely formálása és kialakítása a mindennapos testnevelés céljainak egyik legfontosabb eleme (KAJ et al. 2015, BORBÉLY 2019).

DÓCZI (2014) és KOVÁCS (2016) vizsgálta a fiatal generáció sportolási szokásait és egészségtudatos magatartásukat. Megállapították, hogy a passzivitás komoly problémát okozhat a kor előrehaladtával, és nagy mértékű csökkenés tapasztalható a rendszeresen sportolók arányában, amelyben a településtípustól függő hátrányokból fakadó egyenlőtlenségek is szerepet játszanak.

További kulcsfontosságú pont, hogy a testmozgás az érzelmi és mentális egészségre is kedvező hatással van, ugyanis általa optimalizálódik a kedélyállapot, kontrollálhatóvá válik a testsúly, javul az alvás minősége és hosszútávon csökkenti a lehetséges betegségek kialakulásának kockázatát is, mindezek következtében az egészségügyi jellemzők javulásával rövid távon az objektív és a szubjektív életminőség is egyaránt javul, hosszú távon pedig az egészségben eltöltött évek száma növekszik (BARRETT 2009, STRACK 2021, HOJCSKA et al. 2024). A serdülőkorban akár mentális problémákat is jelenthet a mozgáshiány, továbbá a diákokat nehéz a rendszeres fizikai aktivitásra rávenni, ugyanis annyi más ingerrel és lehetőséggel találkozhatnak, ami eltereli a figyelmüket a mozgás iránti igényről. Mindezek által kijelenthető, hogy az egészséges életvitellel kapcsolatos lépéseket kezdetben az oktatási intézményekben kell kialakítani olyan mértékben, hogy az felnőttkorra már beépüljön az egyén életébe oly módon, hogy igényt is tartson rá. Továbbá a mindennapos testnevelés nem tudja ezt megoldani, mivel itt már társadalmi szintű változásokra/változtatásokra lenne szükség.

2.2. Országos programok

A mindennapos testnevelésen kívül olyan országos programok indultak el a közelmúltban, amelyek szakmai szempontból kiegészítik a testnevelés tantárgy oktatását és kapcsolatban állnak a testneveléssel és egészségneveléssel.

1. táblázat: A testnevelésre és egészségnevelésre irányuló programok

Program megnevezése	Időszak, felelős	Rövid leírás
Úszó Nemzet Program	„Pilot” kísérlete 2021/2022-es tanévben a Magyar Úszó Szövetség szakmai felügyelete és irányítása mellett a Magyar Kormány támogatásával indult meg.	A program célja a vízbiztos úszás elsajátítása óvodás kortól általános iskola második osztályáig (https://uszonemzet.hu/).
Aktív iskola	Magyar Diáksport Szövetség pilot programja, ami 2022-ben indult.	Egészségnevelésre irányul, a programok az oktatás keretein kívül valósulnak meg. A programok után az iskolák pontokat gyűjthetnek (mozgásösztönző sporteszközökre, programlehetőségekre válhatnak be), amely révén minősítést kapnak és szinteket lépnek (Kezdőlap - Aktíviskola Portál (aktiviskola.hu)).
Millió lépés az iskoláért	A Magyar Szervátültetettek Szövetsége szervezi az Aktív	Iskolás korú diákok és családjaik részére applikáció letöltésén keresztül 11 héten

	Magyarország Program támogatásával (2023).	keresztül lépések gyűjtése, mely során 1000 iskola nyerhet el sporteszköz támogatást (https://milliolepes.hu/).
DO60 iskolai mozgásösztönző programok szervezése	2023. decemberében a Magyar Diáksport Szövetség által meghirdetett program.	Célja a testnevelő tanárok ösztönzése, hogy az 5–12. évfolyamos tanulók számára tanórán kívüli mozgásos aktivitásokat (táncközpontú foglalkozások, túrák stb.) szervezzenek. A pályázható összeg maximum bruttó 50.000 forint (https://www.mdsz.hu/hir/palyazatot-hirdettunk-mozgasosztongo-programok-szervezesere/).

Forrás: saját szerkesztés

Ezen programok lehetőséget teremtenek az iskolák számára a sportolás és az egészségtudatosság kialakításában, gyakorlásában. A programokhoz való csatlakozás önkéntes alapon működik és nem jár semmiféle anyagi leterheltséggel. A testnevelő tanárok, az adott intézményben dolgozók és az iskola vezetőségének közös összefogásával és támogatásával sikerülne a sportot és az egészségnevelést ezen programokon keresztül elmélyíteni.

3. Módszertan

A kérdőíves vizsgálat a Dél-dunántúli régióban élők, dolgozók, tanulók körére terjedt ki. A felmérés kérdéseit négy egységre osztottuk (általános demográfiai adatok, egészséges életmód, sporttal kapcsolatos kérdések, mindennapos testnevelés), melyek összesen 60 kérdést tartalmaztak. A felmérés során kényelmi mintavételt alkalmaztunk, melyet a Google Űrlapok segítségével alakítottunk ki és a közösségi média felületein terjesztettünk. A vizsgálat 2021. áprilisa és 2023. szeptembere között zajlott, 2024 februárjában pedig kiegészítő mintát vettünk az elemszámok kiegyenlítése érdekében.

A kérdőívet 1089 fő (396 férfi, 693 nő) töltötte ki. A vizsgálatban való részvétel az életkor, a közvetlen és közvetett kapcsolódás, valamint lakóhely alapján volt meghatározva.

A kitöltőket életkoruk alapján soroltuk be Klenovitsné (2011) generációs felosztása szerint: így a mintacsoportba kerültek, akik 1996 után születettek (Z-generáció) és részt vettek a mindennapos testnevelés rendszerében, a kontrolcsoportot pedig a Z-generáció azon tagjai, akik nem vettek részt a rendszerben, valamint az Y-generáció (1980-1995) és az X-generáció (1965-1979) tagjai. A válaszadók 50,69%-a 1996-2006 között, 21,49%-a 1980-1995 között, 27,82%-a pedig 1965-1979 között született.

A résztvevők eredményeit az alábbi szempontok alapján hasonlítottuk össze: részt vettek-e a mindennapos testnevelés rendszerében (n=551), vagy csak közvetett kapcsolatban álltak a rendszerrel, tehát tanulmányaikat annak bevezetése előtt végezték (n=538). Továbbá a szenior korcsoportot nem vizsgáltuk, csak a munkaerőpiaci szempontból aktív korú lakosságot.

Az ábrák és táblázatok esetén a két csoportot az alábbi rövidítésekkel láttuk el: a mindennapos testnevelés résztvevői a MITE, míg a referenciacsoport az REF jelölést kapta.

A részvételi jellemző mellett a települési eltérések is vizsgálatra kerültek, így azonosítottuk azokat a különbségek is, amelyeket a kumulatív adatok segítségével nem voltak detektálhatóak. A különbségek statisztikai vizsgálatához a változóink típusait figyelembe véve Khí-négyzet próbákat végeztünk a társadalomtudományokban elfogadott 5%-os szignifikancia határérték mellett (SAJTOS – MITEV, 2007), az IBM SPSS 25 szoftver segítségével.

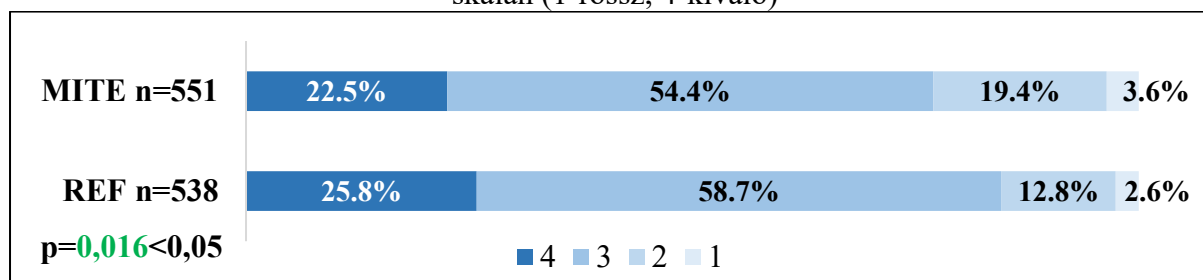
A települési szintű bontás – népességszámok szerint – a következőképpen alakult: község (n=167), kis-és középváros (n=223), megyeszékhelyi középváros (n=118), megyeszékhelyi nagyváros (n=581). Az elemszámok kiegyenlítése végett a különböző községek és kis-középvárosok esetén összevonás történt.

4. Eredmények

A mindennapos testnevelés önmagában nem képes kialakítani azon faktorokat, amelyek az egészséges életmód gyakorlásához elengedhetetlen fontosságúak. Ebből adódóan mondhatjuk, hogy az egészséges életvitel kialakítása egy hosszú folyamat eredménye, melyben olyan tényezők is szerepet játszanak, mint a testi-lelki egyensúly helyzete, a stressztűrő képesség, a stressz-, és konfliktushelyzetek kezelése, továbbá a túlsúly, elhízás kérdésköre. Ha viszont tágabb körben vizsgálódunk, beleértve a mindennapos testnevelés által közvetítendő értékeket és a Nemzeti alaptantervet is figyelembe véve, akkor érdemes megvizsgálni, hogy a résztvevőkre milyen hatással van a rendszerben való részvétel.

A mintacsoportok (MITE, REF) saját megítélésük alapján válaszoltak a testi-lelki egyensúly kérdéskörét illetően (1. ábra).

1. ábra: Testi-lelki egyensúly megítélése a mintacsoportok tekintetében 1-től 4-ig terjedő skálán (1-rossz, 4-kiváló)



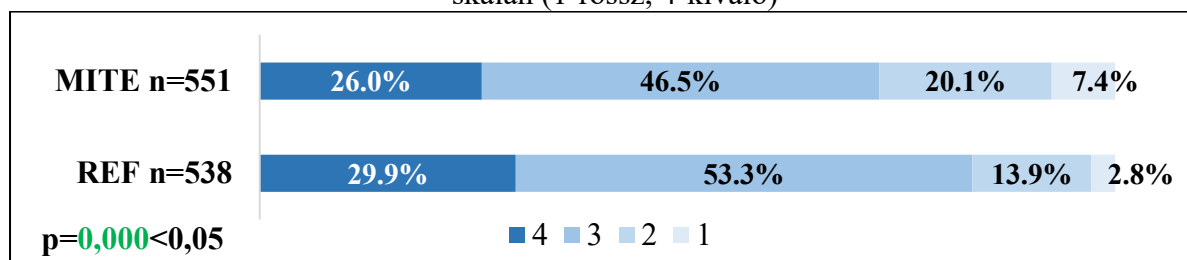
Forrás: saját szerkesztés

A Khí-négyzet próba alapján szignifikáns különbségről ($p=0,016 < 0,05$) beszélhetünk a csoportok tekintetében. A testi-lelki egyensúly kérdéskört a referenciacsoport ítélte meg pozitívabbnak, mely által inkább gondolhatunk generációs problémára az eltérő korcsoportok megítélését és megélését illetően, mint a mindennapos testnevelés működésének hiányosságaira, hiszen éppen a rendszer egyik célja ezen mutató javítása.

A lakóhely nem befolyásolja a testi-lelki egyensúly megítélését, ugyanis a települési kategóriákat vizsgálva nem kaptunk szignifikáns különbséget ($p=0,121 > 0,05$), amely alapján szintén a generációs eltérésre következtethetünk.

Napjainkban a felgyorsult társadalom egy meghatározó jellemzője a mentális egészség, mely során elsőként a stressztűrő képesség került felmérésre (2. ábra).

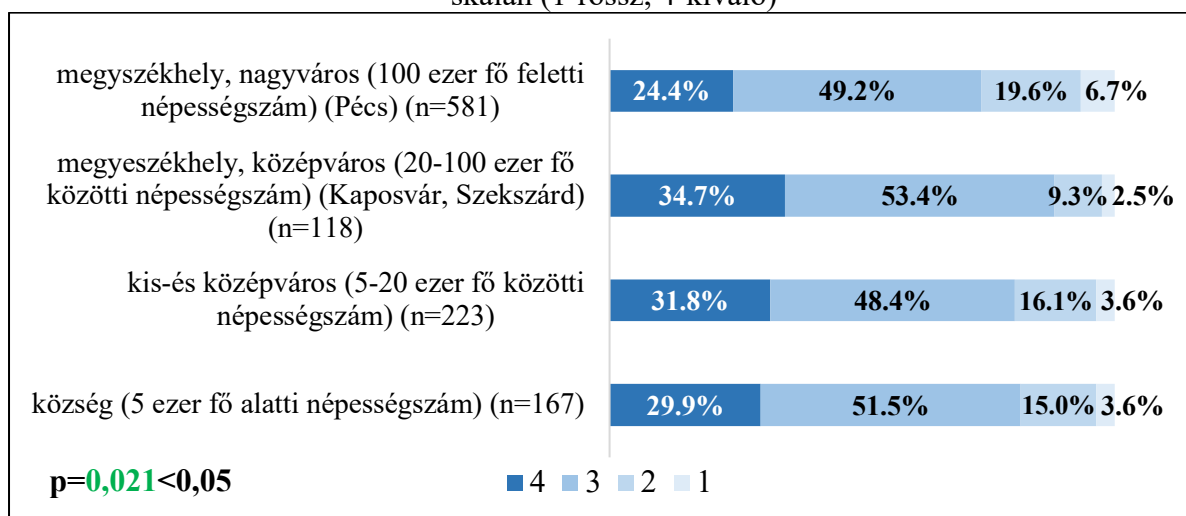
2. ábra: Stressztűrő képesség megítélése a mintacsoportok tekintetében 1-től 4-ig terjedő skálán (1-rossz, 4-kiváló)



Forrás: saját szerkesztés

A vizsgálat ezen jellemzője esetén is szignifikáns különbségről ($p=0,000 < 0,05$) beszélhetünk a két csoport esetében, amiből szintén a generációs különbségre következtethetünk. A mindennapos testnevelés a sport által olyan értékekkel tud szolgálni a fiatalok számára, amelyek révén egyértelműen pozitív irányú elmozdulást indukálnak a kérdéskört illetően. Szignifikáns különbségről ($p=0,021 < 0,05$) beszélhetünk a települési kategóriák szerinti bontást illetően is (3. ábra).

3. ábra: Stressztűrő képesség megítélése településtípusok szerinti bontásban 1-től 4-ig terjedő skálán (1-rossz, 4-kiváló)



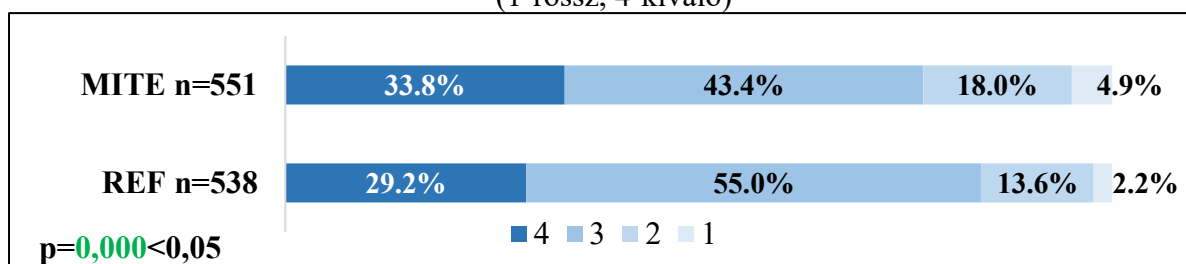
Forrás: saját szerkesztés

A kutatási eredmények azt mutatják, hogy a stressz kezelése nagyobb kihívást jelent a nagyvárosi környezetben, mint a kisebb városokban. Emellett pedig az is látható, hogy a közepes méretű városokban élők adták a legmagasabb átlagos értéket a stresszkezeléssel kapcsolatban. Mindez összefüggést mutat a települések társadalomföldrajzi sajátosságaival, ugyanis a megyeszékhelyek központi funkciókkal rendelkeznek, viszonylag jól működő gazdasággal, illetve a szolgáltatások tekintetében is kimagaslóak a kisebb településekhez mérten, de nem érik el azt a nagyságrendet, hogy a 21. századi felgyorsult folyamatok minden negatív jellemzője megtapasztalható legyen a lakosság számára.

A referenciacsoport válaszai kedvezőbbek a konfliktuskezelés kérdésköre esetén is, ahol szintén szignifikáns különbség mutatkozott ($p=0,000 < 0,05$) a két csoport összehasonlítása során (4. ábra).

Ez azt jelzi, hogy bár vannak különbségek a generációk között, ugyanakkor hangsúlyozza annak fontosságát, hogy a fiatalabb korosztályok mentális jellemzőivel kellő gondossággal foglalkozunk, amelynek az oktatási intézmények szociális szinterei és ideális helyszínei a mindennapos testnevelés és az általános nevelési funkció által.

4. ábra: Konfliktuskezelés megítélése a mintacsoportok tekintetében 1-től 4-ig terjedő skálán (1-rossz, 4-kiváló)

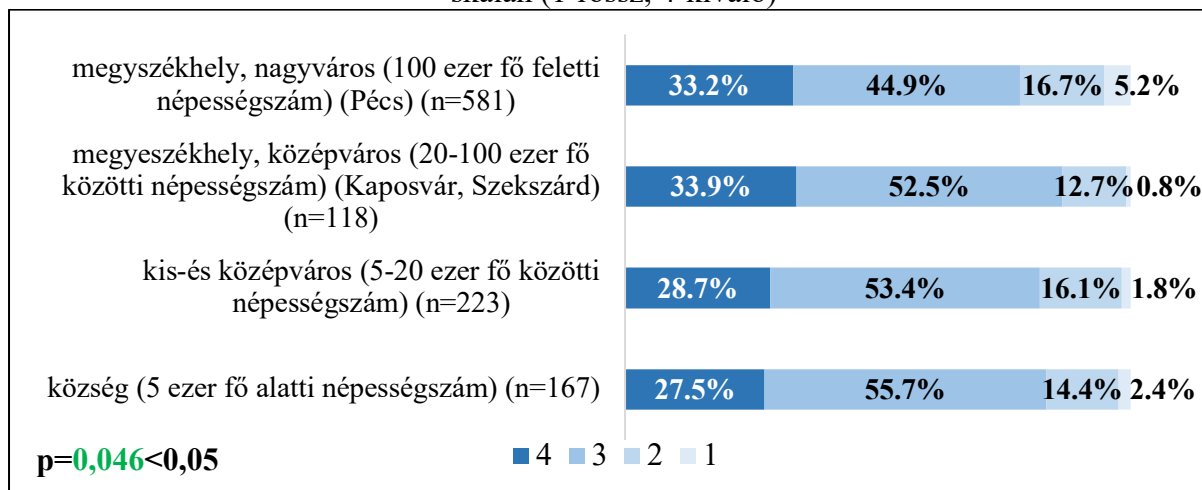


Forrás: saját szerkesztés

Településszintű összehasonlításban szignifikáns különbség ($p=0,046 < 0,05$) tapasztalható a konfliktushelyzet vizsgálata esetén (5. ábra), miszerint azonosítható, hogy a kitöltők megítélése alapján minél nagyobb településen él valaki, annál jobb a konfliktuskezelése.

Ez a differencia minden bizonnyal a különböző méretű települések eltérő életmódjának következménye. Azonban kiemeli annak fontosságát, hogy a kisebb településeken ezen készségek fokozott fejlesztése szükséges, amelyre az iskolák és az ott megvalósuló testnevelésórák lehetnek az ideális szinterei.

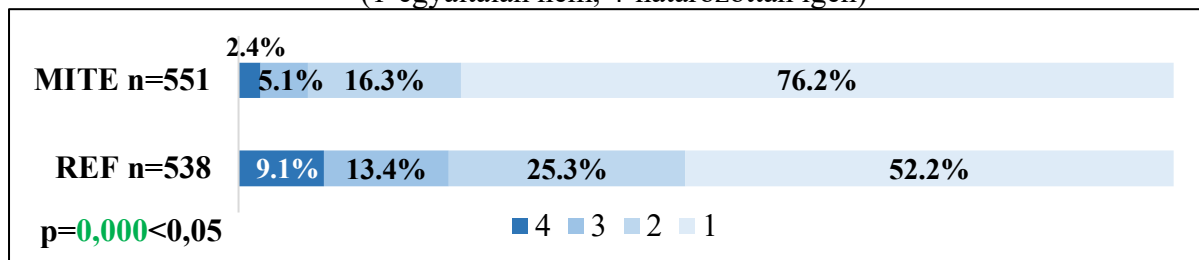
5. ábra: Konfliktuskezelés megítélése településtípusok szerinti bontásban 1-től 4-ig terjedő skálán (1-rossz, 4-kiváló)



Forrás: saját szerkesztés

A népegészségügyi mutatók szerint az elhízás hazánkban az egyik legáltalánosabb egészségügyi probléma, amely által számos betegség alakulhat ki. Ez nem csak a felnőtteket, hanem egyre inkább a fiatalabb korcsoportokat is érinti (6. ábra).

6. ábra: Elhízás megítélése a mintacsoportok tekintetében (elhízás során az egyén testsúlya kb. 20%-al több az ideálisnál), elhízási problémáim vannak 1-től 4-ig terjedő skálán (1-egyáltalán nem, 4-határozottan igen)

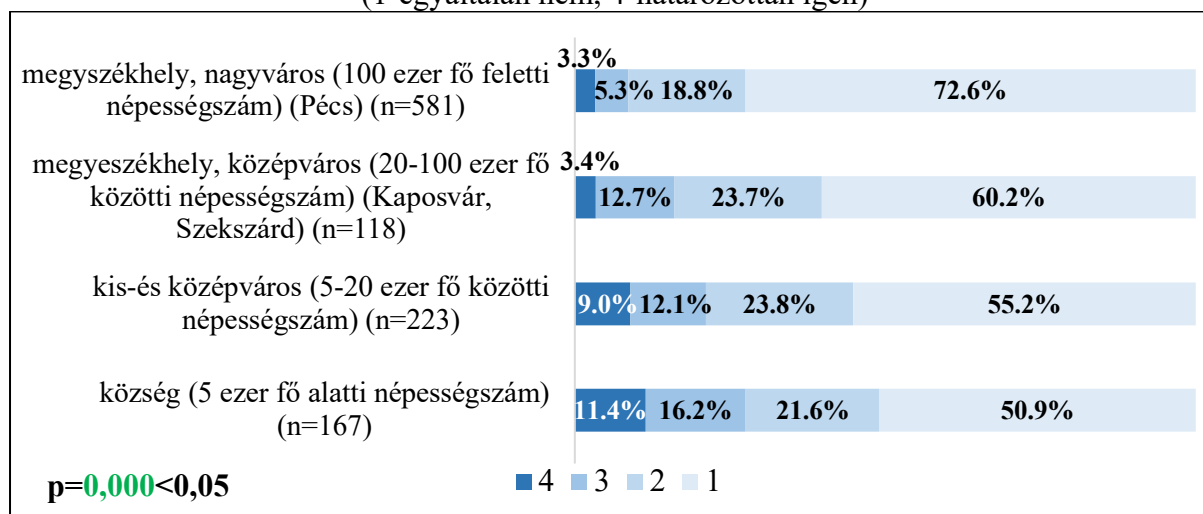


Forrás: saját szerkesztés

Szignifikáns különbség ($p=0,000 < 0,05$) mutatható ki a két csoport között, miszerint a mindennapos testnevelésben résztvevők kisebb arányban küzdenek a túlsúllyal. Ebből pedig következtethetünk arra, hogy a rendszer bevezetése kiemelt fontosságú abból a célból is, hogy ha az egész életen át tartó fizikai aktivitás, a rendszeres sportfogyasztás beépül már a fiatal generáció mindennapjaiba, akkor kisebb esély van arra, hogy az elhízás és a túlsúly a későbbiekben drasztikus legyen. Jól látható, hogy a kapott eredmények az átlagos elhízási arányszámoknál jóval kedvezőbbek, melynek egyik oka lehet a kérdésben is megfogalmazott 20%-os viszonyszám, továbbá ez lehet a felmérés limitációjából eredő probléma is.

Települési kategóriák viszonylatában szintén szignifikáns ($p=0,000 < 0,05$) különbséget kaptunk a kérdéskört illetően (7. ábra). Ez alapján egy emelkedő trend figyelhető meg a nagyvárostól a községek irányába, miszerint minél kisebb településen lakik valaki, annál jelentősebb problémaként jelenhet meg az elhízás. Ennek oka lehet, hogy a kisebb városokban korlátozottak a sportszolgáltatások és szabadidős, rekreációs lehetőségek, ami a mozgásszegényebb, passzívabb életmódhoz vezet. Ez rámutat arra, hogy azon földrajzi térségekben, ahol szinte a kizárólagos sportolási lehetőség az iskolai testnevelés, ott milyen fontos a szerepe és felelőssége van a hatékonyan működésnek.

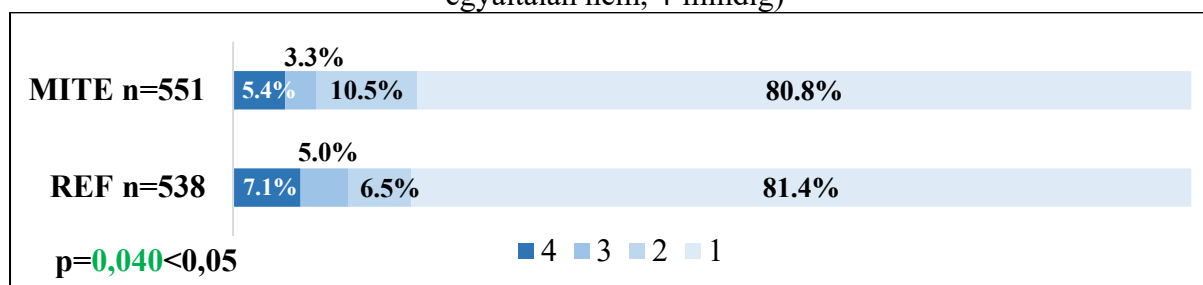
7. ábra: Elhízás megítélése településtípusok szerinti bontásban (elhízás során az egyén testsúlya kb. 20%-al több az ideálisnál), elhízási problémáim vannak 1-től 4-ig terjedő skálán (1-egyáltalán nem, 4-határozottan igen)



Forrás: saját szerkesztés

A dohányzási szokások felmérése során is szignifikáns különbséget ($p=0,040<0,05$) találtunk a vizsgált csoportok között (8. ábra).

8. ábra: Dohányzás megítélése a mintacsoportok tekintetében 1-től 4-ig terjedő skálán (1-egyáltalán nem, 4-mindig)



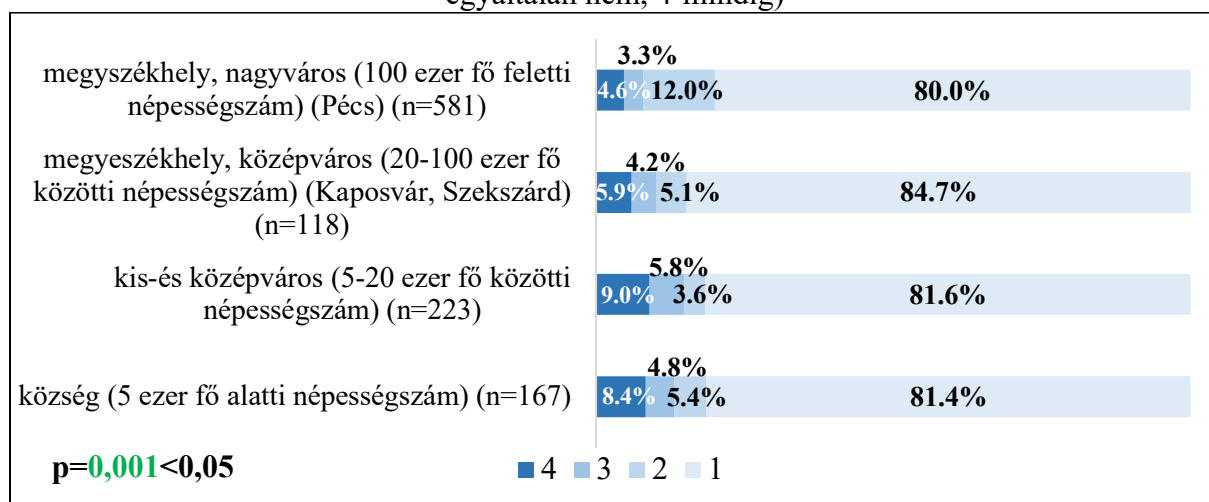
Forrás: saját szerkesztés

Ugyan pozitív az eredmény, miszerint a mintacsoport, amit a fiatalabb generációk alkotnak, kevésbé fogyasztanak dohányterméket a referencia csoporthoz képest, viszont ennek ellenére sem hanyagolható el egyik csoportnál sem a vizsgálat során kapott részarány. Fontos kiemelni, hogy e kérdéskör esetén is rendkívül jelentős szerepe van az oktatási intézményeknek abból a szempontból, hogy az egészségre nevelés által minél átfogóbb képet kell kialakítaniuk az egyéneken a függőségek kialakulásának hatékony megelőzését illetően.

A települési kategóriákat vizsgálva szintén szignifikáns különbségek mutathatóak ki a Khí-négyzet próba alapján ($p=0,001<0,05$), továbbá elhízás kérdéséhez hasonló trend rajzolódik ki itt is (9. ábra).

A túlsúly problémájához hasonlóan a dohányzás is "lejtős" mintát követ, ahol a kisebb közösségeket jelentősebben érintik a negatív egészségügyi hatások. Ez azt jelenti, hogy ha a probléma különböző méretű településeket érint különböző módon, akkor a probléma kezelésének megközelítését az egyes intézményekre kell szabni, azaz nagyobb hangsúlyt kell fektetni a probléma kezelésére a vidéki területeken található iskolákban.

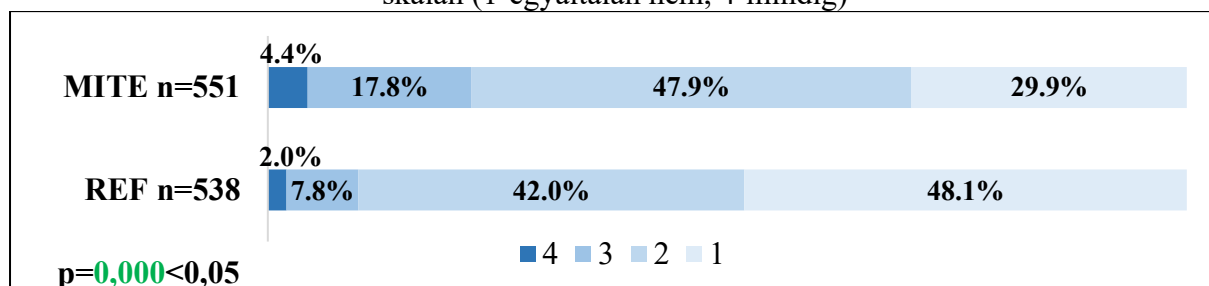
9. ábra: Dohányzás megítélése településtípusok szerinti bontásban 1-től 4-ig terjedő skálán (1-egyáltalán nem, 4-mindig)



Forrás: saját szerkesztés

Az egészséges életmód és a káros szenvedélyek szemszögéből felmérésre került az alkoholfogyasztás is, amely hazánk egy másik kardinális problémája (10. ábra).

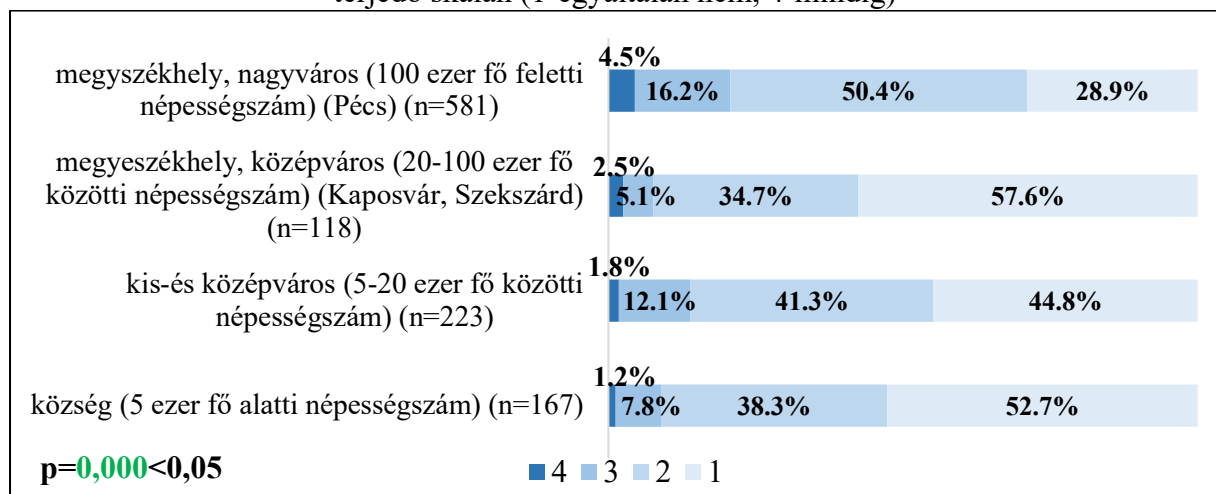
10. ábra: Alkoholfogyasztás megítélése a mintacsoportok tekintetében 1-től 4-ig terjedő skálán (1-egyáltalán nem, 4-mindig)



Forrás: saját szerkesztés

Szignifikáns különbséget kaptunk a két csoport között ($p=0,000 < 0,05$). A fiatalabb generáció, akik a mindennapos testnevelésben részesültek, azon gyerekek alkoholfogyasztása jelentősen magasabb a mintacsoporthoz képest. Ez lehet generációs okokra is visszavezetni, azonban rendkívül problémás, hogy a felmért mintacsoport több, mint 20%-a mindig vagy gyakran fogyaszt szeszes italt. Természetesen ez nem feltétlenül az alkoholizmus fogalomköre, viszont egy olyan magas részarány, amely megalapozhatja a későbbiekben kialakuló szélsőséges addikciót, amely által ez az egészségre nevelés egy kardinális kérdéskörként azonosítható. A kérdést illetően szintén szignifikáns különbséget kaptunk a települési kategóriákat vizsgálva ($p=0,000 < 0,05$), a Khí-négyzet próba segítségével (11. ábra).

11. ábra: Alkoholfogyasztás megítélése településtípusok szerinti bontásban 1-től 4-ig terjedő skálán (1-egyáltalán nem, 4-mindig)

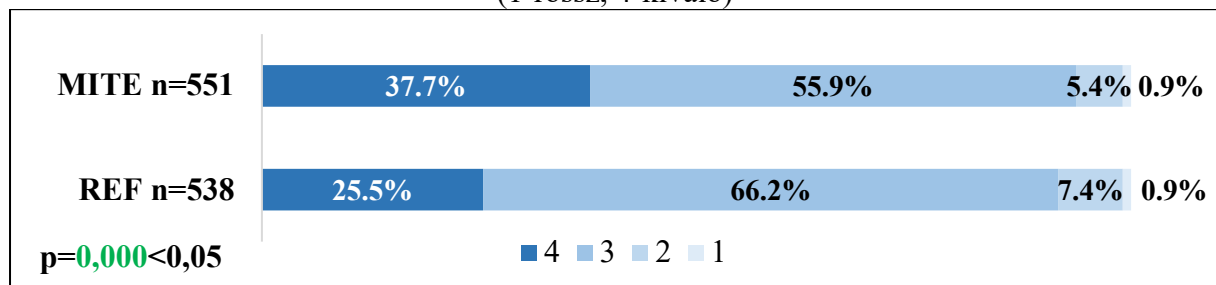


Forrás: saját szerkesztés

A nagyvárosi területeken jelentősen magas volt az alkoholfogyasztás szintje, ami valószínűleg ezen a településtípusokon elérhető szolgáltatások széles körének köszönhető. Ezáltal a nagyvárosi oktatási intézményeknek még inkább figyelmet kell fordítani ezen addikció kialakulásának megelőzésére.

A következő kérdés nemcsak a válaszadók egészségi állapotuk önértékelését mutatja, hanem monitoring eszközként is szolgál, hiszen a korábbi válaszokkal összehangban kellene lennie (12. ábra).

12. ábra: Egészségi állapot megítélése a mintacsoportok tekintetében 1-től 4-ig terjedő skálán (1-rossz, 4-kiváló)



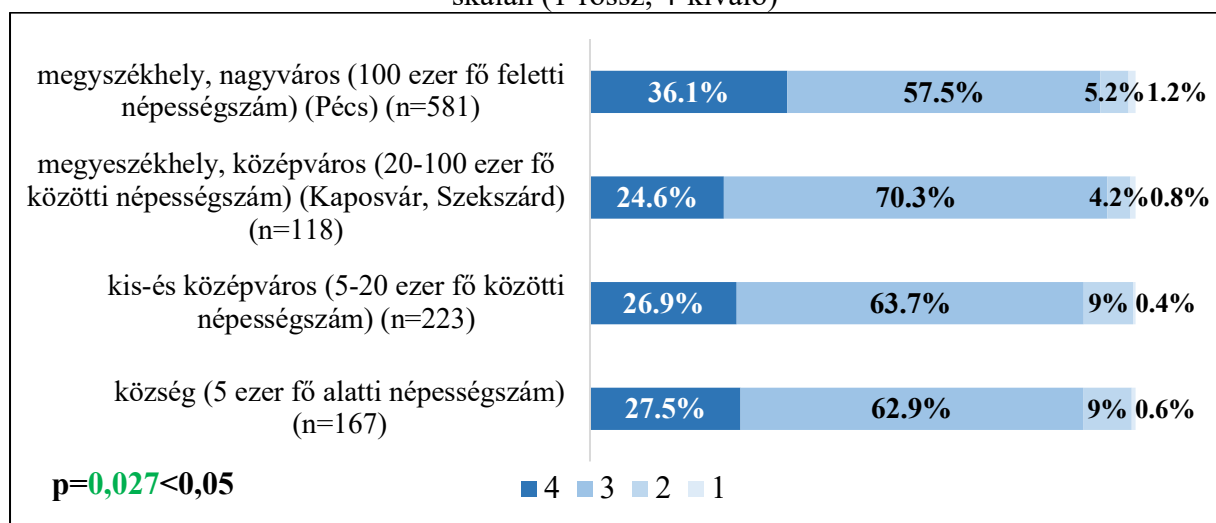
Forrás: saját szerkesztés

Az egészségi állapot megítélése kapcsán is szignifikáns különbség mutatható ki a minta és a referenciacsoport között ($p=000 < 0,05$). A mindennapos testnevelésben részesülők jobbnak ítélik meg saját egészségi állapotukat, mint a rendszer bevezetése előtt iskolába járók. Kiemelendő azonban, hogy mindkét csoport kevesebb, mint 10%-a lát csak e tekintetben problémát.

Egyes részeredmények azonban mutatják, hogy a megítélés idealizált, mert korábban már megjelentek kisebb-nagyobb mértékben azok a problémakörök, amelyeket az egészséges életmóddal nem lehet összeegyeztetni.

Hasonlóak az eredmények (13. ábra) a településkategóriák szerinti vizsgálat esetén is, ahol szintén szignifikáns kapcsolat mutatható ki ($p=0,027 < 0,05$).

13. ábra: Egészségi állapot megítélése településtípusok szerinti bontásban 1-től 4-ig terjedő skálán (1-rossz, 4-kiváló)



Forrás: saját szerkesztés

A nagyvárosokban élők megítélése azt mutatja, hogy ők érzik magukat a legegészségesebbnek. Az is feltűnő az adatok alapján, hogy a községek, kis- és középvárosok értékei igazán hasonlítanak egymásra, csak a nagyváros (Pécs) népességének attitűdje tér el jelentősebb mértékben. További kutatások segíthetnek tisztázni, hogy ez általánosabb trend, vagy csak a Dél-Dunántúl sajátos viszonyai között érvényesül.

Összességében elmondható, hogy a kérdéskör esetében az eredmények általános elégedettséget mutatnak, amely hasonló ambivalenciának tekinthető a korábbi részeredmények függvényében, a minta és referencia vizsgálata esetében.

5. Összegzés

A bő egy évtizede bevezetett mindennapos testnevelés által a testnevelés és sport műveltségterület kiemelt céljaiként jelent meg a mozgáskészségek, motoros képességek, testnevelési és sportági tevékenységekhez kötődő ismeretek fejlesztésén túl a személyiségfejlesztés és a preventív, egészségtudatos szokások fejlesztése is. Utóbbiba tartozik, az egészségkárosító szokások elkerülési, a mozgásszükséglet-kielégítése és az egészséges életvitellel kapcsolatos értékek és szokások megismerése, gyakorlása (NAT 2012). A kutatás rávilágított arra, hogy a felmérésben részt vevők – függetlenül attól, hogy milyen testnevelés oktatásban vettek részt, és hogy milyen típusú településen élnek – átlagosan sokkal jobbnak ítélik meg saját egészségi állapotukat.

A mentális egészség kérdéskörében valószínűsíthetően generációs problémáról beszélhetünk, amelyek csökkentik az egészséges életvitel szintjét. A mindennapos testnevelés által az aktív sportfogyasztás a problémát pozitív irányba tudná segíteni.

A vizsgálat rámutatott arra a tényre is, hogy maga a mindennapos testnevelés direkt és indirekt formában is kiemelkedő fontosságú. Az eredmények rávilágítanak arra, hogy a kitöltőink (de akár a társadalom) vagy nem érzékeli, hogy szokásai ellentmondásban állnak az egészséges életmód tényezőivel kapcsolatban vagy pedig nem veszik elég komolyan az egészségkárosító szokások kockázatait és az azzal járó betegségek és negatív hatások kialakulását. Az egyének kognitív képzetében jól szerepelnek azok a faktorok, melyek az egészség szempontjából nem elhanyagolhatók, viszont a gyakorlati megvalósításban még változásra van szükség (VARGÁNÉ et al. 2021).

A rendszer korrekciójára lenne szükség ahhoz, hogy a fiatal generáció életvitelében változást indítson el, ehhez pedig kiemelt jelentőséget kellene tulajdonítani iskolai szinten. Napjaink társadalmi és demográfiai nehézségeire lehetne válasz a magas szinten megvalósuló

mindennapos testnevelés és a vele járó pozitív irányú változások és hatásai, melyek által beszélhetnénk egészség tudatosabb életvitelről, amely kiemelt jelentőségű és kulcsfontosságú hazánk társadalma szempontjából is.

Irodalomjegyzék

BORBÉLY SZ. (2019): A mindennapos testnevelés implementációjának megítélése az Észak-Alföld régióban. *Új Pedagógiai Szemle*, 69(3-4), 37–55.

DÓCZI T. (2014): Sport és hátrányos helyzet. In Dr. Gál A., dr. Dóczi T., Sáringerné dr. Szilárd Zs. (szerk.): *Társadalmi befogadás a sportban és a sport által (szociális inklúzió)*, Budapest, Magyar Sportmenedzsment Társaság, Magyar Sporttudományi Társaság. 37–92.

FINTOR G. (2016): A mindennapos testnevelés implementációja észak-alföldi általános iskolákban. *Acta Academiae Agriensis, Sectio Sport. Különszám. Nova series tom. XLIII.*, 179–198.

FÜGEDI, B. – CAPEL, S. – DANCS, H. – BOGNÁR, J. (2016): Satisfaction and preferences of PE students and the head of the PE department: meeting the new curricular expectations. *Journal of Human Sport and Exercise*, 11(1), 1–18.

HOJCSKA, Á. E. – BUJDOSÓ, Z. – SZABÓ, Z. (2024): Gyógyturisztikai attitűd 2020 után Magyarországon. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 9(1), 23–39. doi: 10.15170/TVT.2024.09.01.02

KAJ, M. – SAINT-MAURICE, P. F. – KARSAL, I. – VASS, Z. – CSÁNYI, T. – BORONYAI, Z. – RÉVÉSZ, L. (2015): Associations Between Attitudes Toward Physical Education and Aerobic Capacity in Hungarian High School Students. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 86(1), S74–S81.

KLENOVITSNÉ ZÓKA T. (2011): Digitális nemzedék megváltozott pedagóguskompetenciák. Pécsi Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar. TÁMOP 412-08/1/B-2009-0003.

KOVÁCS K. (2016): Szabadidő-eltöltés és sportolás a nyíregyházi fiatalok körében. *Acta Medicinæ et Sociologica*, 7(20–21), 112–130.

KOVÁCS K. – MORAVECZ M. – NAGY Á. (2019): Vélemények a mindennapos testnevelésről a felsőoktatásban részt vevő hallgatók és oktatók szemszögéből. *Új pedagógiai szemle*, 69(3–4), 87–99.

MAKSZIN I. (2014): A testnevelés elmélete és módszertana. (Harmadik, javított és bővített kiadás.) Budapest–Pécs: Dialóg Campus Kiadó. 288. p.

MIKULÁN R. (2013): Az iskolai testnevelés szerepe és jelentősége az egészségfejlesztésben. *Új pedagógiai szemle*, 63(7-8), 48–69.

RÉTSÁGIE. – CSÁNYI T. (2014): Nemzeti alaptanterv 2012: Testnevelés és sport műveltségi terület – az iskolai testnevelés új kihívásai. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 15(3), 32–36.

SAJTOS L. – MITEV A. (2007): *SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv*, Alinea Kiadó, Budapest, 404 p.

SOMHEGYI A. (2012): A teljes körű iskolai egészségfejlesztés országos megvalósítását elősegítő elemek a nemzeti köznevelésről szóló 2011. évi CXCV törvényben. *Népegészségügy*, 9(3-9), 202–213.

STRACK F. (2021): Minősített gyógyhellyel rendelkező, ötezernél kisebb lélekszámú települések egészségturizmusának lokális hatásai. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(3), 59–75. DOI: 10.1517/TVT.2021.06.03.04

VASS Z. – KUN I. (2010): Jövőorientált testnevelés az általános iskola bevezető és kezdő szakaszában. *Új Pedagógiai Szemle*, 60(3-4), 140–150.

VARGÁNÉ SZALAI K. – VARGA T. – MARTON G. (2021): A mindennapos testnevelés hatása a Dél-Dunántúl lakosságának sportolási szokásaira és életmódjára. *Területfejlesztés és Innováció*, 14(1-2), 17–23.

Egyéb források

110/2012. (VI. 4.) KORM. RENDELET A NEMZETI ALAPTANTERV KIADÁSÁRÓL, BEVEZETÉSÉRŐL ÉS ALKALMAZÁSÁRÓL (2024. 03. 20.) Letöltve: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200110.kor>

2011. ÉVI CXCV. TÖRVÉNY [Köznev. tv.] (2024. 03. 02.) Letöltve: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1100190.TV#lbj71param>

AKTÍV ISKOLA PROGRAM (2024. 03. 02.) Letöltve: Kezdőlap - Aktíviskola Portál (aktiviskola.hu)

BARRETT, C. (2009): How Does Playing Sports Affect Your Health? *azcentral.com Part of the USA today network* (2024. 03. 02.) Letöltve: <https://healthyliving.azcentral.com/playing-sports-affect-health-1374.html>

DO60 iskolai mozgásösztönző programok szervezése (2024. 03. 02.) Letöltve: <https://www.mdsz.hu/hir/palyazatot-hirdettunk-mozgasosztongo-programok-szervezesere/>

NEMZETI ALAPTANTERV (NAT) 2012. (2024. 03. 02.) Letöltve: <http://www.ofi.hu/nemzeti-alaptanterv>

MILLIÓ LÉPÉS AZ ISKOLÁDÉRT (2024. 03. 02.) Letöltve: <https://milliolepes.hu/>

ÚSZÓ NEMZET PROGRAM (2024. 03. 02.) Letöltve: <https://uszonemzet.hu/>

BEST PRACTICE BAJORORSZÁGBÓL A KULTÚRTÁJAK IDENTITÁSÁNAK MEGŐRZÉSÉRE

¹Pentz Mónika

¹PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola; pentz.monika@pte.hu

DOI: 10.15170/terinno.2024.17.01.02

Absztrakt

A „táj” a legtöbb ember számára természeti tájat jelent, és bár sokféle arca lehet, gondolatainkban mégis elsőnek a harmóniát, nyugalmat és egy békés világot idéz fel. Ennek oka valószínűleg a tájfestészetben rejlik, amely már a 16. században Dürer munkásságában is megmutatkozott, majd a 18. században teljességedt ki igazán. A 19. század elején Alexander von Humboldt tudományos szintre emelte és definiálta a táj fogalmát, miszerint a táj egy régió valamennyi aspektusának teljessége. Ez a definíció magába foglalja a geográfiai, geológiai, ökológiai és kulturális aspektusokat is. Az ember és a természet kölcsönhatása alapján a táj folyamatos változásnak van kitéve, melynek következtében kultúrtájak jönnek létre. Ahogy napjainkra a világ minden táján a globalizáció következtében a bajor kultúrtájak is egyre nagyobb veszélynek vannak kitéve. Az egyes tájak használati módjainak változásai (többek között ipari, vagy turisztikai célú beruházások) a sokszínűség elvesztéséhez vezetnek, melynek következménye a tájak és terek esztétikai értékeinek és identitásának elvesztése. A projekthez fűzött remények szerint a kultúrtájak feltérképezése és egy status quo rögzítése irányt mutathat a jövőbeni tervezések során a kultúrtáj örökségünk megőrzéséhez.

Kulcsszavak: autentikus környezet, kulturális örökség, kultúrtáj, világörökség

BAVARIAN BEST PRACTICE ON PRESERVING THE IDENTITY OF CULTURAL LANDSCAPES

Abstract

For most people, the term "landscape" means a natural scenery, and although it has a varied past, it first evokes thoughts of harmony, tranquility, and a peaceful world. This is probably due to landscape painting, which was already evident in Dürer's works in the 16th century and truly flourished in the 18th century. At the beginning of the 19th century, Alexander von Humboldt elevated the concept of landscape to a scientific level and defined it as the totality of all aspects of a region. This definition includes geographical, geological, ecological, and cultural aspects. Based on the interaction between humans and nature, the landscape is subject to continuous change, resulting in the creation of cultural landscapes. As in other parts of the world today, Bavarian cultural landscapes are increasingly threatened by globalization. Changes in the ways individual landscapes are used (such as industrial or tourism-related developments) lead to a loss of diversity, which in turn results in the loss of the aesthetic values and identities of these landscapes and spaces. The project hopes that mapping cultural landscapes and establishing a status quo can guide future planning efforts to preserve our cultural landscape heritage.

Keywords: authentic environment, cultural heritage, cultural landscape, world heritage

1. Bevezetés

Általános megközelítésben a kulturális turizmus olyan utazás, (1) melynek fő motivációja a különböző kultúrák, hagyományok megismerése, kulturális eseményeken való részvétel, kulturális látnivalók meglátogatása; (2) ahol a turista célja egy kulturális esemény megtekintése (GONDA 2016). Ez tehát magában foglalja az épített és szellemi kulturális örökséget, a kulturális attrakciókat, a kortárs művészeteket és alkotásaikat, a rendezvényeket, az egyházi helyszíneket és eseményeket egyaránt.

A legfrissebb hazai kutatások is igazolják, hogy a turizmus keresletében az autentikusság iránti igény fokozódik, ezért a fogadó terület kultúrájának egyedi sajátosságai mind a vendéglátásban (NAGY – GONDA – HALÓ – DÁN 2021) mind pedig a turizmus általános kínálatában felértékelődnek (NAGY – CSAPÓ – VÉGI 2021).

A tanulmány általános célja annak a jó példának a bemutatása, amely kísérletet tesz a bajor kultúrtájak pillanatnyi állapotának feltérképezésére és rögzítésére, illetve javaslatokat fogalmaz meg a jövőre nézve az állami és a magánszektor képviselőinek, mint például az önkormányzatoknak, a hagyományörző egyesületeknek, vagy akár a tervezőirodáknak, nem feledkezve meg a lakosság széles részeinek integrálásáról sem.

Az általános cél elérésének érdekében első rész cél a Németország különböző tartományaiban elvégzett, a kultúrtájak pillanatnyi állapotának rögzítését végző projektek elemzése volt (például Észak-Rajna-Weszfália, vagy Thüringia), majd második rész célként a bajorországi modell kiválasztására került sor, amelyet azért tartottam bemutatásra érdemesnek, mert a munkacsoportok egy, a tartomány teljes területét lefedő módszert alkalmaztak. További rész célok közé tartozott a szakirodalom feltárása és további összehasonlító elemzések elvégzése is, valamint a terület többszöri bejárása.

A tanulmány fő célja a bajor jó gyakorlat Magyarországon történő bemutatásán keresztül felhívni a figyelmet a magyar kultúrtájak rögzítésének és megőrzésének fontosságára.

2. Elméleti háttér

Az *örökségturizmus* a 20. század végén – a 21. század elején a dinamikusan fejlődő turisztikai terméktípusok között foglal helyet világszerte, az állandóságot képviseli változó és egységesülő világunkban. Silberberg definíciója szerint „a kulturális és örökségturizmus a gazdaság fejlesztésének egyik eszköze, azáltal, hogy olyan látogatókat vonz, akik érdeklődnek a helyi közösség történelmi, művészeti, tudományos vagy életmódhoz köthető öröksége iránt” (SILBERBERG 1995). Ezért jelenik meg gyakran az elmaradott térségekben fejlesztési eszközként is. (LEMPEK – TÉSITS 2021) Az örökséget azon desztinációk is jól tudják hasznosítani, melyek nem tudják a tömegturizmus hagyományos 4S vonzerőivel pozicionálni magukat. Az ilyen utazás egyben a kulturális környezet, azaz a táj, vizuális és előadó művészet, hagyományok és rendezvények megtapasztalását is jelenti. Az örökségattrakciók népszerűségével növekszik a társadalmi igény a „közös múlt”, a gyökerek felderítése iránt, másrészt az adott térség, régió egyediségének, sajátosságainak, örökségének kiemelésével előnyre képes szert tenni az erősen kompetitív európai turisztikai termékek piacán. További előnye, hogy a kultúrtájban meglévő, létező történelmi, kulturális vagy természeti erőforrásokat hasznosít – új attrakciók építése helyett a desztinációk a múlt hasznosításával néznek egy fenntartható jövő elé (HARGROVE 2002). Valójában az utóbbi évtizedekben jelentős túlkínálat alakult ki az örökségi attrakciók területén (köszönhetően például több kiemelt pályázati program támogatásának), ebből következően az örökségturizmus erősen verseny- és piaciorientált termékké vált, így a folyamatos fejlesztés és a termékdifferenciálás létszükséglet lett.

Hargrove a turisztikai terméket a leggyorsabban fejlődő rés-piacnak nevezte (HARGROVE 2002), a kulturális örökségturizmus tehát a turizmus legdinamikusabban fejlődő ága, mely egyre inkább a specializáció felé halad. Ebben a specializációban egyaránt szerepet kaphatnak

az okos vidékfejlesztés eszközei (SZALAI – FABULA 2021), illetve az alapvetően a belső erőforrásokra építő olyan térbeli együttműködések, mint a tematikus utak, melyre Magyarországon is jó példákat találunk, pl. a borutak témakörben. „A bor, borkultúra olyan hívószó, vonzerő, amely egyre népszerűbb a turisták körében. A borvidékek kínálatának tematikus úttá szervezése biztosíthatja leghatékonyabban az értékek bemutatását és a borturizmus működtetését. A borút olyan összetett turisztikai termék, amely széleskörű élményt szolgáltat sajátos egyedi kínálatán keresztül.” (MÁTÉ 2007)

Az örökségturisták nem csupán kalandot keresnek, hanem kultúrát, történelmet, régészetet és nem utolsósorban kapcsolatot a helyi lakossággal. „A térség kisebb települései turisztikai integrációjának egyik záloga a helyi (elsősorban mesterségekhez, foglalkozásokhoz kapcsolódó) autentikus programok kidolgozása és megvalósítása, valamint a fesztiválokba történő bekapcsolódás lehet.” (LEMPEK – TÉSITS 2021)

A *kultúrtáj* a több generáción átívelő emberi tevékenység terméke. Jelentőségét, és fontos kulturális értékhozó szerepét mi sem jelzi jobban, mint hogy a kultúrtájak az UNESCO világörökségi egyezményén belül 1992 óta 3 külön kategóriát képeznek: „az ember és természet közös alkotása”-ként.

- i) A legkönnyebben felismerhető kategória, amely világosan beazonosítható határokkal rendelkezik, az ember által tudatosan kialakított táj. Ide tartoznak az esztétikusan formált kertek és történelmi parkok, amelyek gyakran (de nem minden esetben) valamilyen vallási, vagy történelmi környezetbe ágyazódtak.
- ii) A második kategóriába tartoznak a táj által kialakított kultúrtájak, amelyek organikusan fejlődtek egy eredeti társadalmi, gazdasági, közigazgatási és/vagy vallási környezetben. Ezek két kategóriába sorolhatók:
 - iiia) A fosszilis (vagy ereklye) tájak esetében a táj fejlődése a történelem során egyszer csak abbamaradt, vagy lassan megszűnt, de jegyei konzerválódtak és fellelhetők.
 - iiib) A folyamatosan fejlődő tájról akkor beszélhetünk, amikor a táj szorosan kapcsolódik a hagyományos életformákhoz és napjaink társadalmában is egy aktív szociális szerepet játszik, annak fejlődését serkenteni tudja. Ugyanakkor jelentős materiális nyomokat mutat fel idővonalán.
- iii) A harmadik kategóriába az asszociatív tájak tartoznak, melyek erős vallási, művészi, vagy kulturális jellemzőkkel bírnak. Ezek jelképes, szimbolikus tájak és gyakran történelmi, vagy valamely kultúrtörténeti eseményhez köthetők. (HERITAGESTUDIES 2020)

3. Módszerek

Módszertani elemként az egyéb szakirodalmi másodelemzésen túl a bajor turizmusfejlesztéshez és a térség regionális fejlesztéséhez kapcsolódó dokumentumokat, stratégiai programokat (TOURISMUS 2030, 2019), valamint a Bajor Környezetvédelmi és Egészségügyi Minisztérium (Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit), illetve a Bajor Környezetvédelmi Hivatal (Bayerisches Landesamt für Umwelt) honlapját vizsgáltam és hasonlítottam össze. Ezt kiegészítettem a személyes kvalitatív megfigyelés módszerével a Passau Apátság kultúrtáj területén. Első alkalommal 20 évvel ezelőtt jártam be a vidéket, majd onnantól kezdve havi rendszerességgel látogattam el a Bajor erdőbe, illetve Passaubá, a három folyó találkozásához. Rendszeresen részt vettem a környék hagyományörző rendezvényein, mint például a 6. ábrán látható „Säumerfesten”. Megfigyeléseimet fényképes formában is rögzítettem. Aktív helyi idegenvezetőként is dolgozom, és rendszeres hallgatója vagyok a Passau Egyetem Földrajzi és Földrajztudományi Intézetének munkatársai, illetve kutatói által tartott helyismereti előadásorozatoknak.

4. Kutatási eredmények

4.1. Korai előzmények

A történelem során többen és több műfajban, illetve tudományágban is foglalkoztak a táj pillanatnyi állapotának megfigyelésével és rögzítésével, melyek nemcsak természetföldrajzi szempontból tartalmaznak hasznos információkat az utókor számára. Sok esetben a tájhoz kapcsolódó funkciókról, használati tárgyokról, hagyományokról, viseletekről is sok mindent megtudhatunk. A teljesség igénye nélkül csak néhány példát említenék:

- Tájköltészet

A tájköltészet (tájleíró költészet, tájleírás) a leíró költészet egyik műfajcsoportja. Azok a művek tartoznak ide, amelyek nem kizárólag, de meghatározó mértékben az embert körülvevő élő és élettelen természeti környezetet jelenítik meg, beleértve az ember által alkotott épületeket, tárgyakat. (KULTURÁLIS ENCIKLOPÉDIA 2020)

- Tájképfestés

Az alkotók, beleértve az ókori barlangrajzokat is, eleinte inkább élőlények és használati tárgyakat örökítettek meg. A tájfestészet, mint önálló műfaj, a korai középkorban először Kínában jelent meg, arra utal kínai elnevezése is: hegy és víz (shanshui). Európában kezdeti megjelenése a reneszánsz korra datálható, majd a felvilágosodás korában virágzott fel igazán, míg át nem adta szerepét a fényképészetnek. Humboldt szerint a költészet, a művészi érzék és a természettudomány között „régis szövevény” áll fenn. (PROBÁLD 2011)

- Korai törvényi szabályozás

Az 1902-ben kibocsájtott Porosz Birodalom Közigazgatási Törvény 28.§ paragrafusában Verunstaltungsgesetz) olvasható, hogy „az építési engedélyt hatóságilag meg kell tagadni, amennyiben a munkálatok kivitelezése egy település utcáit, vagy tereit, vagy akár az egész település arculatát jelentős mértékben eltorzítaná. (BÜHLER 1931)

4.2. A projekt előkészítésének körülményei

Kultúrtájak pillanatnyi állapotának rögzítésére több szövetségi államban folytattak kísérletet, mint például Thüringiában és Észak Rajna-Vesztfáliában is, amely módszertana egyben példaként is szolgált a bajorországi projekt megvalósításához.

A Bajor Környezetvédelmi és Egészségügyi Minisztérium megbízásából a Bajor Környezetvédelmi Hivatal irányításával a Tájépítési Intézet és a Münchener Műszaki Egyetem Stratégia és Menedzsment kara egy közös projektben dolgozták fel és készítették elő Bajorország kultúrtájainak feltérképezését és a *tartomány teljes területét lefedve* a határvonalak megrajzolását, munkájukkal hozzájárulva a biodiverzitás megőrzéséhez. A munkafolyamatok 2009-2013-ig tartottak és 3 három fő szakaszra bonthatók. Mindhárom szakaszt egy-egy munkacsoport vezetett. A fenti intézmények képviselőin kívül, csak néhány példát említve számos külső szakembert, hivatalokat, mint pl. a Bajor Mezőgazdasági Hivatal, a Bajor Természetvédelmi és Területgondozási Akadémia, a Bajor Vidékfejlesztési Hivatal, a Bajor Műemlékvédelmi Hivatal, valamint Felsőbajorország Kormányhivatalát, az Augsburgi Tudományegyetem földrajz tanszékét, a Bambergi Tudományegyetem történelmi földrajz tanszékét, tervezőirodákat és a Bajor Hagyományörző egyesületek tartományi vezetőségét is bevonták az együttműködésbe, annak érdekében, hogy minél átfogóbb és multidiszciplinárisabb tudásanyagot dolgozhassanak fel. Anélkül nem sikerült volna ilyen rövid idő alatt ekkora mennyiségű tudást és adatállományt elemezni. Regionális szinten több workshopokat is szerveztek a helyi szakemberek bevonásával, amelyek keretein belül kidolgozásra kerültek a kultúrtájak egymástól való elhatárolásának módszerei. Ezzel egyben biztosítani is tudták, hogy széles körben, több szakágat átfogóan elfogadásra kerüljenek a megrajzolendő határvonalak.

4.3. A projekt íve – a térségek egymástól való elhatárolásától, az azokon belül megfigyelt terek felosztásán keresztül a javaslatok kidolgozásáig

4.3.1. I. szakasz

Az első szakasz célja a bajor kultúrtájak tervezetének megalkotását tartalmazza, amely egy első próbálkozás volt a tartomány *teljes területének lefedésével* a határok megrajzolására és az egyes terek jellemzőinek megfogalmazására.

A tartomány egész területét hiánytalanul lefedő kultúrtáj terek határainak megrajzolásához az alábbi módszertani elemek szolgáltak alapul:

- Az első célkitűzés kb. 50 tér határainak lefektetése volt (végül 61 lett).
- A felosztás hiánytalan kell, hogy legyen.
- Az egyes elhatárolt területek jellemzői a lakosság számára is legyenek érthetők és beazonosíthatók.
- A fókusz a kultúrtáj jelenlegi állapotának megállapítására kell helyezni.
- Módszertanilag az északRajna-vesztfáliai példát kell követni oly módon, hogy azt a helyi viszonyokhoz kell alakítani, illetve fejleszteni.
- Mivel a bajor történelmi kultúrterekről addig még nem létezett a tartomány teljes területét lefedő adatbank, ezért annak alapjait is a projekt keretein belül meg kell teremteni, mégpedig úgy, hogy a már meglévő adatokat fel kell használni.
- Annak érdekében, hogy a projekt széles körben elfogadásra kerüljön, biztosítani kell a különböző hivatalok és intézmények bevonását.

(BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL 2006)

1. táblázat: A kultúrtáj tereinek lehatárolásánál figyelembe vett kritériumok:

1.	Természeti adottságok	domborzat, talaj/geológia vizek, klíma
2.	Meghatározó, tipikus tájelemek	történelmi kultúrtáj térelemek: használathoz alkalmazkodó vegetáció (gyümölcsösök), antropogén vizek (halastavak), istállók, emlékhelyek modern kultúrtáj térelemek: golfpálya, Duna-Majna-csatorna
3.	Térhasználat szerkezete, típusai – jelenleg	szántó/rét, használati intenzitás/elosztás, különleges kultúrák és megművelési formák (komló), erdőrészek/erdő fajtái nyersanyag kitermelés, állattartás, ipar és kézműipar
4.	Használat szerkezete – történelmileg	történelmi mező- és erdőgazdaság, történelmi kézműipar öröklési szokások (örökség osztódása)
5.	Szabadidős és pihenési használat	idegenforgalom/turizmus, szabadidő és közeli kikapcsolódás aktivitások és szabadidős létesítmények (hegymászó falak, téli sportok)
6.	Tájkép, tájetika	pl. hegyi táj, messzi táj (közelség érzése a természettel)
7.	Településtörténet, - szerkezet	település szakaszai, település formái település sűrűsége és felosztása, meghatározó városok, központi helyek
8.	Építészet szerkezete, típusa	ház és háztáji formák, szakrális épületek (építészeti formák) építőanyagok, kiemelkedő épületek és épületegyüttesek
9.	Közművesítés, közlekedés	közművesítés foka (csekély, vagy intenzív), fő közlekedési formák (utak, sínek, vízi utak)

		tranzitfunkció, kereskedelmi utak (történelmi/aktuális)
10.	Valamikori területi hovatartozás	világi: pl. grófságok, hercegségek, lovagok egyházi: pl. püspökségek, vallási befolyásoltság
11.	Szokások	népviselő szokások
12.	Nyelvi jellemzők	nyelvi határok, nyelvjárások
13.	Asszociatív aspektusok	művészetek: egy térhez kapcsolódó művész/művészcsoporthoz, kultúrtáj inspirálja a festőket, költőket történelem: pl. csatateret (Lechfeld), történelmileg meghatározó teret idegenforgalom és marketing: Schwäbische Toscana, Bayerisches Venedig
14.	Biodiverzitás	használathoz alkalmazkodó, kultúrtájra jellemző biotóp típusok, nagy kiterjedésű védett területek (pl. nemzeti parkok, bioszféra rezervátumok) regionális használat és növényi fajták (pl. karlshuldi rozs, murnau-werdensfelseri marha)

Forrás: saját szerkesztés, a Bajor Környezetvédelmi Hivatal honlapja (www.lfu.bayern.de) alapján

Az eredmény az 1. ábrán látható, a Bajor Környezetvédelmi Hivatal honlapján mindenki számára elérhető interaktív térképen, amely, ha rákattintunk a *61 kultúrtáj-tér* (Kulturlandschaftsräume) valamelyikére, akkor feltárulnak a mögötte rejlő *nagyjelentőségű kultúrtájak*. A fenti tagolás nem helyettesíti a természeti tájak szerinti felosztást, inkább annak szükséges kiegészítéseként értelmezendő. A projekt I. szakasza 2009 júniusában lezárult.

1. ábra: Bajorország teljes területének kultúrtájak szerinti felosztása



Forrás: A Bajor Környezetvédelmi Hivatal honlapja (www.lfu.bayern.de)

4.3.2. II. szakasz

A második szakasz elnevezése: „*Bajorország nagyjelentőségű kultúrtájai*”, amely során 112 területet jelöltek ki. A projekt ezen szakaszában már nem törekedtek a teljes területi lefedettségre. A Bajor Környezetvédelmi Hivatal munkacsoportja az alábbiak szerint határozza meg a nagyjelentőségű kultúrtájak jelentését:

„Nagyjelentőségű kultúrtájaknak nevezzük az adott kultúrtáj azon részletét, melynek megjelenési formáját nagyrészt a történelem és a hagyományok határozzák meg. Működésük szerint történelmi kultúrtáj elemeket rendszereznek térhasználatuk alapján, amelyen keresztül az egyes funkcionális területeken túl a táj a hagyományok kontextusában tárul fel előttünk. A nagyjelentőségű kultúrtájak ílymódon a tartományi mércével mérve rendkívüli természeti és kulturális sajátosságokat őriznek.” (BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL 2006)

Ebből kifolyólag a második szakasz a fenti definíció alapján a *különleges értékkel* bíró tájakat rendszerezi, különös tekintettel azokra a tájegységekre, amelyek kimondottan történelmileg alakultak ki és azokat a sajátosságaikat a mai napig is őrzik.

A második szakasz által vizsgált „nagyjelentőségű kultúrtájak” több törvényben is szerepelnek:

- Bajor Természetvédelmi törvény (BNatSchG), 1§ (1) bekezdés, 3 cikkely – „a táj sokféleségének és sajátosságainak védelme” (BAJOR TERMÉSZETVÉDELMI TÖRVÉNY 2022)
- Bajor Természetvédelmi törvény (BNatSchG), 1§ (4) bekezdés, 1 cikkely – „a történelem során létrejött kultúrtájak védelme az eltorzítástól, a szétdarabolástól és egyéb befolyásoktól” (BAJOR TERMÉSZETVÉDELMI TÖRVÉNY 2022)
- Területrendezési törvény (ROG), 2§, (2) bekezdés, 5 cikkely – „a történelem során kialakult kultúrtájak megőrzése” (Területrendezési Törvény, 2008)
- Német Szövetségi Köztársaság Erdőtörvénye (BWaldG), 11§, (2) bekezdés – „az erdő funkciója, mint egy kultúrtörténeti archívum, és a parkok, kertek és temetők műemlékvédelmi fontossága” (SZÖVETSÉGI ERDŐTÖRVÉNY 1974)

A „történelem során kialakult kultúrtájak” védelméről számos nemzetközi egyezmény és program is szól, amelyekre a tanulmány terjedelme miatt most nem térek ki.

4.3.3. III. szakasz

A projekt harmadik szakasza a „történelem során kialakult kultúrtájak” megőrzésével és fejlesztésével kapcsolatos ajánlásokat tartalmazza. Lehetőség szerint konkrét, térbeli javaslatok és lépések kerültek kidolgozásra a bajor kultúrtájak sokféleségének megőrzésére, illetve tervek is készültek azok hosszú távú fejlesztésére és a jövőben esetlegesen felmerülő döntések megkönnyítésére. A munka elvégzése során nem csak a 2. szakaszban kiemelt tájakat vették figyelembe, hanem arra törekedtek, hogy a tartomány teljes lefedésével megvalósítható perspektívákkal szolgálhassanak.

5. Bajorországi jó gyakorlat bemutatása a Passaui Apátság kultúrtáján keresztül

5.1. A Passaui Apátság kultúrtáj határainak megalkotása (I. szakasz)

Az első szakaszban kijelölésre került a Passaui Apátság kultúrtér határvonala (2. táblázat) (4. ábra), amely a Dunától északra elterülő, Passau városát körbeölelő része a Bajor-erdőnek. Lefedi a Duna völgyének Passautól északra és délre fekvő vidékét, beleértve a parti meredek lejtőket, a Wegscheid-i-fennsíkot és a Bajor-erdő déli területeit. Kultúrtörténetileg ez a terület a Passaui Püspökség fennhatósága alá tartozott, valamint történelmi kereskedelmi utak és útvonalak jellemzik, mint pl. a „Goldener Steig” (ezen az ösvényen a középkorban számarhátton szállították az Inn folyón Passaubá érkező só és egyéb árukat, miután azokat Passaubnál málhásokra pakolták és cseh területre szállították). A kitaposott nyomvonal ma egy kedvelt turisztikai terület, ahol pl. gyakorló hegymászó falak nyújtanak élményt az aktív kikapcsolódásra vágyóknak.

2. táblázat: A Passau Apátság kultúrtér fekvése

Fekvése	
Közigazgatási terület:	Alsó-Bajorország
Tartományi körzetek:	Passau tartományi körzet, Passau város, Freyung-Grafenau tartományi körzet egyes részei
Természeti tájegység:	Passau Apátság területe és a Neuburgi erdő, Wegscheider fennsík, Belső-Bajor-erdő egyes részei
Magassága:	Tengerszint felett 400-1330 méter (Dreisesselberg 1333m – [hármashatár])

Forrás: Bajor Környezetvédelmi Hivatal (2006)

Természeti táji adottságok:

A táj domborzata hullámos, részben kúp alakú, kedvező klímájú, tele ellentmondásokkal.

Történelme:

Már a kelták óta lakott területként ismert, melyet később a rómaiak is benépesítettek, hiszen stratégiai szempontból fontos szerepe volt a történelem során. A püspökség 739-ben jött létre. A fennsíkon lévő területek hosszú időn keresztül lakatlanok voltak, kedvezőtlen fekvésük miatt, amely részben még ma is így van. Az újkor elején, az iparosodás során alakultak ki újabb használati módok, mint pl. a bányászat, a fakitermelés és az üveghuták. Jelentős szerepe volt azonban a só kereskedelemnek is.

Térszerkezete:

A 11. és 12. század során alakultak ki a kisebb települések, sorfaluk, és a kereskedelmi útvonalak mentén a sávossal kialakított parcellák. A vámszedő helyek mellett piacok szerveződtek és népes települések jöttek létre. A só kereskedelem meghatározó eleme volt a helyi struktúrák kialakulásának. A kereskedőket, hordárokat és az állatokat is szükségleteik szerint el kellett látni, ami ösztönözte a fogadókat, kovácsműhelyeket és a rá épülő szolgáltatások kialakulását. A 15. században már az üveghuták is megjelentek, mivel a terület ércben és fában gazdag volt. A terület határ közeli fekvése és a gazdagságot jelentő kereskedelmi útvonalai védelmet igényeltek, ezért az addig kiesőnek számító területeken megjelentek a várak és erődök.

A püspökség gyarmatosítási tevékenysége során megkezdődött a terület északi irányú benépesítése Ilz és Erlau folyók dombságaiban.

Kropfmühl akkortájt szerezte meg az egész világra szóló gránitbánya monopóliumát.

A folyók és patakok partjain malmokat működtettek és vizeiken pedig fákat úsztattak.

A tájra jellemző kultúrtáj elemek:

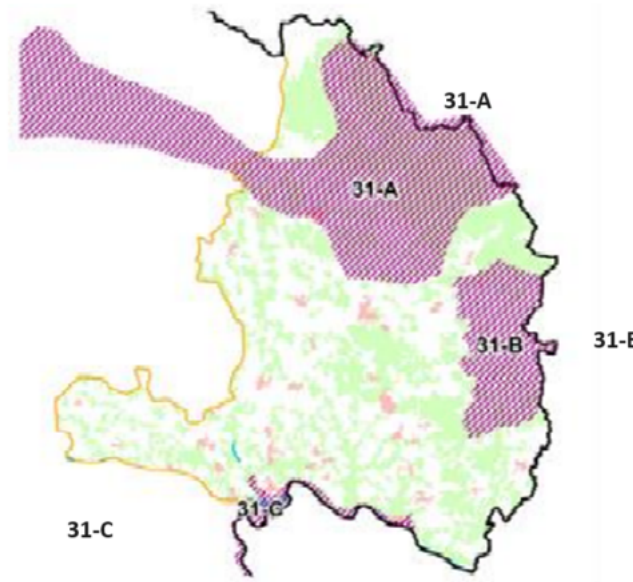
- Halmazfalvak
- Dűlőkre tagozódó határok
- Fűrészüzemek
- Üveghuták
- Fa úsztatásához szükséges létesítmények
- Kitaposott (emberek vagy állatok által) kereskedelmi ösvények
- Történelmi és újkorai bányászat maradványai
- Későközépkori határvidéki rombolás nyomai

A 17. század végén, az utolsó új települési hullám benépesítette az „új világot” is, amely során szórványosan épültek be a gazdaságok, szántók és erdők váltották fel egymást, a települések kialakulása még ma is jól nyomon követhető, sosem veszítette el szórványtelepülés jellegét. A

parasztok a mezőgazdaságból származó jövedelmüket lenvászon szövással egészítették ki, amiből kifolyólag a len termesztése alakította az akkori tájat.

5.2. A Passaui Apátság kultúrtáj-tér három „nagyjelentőségű kultúrtája” (1=31-A; 2=31-B; 3=31-C) (az 4.3.2. alfejezet szerinti II. szakasz)

2. ábra: Az első szakaszban kialakított, Passaui Apátság kultúrtáj-téren belül (5.1.) lehatárolt 3 „nagyjelentőségű kultúrtáj” (31-A; 31-B; 31-C)



Forrás: A Bajor Környezetvédelmi Hivatal honlapja (www.lfu.bayern.de)

A 2. ábrán a Passaui Apátság kultúrtáj-tér 3 „nagyjelentőségű kultúrtája” látható.

5.2.1. 31-A nagyjelentőségű kultúrtáj: Patkó és sávossal alakú gazdaságok a Bajor erdő belsejében

A tájat a hajdani kereskedelmi útvonalak jellemzik, amelyek mentén a sajátos térszerkezetet felmutató történelmi települések is kialakultak. Ma is fellelhető táji elemek: nyomvonalak, üveghuták, víztározók és öntözőrendszerek.

3. ábra: Kreuzberg, sugáralakú patkó és sávossal alakú gazdaságok



Forrás: Steckbrief Kulturlandschaftsraum 31 Passauer Abteiland (www.lfu.bayern.de)

5.2.2. 31-B nagyjelentőségű kultúrtáj: Neue Welt (Új Világ)

A 30 éves háború végével Wenzeslau von Tun püspök jól előkészített tervek alapján benépesítette a Bajor-erdő addig lakatlan, déli részét, a Wegscheidi-felvidéket, azzal meghatározva a még ma is érzékelhető szórvány települések szerkezetét.

4. ábra: A 17. században benépesült „új világ” szórvány települései, Wegscheidi-felvidék



Forrás: A Bajor Környezetvédelmi Hivatal honlapja (www.lfu.bayern.de)

5.2.3. 31-C nagyjelentőségű kultúrtáj az Inn és Duna völgye Passautól az országhatárig

A terület az Inn és a Duna folyó völgyét öleli fel és az országhatárig terjed, ahol az egykor védelmi funkciót ellátó várak és erődök váltják egymást.

5. ábra: Passau, a három folyó találkozási pontja



Forrás: Stadt Passau (2017)

Veszélyek:

A Passaui Apátság kultúrtáj-tér három „nagyjelentőségű kultúrtája” az alábbi veszélyforrásoknak van kitéve:

Az erdős és a nyílt településszerkezetet a hagyományos mezőgazdaság intenzívebbé tétele veszélyezteti (szabad zöld területekből szántóföldek lesznek), ugyanakkor bizonyos területeken megfigyelhető a hagyományos területhasználat megszűnése is (valamikori mezőgazdasági területek elbozótosodása, amely különösen a legelők és zöldterületek esetében figyelhető meg).

5.3. Javaslato k a kultúrtáj megtartására és fejlesztésére (III. szakasz)

A javaslatokat a Bajor Környezetvédelmi és Egészségügyi Minisztérium megbízásából a Bajor Környezetvédelmi Hivatal irányításával egy szakmai bizottság dolgozta ki. Annak érdekében, hogy széleskörben elfogadott és a gyakorlatban is használható célok kerülhessenek megfogalmazásra, a társadalom különböző szféráiból további regionális, szakmai és helyismerettel rendelkező tanácsadókat kértek fel az együttműködésre.

- Kerülendő a völgymezők, a tisztások és az extenzív hasznosítású mezőgazdasági területek, illetve egyéb, hagyományos módon használt részterületek erdősítése, elbozótosodása (különösen a 31-A nagyjelentőségű kultúrtájon)
- A valamikori létesítmények maradványait és a hozzájuk tartozó kiállításokat és árkokat meg kell őrizni (31-A nagyjelentőségű kultúrtáj, Finsterau, Bischoftsried, stb.)
- A tájra jellemző települések és szántók formáit meg kell őrizni
- Problémás a 31-A nagyjelentőségű kultúrtájon a szórványtelepülések jövőbeni fejlődése, különös tekintettel az új településrészek kialakítására, és az ipari területek bővítésére

Nem javasoljuk, hogy az újabb lakótelepek a szórványtelepülések közvetlen szomszédságában létesüljenek, különösen nem Freyung-Grafenau településen.

Javasoljuk az új lakótelepeket a nagyobb települések mellé építeni.

- A történelem során kialakult kultúrtájak sokaságát meg kell tartani, különösen azokat, amelyek a kereskedelem, a kézművesség, a kisipar és a bányászat kialakulásáról tanúskodnak.
- A hajdani kereskedelmi útvonal, a „Goldener Steig” mentén napjainkra színes turisztikai kínálat alakult ki (túraútvonalak, hagyományőrző ünnepségek (6. ábra), múzeumok).
- Elképzelhetőnek tartjuk a turisztikai kínálat további bővítését kultúrtáji aspektusból, mint pl. a települések és a gazdaságok formáival kapcsolatosan, illetve a gránit, grafít és a malmok felhasználási lehetőségeivel összefüggésben.

6. ábra: Néphagyomány, amely a só szamarháton történő szállítására emlékeztet



Forrás: <http://www.saeumer.de/saeumerfest.html>

6. Következtetések

A kultúrtájak a természet adta domborzat, klíma és talaj ember által évszázadokon keresztül alakított életterei jelentősen hozzájárulnak az adott régió identitásának kialakulásához.

A projekt célja a transzformációs folyamatok következményeinek mérséklése és egy társadalmi figyelemfelhívás a történelem során kialakult bajor kultúrterek és -tájak sokféleségének és sajátosságának tudatos megőrzésére. Egyik lényeges érdeme, hogy a bizottság nemcsak szakmai szempontból, hanem regionális, civil szervezeteket is bevonva világít rá a kulturális örökségünk térbeli dimenzióira, kiemelve azokat a hotspotokat, ahol fokozottan fontosnak tartja a javaslatok szemelőtt tartását. A magán- és közszféra szereplői nemcsak tilalmakat és korlátozásokat megfogalmazó javaslatokkal találkozhatnak az eredményeket olvasva, hanem olyan megoldásokat kereső és feltáró iránymutatásokat is kaphatnak, amelyek a regionális fejlesztés motorjaivá válhatnak. Az ílymódon létrejött beruházások autentikus jellegükből adódóan nagyobb elfogadottságra számíthatnak, amely a siker egyik kulcsa is lehet. A lakossági perspektívából szemlélve pedig segít megőrizni az otthonosság érzetét és az identitás megőrzését. A projektben megfogalmazásra került javaslatok csak „ajánlás” szintjén értendők, de hasznos alapot nyújthatnak további regionális fejlesztési tervek részletes kidolgozásához.

Irodalomjegyzék

BÜHLER, O. (1931): Porosz Birodalom Közigazgatási Törvénye. Forrás: <https://doi.org/10.1515/9783111648880-033>

CSAPÓ J. – MATESZ K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. *Földrajzi Értesítő*, 16(3-4), 291-301.

CSÓKA L. – PAIC R. – PRISZTÓKA G. – VARGÁNÉ SZALAY K. – VARGA T. – MARTON G. (2021): A hazai utazási szokások változásai a koronavírus-járvány hatására. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(4), 16-27. doi:10.15170/TVT.2021.06.04.

FLADMARK, J. M. (1994): Cultural Tourism. Papers presented at the Robert Gordon University Heritage Convention, Conference proceeding book: Donhead Publishing London.

GONDA T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécs: PTE KPVK.

HARGROVE, C. M. (2002): Heritage Tourism. *CRM Magazine*, Vol. 25. No. 1., 10-11.

KOVÁCS L. – KELLER K. – TÓTH-KASZÁS N. – SZÓKE, V. (2021): A COVID19 járvány hatása egyes turisztikai szolgáltatók működésére: azonnali válaszok és megoldások. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6:2, 6-24.

LEMPEK M. – TÉSITS R. (2021): A vidéki térségek turizmusalapú fejlesztésének lehetőségei a Siklósi járás példáján. *Modern Geográfia*, 16(2), 87-112. doi:10.15170/MG.2021.16.02.05

MÁTÉ A. (2007): A „Pannon borregió” borútjainak összehasonlító értékelése. *Modern Geográfia*, 2(4), 16-31. Forrás: http://www.moderngeografia.eu/wp-content/uploads/2012/02/mate_andrea_2007_4.pdf

NAGY D. – CSAPÓ J. – VÉGI, S. (2021): A jövő turizmusa, a turizmus jövője. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2), 7-85.

NAGY D. – GONDA T. – HÁLÓ K. – DÁN A. (2021): A jövő vendéglátása, a vendéglátás jövője. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2), 86-100.

PROBÁLD F. (2011): A megismerés útjai: művészet és tudomány szerepe a földrajzi tájfogalom történetében. *Ponticulus Hungaricus*, XV. (9).

SILBERBERG, T. (1995): Cultural Tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, Vol. 16. No. 5., 361-365.

STEINECKE, A. (2007): *Kulturtourismus*. München: Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH.

SZALAI Á. – FABULA S. (2021): Az okos vidékfejlesztés lehetőségei és korlátai Magyarországon. *Modern Geográfia*, 16(1), 59-79.

TRÓCSÁNYI A. – TÓTH J. (2020): A magyarság kulturális földrajza II. Pécs: Pro Pannonia Kiadó Alapítvány.

Egyéb források

ATLAS (1996): <http://www.tram-research.com/atlas>. Letöltés dátuma: 2022. 04. 25.

BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL (2006): www.lfu.bayern.de. Forrás: https://www.lfu.bayern.de/natur/kulturlandschaft/doc/projektbeschreibung_kulagliederung.pdf. Letöltés dátuma: 2022. 04. 25.

BAJOR TERMÉSZETVÉDELMI TÖRVÉNY (2022): www.gesetze-im-internet.de. Forrás: https://www.gesetze-im-internet.de/bnatschg_2009/ Letöltés dátuma: 2022. 04. 25.

ENCIKLOPÉDIA K. (2020): www.enciklopedia.fazekas.hu. Forrás: <http://enciklopedia.fazekas.hu/mufaj/Tajkolteszet.htm>. Letöltés dátuma: 2022. 04. 25.

HERITAGESTUDIES (2020): <https://heritagestudies.eu/wp-content/uploads/2020/06/Die-Kategorie-Kulturlandschaft-in-der-Welterbekonvention.pdf> Letöltés dátuma: 2022. 04. 30.

STADT PASSAU (2017): *Passau*. Forrás: www.passau.de. Letöltés dátuma: 2022. 04. 30.

SZÖVETSÉGI ERDŐTÖRVÉNY (1974): www.gesetze-im-internet.de. Forrás: <https://www.gesetze-im-internet.de/bwaldg/> Letöltés dátuma: 2022. 04. 30.

TERÜLETRENDEZÉSI TÖRVÉNY (2008): www.gesetze-im-internet.de. Forrás: https://www.gesetze-im-internet.de/rog_2008/ Letöltés dátuma: 2022. 04. 25.

TOURISMUS 2030 (2019): www.partner.ostbayern-tourismus.de: <https://partner.ostbayern-tourismus.de/2019/12/13/handbuch-tourismus-2030-die-bausteine-der-zukunft/> Letöltés dátuma: 2022. 04. 24.

UNESCO (1972): www.unesco.hu. Forrás: Világörökség egyezmény: <https://unesco.hu/vilagorokseg/vilagorokseg-107171> Letöltés dátuma: 2022. 04. 24.

UNESCO (2003): www.unesco.hu. Forrás: https://unesco.hu/szellemi_kulturalis_orokseg/szellemi-kulturalis-orokseg-107172 Letöltés dátuma: 2022. 04. 24.

UNWTO (1985): <https://www.unwto.org/> Letöltés dátuma: 2022. 04. 24.

MÚZEUMALAPÍTÁS, MINT A NEMZETKÖZI TURIZMUS MOTORJA? EREDMÉNYEK ÉS KÖVETKEZTETÉSEK BILBAO ÉS ABU-DZABI ESETTANULMÁNYA ALAPJÁN

¹Schultz Éva

¹tanársegéd, BGE KVIK Turizmus Tanszék / doktorjelölt, PTE TTK, Földtudományi Doktori Iskola Társadalomföldrajzi Program; Schultz.Eva@uni-bge.hu

DOI: 10.15170/terinno.2024.17.01.03

Absztrakt

A múzeumok a kulturális turizmus, azon belül a város turizmus fontos vonzerői, így fejlesztésük nem csupán kultúrpolitikai, hanem gyakran turizmuspolitikai kérdés is. Egy új múzeum általában erős urbanisztikai – rehabilitációs, dzsentrifikációs – hatással bír, befolyásolja a kultúrafogyasztást, így a turizmusban és a helyi lakosság életminőségében egyaránt változást idéz elő. A COVID19 következményeként a jövőben várhatóan nőni fog a jelenleg csak online elérhető kulturális intézmények valós térben kínált élménye iránti érdeklődés, ezáltal a múzeumok több látogatóra számíthatnak az újrainyitás után.

A példák kiválasztásának oka, hogy a vizsgált turisztikai célterületek múzeumok alapításával teremtették meg a nemzetközileg ismert és vonzó kulturális kínálatuk alapját, ami jelenleg is meghatározó szerepet játszik a turisztikai márkájukban. A baszk iparváros, Bilbao kulturális-turisztikai funkcióváltásának kulcseleme volt az 1997-ben megnyílt Guggenheim múzeum. Abu-Dzabi részben a dubaji turisztikai beruházások hatására, ám azokétól némileg eltérő keresleti szegmenst megcélözva fejlesztette kínálatát a 2017 óta üzemelő Louvre múzeummal. Mindkét desztináció múzeumalapításában közös, hogy alapvetően nem a saját örökség bemutatása, hanem új imázs teremtésének szándéka vezérelte, ami jól működő nemzetközi kulturális márkák névhasználati jogának (részben gyűjteményének) megvételén alapult és hamar nemzetközi vonzásintenzitású attrakcióvá vált. A baszk példa sikere Bilbao-effektusként híresült el és híven tükrözi a gazdasági-kulturális autonómia törekvéseket a turisztikai nagyhatalom Spanyolországon belül. Az Egyesült Arab Emírségek turizmusfejlesztési célja Abu-Dzabi esetében a magaskultúrára épülve párosul a posztkolonialista történelem- és identitásteremtéssel, eltérően a dubaji populáris iránytól.

A tanulmány célja annak vizsgálata, hogy a múzeumok alapítása mellett milyen tényezők segítettek az elemzett példák nemzetközi turisztikai piacra lépését? További cél annak vizsgálata, hogy milyen hasonlóságok és különbségek lelhetők fel a két igen eltérő történelemmel, kultúrával és gazdasággal bíró, különböző politikai rendszerek által meghatározott desztináció turizmusában? A kutatás módszertani alapja a turizmusfejlesztéshez és annak környezeti, gazdasági, valamint társadalmi-kulturális hatásaihoz kapcsolódó indikátorok vizsgálata mindkét példa esetében.

Kulcsszavak: múzeumalapítás, turizmus, Bilbao-effektus, Abu-Dzabi

MUSEUM ESTABLISHMENT AS A DRIVER OF INTERNATIONAL TOURISM? FINDINGS AND CONCLUSIONS BASED ON CASE STUDIES OF BILBAO AND ABU DHABI

Abstract

Museums are significant attractions in cultural tourism, particularly in urban tourism, making their development not only a cultural policy matter but often a tourism policy issue as well. A new museum typically has a strong urban impact – rehabilitative and gentrifying – affecting cultural consumption and thus bringing about changes in both tourism and the quality of life of the local population. As a consequence of COVID-19, it is anticipated that there will be an increased interest in the physical experiences offered by cultural institutions currently accessible exclusively online, leading to higher visitor numbers when museums reopen.

The examples were chosen because the studied tourist destinations have established museums as the foundation of their internationally renowned and attractive cultural offerings, which remain a key element of their tourism brands. The Guggenheim Museum, which opened in 1997, was a pivotal factor in the cultural and touristic transformation of the Basque industrial city of Bilbao. Abu Dhabi, influenced partly by Dubai's tourism investments but targeting a slightly different demand segment, developed its offerings with the Louvre Museum, which has been operating since 2017. A commonality in the museum establishment of both destinations is that they were driven not by a desire to showcase their own heritage but by the intention to create a new image, based on acquiring the naming rights (and part of the collection) of well-established international cultural brands, which quickly became international attractions. The success of the Basque example, known as the Bilbao effect, reflects the aspirations for economic and cultural autonomy within Spain, a major tourism power. In Abu Dhabi, the UAE's tourism development strategy, focused on high culture, is coupled with a post-colonial approach to history and identity, contrasting with Dubai's more popular direction.

The aim of this study is to investigate what factors, in addition to museum establishment, have facilitated the international tourism market entry of the analysed examples. Another aim is to explore the similarities and differences in the tourism of two destinations with very different histories, cultures, economies, and political systems. The methodological basis of the research is the analysis of indicators related to tourism development and its environmental, economic, and socio-cultural impacts in both examples.

Keywords: museum establishment, tourism, Bilbao effect, Abu Dhabi

1. Bevezetés

A múzeumok, mint a helyi kultúra őrzői és közvetítői fontos szerepet játszanak a turizmusban: általában örökölt vonzerők, a városi turisztikai márka klasszikus elemei. Kivételes jelenség, amikor egy desztináció új múzeum alapításával válik a nemzetközi turizmus szereplőjévé, vagy ezáltal erősíti meg igazán a pozícióját. A tanulmány a két legismertebb példa, Bilbao és Abu-Dzabi turizmusra gyakorolt hatását vizsgálja. Mindkét projektet mind a muzeológia, mind a turizmus részéről nagy nemzetközi szakmai figyelem és emellett komoly látogatói érdeklődés övezte és övezi (PLAZA 2006, PLÖGER 2007, AJANA 2015, HEIDENREICH – PLAZA 2015, KOVÁCS 2017, DE MAN 2020, PATTERSON 2022, VARGA 2023).

Természetesen a spanyolországi Autonóm Baszk Közösség egykori ipari központja és az Egyesült Arab Emírségek fővárosa igen sajátos és nagyon különböző történelmi-kulturális és társadalmi-gazdasági jellemzőkkel bír, e sajátosságok ismerete nélkül pedig nem érthető múzeumalapításaik kontextusa, ami indokolja rövid bemutatásukat a tanulmány konceptuális részében.

A kutatás célja a múzeumalapítások szerepének vizsgálata a turizmusban az említett példákon keresztül. Amennyiben az eredmények azt mutatják, hogy a múzeumalapítás valóban a turizmusfejlesztés meghatározó kínálati eleme lehet, akkor a hasonló mintázatok alapján megkísérelhető egy általános érvényű termékfejlesztési modell felvázolása.

Kutatási kérdéseink a következők:

K1: Mennyiben erősítették a múzeumalapítások és mennyiben egyéb tényezők az elemzett példák nemzetközi turisztikai pozícióját?

K2: Milyen hasonlóságok és különbségek lelhetők fel a vizsgált desztinációk múzeumalapításaiban?

2. Módszertan

Kétlépcsős kutatásunk során először meghatároztuk a múzeumok turisztikai hatásvizsgálatára alkalmas és a két esetpélda kapcsán releváns indikátorokat a szakirodalom alapján. Az indikátorok meghatározása során kulturális és turisztikai indikátorokat, valamint Bodnár, Jászberényi és Ásványi (2017) budapesti múzeumok kapcsán kiemelt szempontrendszerének részben átdolgozott és kiegészített verzióját alkalmaztuk. Ezután az összegyűjtött indikátorértékek alapján összehasonlító vizsgálatot végeztünk egy esetleges múzeumalapításra épülő turisztikai termékfejlesztési modell felállítására érdekében. A kutatás korlátja volt az adatok nem egyforma rendszer szerinti gyűjtése és bizonyos esetekben azok elérhetetlensége a vizsgált desztinációk vonatkozásában.

3. Elméleti háttér

3.1. A múzeumok és a turizmus kapcsolatrendszere

A múzeumok a kulturális turizmus fontos kínálati elemei. Ahogy a nemzetközi turistaérkezések száma, úgy a nagy vonzásintenzitású múzeumok látogatottsága is folyamatosan emelkedett a koronavírus nemzetközi megjelenéséig, 2020-ig. Jelentős a leglátogatottabb múzeumok területi koncentrációja. A nemzetközi Top 20 múzeum 85%-ban a világ 10 legtöbb turistaérkezést számoló országának, az európai Top 20 múzeum 80%-a pedig a kontinens 10 legtöbb turistaérkezést számoló országának a vonzerejét gazdagította a tavalyelőtti évben (THEME MUSEUM INDEX 2024, UNWTO 2024).

A múzeum a fenntartható, minőségi turizmustervezés eleme eredetisége és hitelessége révén. A Múzeumok Nemzetközi Tanácsa (ICOM) által 2022-ben elfogadott új múzeumi definíció, ami a klasszikus megőrző-kutató-bemutató funkciókon túl a társadalmi jóllét elősegítésében és a szolgáltató közösségi térként játszott szerepet is hangsúlyozza (ICOM.MUSEUM 2022).

A múzeumok hatása igen széleskörű a turizmusban. A legfontosabb kétséget kizáróan a társadalmi-kulturális hatásuk, amely kollektív emlékezeti terek (ASSMANN 1992, NORA

1999) létrehozása révén a helyi lakosság mellett a turisták identitásformálásában és élethosszig tartó tanulásában kiemelt szerepű. A múzeumi fejlesztések lokális – vagy akár nemzetközi – értéként általában kevésbé váltják ki a helyi lakosság ellenállását, mint pl. a desztinációidegen for profit turisztikai jellegű beruházások (ADRIÁNY et al. 2023). Gazdasági hatásuk főleg a múzeumi klaszterek multiplikátor-hatásában (LAZZERETTI – CINTI 2009, TIEN 2010), illetve a szellemi tőke gyarapításában (FALK 2014) érhető tetten. Környezeti hatásuk sajátos tértermeléssel párosul, mind az urbanisztikai rehabilitáció, mind a dzsentrifikáció gyakran kapcsolható a múzeumokhoz, ahogy ezt számos egykori iparváros átalakulása példázza, többek között a vizsgált Bilbaóé is.

3.2. A „Bilbao-effektus”: posztindusztriális paradigmaváltás baszk módra

Az Ibériai-félsziget északi partvidékén, a Vizcayai-öböl mentén fekvő Baszk Autonóm Közösség egyike Spanyolország 4 legmagasabb szintű autonóm közösségének Galícia, Katalónia és Andalúzia mellett (az 1978. alkotmány alapján; TÓTH 2007). A mintegy 2,3 millió baszk társadalom Európa legősibb, folyamatosan egyhelyben élő népét alkotja, amely túlnyomó részben a Spanyol Királyság 4, NUTS2-es szintű régiót alkotó tartományában él (a továbbiakban ebben az értelemben használom a Baszkföld kifejezést; GYŐRI SZABÓ 2010, PIKÓ 2016). Baszkföld történeti előzményének a 9. században alapított, a középkortól kezdve különleges jogállással (fueros) bíró Navarrai Királyság tekinthető. A katalánokhoz hasonlóan a baszkok is saját nyelvvel és nemzeti identitástudattal bírnak, gasztronómiájuk és legendás, „légiósokat” nem alkalmazó futball-kultúrájuk is esetenként önállóságuk melletti, spanyol-ellenes politikai állásfoglalásuk eszköze (GYŐRI SZABÓ 2010, BERKI – CSAPÓ 2006).

Az autonóm pártrendszerek közül a baszk a szeparatista típusúak közé sorolható (TÓTH 2007). A baszk nacionalizmus eredete a 19. század végére nyúlik vissza. A 20. század első felében a gyenge kasztíliai központosítási törekvések és az uralkodó iránti hagyományos baszk hűség miatt nem erősödött meg, radikalizálódását a falangista Franco-rezsim centralizációja váltotta ki (ami többek között az 1935 óta hivatalos baszk nyelv használatát is tiltotta). A Baszk Nacionalista Párt 1979 óta meghatározó erő a baszk politikai színtéren (TÓTH 2007). A közelmúlt katalán függetlenségi törekvései erős baszk támogatásra találtak. Mivel Baszkföldön a baszkok nincsenek többségben, a népszavazás számukra nem járható útja a függetlenedésnek (GYŐRI SZABÓ 2010, ORIGO.HU 2017). A baszk identitás napjainkban is rendkívül erős a soknemzetű Spanyolországon belül. A baszk radikalizációs mozgalom erősítője volt a hagyományos atlanti kereskedelmi központ és fontos iparvidék aránytalanul magas központi költségvetési hozzájárulása, a nagymértékű spanyol bevándorlás és az 1973-as olajválságot követő munkanélküliség (GYŐRI SZABÓ 2010). Jelenleg a Baszk Autonóm Közösség Spanyolország legmagasabb egy főre jutó GDP-jével rendelkező NUTS2-es régiója (36.000 USD 2017-ben; KSH.HU 2024).

Az 1300-ban alapított kikötőváros, Bilbao Baszkföld legnagyobb városa és gazdasági központja volt a 19. században, a 20. század végére azonban gazdasági szerkezetváltás következtében követően számos problémával küzdött. Az ipari munkahelyek aránya 20 év alatt 47%-kal csökkent, a szekunder szektor foglalkoztatottsága pedig a felére, 23%-ra esett vissza. Az ipari szennyezettség a történelmi városmagig terjedően nyomot hagyott (PLÖGER 2007, KOVÁCS 2017). A városrehabilitációval párhuzamos gazdasági szerkezetváltás fellendülést eredményezett, aminek jelenlegi húzóágazatai a fémipar, vegyipar, gépipar, energiaipar, K+F szektor (EC.EUROSTAT.EU). Bilbao komplex rehabilitációja 1989-ben indult el. Ennek részeként kötött az imázsváltást sürgető városvezetés igen előnyös feltételek mellett szerződést az akkor finansziális gondjai enyhítése miatt nemzetközi terjeszkedésbe kezdő Guggenheim Alapítvánnyal (a projekt költségvetése 144 millió euró volt). A híres műgyűjtő család klasszikus modern és kortárs képzőművészeti gyűjteménye korábban az Amerikai Egyesült Államokban, New York-ban és az olaszországi Velencében volt csak megtekinthető

(GUGGENHEIM.ORG 2024). Az előbbi Frank Lloyd Wright által tervezett ikonikus épülete (1956-59) óta az önmagában is műalkotásként és vonzerőként megjelenő múzeum a Guggenheim védjegyévé vált. A kanadai sztárépítész Frank O. Gehry bilbaói munkája (1993-97) tökéletesen megfelelt ennek az elvárásnak. Az immár bő negyedszázados intézmény első évben várt látogatószámát (400 ezer fő) két és félszeresen múlta felül, és azóta is jellemzően évi egymillió fő körüli, feletti látogatót fogad (2015 óta a pandémia éveinek kivételével évi 1,2-1,3 millió fő között; STATISTA.COM 2024). Az építési költség 5, a teljes beruházás 10 év alatt térült meg, ami kultúráközvetítő intézményeknél szinte páratlan. A város PPP-alapú infrastrukturális beruházásai (az első metróvonal, teljes kikötő-rehabilitáció, a nemzetközi repülőtér bővítése, konferenciaközpont létesítése stb.) szintén a desztináció-fejlesztés szükséges eszközei voltak, a kulturális imázs építését az Abandoibarra negyed egykori dokkjaiba költöző kortárs galériák is segítették. Az Észak-Amerikából (Bostonból, Baltimoreból) induló modell, ami egykori iparvárosok kulturális-turisztikai funkcióváltását hozta, Európában brit (Liverpool, Glasgow), holland (Rotterdam) és német (Essen) példák után Baszkföldön is sikeresen megvalósult (PLÖGER 2007, KOVÁCS 2017).

1. és 2. ábra: Bilbao Abandoibarra negyede a rehabilitáció előtt és után a Guggenheim Múzeummal



Forrás: PLÖGER, J. (2007), *Bilbao City Report*, pp. 20

Spanyolország világturisztikai nagyhatalom. 2019-ben a 2. legtöbb nemzetközi turistaérkezést regisztrálta (84 millió fő, az európai érkezések 11,2%-a) és szintén a 2. helyen állt a turizmusból származó bevételek (80 milliárd USD, az európai bevételek 13,8%-a) tekintetében (UNWTO 2020, UNWTO 2023). A 2020-as visszaesés (18,9 millió fő) után a 2023-ra meg tudta haladni a pandémia előtti szintet mindkét mutató vonatkozásában (85,2 millió fő, az európai érkezések 12%-a; 90 milliárd USD, az európai bevételek 13,6%-a; UNWTO.ORG 2024). Baszkföld és Bilbao turizmusa csak kis szelete az országénak, az Autonóm Közösség 6,9 millió vendégérkezést regisztrált 2019-ben, ebből 1,6 millió volt a nem Spanyolországból érkező látogató, a legnagyobb baszk város turistaérkezése pedig 932.000 fő volt 2018-ban (BILBAOTURISMO.NET 2020, EUSTAT.EUS 2020). A Baszkföldön regisztrált külföldi turistaérkezések száma 2022-ben közel 5 millió fő volt, ami némileg alatta marad a 2019-es értéknek (EUSTAT.EUS 2024). Bilbao esetében a 2023-as év főszezonjának (június-szeptember) nemzetközi érkezésszáma megdöntötte a 2002-es rekordévé több 450.000 fővel, ami Bizcaia tartomány turistaérkezéseinek a kétharmadát adta (BILBAOHIRIA.COM 2024). A turisztikai siker nyomán elterjedt „Bilbao-effektus” kifejezés tartalmának létét sokan vitatják. Az ezredforduló után kevés sikeres (Milwaukee) és számos sikertelen, bezárással végződő Guggenheim-alapítási kísérlet (a teljesség igénye nélkül: Berlin, Las Vegas, Vilnius, Peking, Rio de Janeiro) után fontos látni a desztináció-fejlesztés komplexitását. Baszkföldön egyéb unikális kulturális vonzerőkön kívül (Altamira-barlang, Guernica) még legalább két tényezőt nem szabad figyelmen kívül hagyni a turizmus felívelésének magyarázatakor: a

csúcsgasztronómia jelenlétét (itt található a legtöbb egy főre eső Michelin-csillagos étterem, a három tartományban 86 ajánlott vendéglátóhely, közülük 22 csillaggal minősített; GUIDE.MICEHLIN.COM 2024) és a reneszánszát élő El Camino két, Baszkföldön átvezető útvonalát (Camino Vjejo, Camino del Norte; BERKI – CSAPÓ 2008). Emellett számos alternatív turizmustrend növeli Baszkföld turizmusból származó bevételeit (a kulturális központ San Sebastián film- és jazzfesztiválja nemzetközi vonzerővel bír, a bilbaói Guggenheim Múzeum pedig a film- és bestsellerturisták számára is fontos célpont Dan Brown: Eredet (2017) c. könyve nyomán). Emellett fontos különbség a sikeres és sikertelen Guggenheim-alapítások között a desztináció-teremtési szándék, illetve a már működő városi-kulturális célterületek kínálatbővítésének terve: ez utóbbiak sora megbukott. Az okok szerteágazóak lehetnek. Egyes kutatók szerint mindenesetre szerencsésebb lenne Bilbao-anomáliának nevezni a baszk sikert (KOVÁCS 2017, PATTERSON 2022).

3.3. Diverzifikált kínálatú desztináció-fejlesztés a Közel-Keleten: Abu-Dzabi

A mintegy 5,5 milliós lakosságú Egyesült Arab Emírségek egy fiatal szunnita többségű államszövetségének a Perzsa-öböl menti területén már a korai magaskultúrák idején éltek kereskedő törzsek. Az iszlám 7-8. századi térhódítását követően a térség az európai gyarmatosítók révén (portugálok, angolok, hollandok) került nyugati befolyás alá, amit a 18-20. század második fele között már egyedül a brit gyarmatbirodalom határozott meg. A brit gyarmati politika csekély beavatkozással, helyi törzsi vezetőkkel kötött szerződések útján biztosította a stabilitást és a kereskedelmi útvonalakat, ennek öröksége az Öböl-menti államok közül számos jelenlegi uralkodó dinasztia (Omán, Bahrein, Katar) hatalomra kerülése. A „proto-államként” funkcionáló sejkiségek jellemzőiként napjainkra is átöröklődtek a következők: az erős monarchikus berendezkedés és az uralkodócsalád kiemelkedő szerepe, a territorialitás, a kettős (muszlim és brit) jogrendszer, a szétagoltság és a külső hatalmak (pl. Szaúd-Arábia) befolyásának távol tartása.

A brit kivonulást követően, 1956 után csak a mai Egyesült Arab Emírségeket alkotó 7 állam képezett föderációt. Az 1970-es évek külpolitikai fenyegetettsége (Irak, Irán részéről) eredményezte az Öböl-menti Együttműködés Tanácsának létrejöttét. Míg a nyersanyagipar előtti korszakig kizárólag a gyöngyhalászat határozta meg a gazdaságot, jelenleg „olajmonarchiakról” beszélhetünk (Kamravát idézi SZALAI 2013). Az Öböl-menti politikai rendszerek közös jellemzője az olajgazdálkodás mellett a törzsi társadalmi rendszer (amelynek elitje jellemzően törvényhozó/tanácsadó testületet alkot), a stabil (az Emírségekben a legkevésbé demokratikus) politikai intézményrendszer és a nagyarányú külföldi munkaerő. A Freedom House felmérése alapján az Egyesült Arab Emírségek rendszere a „nem szabad” kategóriába sorolható (SZALAI 2013).

Az Egyesült Arab Emírégek abszolút monarchikus államainak „legitimációs hármasa” a modernizmus, a tradíció és iszlám (STEPHENSON 2013). Az öröklött legitimáció sebezhetősége és a gyenge önvédelmi képessége alternatív legitimációs eszközök alkalmazását tette szükségessé. Ezek közül az Emírségek a társadalmi jólét biztosítását használja fejlett szociális hálózattal bíró, komolyabb adórendszer nélküli, meghatározóan külső forrásokra (kőolaj- és földgázexportra) épülő, ún. járadék gazdaságok kiépítésével (SZALAI 2013). Ez az államszövetség rohamos fejlődését tett lehetővé, aminek következtében az Egyesült Arab Emírségek 30 év alatt vált lokálisból globális gazdasági szereplővé. Ugyanakkor a rendszer fenntartását veszélyezteti az olajgazdaságtól való túlzott függés és a világszinten is jelentős arányban növekvő lakosság eltartási kényszere, ami szükségessé tette más szektorok fejlesztését. Az „olajmonarchiák” közül az Emírségek jelenlegi gazdasága igen diverzifikált: az GDP megközelítőleg 15%-át kitevő olajipar mellett a pénzügyi tevékenység, a kereskedelem, az építőipar és a turizmus számottevő, valamint jelentős szerepe van a K+F szektornak (STEPHENSON 2013, SZALAI 2013). A diverzifikációs kísérletek sikere ugyanakkor vitatott

a gazdaságkutatók által. Az Emírségek nemzetközi viszonylatban a 6. helyen áll a GDP/fő sorrend alapján (49.554 USD 2022-ben; www.worldometers.info, 2024). A föderáció (egyik) társadalmi problémája a piaci szférában dolgozó külföldi (dél-ázsiai, gyakran indiai) munkavállalók járadékgazdasági előnyökből való kizárása, esetenként személyes jogainak sérelme és a lakosságét jóval meghaladó létszámuk miatti kulturális konfliktusforrások lehetősége (a népesség 90%-a bevándorló/ideiglenes munkavállaló, ez a legnagyobb ilyen jellegű arány a térségben; Szalai, 2013).

A westernizáció hatása igen számottevő Dubajban és Abu-Dzabiban. A multikulturalizmus jellemzi a globális nagyvárosaikat mind a kozmopolita lakosság, mind a nemzetközi cégek, mind a gasztronómiai, szabadidős kínálat és a jelentős hivatásturizmus kapcsán. Az arab mellett a második hivatalos nyelv a gyarmati múlt örökségéént az angol.

Dubaj vegyes turizmusfejlesztési modellje az 1990-es évektől kezdve egy darabig a világ legdinamikusabb turizmusnövekedését eredményezte. A 2008-2010 közötti időszak „ingatlanbuborékjának” hatására azonban számos föderációbeli projekt megvalósítása leállt vagy csúszik (Dubajban, Abu-Dzabiban, Sardzsában; Stephenson, 2013). Az Egyesült Arab Emírségek a Közel-Kelet turisztikai világrégió vezető desztinációjaként az térség összes beutazó vendégének bő negyedét fogadta 2019-ben (16,7 millió fő, a régió 25,7%-a), az ebből származó bevétele megközelítőleg 21,8 milliárd USD volt (a régió 26,8%-a; UNWTO 2020). 2023-ra ezen mutatók volumene jelentősen emelkedett (28,2 millió érkezés, 51,9 milliárd USD bevétel; a régió 32,4 illetve 40,4%-a; UNWTO.ORG 2024). Abu-Dzabiba 2019-ben 5,1 millió turista érkezett, ebből 3,7 millió volt külföldi (az Emírségeken kívüli területről érkező; TCAABUDHABI.AE 2021). Az emírség 2023-ban az előző évhez képest igen jelentős, 54%-os nemzetközi érkezésszám-növekedésében (megközelítőleg 22 millió nemzetközi érkezés) a MICE-turizmus mellett a kulturális turizmus is jelentős szerepet játszott (MEDIAOFFICE.ABUDHABI 2024).

A pár évtized alatt turisztikai nagyhatalommá nőtt Egyesült Arab Emírségek-beli államok – különösen Dubaj – kínálata a nyugati, globálissá vált jóléti szimbólumokra épül. Bár ez a turizmus a 2008-ban kezdődő ingatlanválság után újra dinamikus növekedést mutat, az autentikus örökség csekély szerepe, a hiperrealista városok fenntarthatósága és a jól működő példa lemásolhatósága komoly kihívást jelent a jövőre nézve (a *dubajifikáció* már elkezdődött Kína, Azerbajdzsán turizmusában; MADY et al. 2011). A turisztikai termékkínálat a globális fogyasztói kultúra kiszolgálását célozza meg például a világrekordok folyamatos megdöntésével, a legek turistavonzó hatására alapozva és a határtalan fejlődést érzetet keltve. Itt található a világ legnagyobb bevásárlóközpontja, a Dubai Mall és az első mesterséges szigetre épült üdülőparadicsom, a Palm Dzsumeirah. Globális marketingtevékenységének hatására kialakult a tömegmédiában a Dubaj brand: „a legek legje”. A jóléti szimbólumok a gyarmati múltat és a versenyképes turisztikai adottságok hiányát ellensúlyozzák.

Az anyagi javak birtoklásának trendjére épül az élményszerű vásárlás, mint utazási motiváció (*retailtainment*; NADKARNI – HEYES 2016). Dubaj turizmusstratégiáját a turisztikai infrastruktúra rohamos fejlesztése (fontos nemzetközi tranzitrepterek) és a nemzetközi változásokra való gyors reakció jellemzi (pl. a tömegek által elérhető luxus kínálata 2008 után: *massclusivity*; MADY et al. 2011, STEPHENSON 2013). A globális vonzerő fejlesztése ugyanakkor globális problémákat is felvet, mint a helyi értékek megjelenésének hiánya vagy a növekedés újradefiniálásának az igénye (mennyiség helyett minőségi szempontok előtérbe kerülése) a fenntarthatóság okán (REMENYIK et al. 2021). Részben ezek orvoslására, részben a kínálat diverzifikálására új irányként jelent meg az Egyesült Arab Emírségek turizmusában a világhírű múzeumi franchise-ok (Abu-Dzabi: Louvre, Guggenheim) és az ökoturizmus (sajátos példája Dubajban az Al Maha Desert Resort & Spa; RYAN – STEWART 2009).

A stratégiai piacfelosztásban a kulturális keresleti szegmens Abu-Dzabinak jutott (a sportturisztikai pedig a szintén Öböl-menti Katarnak). 2017-ben nyílt meg nem csak az

Egyesült Arab Emírségek, hanem az egész arab világ első egyetemes múzeumaként az első, Franciaország határán kívül fekvő Louvre (arab területen a világ múzeumainak mindössze 0,1%-a található; TEA&AECOM 2024). Kulturális küldetése a nyitottság és a tolerancia képviselete, hiszen helyszíne egyfajta egyensúlyi pontként értelemezhető Európa, Afrika és Ázsia között. Ez a szerep tükröződik a gyűjteményi koncepcióban is: a legfeljebb két évre kölcsönzött franciaországi műtárgyak mellett az arab műtárgyak kiállításában. Az épület, mint kortárs építészeti jel-koncepció a Guggenheim-franchise-ok mellett itt is tetten érhető: a tervező világhírű francia Jean Nouvel. A Szaadíjat-szigeti Louvre egy múzeumi negyed első eleme (LOUVREABUDHABI.AE 2024). Ennek további része lesz a jelenleg – megcsúszt – kivitelezés alatt álló Guggenheim Múzeum (amelynek épületét a Bilbaóban már bizonyított Frank O. Gehry álmodta meg) és az uralkodócsaládról elnevezett Zayed Nemzeti Múzeum (a sztárepítész Norman Foster tervei alapján; guggenheim.org, 2024; fosterandpartners.com, 2024). A múzeumi negyedek pozitív urbanisztikai és nemzetközi turisztikai hatásával több tanulmány foglalkozik (pl. LAZZERETTI – CINTI 2009, TIEN 2010).

A Louvre költségvetése a 2007-es, 30 éves időtartamra kötött szerződésben tervezett 600 millió euró helyett végül közel másfél milliárdra nőtt, ennek jelentős részét teszi ki a névhasználati díj, a műtárgykölcsönzés és a know-how. Műkincsek ideiglenes bemutatásra a Louvre-on kívül más francia múzeumoktól is érkeznek (a nyitás évében 13 intézménytől; TURIZMUS.COM 2021). A párizsi Louvre minőségi márká a kultúrában, régóta a világ leglátogatottabb múzeuma (2023-ban 8,92 millió látogatót fogadott; TEA & AECOM 2024). Az imázs vonzereje a jól felépített marketinggel együtt meg is hozta az eredményét: az első évben egymillió látogatója volt az intézménynek, ennek 60%-a külföldi turista (főleg európai, észak-amerikai és kínai vendégek) és ez a nagyságrendet azóta is tartja (ARABIANBUSINESS.COM 2018, EMIRATES247.COM 2019, LOUVREABUDHABI.E 2024).

3. és 4. ábra: Abu-Dzabi 1974-ben és 2017-ben a Louvre Múzeummal



Forrás: thenational.ae és visitabudhabi.ae

Akárcsak a baszk példa esetében, Abu-Dzabiban is több attrakcióra épül a turizmus. Dubajban található a világ jelenlegi legmagasabb épülete, a 828 m magas Burdzs Kalifa, ami Armani luxushotellel és a világ legmagasabb panorámakilátójával várja a turistákat. A Zajed sejk nevét viselő nagymecset pedig a leglátogatottabb nemzetközi utazási portál, a TripAdvisor legnépszerűbb közel-keleti látnivalókat összegző oldalának élvonalában található (TRIPADVISOR.COM 2021). Az Egyesült Arab Emírségek fővárosa feltörekvő konferenciaturisztikai célpont, Dubaj után a második legtöbb nemzetközi rendezvényt fogadta a közel-keleti régióban 2023-ban (ICCA 2024).

4. Eredmények

Eredményeinket az 1. táblázat adatai szemléltetik, amelyben a két múzeumalapítás turisztikai hatásainak vizsgálatát lehetővé tevő indikátorokat jelenítettük meg. A rendelkezésre álló statisztikai adatok miatt desztinációként Baszkföldet, valamint az Abu-Dzabi Emírség egészét értelmeztük. Hosszabb távú látogatószám-elemzésre csak a baszk példa esetében volt lehetőség, mivel a Louvre Abu Dhabi 2017-ben nyitott, 2020-ban pedig szinte leállt a nemzetközi turizmus a koronavírus hatására (2023-ban 1,2 millió látogatót vonzott, 72%-ban külföldi turistákat). A desztináció vendégérkezéseinek változása ugyan nem feltétlenül kapcsolható egy új attrakcióhoz, de a vizsgált példák esetében a múzeumnyitással párhuzamosan nem történt más, hasonló volumenű turisztikai termékfejlesztés és egyéb, nagy vonzásintenzitású időszakos kínálati elem sem volt jelen (különösen olyan, ami a bilbaói növekedés mértékét indokolná). Bodnár szerzőtársaival (2017) a budapesti múzeumok turisztikai vonzereje kapcsán 4 tényezőt emelt ki Budapest vonatkozásában: elhelyezkedés, történelmi épület, általános (nem csoportspecifikus) tematika és interaktivitás. A vizsgált példák sajátosságából adódóan nem beszélhetünk történelmi épületekről, de a kortárs építészeti „jelek” vonzereje vetekszik azokéval. A gyűjtemény jellegénél fogva az interaktivitás nem feltétlenül kiemelt szempont példáink múzeumi interpretációjában, ezért azt a többféle bemutatási módszert és eszközt magában foglaló élményszerűséggel helyettesítettük az eredeti szemponthoz képest. A szempontrendszert kiegészítettük továbbá keresleti és a turisztikai kínálatra vonatkozó mutatókkal.

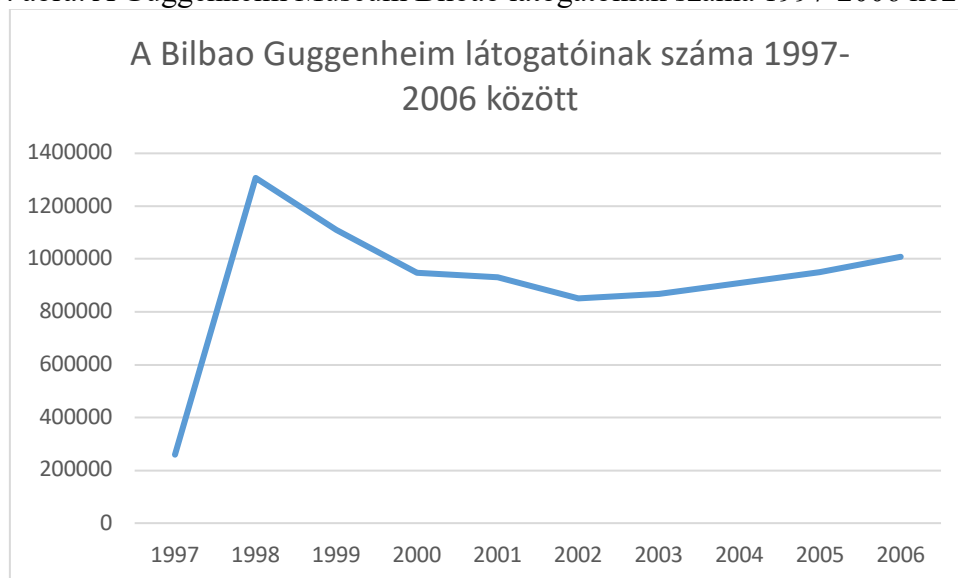
1. táblázat: A múzeumok turisztikai hatásvizsgálatának főbb indikátorai és szempontjai

	Guggenheim Museum Bilbao	Louvre Abu-Dzabi
Múzeumi látogatók átlagos éves száma a megnyitás óta	1,2- 1,3 millió fő	1 millió fő
Ebből átlagosan külföldi látogató	65%	60%
A nemzetközi érkezések számának változása a megnyitás utáni 1. évben az előző év viszonylatában	504,20%	4,0%
A nemzetközi érkezések számának változása a megnyitás utáni 2. évben az előző év viszonylatában	-27,4%	1,8%
A múzeumokhoz közvetlenül kapcsolódó turisztikai termékek keresleti aránya 2022-ben	19%: városlátogatás; 14%: kulturális programon aló részvétel	nincs adat
Központi elhelyezkedés	igen	igen
Emblematikus épület	igen	igen
Általános tematika	igen	igen
Élményfókuszú interpretáció	igen	igen

Forrás: PLAZA (2007), eustat.eus, tcaabudhabi.ae, JÁSZBERÉNYI et al. (2017), guggenheim-bilbao.eus és louvreabudhabi.ae alapján saját szerkesztés

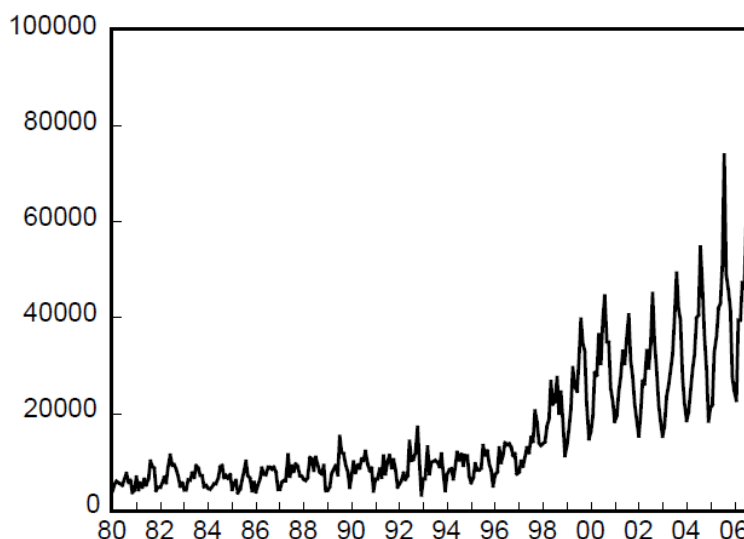
A táblázat jól szemlélteti, hogy alapvetően nemzetközi vonzásintenzitású kulturális intézményekről van szó. Bilbao múzeuma egyértelműen komoly turisztikai hatással bír hosszabb távon is, ahogy azt az alábbi két ábra mutatja.

5. ábra: A Guggenheim Museum Bilbao látogatóinak száma 1997-2006 között



Forrás: PLAZA (2007) alapján saját szerkesztés

6. ábra: Bizcaia tartomány beutazásainak száma 1980-2006 között



Forrás: PLAZA (2007) p. 6.

Mindkét múzeum teljesíti a múzeumok turisztikai attrakciókként való megjelenésének általános feltételeit, bár egyik esetben sem a helyi örökségre épülnek. Bilbaóban a spanyol főváros világhírű gyűjteményeivel való versengés is vélelmezhetően ösztönzője lehetett az alapításnak és a múzeum már említett baszk autonómia számos kulturális kifejeződésének egyik leghíresebb formája lett az elmúlt évtizedekben. Abu-Dzabiban az egykori gyarmat a gyarmatosítók magaskultúrája terén versenyez és dönt rekordot, eddig egyedülálló módon fizetve meg a világ leghíresebb múzeumi márkájának névhasználati jogát. A desztinációs marketingben mindkét intézmény kiemelt szerepet játszik. A politikai rendszer és a szociális jellemzők tükröződnek a létrehozás mikéntjében és a helyi társadalmi, gazdasági és környezeti hatásokban. A baszk példa közösségi építkezés által született meg és számos módon pozitívan befolyásolta a lakosság életminőségét. Abu-Dzabi esetében központi állami projektről van szó, ami meghatározóan egy gazdasági célú presztízsberuházás és a turizmus multiplikátor-hatása révén térülhet majd meg. Egyik múzeum sem tartópillére önmagában a desztinációk

turizmusának, mindkét példa tudatosan fejlesztette/fejleszti több, jól kapcsolható termékből álló kínálatát, valamint turisztikai infra- és szuprastruktúráját.

5. Következtetések

Bilbao és Abu-Dzabi vizsgált múzeumai – a szokásostól eltérő módon – elsősorban attrakcióként és nem kultúrákövetítés céljából épültek. E szerepükben sikeres működésük nem zárja ki az inkább identitásformáló és – szintén a szokásostól eltérően – kevésbé identitásőrző funkciójukat a helyi társadalomban. Egyértelmű hatásuk nem minden esetben igazolható a turizmus statisztikai adatokkal. Egyetértünk Kovács (2017) véleményével, aki a nemzetközi szakirodalom állásfoglalásait összegző munkájában inkább a „Bilbao-anomália”, mintsem a Bilbao-effektus kifejezés mellett érvel. Nincs sikerrecept a múzeumalapításra épülő turizmusra, így a modell-állítás sem lehetséges.

Kutatási kérdéseinkre az alábbi válaszok fogalmazhatók meg az eredmények alapján:

K1: Mennyiben erősítették a múzeumalapítások és mennyiben egyéb tényezők az elemzett példák nemzetközi turisztikai pozícióját?

Bilbao esetében a múzeum már meglévő, illetve párhuzamosan fejlesztett turisztikai attrakciókkal, termékekkel együtt, Abu-Dzabi esetében egy jelenleg is zajló komplex fejlesztés részeként eleme a múzeum a vonzerőnek és a desztinációs brandnek. A múzeumok mindkét esetben ösztönzői, de korántsem egyedüli ösztönzői voltak a desztinációk által a nemzetközi turizmusban betöltött piaci pozíció erősödésének.

K2: Milyen hasonlóságok és különbségek lelhetők fel a vizsgált desztinációk múzeumalapításaiban?

A két példa közti hasonlóság a nem helyi örökségre épülő, nemzetközi múzeumi márkák (franchise-ok) használata, a városképben meghatározó, ikonikus kortárs múzeumi épületek létrehozásával. A különbségek közé sorolható a baszk Guggenheim-projekt komplex városrehabilitációba ékelődése, valamint a helyi életminőségben játszott szerepének fontossága, szemben az Abu-Dzabiban épülő új kulturális városnegyed ékkövével, a dubajifikáció kulturális változata során, meghatározóan gazdasági céllal született Louvre-ral.

Az eredményeink alapján megállapítottuk, hogy a jelenkori múzeumalapítás a turisztikai infra- és szuprastruktúra kialakításával együtt sem elégséges feltétele önmagában egy nemzetközi vonzásintenzitású turisztikai desztináció fejlesztésének. A múzeumi márkák általi imázsteremtés hatékony módszer lehet a posztindusztriális/posztkoloniális turisztikai desztinációk piacra vitelében. Nem beszélhetünk Bilbao-effektusról turisztikai értelemben, azonban bizonyos történelmi, társadalmi és gazdasági sajátosságokból fakadóan a nemzetközi múzeumi márkáknak kiemelkedő hatása lehet egy desztináció kulturális turisztikai pozicionálásában. Így a célkitűzésben felvetett modell-állítás lehetősége nem releváns.

6. Összegzés

Mindkét desztináció bemutatott múzeumalapításában közös, hogy nem a saját örökség bemutatása, hanem új imázs teremtésének szándéka vezérelte, ami jól működő nemzetközi kulturális márkák névhasználati jogának (részben gyűjteményének) megvételén alapult és hamar nemzetközi vonzásintenzitású attrakcióvá vált. A példák hatásosan szemléltetik, hogy igen eltérő történelemmel és kultúrával bíró, különböző politikai rendszerek által meghatározott területeken a kulturális turizmus gazdaságserkentő szerepe mellett az autonóm identitás interpretációjának és a posztkolonialista történelem-, identitás és mítoszteremtésnek, illetve bemutatásnak egyaránt sikeres eszköze lehet. Tanulmányunkban szándékunk volt rámutatni a kulturális gazdaság és a turizmus kölcsönhatásaira, valamint állást foglalni a Bilbao-effektus kritikája mellett a jelenkori múzeumalapítás, mint nemzetközi attrakcióteremtés feltételeinek vizsgálatán keresztül. A téma számos további kutatási lehetőséget rejt magában a múzeumok

mélyebb hatásvizsgálata kapcsán a turizmusban, akár jelenleg zajló a budapesti Liget Projekt turisztikai lehetőségei kapcsán.

Irodalomjegyzék

ADRIÁNY CS. – HALMOS GY. – HORVÁTH V. – KANIZSAI-NAGY D. – KEDVES CS., NAGY J. – SIGMOND E. (2023): 10 hónap – 10 kihívás. Egy városi szintű integrált turisztikai szolgáltatásfejlesztési modell a gyakorlatban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8(1), 10.15170/TVT.2023.08.01.01

AJANA, B. (2015): Branding, legitimation and the power of museums: The case of the Louvre Abu Dhabi. *Museum & Society*, 13(3), 316-335. <https://doi.org/10.29311/mas.v13i3.333>

BERKI, M. – CSAPÓ, J. (2006): Comparative Analysis of Competitiveness in the Major Cultural Cities of Hungary. In: Aubert, A. & Tóth, J. (szerk.) *Stadt und Region Pécs: Beiträge zur angewandten Stadt- und Wirtschaftsgeographie*. Bayreuth, Németország: Universität Bayreuth, Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung, 49-65.

BERKI, M. – CSAPÓ, J. (2008): The geographical basis for the development of thematic routes. In: Lóczy, D., Tóth, J. & Trócsányi, A. (szerk.) *Progress in Geography in the European Capital of Culture 2010*. Pécs, Magyarország: Imedias Kiadó, 173-183.

BODNÁR D. – JÁSZBERÉNYI M. – ÁSVÁNYI K. (2017): Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban. *Turizmus Bulletin*. XVII(1-2) 45-55. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/3495/1/TurizmusBulletin_20180102p45.pdf

DE MAN, A. (2020): Advances In Cultural Tourism: Two Examples From The Emirate Of Abu Dhabi (UAE). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 31(3), 1027–1033. <https://doi.org/10.30892/gtg.31314-537>

ELDEAN, R. S. (2021): The Role of Contemporary Universal Museums in Establishing a Dialogue Between Different Cultures: Louvre-Abu Dhabi Museum as an Example in the Arab World. *Journal Of Tourism Research*, 26, 66-86. https://jotr.eu/pdf_files/V26.pdf#page=66 (olvasva: 2024.05.02.)

GRINCHEVA, N. (2019): Glocal diplomacy of Louvre Abu Dhabi: museum diplomacy on the cross-roads of local, national and global ambitions. *Museum Management and Curatorship*, 35(1), 89-105. <https://doi.org/10.1080/09647775.2019.1683883>

GYŐRI SZABÓ R. (2010): A baszk identitás és a futball. *Régió*, 2010(2), 78-112. http://epa.oszk.hu/00000/00036/00078/pdf/Regio_2010_02_078-112.pdf (olvasva: 2021.05.02.)

ICCA (2024): *ICCA Business Analytics 2023. Country & City Rankings*. https://www.slovenia-convention.com/wp-content/uploads/ICCA-Rankings-2023_080524.pdf (olvasva: 2024.08.20.)

KOVÁCS D. (2017): Csodák, receptek, anomáliák. Bilbao, Berlin és Párizs hatása múzeum és építészet viszonyára. *Múzeumcafé*, 58, pp. 89-128.

LAZZERETTI, L. – CINTI, T. (2009): Governance-specific Factors and Cultural Clusters: The Case of the Museum Clusters in Florence. *Creative Industries Journal*, 2(1), 19-35. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1386/cij.2.1.19/1?src=recsys> (olvasva: 2019.10.02.)

MADY, T. – CHERRIER, D. LEE. – RAHMAN, K. (2011): Can sentiment towards advertising explain materialism and vanity in the globalisation era? Evidence of Dubai. *Journal of Global Marketing*, 24(5), 453-472. doi:10.1080/08911762.2011.634328

NADKARNI, S. – HEYES, A. (2016): Luxury consumption in tourism: The case of Dubai. *Research in Hospitality Management*, 6(2), 213-217. 10.1080/22243534.2016.1253293

PATTERSON, M. (2022): Revitalization, transformation and the ‘Bilbao effect’: testing the local area impact of iconic architectural developments in North America, 2000–2009. *European Planning Studies*, 30(1), 32-49. <https://doi.org/10.1080/09654313.2020.1863341>

PIKÓ H. (2016): Két mozgalom – egy szemüveg: a korzikai és a baszk elszakadási törekvések összehasonlító elemzése. *Nemzet és Biztonság*, 2016(4), 15-29. http://www.nemzetesbiztonsag.hu/cikkek/nb_2016_4_04_piko_henrietta_-_ket_mozgalom-egy_szemuveg_korzikai_es_baszk_elszakadasi_torekvesek_osszehasonlitas.pdf (olvasva: 2021.05.02.)

PLÖGER, J. (2007): *Bilbao City Report*. [http://eprints.lse.ac.uk/3624/1/Bilbao_city_report_\(final\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/3624/1/Bilbao_city_report_(final).pdf) (olvasva 2021. 04.26.)

REMENYIK, B. – BARCZA, A. – CSAPÓ, J. – SZABÓ, B. – FODOR, GY. – DÁVID, L. D. (2021): Overtourism in Budapest: Analysis of spatial process and suggested solutions. *Regional Statistics*, 11(3) 179-197.

RYAN, C. – STEWART, M. (2009): Eco-tourism and luxury – The case of Al Maha, Dubai. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 287-301. <https://doi.org/10.1080/09669580802366587>

STEPHENSON, M. L. (2013): Tourism, development and „destination Dubai”: Cultural dilemmas ad future challenges”. *Current Issues in Tourism*, 17(8), 723-738. doi: 10.1080/13683500.2012.754411

SZALAI, M. (2013): Az Öböl-menti politikai rendszerek legfontosabb kihívásai a XXI század elején. *MKI-tanulmányok*
https://kki.hu/assets/upload/Archevum_MKI_2013_Tanulmanyok_2013_10_Az_ebel_menti_politikai_r_.pdf (olvasva: 2021.05.02.)

TEA & AECOM (2024): *Theme Park and Museum Index 2023*. <https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2023.pdf> (olvasva: 2024.08.20.)

TIEN, C. C. (2010): The formation and impact of museum clusters: two case studies in Taiwan. *Museum Management and Curatorship*, 25(1), pp. 69-85. doi:10.1080/09647770903529434

TÓTH N. (2007): Az autonóm pártrendszerek. *Politikatudományi Szemle*, XVI(3), 89-109. http://www.poltudszemle.hu/szamok/2007_3szam/2007_3_toth.pdf (olvasva 2021. 05.02.)

UNWTO (2020): *International Tourism Highlights 2019*. doi: 0.18111/9789284421152 (olvasva: 2021.05.02.)

Egyéb források

<https://www.arabianbusiness.com/arts/407737-louvre-abu-dhabi-visitor-numbers-exceed-1-million-in-first-year> (olvasva: 2021.05.03.)

https://www.bilbaoturismo.net/servlet/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadername2=Pragma&blobheadervalue1=filename%3D859%5C181%5CDatos_Generales.pdf&blobheadervalue2=cache&blobkey=id&blobnocache=false&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1369155099548&ssbinary=true (olvasva: 2021.05.03.)

<https://bilbaohiria.com/en/bilbao/Bilbao-stands-out-in-tourism-above-all-of-Bizkaia/> (olvasva: 2024.08.20.)

<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/regional-innovation-monitor/base-profile/basque-country> (olvasva: 2021.05.02.)

<https://www.emirates247.com/news/emirates/louvre-abu-dhabi-welcomes-two-million-visitors-since-opening-2019-11-12-1.690670> (olvasva: 2021.05.03.)

https://en.eustat.eus/bankupx/pxweb/en/DB/-/PX_132614_fe_mti_a_01.px (olvasva: 2021.05.03.)

https://en.eustat.eus/estadisticas/tema_1000/opt_0/tipo_1/ti_tourist-profile/temas.html (olvasva 2024. 05.03)

<https://www.fosterandpartners.com/projects/zayed-national-museum> (olvasva 2021. 05.03)

<https://www.guggenheim.org/> (olvasva: 2024.05.03.)

<https://www.guggenheim-bilbao.eus/> (olvasva: 2021.05.03.)

<https://guide.michelin.com/en/es/pais-vasco/restaurants> (olvasva: 2024.08.20.)

<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (olvasva: 2022.10.13.)

<https://www.louvreabudhabi.ae> (olvasva: 2024.05.03.)

<https://www.louvreabudhabi.ae/-/media/documents-2024/press-release--lad-2023-visitation-en.pdf?rev=5b15ef097b2b479ca43e42d973ffe982> (olvasva: 2024.08.20.)

<https://www.mediaoffice.abudhabi/en/tourism/department-of-culture-and-tourism-abu-dhabi-to-deliver-tourism-strategy-2030-to-ensure-emirates-sustainable-growth-as-global-tourism-destination/> (olvasva: 2024.08.20.)

<https://www.origo.hu/nagyvilag/20170930-baszkok-tuntettek-bilbao-utcain-a-katalan-nepszavazast-tamogatva.html> (olvasva: 2021.05.02.)

<https://www.statista.com/statistics/781335/annual-number-of-visitors-in-the-museum-guggenheim-in-bilbao/> (olvasva: 2024.08.20.)

<https://www.thenational.ae/uae/heritage/the-good-old-days-facebook-group-chronicles-evolution-of-abu-dhabi-through-its-residents-1.773065#1> olvasva: 2021.05.05.)

<https://www.tripadvisor.com/> (olvasva: 2024.05.03.)

<https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/megnyilt-a-louvre-abu-dhabi-1154598> (olvasva: 2021.04.26.)

<https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (olvasva: 2024.08.20.)

<https://visitabudhabi.ae/en/what-to-see/historical-and-cultural-attractions/louvre-abu-dhabi> (olvasva: 2021.05.05.)

<https://www.worldometers.info/gdp/gdp-per-capita/> (olvasva: 2024.08.20.)

ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tab1/tgs00005.html (olvasva 2024.05.05.)

AZ INTERPRETÁCIÓ JELLEMZŐI ÉS SZEREPE AZ ÖRÖKSÉGTURIZMUSBAN KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ ÉPÍTETT ÖRÖKSÉGI HELYSZÍNEKRE

¹Gászné Bősz Bernadett

¹PhD-hallgató, PTE TTK Földtudományi Doktori Iskola / szakmai vezető, Pécsváradi vár;
gasz.bernadett@gmail.com

DOI: 10.15170/terinno.2024.17.01.04

Absztrakt

A műemlékek, örökségi helyszínek közös múltunk részei. Valójában akkor lesznek az egyén szintjén is érzékelhető közös múlttá, ha használhatja, megismerheti és értékelheti azokat. A használat, hasznosítás egyik módja az örökségturizmus. Az örökségturizmus legfontosabb kihívása a múlt hiteles rekonstrukciója a jelenben. A turista számára a történelemben a hétköznapi ember érdekes, akivel azonosulni tud: kik és hogyan éltek egykor a történelmi falak, ma már nem használt eszközök, mára megszűnt gazdasági-társadalmi körülmények között. Mindeközben pedig a legfontosabb számára, hogy ő maga mit élhet meg ma a látogatás közben ugyanitt. Az eredetiség kapcsolja össze a történelmi épületeket és az örökségturistákat. A látogatói döntésben az élmény a kulcsszó. A történelmi környezet magas élményígérettel bír, kiváló kulisszája az élményszerű interpretációnak.

A kutatásoknak és kreatív üzemeltetőknek köszönhetően számos interpretációs eszköz áll rendelkezésre, hogy az örökségi helyszínek megfeleljenek ennek a kihívásnak, azaz hiteles információkat és egyúttal a vendégkompetens élményszolgáltatásokat kínáljanak. A vonzerő által nyújtott élményt fokozó szolgáltatások fejlesztése a kultúrához köthető, előnyt biztosító versenyképességi tényező. Ugyanakkor a jó tapasztalatok erősítik az örökségi elem fontosságát és értékét, ennek következtében a látogató maga is érdekeltté válik a megőrzésében. A megfelelő interpretáció tehát tartósan megalapozza a fenntarthatóságot.

A tanulmány a hatékony interpretáció jellemzőit és hatását vizsgálja – elsősorban – épített örökségi helyszínek vonatkozásában.

Kulcsszavak: interpretáció, örökségturizmus, épített örökségi helyszínek

THE CHARACTERISTICS AND SIGNIFICANCE OF INTERPRETATION IN HERITAGE TOURISM, WITH A SPECIAL FOCUS ON BUILT HERITAGE SITES

Abstract

Monuments and heritage sites are integral parts of our shared past. They truly become a shared past, perceptible at the individual level, when people can use, learn about, and appreciate them. One way of utilizing and valuing these sites is through heritage tourism. The primary challenge of heritage tourism is the authentic reconstruction of the past in the present. For tourists, history becomes engaging through the lens of ordinary people with whom they can identify: how they once lived within historic walls, using tools that are no longer in use, and under socio-economic conditions that have since vanished. However, the most important aspect for tourists is what they themselves can experience today while visiting these sites. Authenticity is the bridge connecting historic buildings with heritage tourists. Experience is the key factor in the visitor's decision-making process. Historic environments offer a high promise of experience, providing an excellent setting for experiential interpretation.

Owing to the efforts of researchers and creative operators, a variety of interpretive tools are available to ensure that heritage sites rise to the challenge of offering authentic information while providing guest-focused experiential services. The development of experience-enhancing services tied to cultural attractions is a competitive advantage. Moreover, positive experiences reinforce the importance and value of heritage elements, thereby encouraging visitors to take an interest in their preservation. Effective interpretation, therefore, lays a solid foundation for sustainability.

This study examines the characteristics and impact of effective interpretation, with a particular focus on built heritage sites.

Keywords: interpretation, heritage tourism, built heritage sites

1. Kulturális turizmus – örökségturizmus

A kulturális turizmus napjaink legdinamikusabban fejlődő turisztikai terméke (BERKI – CSAPÓ 2006). Az elitfogyasztással jellemezhető klasszikus, majd a demokratizálódással, a kulturális ipar létrejöttével és az attrakciófejlesztésekkel kialakuló kulturális tömegturizmus korszaka után jelenleg a kulturális turizmus 3.0 szakaszában járunk, amelyet a fenntartható, minőségi és alternatív jelzőkkel illetnek, kulcsszavai pedig az értékteremtés, fragmentálódás és a mindennapi élet bevonása. Kiemelkedő szerepe van az identitásban, a társadalmi kohézióban és a kreativitás fejlesztésében (SACCO – FERILLI – BLESSI 2016, RICHARDS 2016, 2020). A terméket erősíti, hogy elsősorban a COVID-19, majd az energiaválság és a háborús fenyegetettség hatására felértékelődnek a hazai értékek, a közeli, biztonságos, mert ismerős helyek és minden olyan tapasztalat, amely a környezeti tényezőkből eredő belső, személyes bizonytalanságot szorongást oldja. Mindezzel párhuzamosan a változó, mindinkább szolgáltatónak váló múzeumok esetében is kiemelt prioritás – a kulturális örökség megőrzése mellett – a kulturális turizmus fejlesztése (MAKRANCZI 2021).

A kulturális turizmus összetettsége miatt termékcsoporthozként fogható fel, amelynek egyik terméke az örökségturizmus. A globális kulturális standardizáció ellentrendjeként a helyi különlegességek, egyedi értékek, lokális hagyományok iránti megerősödő keresletre épül. Az érdeklődés lehet kulturális-intellektuális jellegű, azaz más kultúrák és tájak megismerésének vágya, lehet az önmeghatározást, a hovatartozást megerősítő-tisztázó igényű, vagy lehet nosztalgia-vezérelt. Húzó (pull) motivációk, mint valami új – helyszín, kultúra, történelem stb. – megismerése, illetve ösztönző (push) motivációk, mint elszakadás a mindennapoktól, a jelentől egyaránt jellemezhetik (CSAPÓ – MATESZ 2007, CSURGÓ 2014, GONDA 2016, HUSZ 2016). Az örökségturista célja a hagyomány, eredetiség, hitelesség személyes megtapasztalása, mindeközben élmény szerzése. Mindenki örökségturistává válik, amint egy örökségi helyszínen tartózkodik, és fizetett szolgáltatásokat vesz igénybe (HUSZ 2016).

1.1. Örökség

Az örökség a közös múlt része – egy nemzet, egy régió, egy település, egy közösség stb. múltjának és identitásának meghatározó eleme. Am csakis akkor lesz az egyén szintjén is érzékelhető közös múlttá, ha használhatja, megismerheti és értékelheti.

Alapvetően „minden örökség, vagy legalábbis alkalmas arra, hogy azzá váljék” (HARTOG 2000: 16 idézi JAKAB – VAJDA 2023). Az örökségesítés a kommunikációban válik hozzáférhetővé.

A használat, hasznosítás és egyúttal a kommunikáció egyik módja az örökségturizmus. Az örökségturizmus legfontosabb kihívása a múlt hiteles rekonstrukciója a jelenben (GONDA 2016). A látogatói döntésben az élmény a kulcsszó: a turista arra kíváncsi, hogy ő maga ma mit élhet meg a történelmi falak között. A sikeres termék záloga a többféle szükségletre reflektáló élményígéret és számos vonzerőre épülő, széles élményszolgáltatás – amely nem téveszti szem elől az örökségvédelmi szempontokat (GÁSZNÉ 2019). A megvásárolt termék valójában egy élményígéret, amit az attrakció saját ígéretei (hirdetések, szlogen, arcukat) és egyéb források (család, barátok; hirdetések; közösségi média; blogok stb.) egyaránt formálnak. A megvalósulásban a turista személyes részvétele elengedhetetlen, ám az élmény minél intenzívebb kiváltása a turisztikai attrakció üzemeltetőinek feladata. Ha a látogató valóban részesül az élményben, akkor elégedetten távozik, esetleg a visszatérés szándékával, jó hírét terjesztve az örökségi helyszíneknek (ZÁTORI 2014, HUSZ 2016).

Az örökség értelmezésében négy szereplőt azonosíthatunk: az örökség, ami nem konstans, hanem a látogatók, a helyi közösség és az interpretációt végző szakember közös gondolkodásának és együttműködésének eredménye, ennek megfelelően változó. Mivel korban, térben, előismeretben, mentalitásban stb. változó emberi tényezőktől függ, ma már kevésbé tekintjük az örökségi helyszíneken képződő értékeket elsajátítandó tudásnak, adatoknak

alapuló szellemi tartalomnak, hanem komoly hangsúlyt kerül az érzelmekre, a kiváltott élményre (HÜBNER 2023). Az örökségi terméket az attrakció jellege, a menedzsment célkitűzései, a foglalkoztatottak szakmai felkészültsége, a választott interpretáció mikéntje teszi egyedivé és sajátossá.

1.2. Műemlékek turisztikai hasznosítása

A műemlékek többnyire elveszítették eredeti funkciójukat. Kiüresedve – a szó szoros és átvitt értelmében is – mind örökségvédelmi, mind településképi, mind gazdasági szempontból problémát jelentenek. Egyik lehetséges megoldás a turisztikai hasznosításuk (KATONA 2021, VARGÁNÉ – DÁVID 2023).

A műemlékeket „a műemléki értékéhez, jellegéhez, történelmi jelentőségéhez méltóan, a védett értékek veszélyeztetését kizáró módon kell használni, illetve hasznosítani.” (68/2018. Korm.r. 43. § (1)). A kulturális örökség védelméről szóló törvény, illetve kormányrendelet előírja a tudományos és helyszíni kutatásokon alapuló restaurátori módszerekkel történő konzerválást, esztétikai helyreállítást. A látogató azonban többet vár el egy hiteles műemléki helyreállítástól: tegye láthatóvá az objektum történeti, esztétikai és etikai értékeit, valamint érzelmileg átélhetőként fejezze ki azt a történelmi korszakot, amikor készült - akár lényeges beavatkozás árán is (HUSZ 2016). A műemlékfelújítással még nem válik a történelmi épület sem a megélt közös múlt részévé, sem turisztikai attrakcióvá. Előbbihez az szükséges, hogy élettel teljék meg, hogy használják. A használat által megismerik, megértik és megőrzésre méltónak tekintik. A használat jó eszköze az utóbbivá, azaz turisztikai attrakcióvá fejlesztés. Attrakcióvá, amely látogatható; izgalmas tematikájával és vonzó tartalmával széles közönség számára érdekes; alkalmas programok lebonyolítására; minőségi szolgáltatások kapcsolódnak hozzá; a piacon értékesíthető (MÉSZÁROS 2020).

Adott műemlék egyedi turisztikai profiljának kialakítása, az örökséghelyszín eredeti funkciójának bemutatása, az élményszerű látogatás és a turistafogadás feltételeinek, szolgáltatáskínálatának megteremtése számos kompromisszummal jár. A központi kérdés: hogyan lehet szélesebb tömegeknek szakmailag bemutatni, kézzelfoghatóvá tenni a múlt történéseit, emlékeit, mindeközben fenntartható módon biztosítani a bemutatás lényegét jelentő épületek védelmét? A hazai műemlékvédelem az egyszerű állagmegóvástól az örökségek eredeti módon történő teljes rekonstrukciójáig jutott el a közelmúltban. A szemléletváltozást a szakmai érvek mellett jelentősen a kereslet igénye indukálta. A régmúltból fennmaradt falak önmagukban már nem adhatók el, pusztán szakmai tartalommal való feltöltésük sem elég. A látogató a történelem részesévé akar válni, időutazásra készül (BERECZ – KISS – CSILLAG 2017). A jelen turisztikai terébe integrált múlt tér- és idősíkjai közötti élményszerű és hiteles átjárhatóságot az interpretáció biztosítja.

2. Az interpretáció

2.1. Értelmezési felfogások

A szó alapvető jelentése: értelmezés, magyarázat, előadás. A művészetben az egyes művek megértését jelenti: egy műalkotás kritikusi, tudományos vagy - legtágabb értelemben - befogadói értelmezését. A turizmus a muzeológiához hasonlóan a fogalmat, mint *értelmezésen alapuló bemutatást* használja. A terminus a 1970-es évek elején jelent meg a kultúratudományokban. A „kultúra, mint szöveg” alapmetafora a nézői helyett az olvasói szerepkört állította előtérbe. Ez hatással volt a tekintélyelvű beszédmód átalakítására, amely oda vezetett, hogy a kulturális intézményekben, mindenekelőtt a múzeumokban már nemcsak a nagy történeteknek volt helye, hanem kérdéseknek, kétségeknek, szubjektív olvasatoknak (FRAZON – SZAKÁCS 2012, FRAZON 2012). Az interpretáció egyik kimondott célja éppen a sokféle személyes vélemény létrejötte.

Az interpretáció *kommunikáció*: információ-áramlási folyamat. Az interpretátor az üzenet küldője, a látogató az üzenet fogadója, míg az alkalmazott eszközök az információátviteli csatornát testesítik meg (RÁTZ 2011). Az örökségi helyszínek, a műemlékek, a bennük lévő tárgyak sok esetben olyan üzeneteket, információkat is kínálnak, amelyeket primer megjelenési formájukban nem tudnak közvetíteni. Ennek oka lehet a fogadó oldalon a megfelelő tudás vagy képesség hiánya, az „ismeretlen nyelv”, vagy csupán a figyelmetlenség; illetve a küldő oldalán a kontextus hiányosság vagy a figyelem, az érdeklődés felkeltésének elmaradása. Itt válik szükségessé a *kommunikációt segítő interpretáció*. A 21. század emberének ingerküszöbe az állandó információ-dömping miatt nagyon magas. A sok és folyamatos információból ki kell ugrani annak, amit be akarunk fogadtatni. Legyen több, legyen más, legyen „hangosabb” – az interpretáció segítségével (KRISTON-BORDI 2016, BIRKÁS 2015).

Az interpretáció *bemutatósi mód*: az elrendezés alakítja az értelmezést, ez az attrakció elsődleges kommunikációs eszköze, alapvetően meghatározza a befogadás lehetőségeit (ERŐSS 2012). Beleértjük a műemlék fizikai megjelenését, állapotát, a különböző funkciók elrendezését, a téralakítást, az installációs designt, az információk közzétételének vizuális és tartalmi jellemzőit – mindazt a környezetet, amelyben és amely által a tárgyak és maga a műemlék a közönség elé kerülnek.

Ha a turizmus a műemléki bemutatás egyik formája, amely a műemléki felújításra építkezve megteremt a térélményt, valamint értelmezi a látványt, akkor ilyen értelemben az interpretáció a turizmus eszköze ahhoz, hogy a fizikai kiszolgálás funkcióinak megteremtésével együtt a *műemléket turisztikai terméké változtassa* (MÉSZÁROS 2020). Vagyis az interpretáció egy multidiszciplináris folyamat, művészet, tudomány és módszertan összessége, amelyek az attrakció bemutatásáért, kézzelfoghatóságáért működnek együtt.

Az interpretáció *informáláson alapuló felfedezés*. Fő célja nem az irányítás, hanem a provokálás és az inspirálás. A jó interpretáció szórakoztató, tartalmas, és beazonosítható téma köré épül. Az innovatív, multiszenzoros és interdiszciplináris bemutatás az élményszolgáltatás alapja. Egy attrakció leghatékonyabban történetek segítségével válik megélhetővé, mert az interpretatív történetek a bevonódás lehetőségét teremtik meg. Az élménybevonódás az élmény emlékezetességét, az emlékeztetést alapozza meg. Az emlékeztetéses élmények pedig visszatérésre sarkallnak és erősítik a pozitív szájpropagandát (PUCZKÓ – RÁTZ 2017, ZÁTORI 2018).

Az interpretáció elsődleges célja a *látogatás élménnyé alakítása*. Ahhoz, hogy ez a cél megvalósulhasson, át kell gondolni az attrakció alapvető üzenetét, mondanivalóját, majd témacsoportokra kell bontani. Az egyes témákhoz hozzá kell rendelni mindazon módszereket és eszközöket, amelyek segítségével a látogató számára befogadhatóvá válik az attrakció üzenete (RÁTZ 2011). Mindez sejteti, hogy az interpretáció *befolyásolás*, a látogatók élménydús befolyásolása az örökség működtetőinek céljai szerint (HUSZ 2016).

Kiemelt cél lehet példának okáért az oktatás. Így az interpretáció tudatosan felépített, élményalapú *tanulási módszerként* is definiálható, amely múzeumokban és örökség-helyszíneken valósul meg. Részben kimondottan oktatási célt szolgál (múzeumpedagógia, múzeumandragógia); részben a fesztiválok alapja vagy színesítője, amellyel széles nagyközönség érhető el (gyakran katonai vagy civil hagyományőrző csoportok, egyesületek segítségével) (KÁLDY 2010).

A befolyásolás, mint szándék a tartalmi lényege az interpretáció *folyamatként* való felfogásának. Olyan művelet, amelynek során a látogatók megfigyelnek, ismereteket szereznek, tapasztalnak és inspirálttá válnak. Akkor hatékony, ha a látvány ismertetése reakciót, érzelmeket és/vagy valamilyen tevékenységet vált ki a résztvevőkből – az attrakcióval, annak üzentével, témájával kompatibilis, a menedzsment által az interpretációs folyamatban *megcélzott reakciót* (PUCZKÓ – RÁTZ 2017).

Ez a felfogás közelít az interpretáció *oktatási tevékenység*ként való értelmezéséhez, amely a természeti és kulturális erőforrások feltárását és bemutatását tekinti céljának. A legkülönbözőbb kommunikációs eszközök, látványelemek, multiszenzoros hatások, multimédiás berendezések stb. használatán keresztül segíti a megértést, javítja az értékek iránti megbecsülést. Felhasználja az érzékelés, észlelés, emlékezet, képzelet, gondolkodás és tanulás folyamatainak lehetőségeit, az emberközeli bemutatást, a látogató személyes történetével való párhuzamot. Eredményeképpen az attrakció megőrzése a látogató számára is fontossá válik: *Bemutatáson keresztül megértés, megértésen keresztül tisztelet, tiszteleten keresztül védelem* (PUCZKÓ – RÁTZ 2017, TOMBÁCZNÉ – SZABÓNÉ 2016).

Fontos felhívni a figyelmet az interpretációt kidolgozók és lebonyolítók felelősségére, a megalapozott szakmai munka szükségességére: a vendég úgy véli (véelheti), hogy amit lát, az tökéletes másolata az adott kornak vagy eseménynek! A hitelesség elvárt a bemutatott örökségem, az épített-megformált környezet, az interpretáció módja és minősége, az átélt élmény és a hazavitt emlékek vonatkozásában egyaránt. Emlékeztetnénk arra is, hogy az interpretáció négy szereplős folyamat, nem végeredmény!

Végezetül hangsúlyozzuk: *bármely interpretáció akkor jó, ha élvezetes.*

2.2. A sikeres interpretáció hatása és használata

Kétségtelen, hogy a megfelelő interpretáció (módszer, tematika, eszközök, időtartam stb. vonatkozásában) kialakítása nagyon komoly munka, több tudományterület és szakma összehangolt együttműködését, kiterjedt partneri kör bevonását kívánja. Hosszadalmas és költséges folyamat. Kritikus pontja a megfelelő interpretátorok, a humán erő rendelkezésre állása. A következőkben amellest érvelünk, hogy mégis érdemes kiemelten foglalkozni vele.

A megfelelő interpretáció *fokozza a látogatói részvételt*: „Az interpretációs vezetők mindig a fejhez, a szívhez és a kézhez szólnak.” (LUDWIG 2014:12) Az interpretáció személyre szabott, akár a konkrét szituációban is a látogatók tényleges igényeihez alakítható tartalom, szint, időtartam, nyelvezet stb. tekintetében. Az információátadás széles eszköztárával (verbális, vizuális, digitális stb.) dolgozva erős érzelmeket vált ki és fokozza a vágyat, hogy még többet tudjanak meg (HUTH 2010). Ennek a hatásnak köszönhető, hogy az interpretáció „*életre kelti*” a műemléket. A bevonás, az innovatív, multiszenzoros, vendégközpontú bemutatás segít abban, hogy a látogatók elmerüljenek a múltbeli idő- és térsík(ok)ba.

A jó interpretáció feltétlenül lokálisan beágyazott: megtalálja és *közvetíti a saját történetét*, ami megfogható a bemutatott helyi legendákban, a történelmi tényeket színesítő mesékben, valamint a személyes bánásmódban. Ez utóbbi az adott attrakcióra jellemző kínálat, kommunikációs mód, térformálás stb. összessége. Mindezek célja, hogy pozitív asszociációkat teremtsen és hozzájáruljon a „*jó hely*”-ítélet kialakulásához. Azaz olyan társadalmilag determinált pozitív térérték kapcsolódjon az attrakcióhoz, amelynek következtében nem csupán tényleges mivoltában, hanem a róla alkotott vélemények figyelembevételével válik látogatottá (MICHALKÓ 2010, RÁTZ – MICHALKÓ 2023).

Az egyedi, jó esetben unikális és kreatív interpretáció *beazonosíthatóvá tesz*, az egyértelmű felismerhetőséget szolgálja, ami versenyelőnyt jelent a telített piacon. Az attrakció brand-építésének és marketingkommunikációjának is remek alapja lehet az interpretációval megalkotott „*helyi világ*”. Az egységes arculatot támogatja, ha valamennyi kommunikációs felületről ugyanazok a szereplők, kor, ruha vagy egyéb kellékek, beszédstílus, hangulat köszönnek vissza (HUTH 2010). Ugyanakkor a megfelelő interpretáció segít megalapozni a térség attrakcióinak együttműködését azzal, hogy kiemeli, fókuszba helyezi azokat a kulcstényezőket, amelyek a konkrét attrakciókra és a helyre specifikusan jellemzőek. Ezekre építve akár tényleges tematikus úttá is fejleszthető az egyes vonzerők kooperációja, ami számos előnyt kínál a térség szolgáltatóinak és általában a lakosságnak (BERKI – CSAPÓ 2008).

A *helyhez kötöttség* másik aspektusa a helyiek bevonásában mutatkozik meg: erős interpretáció a szakmai megalapozottság mellett nem tekinthet el a helyi közösségben élő (kulturális) örökség feltérképezésétől és felhasználásától sem. A szellemi kulturális örökség hagyományos és élő egyszerre; nem statikus, hanem generációról generációra való átöröklés során kialakuló és létező tudás. A közösség a környezetre és a történelemre adott válaszként állandóan újratermi – az identitás és a folytonosság érzését nyújtja számukra (CSONKA –TAKÁCS – KÁLDY 2010). A helyiek ugyanakkor nemcsak az interpretáció megalapozásban, de stabil látogatókörként is kiemelt jelentőséggel bírnak az üzemeltetés szempontjából. Az is fontos, hogy értsék és támogassák az örökség turisztikai hasznosítását. A jó interpretáció *pozitív hatást gyakorol helyi közösségre*: gazdasági haszonnal jár (munkalehetőség; bevétel, javuló infrastruktúra stb.), illetve a közösség megerősödését, a lokális identitás kialakulását is szolgálja a büszkeség, a növekvő öntudat által (REMENYIK et al. 2021).

Az örökségi interpretáció nemcsak helyi szinten épít közösséget, hanem nemzeti, akár európai szinten is. A *nemzeti azonosságtudatra és hovatartozásra* is hatással vannak; az örökségi helyszínek kiváló eszközei a hazaszeretet, a magyarságtudat, az összetartozás erősítésének. Ehhez az érzelmi azonosulást és a tapasztalati úton való tanítást használja az interpretáció. A történelmi kutatás feltárja és magyarázza a múltat. Ennek bázisán az interpretáció az örökségalkotás folyamatát erősíti, kiválogatva a múlt eseményei közül azokat, amelyek segítik konkrét céljai elérésében. Mindkettő szükséges az identitás artikulálásához (HUSZ 2016). Hogy az identitásbiztosító tudást át lehessen adni, tárolható, előhívható és közölhetőnek kell lennie (ASSMANN 2018). A turizmus kategóriáival megfogalmazva: látogathatónak kell lenni a nemzeti emlékezet számára jelentős értéknek; turizmuspolitikai és marketing eszközök által biztosítani kell a közismertségét; a bevonás eszközeivel meg kell teremteni a kollektív részvétel lehetőségét – ez utóbbiban kap szerepet az interpretáció.

Már hangsúlyoztuk: a jó interpretáció *élményt nyújt*. Az élményturizmus korában a sikeresség legfontosabb mércéje az átélt élmények milyensége, mélysége és tartóssága. Az élmény kialakításában a vendég maga is aktívan részt vesz, illetve számos olyan körülmény is közrejátszik (időjárás, többi vendég, pillanatnyi kedélyállapot, bázistudás, beállítódottság), amelyekre az attrakció üzemeltetője nincs hatással. Az élmény csak akkor teremődik, ha a fogyasztó képes és hajlandó az elmerülésre, az élménybevonódásra (ZÁTORI 2018). Ezt a képességet és hajlandóságot támogatja az interpretáció. Ugyanakkor hosszú távon is hat, hiszen élő *emlékeket teremt*, amelyek mélyen beépülnek a memóriába (HUTH 2010). Az emlékek támogatják a pozitív szájpropagandát, annak szóbeli és online változatát egyaránt; visszatérésre sarkallnak; megalapozzák az elköteleződést az attrakció és az örökség iránt. Így közvetlenül *hat a látogatószám emelkedésére*.

Az interpretáció *tanít és nevel*. Az élménygazdaság alapvetően a megismerésre (informális tanulás), illetve a mindennapoktól, a jelentől való elszakadásra épül. A folyamatot az emlékezetesség, személyesség, felfedezés, tudás és érzelmek uralják (HUSZ 2016). Ezek az interpretáció meghatározó fogalmai is. Mint tanulási folyamatot generáló jelenséget az alábbi jellemzőkkel írhatjuk le:

- több mint informálás: az összefüggések, a mélyebb tartalom bemutatására irányul, egyúttal hatásos kulcsüzenetek fogalmaz meg. Fontos, hogy az élményjelleg ne menjen a tudományos és kulturális igényesség rovására.
- inspirál és provokál: szélesíti a látogatók látókörét; a konkrét örökség-érték bemutatásán kívül az adott témával kapcsolatos gondolkodási folyamatot is elindít, érzékennyé és érdeklődővé tesz.
- attitűdöt és magatartást változtat: képes értékrend- és szemléletváltozást elérni.
- emocionális hatást vált ki: érzékenyít; megalapozza az érzelmi azonosulást.

A látogató szempontjából a lényeg az élmény, az átélés. Akár kulturális turistaként, akár örökségturistaként, akár rurális turistaként érkezik adott attrakcióhoz, a helyi kultúra részese

kíván lenni. Az interpretáció az elmerülésben és a kellemes élmények létrejöttében egyaránt segít. A jó tapasztalatok mellett, a tények ismerete, az érdekeltté válás, az érzelmi azonosulás lehetősége elősegíti az örökség kritikai megértését és növeli megbecsültségét. *Erősíti az örökségi elem fontosságát és értékét*, aminek következtében a látogató maga is érdekeltté válik a megőrzésében (BIRKÁS, n.a.).

Kettős viszony állapítható meg az interpretáció és a *múzeumpedagógia – múzeumandragógia* között: egyszerre bázisai és eszközei egymásnak. A múzeumpedagógia önálló módszer és nem iskolai pedagógia a múzeumban (NETTKE 2017). Nem az alapismeretek közvetítése és nem a nevelés a célja. Fontos feladata a tudomány demisztifikálása és ezzel az ismeretek terjesztése. Központi fogalma az élményszerűség. Számos esetben tapasztalhatjuk, hogy örökségi helyszínek kiváló múzeumi órákat kínálnak, ám ezek szemlélete és gyakorlati megoldásai nem mutatkoznak meg az interpretáció egészében. A másik hiba, hogy csakis iskolai csoportoknak ajánlanak elfoglaltságot, holott felnőttek, és nem szervezett csoportok, például családok is szívesen veszik igénybe az egyéni részvételen alapuló tevékenységformákat.

Nagy előnye az átgondolt interpretációnak, hogy *megújítható*. Az örökségi helyszínek egy része csak az adott kultúrkörben élők számára értelmezhető (PUCZKÓ – RATZ 2017). A belföldi turizmust erős versenyhelyzet jellemzi, ami indukálja az innovatív megoldásokat. Az utazás általánossá válása is növeli az igényt arra, hogy többszöri látogatás esetén is új élményekkel gazdagodjék az utazó. A visszatérő látogatók, majd a törzsvendégkör kialakításában jelentős szerepe van az interpretációnak, amely – jó esetben – a fesztiválokat, rendezvényeket és a szolgáltatás-kínálatot is áthatja.

Az örökségattrakció üzenetének a befogadó, azaz a vendég nyelvére történő lefordítását számos tényező bonyolíthatja. A látogató belső akadályai: negatív hozzáállás, információhiány, intellektuális korlátok stb., illetve külső akadályok: nem megfelelő vagy hiányzó segítség, alkalmatlan eszközök, kommunikációs akadályok, mint nyelvi nehézségek, félreértések stb. A jó interpretáció *akadálymentesít*. Az akadálymentes turizmus a mindenki számára egyenlő módon elérhető turizmust jelenti, beleértve a mozgás- és érzékszervi, illetve mentális fogyatékosokkal élőket, az átmenetileg mozgáskorlátozottakat, az időseket, a kisgyerekeket és a többgenerációs családokat (RAFFAY – GONDA 2021). A jó interpretáció a fizikai-szociális akadálymentesítéssel nem csupán a hátránnyal élő, „próbatételes” vendégek számára előnyös. A mindennapi működési rutint javítja, ezzel valamennyi látogató kényelmét, látogatói élményét fokozza, végső soron tehát a *turizmus mindenkinek*-eszméjét támogatja (GÁSZNÉ 2020).

A hatékony interpretáció *tágít az örökségturizmus termék-besoroláson* a kulturális turizmus-kategórián belül is, illetve abból kilépve, a szabadidős tevékenységek piacán is értelmezhetővé teszi az örökségi objektumokat. A kulturális attrakciók turisztikai vonzereje elsősorban úgy növelhető, ha olyan optimalizált helyeket, „jó helyet” alakítanak ki, ahol lehetőség nyílik új, szokatlan tapasztalatok megszerzésére, amelyek hosszú távú élményt nyújtanak az örökséggel való autentikus és élményszerű találkozás által (HUSZ 2016).

Az interpretáció a turisztikai attrakció gazdaságos üzemeltetése szempontjából alapvető jelentőségű. Élettel tölti meg az ősi falakat és áthatja a vendégkompetens élményszolgáltatásokat. A vonzerő által nyújtott élményt fokozó szolgáltatások fejlesztése a kultúrához köthető, előnyt biztosító versenytényező. Ugyanakkor a jó tapasztalatok erősítik az örökségi elem fontosságát és értékét, aminek következtében a látogató maga is érdekeltté válik a megőrzésében. A sikeres interpretáció tehát tartósan *megalapozza a fenntarthatóságot*.

A kulturális turizmust szokás a legminőségibb turisztikai terméknek is megjelölni (CSAPÓ – MATESZ 2007, GONDA 2016), ám a minőség nem adottság: azt el kell érni a minőségi termékfejlesztés által és garantálni kell a minőségi üzemeltetés során. A jól artikulált interpretáció a *minőség garanciája* is lehet.

3. Következtetések

Az átgondolt, szakmailag megalapozott, egyedi és innovatív interpretáció komoly versenyelőnyt jelent a turisztikai piacon. Megalapozza a vendégkompetencia alapú élményszolgáltatást. Feltételezi a látogatók alapos megismerését és a rendelkezésre álló széles interpretációs kelléktár tudatos használatát. Az interpretációs eszközök nagy számban állnak rendelkezésre a különböző típusú vezetésektől a beöltözési lehetőségeken és multimédiás eszközökön keresztül az interaktív programelemek alkalmazásáig; a módszerek is sokfélék a bevonódástól, az edutainmenten és közös alkotáson, a multiszenzoros közvetítésen át a különböző típusú élő interpretációig. Ezek használata ma Magyarországon még kevésbé elterjedt és kevésbé tudatos. Elsősorban a képzési kínálat, és ebből fakadóan kevés a képzett humán erő és hiányosak a menedzsment-szervezetek módszertani-elméleti ismeretei.

Elismerve a digitális turizmus előnyeit és lehetőségeit (IVÁNYI 2022), a jelenlegi digitalizációs törekvések, ezek túlzott és egyetlen hatásos eszközként való alkalmazása téves. Több kutatás beszámol arról, hogy örökségi helyszíneken nem elvárt, sőt kifejezetten zavaró a digitális eszközök jelenléte, használata (GÁSZNÉ – SCHULTZ 2022, NAGY 2023) Ebben nyilván a hétköznapok „kütyűfáradtsága” is szerepet játszik: az egyedei hangulatért, a „más élményért” keresik fel ezeket az attrakciókat. Az érthetőség, látvány és a személyes megszólítás a legfontosabb látogatói kritériumok – ezeket egy jól átgondolt és kivitelezett interpretációs stratégia képes biztosítani.

A korszerűen és látogatóbarát módon üzemeltetett örökségi attrakciónak a szabadidős tevékenységek alternatívájaként kell megjelennie és piaci szereplőként versenyeznie a látogató idejéért, amiből egyre kevesebb van („gazdag szegénység”). Ehhez elengedhetetlen az innováció, az emóció és a rugalmasság, amit a megfelelő interpretáció képes biztosítani (TOMBÁCNÉ – SZABÓNÉ 2016). Ma műemléki helyszínen is elsődleges kívánalom az élményszerzés, de nagyon fontos, hogy a programokkal, az interpretációval a helyszín jelentőségét tudatosítsuk és fokozzuk. Az élmény mellett további kulcsfogalmak a fenntarthatóság, hitelesség és felelősség. A műemlékek hiteles és felelős helyreállítása és bemutatása azt jelenti, hogy az eredeti funkciók és használati módok tiszteletben tartásával olyan atmoszférát teremtünk, ami megfelel a mai használatnak és teljes élményt tesz lehetővé. Hiszen a legeredetibb örökség is érdektelen lehet a turista számára, ha nincs megformálva, megfogalmazva. Hogy a műemlék minél vonzóbb legyen és minél inkább illeszkedjen az elvárásokhoz, az elsősorban a minőség garantálásával érhető el: a szolgáltatás minőségével (fogadtatás, információ, infrastruktúra, prezentáció), valamint a belső kulturális minőséggel, azaz az eredeti funkcióknak és a jelen számára képviselt értékeknek egyidejű tiszteletben tartásával (HUSZ 2016).

Irodalomjegyzék

ASSMANN J. (2018): *A kulturális emlékezet - Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban*. Budapest, Atlantisz Kiadó.

BERECZ M. – KISS R. – CSILLAG T. (2017): Az egri vár modern kori transzformációja, múzeumból turisztikai attrakció. In: Régi, T. – Rátz, T. – Michalkó, G. (szerk.): *Turizmus és transzformáció*. Kodolányi János Főiskola, Budapest. pp. 235-249.

BERKI, M. – CSAPÓ, J. (2006): Comparative Analysis of Competitiveness in the Major Cultural Cities of Hungary. In: Aubert, A. - Tóth, J. (szerk.): *Stadt und Region Pécs: Beiträge zur angewandten Stadt- und Wirtschaftsgeographie*. Universität Bayreuth, Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung. pp. 49-65.

BERKI, M. – CSAPÓ, J. (2008): The geographical basis for the development of thematic routes. In: Lóczy, D. - Tóth, J. - Trócsányi, A. (szerk.) *Progress in Geography in the European Capital of Culture 2010*. Pécs. pp. 173-183.

BIRKÁS É. (2015): *Megelevenedő korszakok... a Szépművészeti Múzeumban*. http://www.tani-tani.info/megelevenedo_korszakok. Letöltve: 2024. 08. 11.

BIRKÁS É. (n.a.): *Az élő történelmi interpretátorra válás folyamata: múzeumi programok és képzési lehetőségek*. https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/az_elo_tortenelmi_interpretatorra_valas.pdf. Letöltve: 2024. 08. 11.

CSAPÓ J. – MATESZ K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. In: *Földrajzi Értesítő*. 2007. LVI. évfolyam. 3-4. füzet. pp. 291-301. Forrás: http://www.mtafk.hu/konyvtar/kiadv/FE2007/FE20073-4_291-301.pdf. Letöltve: 2024. 08. 11.

CSONKA-TAKÁCS E. – KÁLDY M. (2010): Az épített, a természeti és a szellemi örökség és az Örökség Iskolák. In: *Tudás és gyakorlat. Múzeumpedagógiai módszerek – európai példák és hazai alkalmazások*. Szabadtéri Néprajzi Múzeum MOKK, Szentendre. pp:10-14.

CSURGÓ B. (2014): A vidék nosztalgiája. Kulturális örökség, turizmus- és közösség-szervezés három észak-alföldi kistérségben. In: *Társadalomtudományi Szemle*. 4. évf. 2. szám. pp:1-20. DOI: 10.18030/SOCIO.HU.2014.2.1.

ERŐSS N. (2012): Bemutatói mód. In: Szakács, E. (szerk): *A kurátori gyakorlat és diszkurzus szótára*. <http://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/szotar/>. Letöltve: 2024. 08. 11.

FRAZON ZS. – SZAKÁCS E. (2012): Interpretáció. In: Szakács, E. (szerk): *A kurátori gyakorlat és diszkurzus szótára*. <http://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/szotar/>. Letöltve: 2024. 08. 11.

FRAZON ZS. (2012): Kiállított kultúrák. In: Szakács, E. (szerk): *A kurátori gyakorlat és diszkurzus szótára*. <http://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/szotar/>. Letöltve: 2024. 08. 11.

GÁSZNÉ B. B. (2019): Élő várak a Dél-Dunántúlon –Elevenek a turisztikai köztudatban is? In: Wirth, G. – Köbli, Á. (szerk): *Huncastle*. Budapest. pp. 51-62.

GÁSZNÉ, B. B. (2020): Barrierefreier Tourismus in historischen Burgen - ist es möglich? In: Gonda, T. – Schmidtchen, R. (szerk): *Opportunities and challenges of barrier-free tourism in Hungary*. Merseburg, 2020. pp. 110-123.

GÁSZNÉ B. B. – SCHULTZ É. (2022): Vármúzeumok a pandémia alatt és után – helyzetkép a kulturális turisztikai attrakciókról. In: *Tudásmenedzsment*. 22. évf. 2. különszám: 125-150,

GONDA T. – RAFFAY Z. (2021): A fogyatékossgal élők utazási szokásai. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. VI. évf. 1. szám. pp. 20-38. DOI: 10.15170/TVT.2021.06.01.02

GONDA T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécs, PTE KPVK

HUSZ M. (2016): A múzeum és a történelmi épületek szervezett felfedezésének szerepe az informális tanulás színterei között. In: *Tudásmenedzsment*. 16. évf. 1. Különszám:245-255.

HUTH A. (2010): Az élő interpretáció módszere az Egyesült Királyságban. In: *Tudás és gyakorlat. Múzeumpedagógiai módszerek – európai példák és hazai alkalmazások*. Szabadtéri Néprajzi Múzeum MOKK, Szentendre. pp:151-169.

HÜBNER A. (2023): Disszonáns örökségek. In: *Multidiszciplináris kihívások -sokszínű válaszok*. 2023/1. különszám: 66-87.

- IVÁNYI T. (2022): Az okostelefon és az okosturizmus, mint a modern turisztikai élmény összetevői. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. VII. évf. 2. szám. pp. 35-48. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.02.03.
- JAKAB A. ZS. – VAJDA A. (2023): Múzeum–univerzum. Közelítések. In: Jakab, A. Zs. - Vajda, A. (szerk): *MÚZEUM– ÖRÖKSÉG – KOMMUNIKÁCIÓ*. Kolozsvár, 2023. pp. 7-24.
- KÁLDY M. (2010): Élő történelem vagy múzeumi színház? In: *Tudás és gyakorlat. Múzeumpedagógiai módszerek – európai példák és hazai alkalmazások*. Szabadtéri Néprajzi Múzeum MOKK, Szentendre. pp:148-150.
- KATONA J. (2021): A hazai kastélyhasznosítás problémáinak elemzése, különös tekintettel a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióra. Doktori (PhD) értekezés. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/24065/katona-judit-phd2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y/> Letöltve: 2024. 08. 11.
- KRISTON-BORDI ZS. (2016): Szemlélet és szemléltetés, avagy 21. századi múzeumot a 20. században születetteknek is. In: *Tudásmenedzsment*. 16. évf. 1. Különszám:201-207.
- LUDWIG TH. (2014): *Interpretációs kalauz. Örökségünk megismertetése*. Bildungswerk Interpretation, Werleshausen.
- MAKRANCZI ZS. (2021): Múzeumok és turizmus. Múzeumok ma 2020 országos múzeumi kutatás 16. fejezet. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumok-es-a-turizmus>. Letöltve: 2024. 08. 11.
- MÉSZÁROS B. (2020): Gondolatok műemlékek bemutatásáról. In: Wirth, G. – Köbli, Á. (szerk): *Huncastle II*. Edutus Egyetem, Budapest. pp. 29-41.
- MICHALKÓ G. (2010): *Boldogító utazás. A turizmus és az életminőség magyarországi vonatkozásai*. Budapest, MTA Földrajztudományi Kutatóintézet.
- NAGY J. (2023): A magyarországi látogatói elvárások változásai a múzeumokkal, látogatóközpontokkal, vár- és kastélykiállításokkal szemben (2019-2023). In: *Tudásmenedzsment*. 24. évf. 2.különszám. 35-45.
- NETTKE, T. (2017): Was ist Museumspädagogik? – Bildung und Vermittlung in Museen. <https://www.kubionline.de/artikel/was-museumspaedagogik-bildung-vermittlung-museen>. Letöltve: 2024. 08. 11.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. (2017): *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- RÁTZ T. (2011): Attrakció- és látogatómenedzsment. In: *Turizmus-menedzsment*. https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turizmusmenedzsment/ch06s02.html Letöltve: 2024. 08. 11.
- RÁTZ T. – MICHALKÓ G. (2023): A turisztikai blogok szerepe az európa kulturális fővárosa címmel rendelkező desztinációk „jó helyé” válaszában. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. VIII. évf. 1. szám. pp. 57-76. DOI: 10.15170/TVT.2023.08.01.04
- REMENYIK, B. – BARCZA, A. – CSAPÓ, J. – SZABÓ, B. – FODOR, GY. – DÁVID, L. D. (2021): Overtourism in Budapest: Analysis of spatial process and suggested solutions. In: *Regional Statistics*. Vol. 11. No. 3. pp. 179–197; DOI: 10.15196/RS110303
- RICHARDS, G. (2016): The challenge of creative tourism. *Ethnologies* 38(1–2):31–42. <https://doi.org/10.7202/1041585ar>. Letöltve: 2024. 08. 11.

RICHARDS, G. (2020): Cultural tourism – The future of urban tourism in Europe? https://www.researchgate.net/profile/Greg-Richards-2/publication/351359600_Cultural_tourism_30/links/6093e79ca6fdccaebd0ebb9f/Cultural-tourism-30.pdf. Letöltve: 2024. 08. 11.

SACCO, P.L. – FERILLI, G. – BLESSI, G.T. (2018): From culture 1.0 to culture 3.0: Three socio-technical regimes of social and economic value creation through culture, and their impact on european cohesion policies. https://www.researchgate.net/publication/328569655_From_Culture_10_to_Culture_30_Three_Socio-Technical_Regimes_of_Social_and_Economic_Value_Creation_through_Culture_and_Their_Impact_on_European_Cohesion_Policies. Letöltve: 2024. 08. 11.

TOMBÁCZNÉ VÉGH K. – SZABÓNÉ BOGNÁR A. (2016): Hazatérnek... 1914–2014 című kiállítás rendezésének módszertani kérdései. In: *Tudásmenedzsment*. 16. évf. 1. Különszám: 179-190.

VARGÁNÉ GÁLICZ I. – DÁVID L. D. (2023): A kastélyok hasznosításának különböző aspektusai Fejér vármegyében. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. VIII. évf. 4. szám. pp. 63-77. DOI: 10.15170/TVT.2023.08.04.04

ZÁTORI A. (2014): Városi turizmus és kultúra. In: Jászberényi M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest, Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó. pp. 93-114.

ZÁTORI A. (2018): *Élménymenedzsment a turizmusban*. Budapest, Akadémiai Kiadó.