

BUDAPEST, MINT VILÁGÖRÖKSÉGI HELYSZÍN A TRIPADVISOR-ON MEGJELENT VÉLEMÉNYEK TÜKRÉBEN

Sziva Ivett¹ – Bassa Lia² – Szakály Orsolya³ – Kormos Gergely⁴

¹ Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar, ivett.sziva@gmail.com

² Budapesti Metropolitan Egyetem, Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

³ Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar

⁴ Budapesti Metropolitan Egyetem, Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Absztrakt

Napjainkban Budapest újra az európai fővárosok egyik divatos, népszerű desztinációja, köszönhetően a városban látható felpezsdült kulturális életnek, amelyet kiválóan mutatnak a várost ért kitüntetések a kreatív iparágak, így a design területén, hisz Budapest az UNESCO Kreatív városa lett 2015-ben, továbbá a gasztronómia, a fiatalok kikapcsolódási lehetőségei tekintetében.

A kulturális turizmus alapvető átalakuláson megy át az „új, individuális” utazók motivációi terén. A modern tudatosan keresi a bevonódást, autentikusságot jelentő élményeket. Mindennek tekintetében kiemelten fontos kérdés az, hogy a klasszikusnak tartható örökségturizmus, világörökség-turizmus hogyan illeszkedik ezen trendekbe. Jelen cikk fő célja annak vizsgálata, hogy a kulturális turizmus új motivációi szerint (is) utazó turisták körében Budapest, mint világörökség helyszín mennyire jelenik meg, illetve a világörökségi helyszínhez tartozó attrakciók milyen szerepet töltenek be, milyen megítélésben részesülnek.

Ezen célok elérésére strukturált tartomelemzést végeztünk a legnagyobb véleménymegosztó turisztikai oldalon, a Tripadvisor-on, amely természetéből adódóan jellemzően az „új”, komplex kulturális turisztikai motivációkkal utazókat vonzza. A kutatás során világossá vált az, hogy a legnépszerűbb attrakciók jelentős része világörökségi helyszínen található vonzerő kiemelten kedvező megítélésben részesül, és az átalakuló kulturális turizmus új termékfejlesztési igényeit hordozza.

Kulcsszavak: Kulturális turizmus, Budapesti világörökség, örökségturizmus

Abstract

Budapest among the most popular cities in Europe again, with a sparkling cultural and night life. All this can be seen in the awards of Budapest, reflecting to the success of creative industries, design, as Budapest became the member of UNESCO Creative cities in 2015.

The cultural tourism is under change regarding the motivations of cultural tourists. The modern travelers consciously search for experiences and involvement and authenticity. That is a why it is crucial to know whether the traditional heritage particularly the world heritage tourism can fit to these trends. The main objective of this study is to analyze how the world heritage site of Budapest appears in the opinion of the international tourists and how they fit to the trends.

To reach this objective a qualitative content analyses was made on the reviews appearing on the Tripadvisor, which attracts mainly the so called new tourists to share their opinions. As a conclusion it can be said that the world heritage status of Budapest rarely appear on the Tripadvisor, however they are among the most popular and visited sites on the Tripadvisor, with a need of better communication and product development fitting to the new trends.

Keywords: *Cultural tourism, World heritage of Budapest, heritage tourism*

Bevezetés

A WTO-ETC (2004) kutatása arra hívta fel a figyelmet, hogy a kulturális turizmuson belül a hagyományos kulturális vonzerők (kulturális turizmus belső körébe tartozó művészetek, múzeumok, galériák, fesztiválok, történelmi épületek és színhelyek) megismerésén túl egyre nagyobb hangsúly helyeződik a kulturális turizmus úgynevezett külső körére, amely a helyi életstílus, a helyi kreatív iparágak megtapasztalására vonatkozik.

Az összemosódás különösen látványos a klasszikus és a kortárs kultúra egyidejű „fogyasztása” terén: a legtöbb turista, különösen a fiatalok, egyazon utazás során kreatív élményeket szeretnének, keresik a kortárs művészeti alkotásokat, de a vásárlást, a helyi divat megismerését sem hagynák ki, ahogyan továbbra is fontos marad számukra a világörökségi helyszínek meglátogatása is. Az átalakuló kulturális turizmus tehát olyan komplex turisztikai igényeket kielégítő termék, amelyben a klasszikus kultúra, a kortárs művészet, és a bevonódás élményének biztosítása, valamint a tanulás fontossága is szerepet kap, ahogyan az úgynevezett kulturális kreatív iparágak is. (SMITH - ROBINSON 2006)

Mindezen átalakulások fényében kiemelten fontos annak vizsgálata, hogy a világörökségi turizmus mennyire tud megfelelni ezeknek a turisztikai keresleti trendek hordozta igényeknek és lehetőségeknek. Mindehhez elsődlegesen bemutatjuk a budapesti világörökség jellemzőit, a város turisztikai aktivitásának irányait, továbbá ismertetjük az átalakuló kulturális turizmus fogalmi megközelítéseit és jellemzőit. Továbbá bemutatjuk azon kutatás módszertanát és eredményeit, amelynek célja a Tripadvisor-on a budapesti világörökséggel kapcsolatos vélemények tartalomelemzése, értelmezése volt, annak érdekében, hogy választ kapjunk a fő kutatási kérdésre, miszerint mennyire illeszkedik a budapesti világörökség az új kulturális turisztikai trendekbe, és milyen fejlesztések szükségesek a folyamat támogatása érdekében.

1. Átalakuló kulturális turizmus

A kulturális turizmus már említett külső körében található, a meglátogatott helyszín lakosainak életstílusához kapcsolódó élmények jelentik napjaink egyik legfontosabb kulturális turisztikai motivációját. A képet tovább árnyalja az a jelenség, miszerint napjaink utazói már nem elégednek meg a meglátogatott helyszín kulturális örökségének megtekintésével, hanem passzív megfigyelés helyett, az aktív bevonódás élményét keresik, amelyen keresztül a helyi közösség és kultúra részévé válhatnak, és az átélt (existencial) autentikusság élményét tapasztalhatják meg (MACLEOD 2006). Mindezért a turizmus újabb generációváltásának kibontakozása látható az úgynevezett kreatív turizmus keretében, amelynek

középpontjában az utazó és a desztináció közössége és kultúrája közötti mélyebb, interaktív, társadalmi és érzelmi kapcsolat áll (UNESCO 2006), amelynek definíciója az alábbiakban látható:

„A kreatív turizmus olyan interaktív turisztikai tevékenységet jelent, amelynek során az utazó mélyebb, ismeretszerző, társadalmi és érzelmi kapcsolatokon keresztül, a bevonódás élményével kapcsolódik a meglátogatott desztináció kultúrájához és a helyi emberekhez. Az utazó helyi polgárnak érzi magát a látogatás alkalmával. A harmadik generációs turizmus a helyi kreativitás erőforrásként való felismerését kívánja meg a desztinációk menedzsereitől, amely által olyan új vonzerők és programlehetőségek kialakítása válik lehetővé, amelyek megfelelnek az utazók új, kibontakozóban lévő igényeinek.” (UNESCO 2006:2)

A turizmus és a kreativitás közötti kapcsolat tehát egyre fontosabb, mely a kulturális turizmus átalakulását eredményezi. Ez a transzformáció a tárgyi örökségről a szellemi örökség felé irányul, mely a desztináció mindennapjaiban jelen van. A kulturális turizmusra hatást gyakorló kreativitás a transzformáció fő eszköze, mely arra kényszerít bennünket, hogy átgondoljunk bizonyos szempontokat a mai turizmusról. Különösképpen azon turisták szerepét, akik egy helyszínt nem csak meglátogatni szeretnének, hanem 'társ-együttműködővé' válni, tehát segíteni a helyszellemének megalkotásában, így biztosítva az ismereteket más látogatók számára (RICHARDS 2011).

A kreatív élmény nemcsak a tudatosság, és az alkotás örömeiből áll, hanem egy külső kölcsönhatásból is mely a környezetre, az emberekre és a tevékenységre utal. A belső tükröződés és a külső kölcsönhatások együttesen alkotják meg a turisták kreatív élményét. Ez a nézet elősegíti a kreatív turisták igényeinek meghatározását (TAN – LUH – KUNG 2014).

A kreatív turizmus kínálati szegmenseit foglalja magába az UNESCO Kreatív Városok Hálózatának tematikája, amely szerint a következő kínálati elemekre kerül hangsúly a turizmus harmadik generációjában: a kézművesség és népi hagyományok, a design, a filmek, a gasztronómia, az irodalom, a zene és a média művészetek (UNESCO 2009).

LARSEN 2005-ös tanulmánya arra hívja fel a figyelmet, hogy a fotográfia és a turisztikai élmény fontos kapcsolatban áll. Fel kell tennünk a kérdést, vajon a képek fontosabbak lettek-e, mint a megtapasztalás, vagyis fontosabb-e az attrakciókat dokumentálni, mint a látványt élvezni? A tömegkommunikációnak köszönhetően minden közösségi portálon láthatjuk, hogy az utazók képek által osztják meg az élményeiket. A fényképek láttán a fogyasztók könnyebben választanak a desztinációk között főként, ha egy ismerősük pozitív tapasztalatokat oszt meg. Tehát levonhatjuk a következtetést miszerint azzal, hogy egy adott attrakcióról képet készítünk, mi magunk is befolyásoljuk a turizmust, és a fotózás, megosztás és a kapcsolódó népszerűség megerősíti élményünket (LARSEN 2005).

BESSIÉRE (1998) tanulmányában a transzformációt az örökségek esetében specifikusan gasztronómiai szemszögből közelítette meg, mint egy fontos elemet a turisztikai fejlesztés színterén. A gasztronómia kiemelkedő eszköze lehet az egyedi igényű fogyasztók helyszínen tartásához, a helyi termelők népszerűsítéséhez, valamint a termelők és a turizmus közötti kapcsolat kialakításához. Felmerül a kérdés, miért kelti fel a látogatók érdeklődését az úgynevezett hagyományos konyha, és ez milyen alkotóeleme az örökségturizmusnak? Az örökségturizmus nem csak egy trendet, de társadalmi, gazdasági és politikai szándékot is képvisel. A kulináris örökség a hagyományos kincsek, értékek közé tartozik, mint a templomok és kastélyok, hiszen tárgyi és szellemi értékeket képviselnek, ezért fontos az elkötelezettség a megőrzésük mellett, és ezáltal új helyszínek megnyitására is igénye lesz a látogatóknak. Az új trendekhez való illeszkedést HALL et al. (2003) is megfogalmazta a gasztronómiai turizmus legátfogóbb magyarázatával,

mely szerint a gasztronómiai turizmus tapasztalati utazás egy gasztronómiai régióba rekreációs vagy szórakozási céllal, mely magába foglalja az elsődleges és másodlagos élelmiszerek termelőinek meglátogatását, gasztronómiai fesztiválokat, termelői vásárokat, főzőbemutatókat, valamint minőségi ételek megkóstolását, és minden egyéb tevékenységet, amely a gasztronómiával áll kapcsolatban. Ezen túl mindez tanulási folyamat a különböző kultúrákról, melyek magukba foglalják a kísérletezést a tudás megszerzése vagy megértése céljából a kulináris specialitások előállításától a fogyasztásig (UNWTO 2012).

Napjaink kulturális turizmusa tehát komplex turisztikai igényeket kielégítő termék, amelyben a klasszikus kultúra, az örökségek, a világörökség, a kortárs művészet, és a bevonódás élményének biztosítása, az úgynevezett átélt autentikusság és a tanulás fontossága is szerepet kap, ahogyan a kulturális kreatív iparágak is. Kulturális kreatív iparágak (CCIs – cultural and creative industries) alatt olyan modern, kultúrához kapcsolódó iparágakat értünk, mint a kiadói iparág, a filmipar, a médiaipar, zene-, vizuális- és előadóművészet, múzeumok kereskedelmi tevékenysége és művészeti kiállítások, kulturális termékek értékesítése, kortárs építészet, design ipar, hirdetési iparág (SMITH 2015).

A keresletet illetően elmondható, hogy az Eurobarometer 2014-es tanulmányában a kulturális örökségeket felkeresők száma 26%-ról 30%-ra nőtt a 2013-2014 között időszakban, ami 4%-os növekedést jelent egy év alatt. Magyarországon a kulturális örökség, mint motiváció hasonlóan a 2010-es tanulmányhoz nem növekedett, így 20%-kal volt hatással az turistákra döntéshozatalukkor.

Az Eurobarometer 2015-es tanulmány alapján, kulturális motivációs céllal 2014-ben a turisták 25%-a, míg 2015-ben 27% utazott, tehát ez egy év alatt 2%-os növekedést jelent. A látogatók kulturális és történelmi motiváció miatt a következő helyekre térnének vissza: Máltára (38%), mely az előző évhez viszonyítva megtartotta első helyét, ugyan akkor első helyen végzett még Ciprus (38%) is, második helyen végzett Magyarország (37%).

Látható tehát, hogy a kiemelt kezdeményezések megmozgatják a kulturális utazókat, így fontos kérdést jelent, hogy milyen hatással van a világörökségi cím a turisztikai attrakciók keresletére, annak fényében, hogy a legtöbb helyszín a cím elnyerése előtt is vonzerőt jelentett. Az UNESCO Világörökségi Lista fő célja a kiemelkedő egyetemes értékek, a kulturális és természeti örökségek védelme és megőrzése nem a turista beáramlás támogatása. Ugyanakkor a tény, hogy egy helyszín a Világörökségi Listán szerepel, hozzájárul a helyszín turisztikai támogatásához, melyet keresztmetszeti és idősoros mértékkel is vizsgálhatunk. A világörökségi címet széles körben használják marketing eszközként a nemzetközi turisztikai kampányokban, annak érdekében, hogy vonzza a turistákat, ugyanakkor a jelenlegi kutatások eredményeivel nem lehet egyértelmű következtetéseket levonni. Habár számos jó gyakorlat látható, amikor is a turisták száma dinamikusan nőtt az új világörökségi helyszíneken, mindez nem teljességgel bizonyos, és ellenpéldát is láthatunk (YANG – LIN 2011). Makaóban vizsgálta a kérdést HUANG -TSAUR - YANG (2012), egy kis régióban, egyetlen világörökségi helyszínnel. A tanulmány készítői a fent említett dimenziók vizsgálatával nem találtak egyértelmű összefüggést a turistaérkezések növekedése és a világörökségi cím megléte között.

2. Budapest, mint világörökségi helyszín

1972-ben fogadta el az UNESCO a Világörökségi Egyezményt, amely olyan egyedülálló jogi eszköz, mely

lehetővé teszi a globális felelősségvállalást a kiemelkedő értékkel bíró kulturális és természeti örökségek megőrzése és megóvása érdekében (UNESCO 2016).

A budapesti helyszín 1987-ben nyert felvételt a Világörökségi Listára. Az akkor felvett terület a Margit hídtól a Szabadság hídig terjedt, és mintegy 60 hektárnyi területet jelentett. A budai oldalon magába foglalta a Budai Várnegyed épületegyüttesét, a Vizivárost, a Gellérthegyet a Szabadság-szoborral és a Citadellával, továbbá a Gellért fürdőt és a Budapesti Műszaki Egyetem eredeti területét. A pesti oldalon a Duna-parti sáv jelentette a világörökségi területet, melynek legkiemelkedőbb épülete az Országház, melyet Steindl Imre tervezett, de jelentős a Széchenyi téren a Magyar Tudományos Akadémia épülete, a Gresham Palota, a pesti Vigadó és a Belvárosi Plébánia-templom épülete is. Az ezen a szakaszon található négy Duna-híd (Margit híd, Lánchíd, Erzsébet híd, Szabadság híd) szintén a világörökség részét képezik. A Bizottság 2002-es, budapesti konferenciáján került sor a már meglévő helyszín kibővítésére: az Andrásy út és a Hősök tere a Millenniumi emlékművel, a Szépművészeti Múzeummal és a Múcsarnokkal, valamint a Millenniumi Földalatti Vasúttal, mely a maga nemében a legrégebbi a kontinensen (SOMOGYI 2005). Ezt követően a helyszín neve megváltozott és Budapest – a Duna-partok, a Budai Várnegyed és az Andrásy út lett.

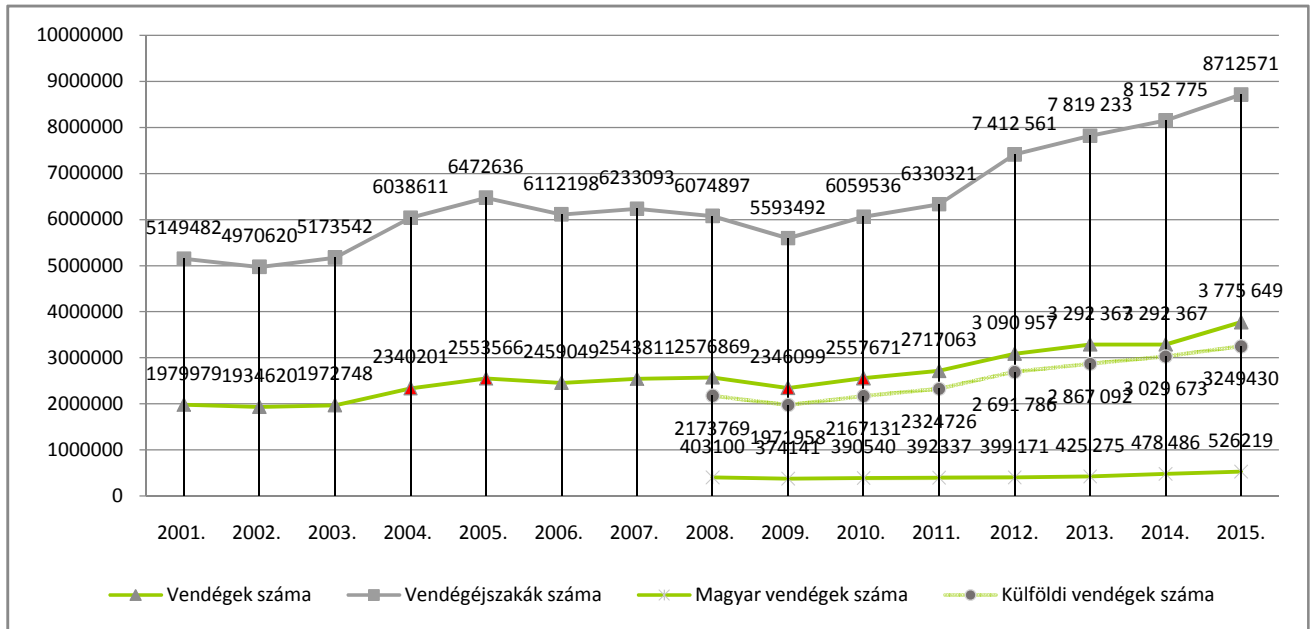
Egyetemes érték

A helyszín a kőkorszak óta ad otthont településeknek. Megtalálhatóak a római kori Aquincum város maradványai és a gótikus Budai Várnegyed, mely nagymértékben befolyásolta az építészetet a különböző időszakokban. Ez az egyik, a világ kiemelkedő, városi tájképei közül, és illusztrálja a magyar főváros történelmi nagyságát. A törökök megszállása után indult meg a fellendülés, mikor is a 19. században létrehozták a W. T. Clark által tervezett függőhidat (1849), mely Buda és Pest egyesülését szimbolizálta, a Magyar Tudományos Akadémia neo-reneszánsz palotáját (1862), majd ezt követte az impozáns neo-gótikus Parlament megépülése (1884-1902), és a továbbá 1872-től alakult ki az Andrásy út és az alatta futó földalatti vasút, melyet az európai kontinensen elsőként kezdtek el építeni. Budapest kiemelkedő példája a pusztulásokat és megújulásokat magába foglaló közép-európai, történelmi városfejlődésnek. Az egyetemes érték mellett fontos a helyszín integritásának és hitelességének megléte. Budapest esetében ezt reprezentálja a világörökségi helyszín egymásra épülő, történelmi periódusok által létrejött építészeti örökségek meghatározó elemeinek megőrzése, vagyis az egykori Pest, Buda és Óbuda önálló településeinek szerkezeti sajátosságai, az Andrásy út épületeinek eredeti koncepciója, és a II. világháborút követő átépítések, helyreállítások mértéke, mely megfelel a Világörökség Egyezmény Működési Irányelveiben szereplő előírásoknak. A helyszín hitelességének kiemelkedő részét képezi még a védőzóna történelmi településszerkezetének és épületeinek hiteles megőrzése (UNESCO 2016).

3. Budapest turizmusa, kulturális turizmusa

Az 1. ábra reprezentálja a Budapestre látogató turisták számát, a vendégéjszakák számát, valamint a magyar és külföldi vendégek számát 2001-től 2015-ig. Az ábra alapján, mely a KSH forrásai alapján készült, az alábbi információk emelendők ki.

1. ábra: Budapest vendégforgalma 2001-2015 között



Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján

A 2008-as gazdasági világválság a turisztikai iparágra is hatással volt. 2009-re mind a vendégek, mind a vendégéjszakák száma jelentősen csökkent. A budapesti tendenciát figyelemmel kísérve a mélypont 2009-ben volt. Jelentős változás 2012-től érezhető, amikor is a 2009-es adatokhoz viszonyítva 25%-os növekedés történt, vagyis 1.819.069-cel több vendégéjszakát rögzítettek. A 2012-es adatokhoz viszonyítva 2015-ben 18%-os volt a növekedés, amely 1.300.010-zel több vendégéjszakát jelent. Az 1. ábrán jól láthatjuk a folyamatos növekedést, mely nem olyan intenzív, mint a 2009-2012-es időszak, de határozottan mutatja a pozitív növekedést, és ez arra enged következtetni, hogy Budapest túl van a válságon.

A magyar vendégek számára a főváros még mindig nem jelent potenciális turisztikai célpontot. Mint ahogyan az ábrán is láthatjuk, a magyar vendégek száma nem mutat jelentős változást. Míg a külföldi vendégek száma évről évre jelentősen nő, addig a magyar turisták száma stagnál, kismértékben nő.

A kulturális turizmus szemszögéből 2009-ben történt kutatás a Budapesti Kulturális Munkacsoport jóvoltából. A munkacsoport a külföldről érkező turisták kulturális szokásait vizsgálta. A kutatás témakörei az alábbiak voltak:

- utazási motivációk,
- Budapest vonzerői,
- az utazáshoz használt információforrások,
- a kulturális programok preferenciája,
- a kiállítások preferenciája,
- egy város kulturális kínálatának szerepe a választásban,

- az utazási program megtervezése, jegyvásárlási szokások,
- kulturális szokások feltérképezése (kulturális aktivitás, érdeklődés, igények, múzeumlátogatás, illetve az eltöltött idő),
- a Budapest Kártya helye, szerepe,
- Budapest kulturális kínálatának értékelése, jellemzői (kínálata, gazdagsága, színvonala, idegen nyelvi tájékoztatás, kiszolgáló létesítmények, megközelítés, ár-érték arány) (NYÚL-ÖRDÖG 2009).

A felmérés eredményeit korcsoport, állampolgárság, motiváció és a Budapest Kártyára vonatkozó válaszok alapján dolgozták fel. A 2009-es felmérés alapján a fő motiváció a városlátogatás és a kultúra volt. Budapest vonzerői közül a kultúra és a világörökség emelkedik ki, mivel a válaszadók 82%-a jelölte meg. Ezt követték a fürdők 45%-kal, majd az épített örökségek 40%-kal. Jelentős vonzerőt képeznek a rendezvények, fesztiválok, kulturális programok 38%-kal, valamint 24%-kal a bor és gasztronómia. A kulturális programok közül a múzeumlátogatás, a kulturális rendezvények, fesztiválok, néptánc, népzene a legizgalmasabb elfoglaltság. A megkérdezettek 56%-át nagyon befolyásolja a város kulturális kínálata az úticél kiválasztásakor (NYÚL-ÖRDÖG2009).

Az állampolgárság szerinti vizsgálat kimutatta, hogy a spanyolok és franciák az átlagnál jobban érdeklődnek Budapest fürdői és épített örökségei iránt. Az USA-ból érkezők is az épített örökségeket szeretnék megtekinteni. A skandináv, német, és osztrák látogatók kiemelkedően a vásárlással foglalkoznak, míg a brit és francia turisták a kultúra iránt érdeklődnek. Az eredményeket illetően elmondható, hogy a külföldi turisták közül kiemelkednek a németek, a britek és a skandináv országok lakói, akiknél a gasztronómia is kiemelkedő vonzerőként jelenik meg. A kutatás bebizonyította, hogy a második legfontosabb motiváció a kulturális cél a Budapestre utazó külföldiek körében (NYÚL-ÖRDÖG2009).

Míg 2009-ben az ide látogatók fő motivációja a budapesti panoráma, az épített örökségek és a kulturális programok voltak, addig 2015-re ez átalakult, és középpontba került a termálvíz, a gasztronómia, valamint a romkocsmák és a design.

Ez köszönhető annak is, hogy 2015-ben az UNESCO Budapestet a Kreatív Városok közé választotta, Közép-Európában elsőként kapta meg a „Design Városa” címet. Az UNESCO 2004-ben alapította a Kreatív Városok Hálózatát azzal a céllal, hogy előmozdítsa azon városok között az együttműködést, amelyek a kreativitást alkalmazzák stratégiai eszközként a város fenntartható fejlődése érdekében. Ez a tény alátámasztja azt az állítást, hogy Budapest újra Európa népszerű fővárosainak egyike, mely a pezsgő kulturális életnek, valamint a gasztronómiának is köszönhető.

4. A kutatás módszertana

Kutatásunk fő kérdése az volt, hogy napjaink kulturális turisztikai utazói mennyire ismerik Budapestre érkezvén Budapest világörökségi helyszínét, és milyen élményekkel távoznak a világörökségi attrakciókkal kapcsolatosan, továbbá milyen fejlesztések szükségesek az átalakuló kulturális turizmus keresleti elvárásainak megfelelése érdekében.

A kutatás felületét a legnagyobb véleménymegosztó oldal, a Tripadvisor szolgáltatta, amelyen 50 millió felhasználó, 320 millió véleményt tett közzé, több, mint 6,2 millió turisztikai szolgáltatóról és attrakcióról a világban 2015-ben. (TRIPADVISOR 2015). A vélemények elemzéséhez zárt-kódolású

tartalomlemezést használtunk, kiemelt hangsúlyt helyezve az interpretáció, a kiegészítő szolgáltatások és az átfogó élmény vizsgálatára. Az elemzést két lépcsőben végeztük el:

1. Elsőként azonosítottuk Budapest azon, az oldalon megjelenő attrakcióit, amelyek a világörökségi helyszínen találhatóak. Továbbá kiválasztottuk a legnépszerűbb attrakciók körét, amely 70 attrakciót tartalmazott. A kiválasztás egyrészt a népszerűségi lista, másrészt az attrakciók relevanciája (a kapcsolódó vélemények száma) alapján történt. Ebben a körben vizsgáltuk meg a világörökségi attrakciók általános megítélését, és a népszerű attrakciókon belül betöltött szerepét.
2. A következő körben a kapcsolódó vélemények tartalomlemezése történt, amely során a budapesti világörökség 3 elemét (Budai Várnegyed, Duna-part panorámája, Andrássy út) külön-külön vizsgáltuk. Minden egyes elem esetében kiválasztottunk a Tripadvisor-on legnépszerűbb attrakciók közül 5-6 attrakciót részletes elemzésre, jelentőségük szakértői értékelése mentén. Elsődlegesen a keresleti oldali sikereiket vizsgáltuk a Tripadvisor-on elfoglalt helyezések alapján, így került kiválasztásra az első 4 attrakció helyszínenként majd egyeztetve a világörökségi szakértőkkel az általuk fontosnak ítélt további attrakciók (1-2) is bekerültek, hogy láthatóvá váljanak a fontos, de a Tripadvisor-on mégis kevésbé sikeres attrakciók. Az egyes attrakciók esetében meghatároztuk a tartalomlemezésre kijelölendő vélemények körét, törekedtünk mind a „Kiváló” és „Szörnyű” kategóriákból 50-50 vélemény elemzésére, továbbá ezen véleményeket a 2010-es, illetve 2015-ös évből választottuk ki, annak érdekében, hogy a Budapesten ebben az időszakban történt nagy felújítások tükröződését is vizsgáljuk.

2015 decemberi adatok alapján 341 attrakció 88.000 értékelését dolgoztuk fel a fent leírt módszer alapján. Az elemzést a Budapesti Metropolitan Egyetem Turizmus Menedzsment Mesterszakának hallgatói végezték, amelyért ezúton is köszönettel tartozunk. A kutatást Dr Sziva Ivett és Dr Bassa Lia vezette, egy olyan szakmai együttműködés keretében, amelyet két szervezet, a Kulturális Örökség Menedzserek Egyesülete és a Budapesti Fesztivál- és Turisztikai Központ támogatott, mivel a budapesti világörökség helyszín és a kapcsolódó turizmus kutatása az ő munkájukhoz is hozzájárult.

A kutatási módszer nyilvánvalóan korlátokat is felvet, amely egyrészt a kvalitatív módszertan (nem reprezentativitásra törekvő) eszközeiből, másrészt az elemzett vélemények köréből is adódik, tekintve, hogy az átlagos vélemények (jó, közepes értékelésűek) kimaradtak a mintából. Továbbá a vizsgált 100-as elemszámú vélemény az egyes attrakciók esetében alkalmas ugyan a tipikus vélemények, jó és rossz tapasztalatok megismerésére, de értelemszerűen a levonható következtetések óvatosan kezelendők, valamint további kutatások szükségesek a vélemények teljes körének részletes elemzésével.

5. A kutatás eredményei

5.1.A világörökségi területen fekvő attrakciók népszerűsége, ismertsége

A kiválasztott 70 legnépszerűbb attrakció 41%-a a világörökségi területen helyezkedik el, a többi pedig a Duna-part egyéb részei mentén. A Parlament és a Halászbástya (világörökségi helyszíneként) és a Vár további attrakciói az első 10 legnépszerűbb program között voltak találhatóak. Összességében tehát elmondható, hogy Budapest attrakciói közül a világörökségi helyszínen találhatóak kiemelten népszerűek.

További kérdésünk a világörökségi cím ismertségére vonatkozott. Rákeresve a Világörökség és kapcsolódó kifejezésekre a következőkre jutottunk: mindössze 263 értékelés említette a világörökség kifejezést angol, francia, német és olasz nyelvterületen, amely meglehetősen csekély a Budapesti attrakciókat értékelő 205 ezer értékelést tekintve. Mindebből az látható, hogy a Budapestre érkezők kevésbé tudják, hogy világörökségi helyszínen járnak. Ennek többek közt két fő oka is lehet: az egyik, hogy az adott világörökségi információs rendszer (helyszíni, papíralapú és internetes információ-szolgáltatás, figyelemfelkeltés) nem kielégítő; a másik, hogyha bár az attrakciók valóban népszerűek, feltáró kutatásunk jelen eredményei megerősítik YANG et al (2011) és HUANG et al. (2012) azon eredményeit, miszerint a világörökségi márka nem feltétlenül vonz több turistát egy adott térségbe, és ha vonz is, nem feltétlenül a világörökségi cím a fő vonzerő.

5.2. Az attrakciók értékelése

A budapesti helyszínen látott attrakciókat 1-5-ig értékelhették a látogatók a Tripadvisor felületén. A kutatás alapján főként pozitív értékelések szerepelnek az adatbázisban, ami összesítve 4,55-ös átlagpontot jelent a helyszín attrakcióira nézve. A világörökségi helyszínre vonatkozóan a vélemények főként a Budai Várnegyeddel kapcsolatosak.

A Budapesti világörökségi helyszín három része az alábbi:

1. Andrásy út
2. Duna-partok panorámája
3. Várnegyed

Az eredmények értékelése során a vélemények száma és az attrakciók összértékelése alapján készült el a 70 legnépszerűbb budapesti attrakció listája, majd ezt tovább szűrtük aszerint, hogy a világörökségi helyszín mely részén található az örökség. Az elemzésre került attrakciókat pedig népszerűségük és egyedi jellegük alapján választottuk ki, melyet az alábbiakban mutatunk be. A kutatás során elemeztük a vélemények tartalmát pozitív-negatív, atipikus-tipikus tulajdonságaik alapján.

Andrásy út

Az Andrásy úton 6 attrakció található a legnépszerűbb 70-ből. Az alábbi 5 helyszínt választottuk ki a 70-es listáról, melyek mellett a Tripadvisor-on elért helyezést, valamint a látogatók véleményének átlagértékelését mutatjuk be az alábbi táblázatban:

1. táblázat: Andrásy út attrakciói a Tripadvisor-on

Helyszín	Népszerűségi helyezés
Operaház	14.
Operettszínház	23.
Hősök tere	28.
Terror Háza	40.
Andrásy út	72.

Forrás: Tripadvisor (saját szerkesztés)

Pozitív értékelések az épített örökségekre („lenyűgöző, jobb, mint a bécsi Operaház”), a légkörre („ha boldog akarsz lenni, itt a helyed”), és a gasztronómiára („igyál egy kávé, és ülj ki – Hősök Tere”) érkeztek. Negatív értékelések a légkört („lehangoló épületek”), a látogatómenedzsmentet („hosszú várakozási idő”), és az interpretációt illetően („a szervezett túrákon kevés az információ”) láthatóak.

Összességében a véleményekben az Andrassy út igazán pozitív megjelenése tükröződik: Budapest eleganciájának helyszínéként azonosítják több értékelés szerint.

Duna-partok panorámája

A Duna-partok panorámája területen 13 attrakció található a legnépszerűbb 70-ből. Az alábbi 5 helyszínt választottuk a 70-es listáról, melyek mellett a Tripadvisor-on elért helyezést, valamint a látogatók véleményének átlag értékelését mutatjuk be:

2. táblázat: Duna-part attrakciói a Tripadvisor-on

Helyszín	Népszerűségi helyezés
Parlament	1.
Duna-part	5.
Gellért-hegy	22.
Gresham Palota	27.

Forrás: Tripadvisor (saját szerkesztés)

Pozitív értékelések az épített örökségekre („a legszebb épület Európában–Parlament”), a panoráma („lélegzetelállító”), a légkörre („romantikus”), és a fényképezésre („Készíts egy fotót a pesti oldalról, szállj taxiba, hogy a Duna másik oldaláról is készíthess egyet”) érkeztek. Negatív értékelések a légkört („szennyezett Duna”), a szolgáltatásokat („túlértékelt”), és a látogatómenedzsmentet („nincs elég parkolóhely”) illetően jelentek meg.

Várnegyed

A Várnegyedben 10 attrakció található a legnépszerűbb 70-ből. Az alábbi 5 helyszínt választottuk a 70-es listáról, melyek mellett a Tripadvisor-on elért helyezést, valamint a látogatók véleményének átlagértékelését mutattuk be, amelyről az alábbi táblázat ad összefoglalást:

3. táblázat: Várnegyed attrakciói a Tripadvisor-on

Helyszín	Népszerűségi helyezés
Halászbástya	2.
Budavári Palota	18.
Mátyás templom	11.
Sziklakórház	19.
Várkert Bazár	56.

Forrás: Tripadvisor (saját szerkesztés)

Pozitív értékelések a panoráma („Lélegzetelállító kilátás a Dunára”), az épített örökségek („gyönyörűen felújított”), a fényképezés („legjobb hely a Duna fotózására”), és a gasztronómia, valamint az utcai zene („hallgasd a hegedűszót egy pohár bor mellett”) kapcsolatában olvashatóak. Amíg a negatív értékelések az ár/érték kapcsolatára („csapda a turistáknak”), a látogatómenedzsmentre („annyira titkos hely, hogy nem lehet megtalálni-Sziklakórház”), és az interpretációra („üres palota”) érkeztek.

Összességében a Várnegyed értékelése is pozitív, de sajnálatosan a legtöbb probléma ezen a területen jelentkezik. Habár az utazók az egyik legizgalmasabb területnek azonosítják a Várat és a környékét, a kedvezőtlen ár/érték arány tekintetében mégis ezen attrakció jelentős csalódás helyszíne is egyben.

5.3.A trendekhez való illeszkedés

Feltételezésünk szerint a Tripadvisor-on értékelést író utazók azon turisztikai szegmens tagjai, akik a kulturális turizmus új trendjei iránt érdeklődnek, ezért (kiemelten kritikus) véleményük vizsgálata jól mutatja arra a kérdésre a választ, hogy mennyire illeszkednek ezekhez Budapest jelenlegi kulturális és világörökségi turisztikai attrakciói.

Látható az, hogy a legnépszerűbb attrakciók között vannak a világörökségi helyszínen található vonzerők, tehát az új utazók körében a világörökségi turizmusnak van létjogosultsága Budapesten, annak ellenére, hogy sajnálatosan nem tudatosul a világörökségi cím jelenléte a látogatók véleményeiben.

Az interpretáció kérdése több helyszínen is kritikus: megjelenik a világhírű Operaház vezetett túrája esetében („inkább karaoke volt a koncert és nem mini-opera”), vagy a Várnegyed „üressége” tekintetében. Az új utazók magasabb szolgáltatási színvonalat is várnak, és jóval tudatosabbak, így igyekeznek elkerülni a „turista-csapda” helyszíneket. Továbbá ezen szegmens kifejezetten kritikus a látogatók áramoltatása, és a kitéblázás tekintetében, amely negatívumok mind a Várnegyed, mind az Andrássy út esetében megjelentek.

Ugyanakkor új, kreatív élményelemekre is vágnak ezek az utazók. A fotózás az egyik ilyen természetű tevékenység, amelynek LARSEN (2005) által kiemelt élményértéke különösen a Duna-part és a Parlament esetében volt látható („fotózd le a (Parlamentet) a pesti oldalról, majd ülj taxiba és fotózd a Duna másik partjáról”). A gasztronómia a másik olyan élményelem, amely gyakran meghatározza az attrakció és a közterek fogyasztását és Budapesten is megjeleníti a BESSIÈRE (1998) által bemutatott újszerűséget. Mindez látható a Gellért-hegy esetében („menj fel piknikezni, vigyél bort és kolbászt”), illetve a terek tekintetében, egyfajta érdekes, új megvilágítást adva („A Hősök tere nem különösebben érdekes, de egy kávéval kiülni oda reggel csodás élmény.”) Látható, hogy az utazók megtalálják magunknak ezen lehetőségeket, ugyanakkor sem az attrakciók, sem a város egyelőre nem fektet hangsúlyt olyan új élményelemek kialakítására, amelyek által tudatosan élményszerűbbé, fotózhatóvá, (el)fogyaszthatóvá válnának a terek, attrakciók. Mindezen irányok fontos kitörési pontot jelenthetnek a Kreatív városok sorába lépett Budapest hagyományos attrakciói számára is, ahogyan a világörökségi márka nagyobb ismertsége, tervezettebb, szegmentált interpretációja is.

Összegzés

A kutatás során arra a kérdésre kerestük a választ, hogy milyen módon illeszkedik be a klasszikusnak látható örökségturizmus, világörökség-turizmus az új, individuális utazók igényei által átalakult kulturális turizmus trendjeibe. Megállapítottuk, hogy Budapest, mint kulturális desztináció egyre népszerűbb az utazók körében, melyet a vendégforgalom adatai, a Tripadvisor-on végzett kutatás eredménye, valamint az UNESCO Kreatív város cím elismerése is alátámaszt.

Az attrakciók értékelésének többsége pozitív, és számuk folyamatosan nő. Budapesten belül a Budai Várnak van vezető szerepe, mely kötelező elemnek számít a turisták budapesti látogatása során, ugyanakkor az értékelések alapján számos csalódás helyszíne is. A Duna-parti panoráma szintén közkedvelt elem, amíg az Andrassy út eleganciája és az Operaház miatt népszerű. A vizsgált értékelésekben a világörökség mint elsődleges motiváció nem jelent meg, pedig a Világörökségi helyszín biztosítja a kulturális turizmus gyökereit Budapesten, és a fogadóterület információmenedzsmentje sem növeli a látogatók tudatosságát ezen a téren.

Összességében az látható, hogy Budapest, mint világörökségi helyszín szinte alig ismert az utazók körében annak ellenére, hogy a legnépszerűbb attrakciók helyszíne világörökségi területen található, ezért ennek tudatosítása, kihasználása érdekében még sokat kell tenni. A világörökségi márka megjelenése egyelőre nem jelentős: több, logóval ellátott információs táblára van szükség a színhelyen és a desztináció weboldalán, valamint igény van az ezt kiemelő, kiegészítő szolgáltatásokra is (tematikus utak, vezetett túrák).

A kutatás alapján elmondható, hogy az új utazók körében népszerűek ugyan a vizsgált helyszínek, de az átalakuló kulturális turisztikai igényeknek a helyszínek interpretációja és látogatómenedzsmentje nem minden esetben felel meg. Tudatos tervezés szükséges tehát ahhoz, hogy biztosítsuk az autentikus élményt, melynek fókuszában a hagyományos értékeken túl a fényképezés és a gasztronómia áll.

Irodalomjegyzék

- BESSIÈRE, J. (1998): Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis Volume 38, No. 1, pp. 21-33.* Letöltés helye: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00061/epdf> Letöltés ideje: 2016.08.24.
- HALL, M. et al. (2003): *Food Tourism Around The World.* Butterworth-Heinemann, Oxford.
- HUANG, C.-TSAUR, J.-YANG, C. (2012): Does world heritage list really induce more tourists? Evidence from Macau. *Tourism Management 33* (2012) pp. 1450-1457.
- LARSEN, H. (2005): Will you take my picture? Some reflections on the relationship between photography and tourism. *Sociologisk Arbok 2005; 1:115-130 pp. 1-15.* Letöltés helye: https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/15203/foto_og_turisme.pdf?sequence=1 Letöltés ideje: 2016.08.24.
- MACLEOD, N. (2006): Cultural Tourism: Aspects of Authenticity and Commodification. In: Smith, M. - K. Robinson, M. (2006) Cultural tourism in a changing world. Politics, participation and (re)presentation. *Channel View Publications, Cleveland, Buffalo, Toronto, p. 315.*
- NYÚL, E.-ÖRDÖG, Á. (2009): Budapest – a kulturális turizmus szemszögéből. *Turizmus Bulletin XIII. Évf. 2.szám, pp.39-47.*
- RICHARDS, G. (2011): Creativity and tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research, Vol. 38. No. 4. pp. 1225-1253.*
- SMITH, M (2015): Issues in Cultural Tourism Studies 3rd Edition. *Routledge, p. 304.*
- SMITH, M.K. – ROBINSON, M. (2006): Cultural tourism in a changing world. Politics, participation and (re)presentation. *Channel View Publications, Cleveland, Buffalo, Toronto. p.315.*
- SOMOGYI, G. (2005): Világörökségi helyszínek térinformatikai megjelenítése, Letöltés helye: <http://lazarus.elte.hu/hun/digkonyv/somogyi/somogyi.pdf> Letöltés ideje: 2016.04.21.
- SZIVA, I. (2009): Kulturális turizmus háttéranyag. *Magyar Turizmus Zrt, Budapest. p.25.*
- TAN, S.-LUH, D.-KUNG, S. (2014): A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management 42 pp. 248-259.*
- TIMOTHY, D. – BOYD, S. (2006): Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism pp. 1-3.* Letöltés helye: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17438730608668462?needAccess=true> Letöltés ideje: 2016.08.21.
- YANG, C.-LIN, H. (2011): Is UNESCO recognition effective in fostering tourism? A comment on Yang, Lin and Han: Reply. *Tourism Management 32 pp. 455-456.*

Egyéb források:

- FLASH EUROBAROMETER (2010): Survey on the attitudes of Europeans towards tourism pp. 4-35. Letöltés helye: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_291_en.pdf Letöltés ideje: 2016.08.22.
- FLASH EUROBAROMETER 392 (2014): Preferences of Europeans Towards Tourism pp. 2-14. Letöltés helye: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_392_en.pdf Letöltés ideje: 2016.08.22.
- FLASH EUROBAROMETER (2015): Preferences of Europeans Towards Tourism pp. 2-15. Letöltés helye: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_en.pdf Letöltés ideje: 2016.08.22.
- TRIPADVISOR (2015): About Tripadvisor, Letöltés helye: https://www.Tripadvisor.com/PressCenter-c6-About_Us.html; Letöltés ideje: 2014. Április 1.
- UNESCO (2006): Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Letöltés helye: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf>; Letöltés ideje: 2016. április 1.

UNESCO (2009): The creative cities network. Letöltés helye: http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=36746&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, Letöltés ideje: 2016. április 1.

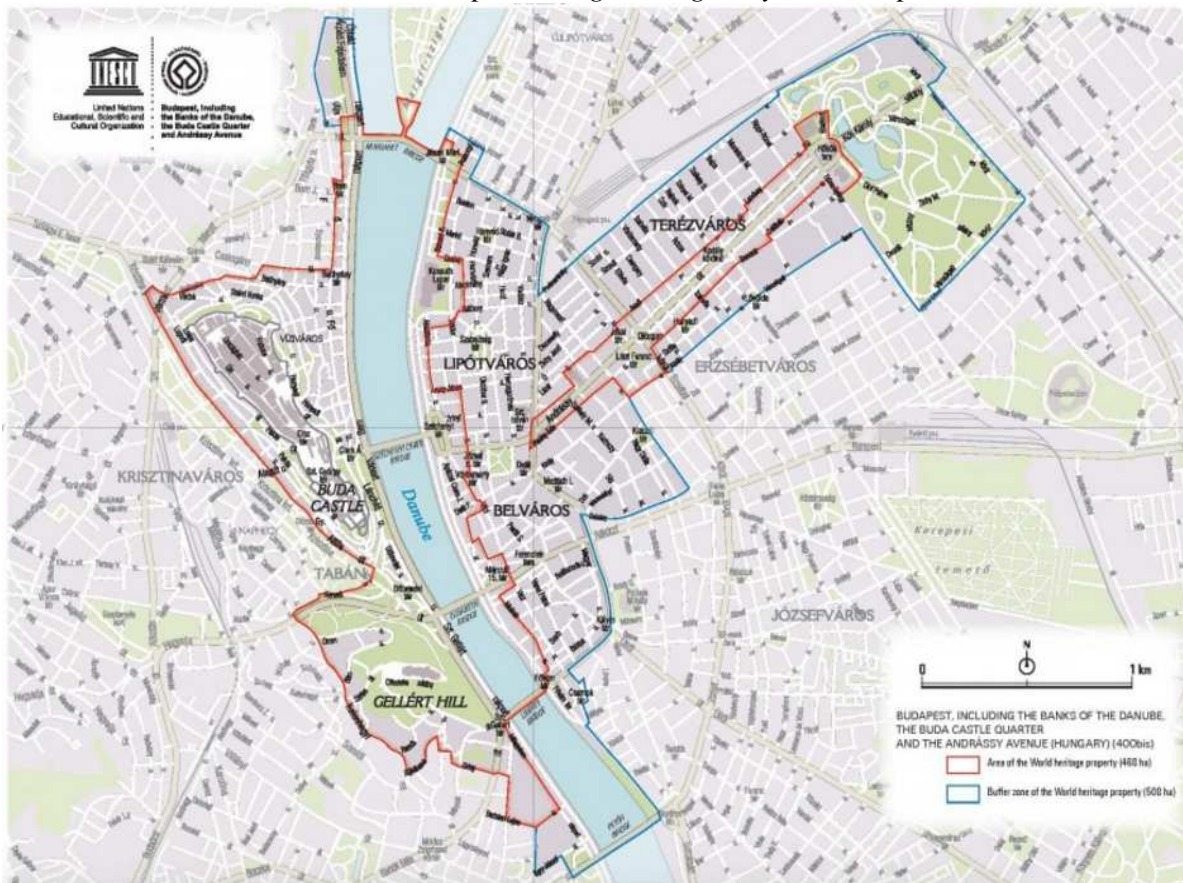
UNESCO (2016): Budapest, including the Banks of the Danube, the Buda Castle Quarter and Andrassy Avenue; Letöltés helye: <http://whc.unesco.org/en/list/400/> Letöltés ideje: 2016.04.20.

UNWTO (2012): UNWTO AM Report Vol.4'Global Report on Food Tourism' <http://silkroad.unwto.org/publication/unwto-am-report-vol-4-global-report-food-tourism-0>; Letöltés ideje: 2016. 04. 09.

WTO-ETC (2004): City Tourism and Culture – The European Experience. 2004. Letöltés helye: <http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/122/CityTourismCulture.pdf>; Letöltés ideje: 2016. április 1.

Melléklet

Budapesti világörökségi helyszín térképen



Forrás: vilagorokseg.hu;

http://www.vilagorokseg.hu/_upload/editor/Baba_fele_terkepek/Ba_ba_Budapest_v_vila_go_ro_kse_g_0117.jpg