Tér és kultúra találkozása a turizmusban – avagy a kulturális útvonalak, mint különleges regionális fejlesztési eszközök

Nagy Katalin

egyetemi tanársegéd

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Marketing Intézet, Turizmus Intézeti Tanszék

III. éves PhD hallgató, Vállalkozáselmélet és gyakorlat Doktori Iskola

marnk@uni-miskolc.hu

„A turizmus egy olyan híd, amelyen át évszázadok óta áramlanak a kontinensek és országok legkülönbözőbb szellemi, kulturális és nyelvi irányzatai, ezzel lehetőséget teremtve a másik életterének megismerésére, a vele kapcsolatos sztereotípiák lebontására. A turizmuson keresztül könnyen elsajátítható a világ. Mint híd egy olyan valós térbe ível, amely a környezetváltozásnak köszönhetően új élményeket kínál, és amelyben az egyének közötti kommunikáció hozzájárul a társadalmak hosszú távú fenntarthatóságához."

/Michalkó, 2007:52/

Bevezetés

A turizmussal nem lehet a nélkül foglalkozni, hogy a térbeliséggel foglalkoznánk. Egyre többen és egyre összetettebben foglalkoznak a turisztikai terekkel, mind a természeti, mind pedig az épített környezetet tekintve. Ki kell emelni a különböző területi léptékek jelentőségét, a regionalizmus kérdéseit,másrészről azonban azt sem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy épp a turizmus az az ágazat, ahol a határok elmosódnak, a mobilitás erőteljes. A turisztikai terek három fő tényező mentén, azok kölcsönhatásával alakulnak: (1) küldő térségek jellemzői, (2) fogadó térségek, desztinációk jellemzői, valamint (3) maga az utazás, a turisztikai forgalom.

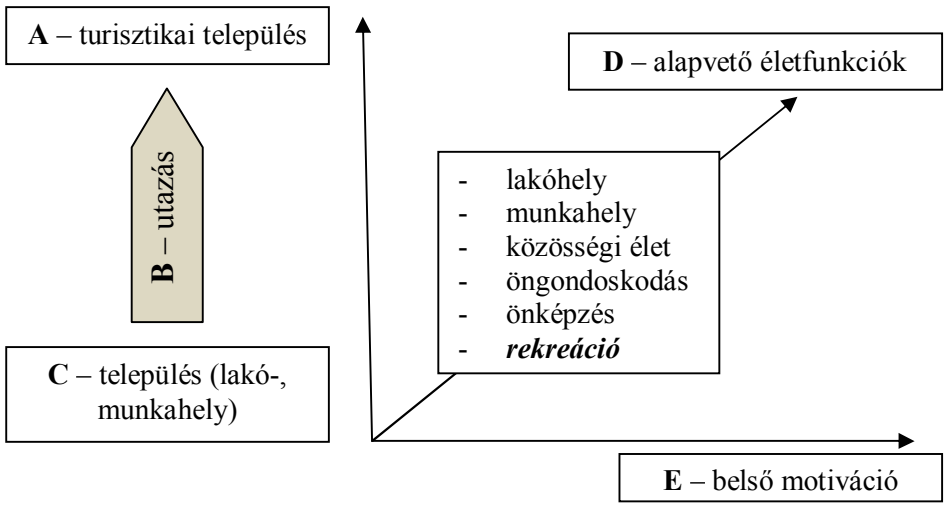
A turizmus térbeliségét több irányból is meg lehet közelíteni: (1) a motiváció és a turizmus különféle típusai, mely szerint természetesen különböző tér típusokban realizálódó turisztikai tevékenységek jönnek létre. (2) a helyváltoztatások típusai, a térben végbemenő mozgások által megkülönböztethető turizmusformák. Illetve (3) a turisztikai terek és fejlesztési folyamatok típusai, melyek a hasonló térpályákat használó turisták hosszú ideig ismétlődő turisztikai tevékenysége által létrehozott „régiók", ahol az előre megtervezett beavatkozásokkal ugyanazokra a felmerülő problémákra kívánnak választ adni. (Martinez, J. L. 2001 in Dávid-Jancsik-Rátz 2007:34).

A tematikus utak, azon belül is a kulturális útvonalak speciális helyet foglalnak el a turisztikai termékek között, a térbeliségüket tekintve is. Útvonalakról, nagyobb térségekről, régiókról, gyakran nemzetközi léptékről beszélünk. Az ilyen útvonalak és a rájuk építhető turisztikai programcsomagok sajátos lehetőséget jelenthetnek a hátrányosabb térségek, elmaradottabb régiók gazdasági fejlődéséhez is. Hiszen általában a tematikus utak kialakításának egyik oka a kevésbé ismert látnivalók, települések, térségek integrálása a turizmus rendszerébe, a figyelem felkeltése ismeretlen helyek iránt, a rejtett kincsek felszínre hozása. Ezek gazdaságfejlesztési és társadalmi hozadéka (pl. munkahely-teremtés, közösség-fejlesztés, helyi identitástudat növelése, hagyományok és autentikusság megőrzése) vitathatatlan. A turizmus – a kultúrával karöltve – így újraértelmezett gazdasági és társadalomfejlesztési eszköz lehet.

Tanulmányomban a kulturális útvonalak definiálása mellett néhány olyan példát szeretnék bemutatni, melyek a hagyományos térhasználat újraértelmezésével, az örökség hasznosításával, a turizmus fejlesztésével járultak hozzá a regionális gazdaságfejlődéshez.

A tér megjelenése a turizmusban

A tér vizsgálata számtalan különböző aspektusból, s ma már interdiszciplináris kutatási területként jelenik meg, a közgazdaságtantól a pszichológián, kultúraantropológián át a területi tervezésig, urbanisztikáig és szociál-geográfiáig (azaz a szabadidős tevékenységek vizsgálata). Ez utóbbit tekintve, a földrajzi tér alapfunkciói az alábbiak szerint foglalhatók össze:



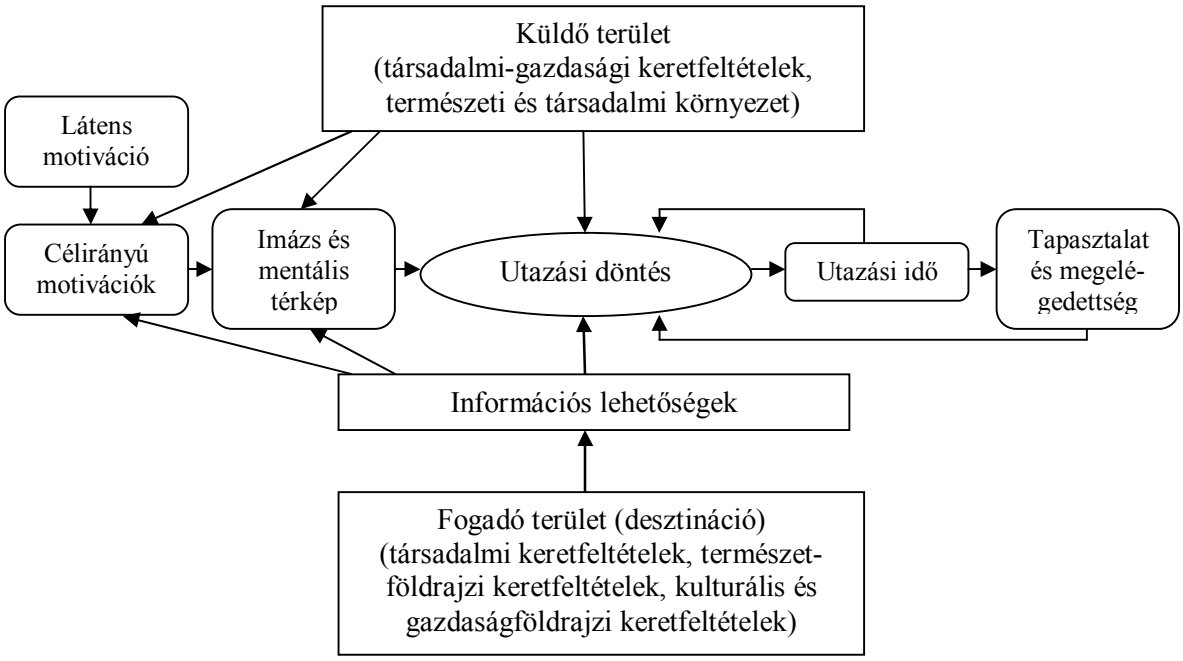
1. ábra: A földrajzi tér alapfunkciói
Forrás: Aubert (2006) alapján saját szerkesztés

A térbeliség megjelenik a turizmus rendszerének értelmezéseiben is. A legismertebbek egyike, Leiper (1981) szerint a turizmus ötelemű, a szélesebb környezettel kölcsönhatásban lévő nyílt rendszer, amelynek elemei a következők: a turisták (dinamikus elem); a kibocsátó terület, a tranzitút és a fogadóterület (három földrajzi elem); végül a turizmus szektor (gazdaság elem). Mind az öt elem funkcionálisan és térben rendezett, és kölcsönhatásban van fizikai, technológiai, társadalmi, kulturális és politikai tényezőkkel. A dinamikus elemet az utazó személyek képezik, akiknek az utazása bizonyos mértékig szabadidőn alapul és otthonuktól távoli, időleges, legalább egyéjszakás tartózkodással jár" (in Aubert 2006:4). A magyar szakirodalomban kiemelkedő, leginkább elterjedt rendszer-értelmezése ehhez hasonlóan a turizmust olyan környezetbe helyezi, melyben a természeti, társadalmi, kulturális, politikai, technikai és gazdasági elemek mind megtalálhatók, s kölcsönhatásban állnak a turizmus szűkebben értelmezett belső rendszerével (Lengyel, 2004:103; Puczkó-Rácz, 2000:20).

A turizmus számos sajátossággal rendelkezik. Az erőforrás-alapú megközelítéshez elengedhetetlen a földrajzi – és a gazdasági – tér vizsgálata, mind a küldő-, mind pedig a fogadó terület oldaláról. A turisztikai termék jellemzői, melyek közül az egyidejűség (azaz a termék előállítása és fogyasztása egyszerre történik) az egyik legsajátságosabb, egyedi funkcióval ruházza fel a tereket, ahol az erőforrások (azaz a fogadó tér vonzerői) a helyi társadalom számára a gazdaság és a társadalom fejlesztési tényezői is egyben. Aubert (2006) kapacitás-hálónak nevezi ezeket az elemeket:

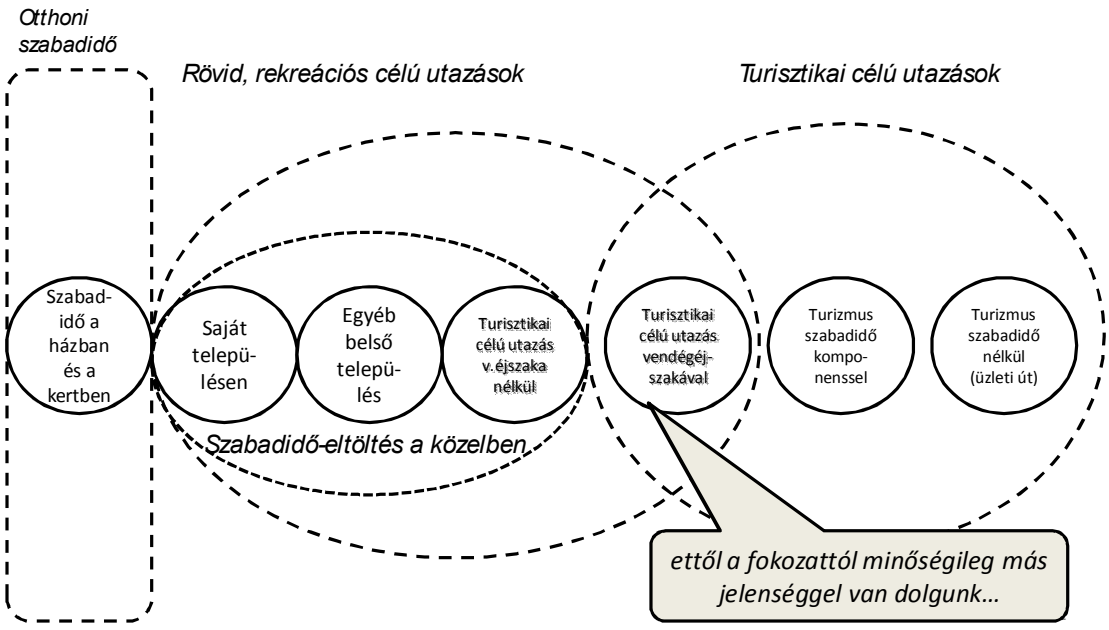
- ökológia (klíma, táj, földrajzi fekvés, növény- és állatvilág);
- gazdaság (megélhetés, beruházások, bérek, technikai környezet, turisták költése);
- fizikai struktúra (alapellátás, közlekedés, szálláshelyek, táji keretek, stb.);
- társadalom (életszínvonal, fogadókészség, előnyök, attitűdök, részvétel, stb.);
- látogatói elégedettség (turisták száma, igények, elvárások, szolgáltatások, vendégszeretet, stb.);
- turizmuspolitika (célok, prioritások, hatáskörök, politika, stb.).

A mai modern regionális tudományok „a társadalom térbeli működésének komplex magyarázatára" (Dávid-Jancsik-Rátz, 2007:21) vállalkoznak, melyben a turizmus egy részterület. Amennyiben a folyamatokat tekintjük, a térszerkezet meghatározó, s amint az a fentebb bemutatott két legismertebb definícióból következik, speciális terek egymáshoz való viszonyait is szemlélnünk kell, melybe a turizmus folyamatait elhelyezzük:



2. ábra: Térbeli faktorok a turizmus rendszerében
Forrás: Aubert (2005) in Dávid-Jancsik-Rátz (2007:23)

A turizmus egyik lényegi eleme a térbeli mobilitás, a kereslet helyváltoztatása, melyet leginkább az irány – távolság – idő mátrixában lehet értelmezni, e három tényező egymást kölcsönösen feltételezve alakítja a tér turisztikai hasznosíthatóságát (Michalkó, 2007:64). Földrajzilag a következőképpen tipizálhatók:



3. ábra: A turisztikai és szabadidőterek földrajzi tipizálása
Forrás: Aubert (2005) in Dávid-Jancsik-Rátz (2007:24)

A tér széleskörű értelmezései közül a turizmus számára könnyen operacionalizálható (azaz lehatárolható) térformák a meghatározóak (hiszen önmagában relatív fogalom, s csak az erőforrás lehetőségét hordozza), melyek elsődlegesen a turizmusföldrajzban és az erőforrások oldaláról érhetők tetten:

Operacionalizálás szempontja	Megjelenési formák
Speciális elhelyezkedés (térszerkezet)	***Perifériák turizmusa*** – a globalizáció hatására a centrum-periféria értelmezései a változnak – vonzódás az ismeretlen, távoli célpontok felé – a hátrányból akár előny is kovácsolható ***Határ-menti turizmus*** – identitás kérdései, határon átnyúló termékek, egységes desztinációk
Meta-terek	***Értelmezése***: a terület anyagtalanságában rejlő többletérték, mely a kívülálló számára láthatatlan. – ***Szakrális tér***–valamilyen módon elkülönülő spirituális tér, valamilyen vallásos tartalommal bíró környezeti elem, a szent objektív megjelenésének helyei – évezredek óta a mobilitást meghatározó tényező (pl. zarándoklatok, búcsúk) – ***Etnokulturális tér***–a tér bizonyos részein koncentrálódó etnikai identitással (is) rendelkezők csoportok speciális életvitele, kultúrája – ***Szimbolikus tér*** – a kollektív emlékezet megnyilvánulása – történelmi múlt, közösségi identitás, kulturális kötődések (pl. Ópusztaszer) – ***Informális tér*** – rejtet gazdaság és ezzel kapcsolatos társadalmi csoportok (pl. piacok, vörös lámpás negyedek, pályaudvarok) – ***Virtuális tér*** – funkcionálisan igen, fizikailag nem léteznek – a valóság informatikai eszközökkel való rekonstrukciója *Megfelel a szimbolikus regionalizálásnak, mely a szubjektumok szintjén kultúra- és csoportjellegű.*
Területi szint: funkcionális szint	Kiemelt üdülőkörzet (Magyarországon 353 település) Üdülőkörzet (1363 település) Idegenforgalmi régió (Magyarországon 9 db)
Területi szint: területfejlesztés	Települések – NUTS V. Kistérség – NUTS IV. Mikrorégió (megye) – NUTS III. Régió (Magyarországon 7 db) – NUTS II. *Makrorégió – NUTS I.*
Területi szint: közigazgatás	Település *Kistérség (járás)* Megye Ország *Megfelel a normatív-formális regionalizálásnak, mely*

	az intézményes hálózatokra vonatkozik.
Térspecifikus turisztikai termékek	***Értelmezése***: vonzerejük, sajátosságaik és infrastruktúrájuk az adott tér földrajzi sajátosságaiból fakadnak. – Tömegturizmus – Vidéki – rurális turizmus – Városi – nagyvárosi turizmus – Hegyvidéki turizmus – Természeti és ökoturizmus
Térségi szintek a társadalomban	***Makroterek*** – világ, földrészek, ország-csoportok (nemzetközi integráció), országok - három globális nagyrégió: Európa és Földközi tenger, Észak-Amerika és Antillai-medence Közép-Amerikával és a Karibi-medencével, valamint Kelet-Ázsiai és Csendes-óceáni medence ***Regionális terek*** – nagytérségek, mezokörzetek (gazdasági körzetek, megyék), kistérségek (kistájak, városok vonzáskörzetei) – interregionális kapcsolatok, Eurorégiók ***Lokális szintek*** – települések, lakókörzetek ***Mikroterek*** – családok, munkahelyek, egyebek

1. táblázat: A turizmus számára operacionalizálható terek
Forrás: Michalkó (2007) és Dávid-Jancsik-Rátz (2007) alapján saját szerkesztés

Meg kell jegyeznünk, hogy a területfejlesztési és funkcionális szintek között tapasztalható némi átfedés is – az idegenforgalmi régiók és a NUTSII szintű régiók, bár nem teljes egészében, de egybeesnek. A különbségek miatt van a legnagyobb szükség az egyes területi egységek közötti (intézményesült vagy spontán) együttműködésre, mely tapasztalatom szerint hazánkban még kiforratlan, vagy épp csak eseti jellegű, egy-egy konkrét projekt vagy program kapcsán. A turistákat viszont egyetlen dolog „nem érdekli": vannak-e, és hol vannak az egyes területi egységek közötti határok, akkor, amikor desztinációt, azaz számára egységet képező úti célt választ.

De hol is helyezhetnénk el ebben a rendszerben a kulturális útvonalakat? Értelmezhetjük-e őket, mint egyfajta metatér, vagy épp egy újabb térspecifikus termék? Mielőtt ezekre a kérdésekre választ adhatnánk, nézzük meg a fogalmakat közelebbről…

Örökségturizmus, tematikus utak, kulturális útvonalak

Eddigi szekunder kutatásaim során feltérképeztem az örökségturizmus és a tematikus utak szakirodalmát, áttekintettem a legfontosabb meghatározásokat, definíciókat (Richards 2003, Nuryanti 1996, Hall-McArtur 1998, Thurnbridge and Answorth 1996, Swarbrook 1994,

Nurick 2000, Silberberg 1995, Fladmark 1994, Puczkó-Rácz 2000, stb.). Nuryanti (1996) szerint az örökség a társadalom kulturális hagyományainak részét képezi, és része egy közösség identitásának. Olyan múltbeli, az elmúlt időkből származó érték, amelyet egyik generáció megőrzésre érdemesnek tart és továbbad a következőnek (Hall-McArthur, 1998). Thurnbridge és Ashworth (1996) szerint az örökség tágabb értelmezésében öt lényegi aspektus különböztethető meg. Ezek:

- a múlt bármilyen fizikai maradványa,
- egyéni és kollektív emlékek, a múlt nem fizikai elemei,
- kulturális és művészeti alkotómunka eredményei,
- természeti környezet,
- jelentős gazdasági tevékenység, az „örökségipar".

Az örökség fogalmán belül további alcsoportokat képezhetünk: természeti és kulturális örökség, utóbbit további, megfoghatatlan és tárgyiasult csoportokra bonthatjuk.

A kulturális örökség magában hordozza egy térség és az ott élő közösség legjellemzőbb dimenzióját, a kultúrát, de azzal nem azonos, nehéz körültekintően és megalapozottan értelmezni. E területen is számos meghatározással találkozhatunk, köztük több (nemzetközi) egyezmény és jogszabály is található, mint pl. Világörökségi Egyezmény (ENSZ 1972, Magyarország 1985-ben csatlakozott), a 2001. évi LXIV. törvény a kulturális örökség védelméről, az UNESCO Egyezmény a Szellemi Kulturális Örökség Megőrzéséről (ENSZ 2003), hogy csak a legismertebbeket és legjelentősebbeket emeljem ki.

Hasonlóan összetett az örökségturizmus fogalma is. Az örökségturizmus középpontjában az örökség áll, amely olyan múltbéli, az elmúlt időkből származó értéket jelent, amelyet egy generáció megőrzésre érdemesnek tart. Swarbrooke (1994) definíciója szerint az örökségturizmus az örökségen alapul, ahol az örökség egyrészt a termék központi eleme, másrészt a turisták fő utazási motivációja.Általánosságban azt mondhatjuk, hogy ez a turizmus egy olyan ága, mely egy desztináció kulturális örökségének megismerésére irányul.Fladmark (1994) szerint a kulturális örökségturizmus nem csupán az örökség azonosítását, menedzsmentjét és védelmét jelenti, hanem segít megérteni a turizmus helyi közösségekre és régiókra gyakorolt hatásait, növelni a gazdasági és társadalmi hasznokat, előteremteni a védelemhez, marketinghez és promócióhoz szükséges pénzügyi erőforrásokat. A hozzám legközelebb álló meghatározás, az Amerikai Egyesült Államokban működő *National Trust for Historic Preservation* [kb. Nemzeti Történelmi Megőrzési Alapítvány – NK] definíciója szerint „utazás, melynek célja olyan helyszínek felkeresése és

tevékenységekben való részvétel, melyek autentikusan reprezentálják a múlt és a jelen történéseit, a múltban élt és a mai embereket. Történelmi, kulturális és természeti attrakciókat egyaránt tartalmaz". Továbbá: „az örökségturizmus a történelem megőrzésének kirakós játékában nélkülözhetetlen darab. Segít megőrizni a nemzetek természeti és kulturális kincseit, miközben tudatosságot épít, új munkahelyeket teremt, új üzleti lehetőségeket hoz létre és erősíti a helyi gazdaságot. Minden alkalommal, amikor felkeresünk egy történelmi helyet, nem csak annak megőrzését segítjük – hanem hozzájárulunk a helyi lakosság és a látogatók életminőségének javításához is".

Az örökségi tervezés és fejlesztés elsősorban a múlt emlékeinek jelen hasznosítását jelenti, melynek egy megvalósulási formája lehet a turisztikai hasznosítás. A sikeres kulturális örökségturizmus négy alaplépése: (1) lehetőségek feltérképezése, (2) tervezés és szervezés, (3) felkészülés a látogatók fogadására, védelem és menedzsment, valamint (4) marketing és piacra vitel (www.culturalheritagetourism.org). A kultúra, örökség és turizmus találkozása bizonyos esetekben problémákat is okozhat, melyek öt alapelv segítségével kiküszöbölhetők(www.preservationnation.org):

Együttműködés	• Alapvető fontosságú a partnerség kialakítása, ezzel növelhető a helyi támogatottság. A turisták igényeit csak több, egymással szorosan együttműködő szervezet és vállalkozás tudja kielégíteni!
Megfelelőség	• Meg kell találni a megfelelő egyensúlyt a helyi lakosság és a látogatók igényei között Mindig a helyi adottságok és lehetőségek határozzák meg, mire van szüksége, és mire képes az adott térség.
Élő helyszínek és programok	• Fontos a kreatív és izgalmas interpretáció! Vonjuk be a látogatók minden érzékét!
Központban: minőség és autentikusság	• Az előző generációk autentikus hozzájárulása a történelemhez, a helyi kultúra és hagyományok - csak ezek képviselnek hozzáadott értéket.
Megőrzés és védelem	• Az örökségelemek pótolhatatlanok! Csak hosszú távú megőrzésben és védelemben szabad gondolkodni (hagyományok, kézművesség, ünnepek, gasztronómia).

4. ábra: Az örökségi tervezés alapelvei
Forrás: www.preservationnation.org

Az örökségturisztikai projektek sikertényezői között a következőket találjuk: (1) elérhetőség és érintettség /elérhetőség, érintettség, képzés, nevelés, IT/. (2)

fenntarthatóság/regeneráció, megőrzés, termék megújulása, pénzügyi erőforrások, multiplikátor hatás, visszatérő látogatók/. (3) katalízis /együttműködés, ár-érték arány, megtérülés, strukturált és változó célok/ és (4) versenyképesség /minőség és sztenderdek, benchmarking, marketing, menedzsment, látogatói elégedettség/ (Nurick 2000).

A tematikus utakat gyakran nevezik turisztikai terméknek, ám létesítésüknek különböző okai lehetnek: néha teljesen új termékként kerülnek kialakításra, néha azonban csupán eszközként szolgálnak meglévő (gyakran újrapozícionált) látnivalók interpretálására. Egy tematikus út felkeresése azt jelenti, hogy a turisták az útvonal (szinte) minden pontját meglátogatják. A tematikus utak természeti vagy mesterségesen létrehozott látnivalókat kötnek össze, egy bizonyos téma alapján, s ezek a látnivalók a közlekedés valamely formájának segítségével megközelíthetők. A fenntarthatóságra tekintettel, a tematikus utak az ismeretszerzést és a szórakozást egy időben szolgálják (Puczkó-Rátz, 2000, 2011:63-71).

Amikor tematikus utakról beszélünk, három fő jellemzőt kell figyelembe vennünk:

1. földrajzi elhelyezkedés – hiszen az útvonalak fő feladata a látnivalók összekapcsolása:
    - helyi útvonalak, regionális útvonalak, országos útvonalak, nemzetközi útvonalak.
2. a választott téma – mindig kell, hogy legyen egy központi téma, amely köré az útvonal szerveződik:
    - természeti attrakciók, művészeti témájú útvonalak (pl. egy híres író élete), zarándok-útvonalak,*örökség*/történelmi útvonalak (pl. várak, csatamezők), speciális érdeklődési útvonalak (pl. gasztronómia, kohászat).
    - különleges típus: festői utak – ezek általában közutak, olyan részekkel, melyek érdekes vagy egyedi vizuális élményt kínálnak (gyakran nevezzük “panoráma utak”-nak is).
3. választott vagy javasolt közlekedési eszköz:
    - gyalogos, tömegközlekedéssel elérhető, autós, kerékpáros, szervezett lovas túra, hajó, stb.
    - Megjegyzés: nem ajánlott a különböző közlekedési eszközök útvonalait ugyanazon a nyomvonalon vezetni!

A tematikus utak kialakításának céljai a következők:

- Érdeklődés felkeltése – elsődleges cél; az útvonalak olyan látnivalókat is összeköthetnek, melyek önmagukban nem elég vonzóak. Ez jó esély lehet kevésbé “érdekes” vagy frekventált települések számára is.

- Észlelt távolság csökkentése – néhány desztináció / település közelebbinek tűnik azáltal, hogy felkerül a turizmus térképére.
- Együttműködések fejlesztése – egy útvonal kialakítása nem valósítható meg a résztvevő látnivalók teljes együttműködése nélkül. "Az egész több mint a részek összege!"
- Oktatás és szórakozás.
- Új piacok – a helyi lakosok megfelelő tájékoztatásával a barátok és rokonok, mint új piac, elérhetővé válik.
- Az erőforrás védelme – a szolgáltatások fejlesztését is elősegítheti.
- Ingyenes megtekintés lehetősége – „vethetünk egy pillantást" olyan helyekre is, ahová nem megyünk be és fizetünk belépti díjat, csupán elhaladunk mellette.
- Csomagok kialakítása – már meglévő attrakciók „újra-csomagolása", így új célcsoport elérése.
- Fejlesztés – korábban nem létező termék kialakítása az útvonal létesítése révén. A téma, a megközelítés módja, vagy maguk a látnivalók szintén lehetnek új termékek. Magyarország kiemelkedő potenciállal rendelkezik e téren.
- Költségtakarékosság – az útvonalak lehetnek önvezetésűek, mely a látogató-menedzsment egy speciális technikája. Bár nincs szükség speciális személyzetre, szükség van valakire, aki koordinál, kezeli a jelzéseket, térképeket, kiadványokat, stb.
- Az átláthatóság erősítése – valamilyen struktúra révén, a korábban fel nem fedezett területek is megnyílnak a látogatók előtt. Az útikönyvek, térképek és kiadványok gyakran javasolnak különböző útvonalakat egy desztináció felkeresésére, mely különösen akkor hasznos, ha a turisták behatárolt idővel rendelkeznek egy hely megismerésére.
- Trendeknek való megfelelés – a tematikus utak ma a "divatos" termékek / eszközök kategóriájába tartoznak.

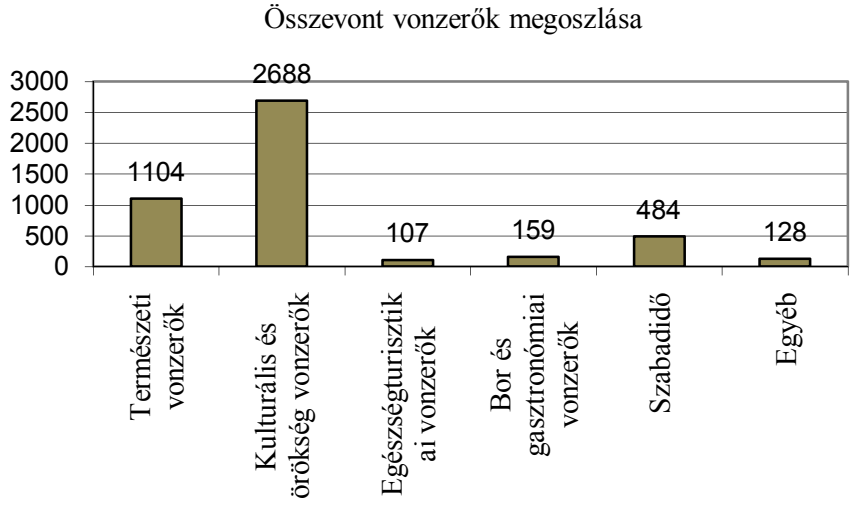
Kézenfekvő az a meghatározás, hogy a kulturális utak olyan tematikus utak, amelyek központi témája valamilyen kulturális érték, örökségelem, s amelyekben domináns szerepe van a kulturális attrakcióknak (Dávid-Jancsik-Rátz, 2007:207). A számtalan nemzetközi példa és személyes tapasztalat (melyekből néhányat a következő fejezet mutat be) azonban arra vezetett, hogy új, tartalmasabb meghatározást szükséges adni a kulturális útvonalaknak, amely lényeges eltéréseket kiemelő határvonalat húz a két fogalom (tematikus út és kulturális

útvonal) közé. Ez a határ pedig a kulturális útvonalak által képviselt, a kultúrából táplálkozó *hozzáadott érték* kell, hogy legyen, különös tekintettel kutatásom szűkebb területére, az örökség-alapú útvonalakra. Ebből kiindulva a kulturális útvonalak definíciója számomra a következő:

A kulturális útvonal egy speciális tematikus út, mely olyan kulturális látnivalókat fűz fel egységes kínálattá, ahol a központi téma tudományosan is kutatott, az örökséghez fűződő kapcsolata világosan kimutatható, az egyes állomásokon a látogató számára a kultúrából fakadó hozzáadott értéket képviselő élményt nyújtja.

Hazai és nemzetközi példák

Az észak-magyarországi régió különösen gazdag örökségértékekben. 2006-ban készült el a régió turizmusfejlesztési stratégiája, melyhez teljes körű vonzerőleltár is készült. A beazonosított 4670 vonzerő-elem közül a legtöbb az örökség-kategóriában található:



5. ábra: Turisztikai vonzerők az észak-magyarországi régióban
Forrás: Észak-Magyarországi Turizmusfejlesztési Stratégia, 2006.

A régióban négy Világörökségi helyszín is található: Hollókő, Tokaj-hegyaljai borvidék, az Aggteleki- és Szlovák Karszt barlangvilága, valamint nagyon kis területtel ugyan, de a Tisza mentén a Hortobágyi Nemzeti Park egy része is itt található. A közelmúltban vált ötödik elemmé a matyó népművészet. A régió igen gazdag történelmi, kulturális hagyományokban, kiemelkedő népművészeti értékei, hagyományai vannak, gasztronómiájában kiválóan alkalmazhatók lennének a helyi termékek, nem is beszélve az itt fekvő négy történelmi borvidékről.Az örökségturizmusnak, s speciális esetünknek, a

kulturális útvonalaknak is szép példáit találhatjuk a régióban; egyre nagyobb ismertségre tesz szert a Palóc Út, a Vaskultúra Útja, Szent Erzsébet Út, Felső-magyarországi Vártúrák, Gótikus Út, a borutak, és még több kezdeményezést sorolhatnánk, amelyek közül kiemelhető a csereháti História-völgy programja, annál is inkább, mivel az ország egyik leghátrányosabb helyzetű térségéről van szó. Igen, a turizmus kiváló regionális fejlesztési eszköz lehet, amennyiben kellő átgondoltsággal, hosszú távú koncepció mentén, megfelelő hálózattal és menedzsment-szervezettel végezzük. Azt is ki kell emelni, hogy a felsoroltak közül több is nemzetközi, legalább is a szomszédos Szlovákiával közös kínálatként kerül(t) kialakításra. Nem beszélhetünk azonban múlt időről, mivel a fejlesztési folyamat számos láncszeme hiányzik, vagy igen laza, mely részletes taglalása meghaladja e tanulmány kereteit. Dióhéjban összefoglalva, doktori kutatásom központi eleme, az együttműködés, hálózatok és menedzsment szervezet hiánya jelenti a legnagyobb hiányosságot.

Vannak azonban igen szép, irigylésre – és ez esetben követésre – méltó nemzetközi példák, melyekből a különlegességre törekvés mentén válogatok:

*Katonai örökség – mint turisztikai látványosság?*Háborúk, nagy csaták, dicsőség és végtelen pusztítás – hogyan párosulhatnak ezek a fogalmak a turisztikai látványosságok élményközpontú megközelítésével?

A katonai örökség turizmus egy olyan al-ágazat az örökségturizmuson belül, ahol „a hősi halállal szembeni tisztelet modern, hazafias érzelmekkel párosul" (Gatewood és Cameron, 2004:193), egyben a tiszteletadás egyik megnyilvánulása (Gough, 2004). Mivel az útmutatás és az interpretáció különösen fontos a megfelelő látogatói élmény kialakulásához, s ez esetben az érzelmi reakciókkal is számolnunk kell. Voase (2002) rámutat arra, hogy ilyen helyszínekkel és tárgyi emlékekkel szemben a látogatók reakciója egyaránt lehet aktív és passzív, míg Austin (2000) óvatosságra int a tekintetben, hogy az örökségturizmus könnyen válhat olyan „árucikké", ahol a látogatóknak esetleg téves prekoncepcióik lehetnek arról, milyen reakciókat várnak el tőlük, vagy éppen szórakozási céllal keresik fel az adott helyszínt. Mindez különösen igaz a katonai örökség helyszínek esetében, ahol a szórakozás és a megértés, együttérzés érzelmei kerülhetnek szembe egymással. Carman (2000) szerint a tiszteletadást felváltotta a megismerés – abban az értelemben, miszerint a katonai örökség a tágabban értelmezett nemzeti örökség része, a kultúra, értékek és erkölcsök egyik forrása. (hivatkozások: in Emerson-Cardow, 2009)

Franciaország legnagyobb szabadtéri múzeuma a Maginot-vonal, észak-Elzász és Lotaringia területén található. A II. világháborús bunkerek és erődítmények 99 %-a mai is létezik, és egy tematikus útvonallal kötötték össze őket. Több állomáson – a legnagyobb

létesítményeknél – látogató központok és múzeumok létesültek, bár a legtöbb helyet önkéntesek működtetik és nincs állandó nyitva tartásuk.

Aktív turizmus és természetvédelem az egykori vasfüggöny helyén – A vasfüggöny közel 40 éven keresztül osztotta ketté Európát, a Barents tengertől a Földközi tengerig. Politikai, ideológiai és fizikai határ is volt egyben, leginkább Németországban volt kézzelfogható: szögesdrót-kerítések, falak, őrtornyok, kutyás őrök és fegyverek – mintegy 50-200 méter széles sávban, ahol a „senki földjén" a természet volt az egyetlen nyertes. Mivel ide embernek tilos volt a belépés, olyan érintetlen, háborítatlan terület jöhetett létre, mely az európai biodiverzitás egyik legszebb példája. A BUND, Németország vezető környezet- és természetvédelmi szervezete kezdeményezése hívta élete a „Green Belt", azaz Zöld Öv projektet, mely aztán Európa számos országának támogatását élvezte. Ma 22 országon fut keresztül, 6800 km.

A kulturális örökség hangsúlyosan jelenik meg európai szintű programokban is, mint pl. az *Európa Tanács Európai Kulturális Útvonalak* kezdeményezése, mely nyomán ma 24 ilyen útvonal létezik. Célja, hogy ezzel is demonstrálja: az egyes országok kultúrája és öröksége szerves része a közös európai örökségnek. Az útvonalak újraértelmezik a turizmus tereit, hiszen mindegyik több országot érint, van, amelyik inter-kontinentális léptékű. A tematikák is igen szerteágazóak, s hogy a legmeghökkentőbbet említsem, 2010-ben jött létre az Európai Temetők Útja. Ezen hálózathoz csatlakozott most (melyről e tanulmány írásakor kaptam értesítést) a Svájci Kulturális Útvonalak szervezete is.

2012 októberében két hetet tölthettem Svájcban, a Luzerni Egyetem Turizmus Intézetében, elsősorban a *Svájci Kulturális Útvonalakat* tanulmányozva. A rendszer, s az a tudatos építkezés, mely alapján (közel 30 év alatt) kialakultak a mai útvonalak, számomra etalonná vált. Az 1970-es évek nagy infrastruktúra fejlesztései alatt döbbent rá a svájci állam arra az elszomorító tényre, hogy az építkezések a régi, általában zarándok-, katonai- vagy kereskedelmi utak még létező maradványait fizikailag is elpusztítja. Ezeket az értékeket azonban nem szabad veszni hagyni! A berni egyetem kutatóiból alakult interdiszciplináris csoport, 30 ember 20 évi munkája, s a svájci állam 50 millió frankos befektetése mellett készült el egy olyan egyedülálló leltár, mely nem csupán a régi utakat, hanem az ezek mentén álló létesítményeket, kápolnákat, hidakat, szobrokat és fogadókat is számba veszi. A felhalmozott tudás nem maradhatott további hasznosítás nélkül, a kutatócsoport együtt maradt, s létrehoztak – egy több éves projekt részeként – először 12, országos jelentőségű útvonalat. Mindegyik a svájci kultúra és történelem egy-egy speciális részét mutatja be. Majd kiválasztásra került további 300, helyi és regionális jelentőségű útvonal, ahol szigorú

sztenderdek mentén ma is folyik a turisztikai kínálattá formálás. Ezen a szinten már egyéb gazdasági és fejlesztési szempontok is szerepet kaptak, mint pl. az oktatás-nevelés, vagy a hagyományos helyi termékek bekapcsolása a hálózatba, mely ezzel az agrárágazatot is támogatja.

Összegzés

A kulturális útvonalak – amint az a bemutatott, s ezeken túlmenően még számos más példákból is látszik – nem csupán a helyi identitástudat és a közösségfejlesztés, hanem a regionális fejlesztés, a területi fejlesztés és a kohézió erősítésének eszközei is lehetnek. Azonban csakis akkor, ha egy átgondolt, tudatos, hosszú távú koncepció és stratégia mentén valósulnak meg. Ezekből sajnos ma csak ritkán látni Magyarországon, s egy olyan rendszerről, mint a Svájci Kulturális Útvonalak, egyelőre csak álmodni lehet.

Választ adhatunk-e a tanulmányban feltett kérdésekre? Értelmezhetjük-e a kulturális útvonalakat, mint egyfajta metatereket? Ha az értelmezést és a korábbi meghatározásokat tekintjük, akkor minden bizonnyal igen a válasz. Azt is elfogadhatjuk, hogy egyfajta térspecifikus termékekként kezelhetjük őket, ahol a tér – az útvonal jellegétől is kiterjedésétől függően – több területi szinten is megjelenhet. A téma további kutatásokhoz is jó alapul szolgálhat, ahol elsősorban interdiszciplináris teamek munkájára lehetne számítani. S nem szabad elfelejteni, hogy a turizmus csupán egy a lehetséges megoldások és kezelési módok között, a regionális fejlődéshez a gazdaság és a tudomány más területeire is szükség van.

Hivatkozások

AUBERT, A. (2006): A turizmusföldrajz rendszertani helye és főbb kérdései a földrajztudományban, Földrajzi Értesítő 2006, LV. évf. 3-4. füzet, pp. 333-354.

BOLLIGER, S. ed. (2011): BAUKASTEN Kulturwege Schweiz, Handbuch für den Aufbau von Kulturwegen, Kurzversion, ViaStoria, im Auftrag des SECO

Cultural Heritage Tourism website (http://www.culturalheritagetourism.org/index.html)

DÁVID, L. – JANCSIK, A. – RÁTZ, T. (2007): Turisztikai erőforrások – a természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása, Perfekt Kiadó, Budapest

EMERSON, A.W. – CARDOW, A. (2009): Managing the Tensions in Marketing Military Heritage as Visitor Attractions, ANZMAC

FLADMARK, J.M. (1994): Cultural tourism: papers presented at the Robert Gordon University Heritage Convention, Conference proceedings book, Donhead Publishing, London

HARGROVE, C.M. (2002): Heritage Tourism, CRM Magazine, Volume 25, Nr. 1. pp.10-11.

LENGYEL, M. (2004): A turizmus általános elmélete, Heller Farkas Főiskola, Budapest

MICHALKÓ, G. (2007): Magyarország modern turizmusföldrajza, Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs

National Trust for Historic Preservation website (http://www.preservationnation.org/information-center/economics-of-revitalization/heritage-tourism/)

NURICK, J. (2000): Heritage and Tourism, Locum Destination Review, Issue 2. pp.35-38.

PUCZKÓ, L. – RÁCZ, T. (2000, 2011): Az attrakciótól az élményig, Geomédia Kiadó, Budapest; illetve Akadémiai Kiadó, Budapest

RICHARDS, G. (2003): What is Cultural Tourism? In van Maaren, A. (ed.) Erfgoed voor Toerisme. Nationaal Contact Monumenten.

SILBERBERG, T. (1995): Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. Tourism Management, 16(5), pp. 361-365.

TERRY A. – ULLRICH K. – RIECKEN U. (2006): The Green Belt of Europe – From Vision to Reality, IUCN