

317287

TURIZMUS

6

# KÉK

Kultúra és Közösség

művelődéstudományi folyóirat

IV. folyam V. évfolyam 2001. II-III. szám Ára 1000 Ft







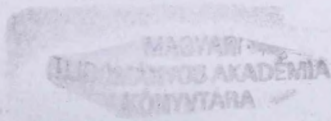
Tartalom

# KÉK

Kultúra és Közösség

művelődéstudományi folyóirat

III. folyam V. évfolyam 2001. II-III. szám Ára 1000 Ft





# K É K

Kultúra és Közösség

művelődéstudományi folyóirat

III. évfolyam V. évkönyv 2001. II. III. szám Ára 1000 Ft.

Lapunk szerkesztősége:  
az MTA Szociológiai Kutatóintézetnek  
Kultúrakutató Műhelyében működik

Alapító főszerkesztő és a szerkesztőbizottság elnöke: Vitányi Iván  
Főszerkesztő: Tibori Tímea  
Főszerkesztő-helyettes: Németh István

Köszönetet mondunk e tematikus szám társszerkesztéséért  
Barkó Boglárkának

Felelős kiadó: Németh István  
A szerkesztőbizottság tagjai: Antalóczy Tímea, Farkas Mária, Harsányi László,  
A. Gergely András, Kraiciné dr. Szokoly Mária, Schneider Márta, Szirmai Viktória,  
T. Kiss Tamás, Utasi Ágnes

Lapterv: Fekete Valér  
Fotó: Zátonyi Tibor

Szerkesztőségünk címe:  
MTA Szociológiai Kutatóintézet  
1014 Budapest, Úri utca 49. Tel/fax: 224 0797

A kiadó címe:  
Új Mandátum Lap- és Könyvkiadó  
1134 Budapest, Kassák Lajos utca 9. I/1.

Nyomás, kötés: Főnix Nyomda  
Felelős vezető: Soskóné Müller Judith

A 2001. évi négy szám 2000 Ft-os előfizetési díjáról szóló átutalásukat az alábbi bankszámla számon  
kérjük teljesíteni: 10032000-01731172-00000000

A szám megjelenését a  
Nemzeti Kulturális Alap Folyóiratkiadási Kollégiuma, és  
Budapest Főváros Főpolgármesteri Hivatala támogatta.

ISSN 0133-2597



# Tartalom

---

Felhívás – Szabadidő és turizmus 2001.	5
Invitation – Leisure Time and Tourism 2001.	7

## TURIZMUS

---

Kiss Gabriella: Tömegturizmus és tömegkultúra	9
Greg Richards: Culture and Tourism in Europe	19
Greg Richards: The Social Context of Cultural Tourism	29
Kraiciné dr. Szokoly Mária: Animáció és animátorképzés a turizmusban	43
Németh István – Knoch László: Az ormánsági példa	51

## KONFERENCIA

---

Kultúra és turizmus 1998. Nemzetközi Konferencia és Szakmai Vásár	59
Kultúra és turizmus 2000. II. Nemzetközi Konferencia és Szakmai Vásár	81

## PORTRÉ

---

Szále László: Az ötletadó – Király István	113
---	-----

## BUDAPEST

---

Diósi Pál: Az osztrák sógor	115
-----------------------------	-----

## FELNÓTTNEVELÉS

---

Gyóry Csaba: A képzésfejlesztési kísérlettől az akkreditációig	125
Kraiciné dr. Szokoly Mária: A közművelődési szakemberképzés 25 éve a Budapesti Tanítóképző Főiskolán	133

## SZEMLE

---

A. Gergely András: Turizmus és antropológia	143
---	-----



# KEL

1950-1951

1952-1953

1954-1955

1956-1957





# FELHÍVÁS

SZABADIDŐ ÉS TURIZMUS –  
A TURIZMUS VILÁGTRENDJEINEK ÉRVÉNYESÜLÉSE KÖZÉP-KELET-EURÓPÁBAN  
SZAKMAI KONFERENCIA

2001. NOVEMBER 8–11. Budapesten és vidéki helyszíneken

## Ajánlás

Az ezredfordulóra a Föld népességének növekedésével párhuzamosan csökken az elvégezhető munka mennyisége, ami a szabadidő megváltozott paradigmájával, az európai, a régiós és a nemzeti kultúrpolitikák helyzetének és felelősségének megváltozásával jár együtt. A „határnélküli” globalizálódó világ kultúrpolitikai változásának leglényegesebb eleme az, hogy a hagyományosan az *állam* és az *értelmiség* vezérelte kultúrpolitikában, illetve amellet meghatározó tényezővé válik a *piac*, ami sajátos törvényszerűségeivel homogenizál és globalizál, veszélyezteti mindazt, amit hagyományosan európai, nemzeti vagy magas kultúrának nevezünk.

A kultúra és a szabadidő részeként meghatározó jelentőségűvé válik a turizmus, ami az ember örömeire és boldogulására, a személyiség szabad kibontakoztatására és fejlődésére fordított idő, a szabadidő (local leisure) mellett, a mobilis, más környezetben, utazás révén eltöltött szabadidőt (mobile leisure) jelenti. Globális előrejelzések szerint az ezredfordulót követően, 20 év alatt megduplázódik a turizmusban résztvevők száma, amelyben a passzív pihenés mellett egyre nagyobb teret kap a sport és rekreáció; az egészséges életmód elsajátítására és megélésére való törekvés; a szórakozás hagyományos formái mellett, a más tájak és népek megismerésének szándéka; az extrémításokra való törekvés.

A turizmus világtrendjének alakulása új kihívásokat, és megoldandó feladatokat jelent a tudományos kutá-

tás és a képzés számára. Egyre több európai országban fogalmazódik meg igényként, hogy teremtsék meg az iparrá váló szabadidő és turizmus nemzetközi együttműködésen alapuló kutatási és professzionális szakképzési bázisa.

A European Leisure and Recreation Association 1999. őszi XI. Kongresszusa, valamint a World Leisure and Recreation Association 2000. júliusi IV. Kongresszusa felhívta a figyelmet arra, hogy a globalizáció jelenségei, a turizmus fejlődésének világtrendjei sajátos módon érvényesülnek a közép-kelet-európai régióban. A konferenciát rendező szervezetek céljai:

- megismerni és megismertetni a szabadidő megváltozott paradigmájára és az életmódra vonatkozó újabb európai társadalomtudományi kutatásokat;
- megvitatni, hogy van-e a turizmusnak új, az ezredfordulón megfogalmazható világtrendje, s vannak-e a közép-kelet-európai turizmusnak ettől eltérő sajátosságai. Melyek a közép-kelet-európai turizmusipar számára levonható következtetések, a szolgáltatók (camping és szállodaiipar, gyógy-idegenforgalom, fitness mozgalmak), a fogyasztók (a közép-kelet-európai vendégek) követendő stratégiái;
- felmérni a „közép-európaiság” értékeinek, multikulturális jelenségeinek idegenforgalmi megjeleníthetőségét, értékesíthetőségét;
- együttműködések, egységes fellépések, közös képzések kezdeményezése, új tevékenységi területek feltárása.

A konferencia hivatalos nyelvei: magyar és angol (a plenáris üléseken szinkrontolmácsolással, a workshopokon tolmács-segédlettel).

## ELŐZETES PROGRAM

### November 8. (csütörtök)

Érkezés, regisztráció  
Ismerkedési est/fakultatív program

### November 9. (péntek)

#### 10.00–17.00 Plenáris ülések

10.00–12.30 Plenáris ülés  
12.30–14.00 Ebédszünet  
14.00–15.30 Plenáris ülés  
15.30–15.45 Kávészünet  
15.45–16.30 Plenáris ülés  
16.30–17.00 Zárszó

## 19.30 FOGADÁS

### November 10. (szombat)

#### 10.30–17.00 SZAKMAI WORKSHOPOK

8.00 Indulás a workshopok helyszínére busszal  
10.30–12.30 Szakmai workshopok  
12.30–14.00 Ebéd  
14.00–15.30 Szakmai workshopok  
15.30–15.45 Kávészünet  
15.45–17.00 Szakmai workshopok  
17.00–19.00 Vacsora  
19.00 Visszautazás Budapestre

### November 11. (vasárnap)

Hazautazás  
Fakultatív programok:  
Városnézés Budapesten  
Dunakanyari kirándulás  
Koncert, opera-előadás



## **A plenáris ülésre eddig meghívott előadók**

Csizmadia László, főigazgató (Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kara)

Falussy Béla, szociológus (Központi Statisztikai Hivatal)

Hillel Ruskin, egyetemi tanár (World Leisure and Recreation Association – Jeruzsálem)

Kósa László, dékán (Eötvös Lóránd Tudományegyetem)

Vitányi Iván, professzor, vezetőségi tag (European Leisure and Recreation Association – Budapest)

### **Workshopok:**

#### **1. A kultúra-szabadidő-íjűség elméleti kérdései**

Melyek a turizmus új trendjei és a közép-kelet-európai régió turizmusának sajátosságai?

Mit mutatnak a régió és Magyarország főbb turisztikai mutatói országos szociológiai és statisztikai felmérések alapján? Befolyásolják-e és hogyan a művelődéspolitikai döntések a turizmus forgalmát? A turizmus szerepe a fiatalok szabadidős tevékenységrendszereiben. Az állam, a civil szervezetek és az EU-programok szerepe az ifjúsági turizmus fejlesztésében.

#### **2. Ökoturizmus.**

A közép-kelet-európai régió kistérségeinek felértékelődése a bel- és külföldi turizmus világpiacán. A turizmus fejlesztő hatásának érvényesülése a periférikus fekvésű régiókra és kistéleülésekre. A falusi turizmus komplex turisztikai termékeinek (sport, szabadidős, egészségvédő (wellness) és rekreációs szolgáltatások), az infrastruktúra és a szolgáltatások fejlesztési lehetőségei. A falvak lakossága mint a turizmus humán erőforrása.

#### **3. Falusi turizmus.**

A bel- és külföldi turizmus bővítésének egyik lehetősége a régió épített ér-

tékeinek (kastély és várturisztikai programok) fejlesztése; védett természeti kincseinek és háborítatlan tájak közelében lévő településeknek idegenforgalmi kihasználása (kerékpár és vízi turizmus), valamint tematikus parkok építése a szezonális turizmus ingadozásainak mérséklésére. Hogyan hangolhatók össze a táj- és környezetvédelem, valamint a turisztikai fejlesztések érdekei, illetve a szabadidős infrastruktúra és kínálat a településeken a helyi lakosság életminőségét javító beruházásokkal, milyen szinergiák léphetnek fel a két fejlesztési irány között.

### **Előadók és szekcióvezetők a workshopokban**

1. Bartos Csaba, igazgató (Zánkai Ifjúsági Központ), Falussy Béla, szociológus (KSH), Kraiciné Szokoly Mária, andragógus (ELTE TÓFK), Szabó László, helyettes államtitkár (Ifjúsági és Sportminisztérium), Tibori Tímea, szociológus (MTA Szociológiai Kutatóintézet)

2. Csizmadia László, főigazgató (BGF KVIF)

3. Szabó Géza, elnök (Falusi Turizmus Országos Szövetsége)

### **Hozzászólások és prezentációk**

Felszólalások, referátumok, prezentációk megtartására a workshopokon van lehetőség. Kérjük, hogy felszólalási szándékát egy 20 soros vázlat megküldésével együtt a jelentkezési lapon tüntesse fel. A hozzászólás elfogadásáról a Szervező Bizottság 2001. június 15-ig értesíti Önt.

*A konferencia részvételi díja: 20.000 Ft*

A részvételi díj tartalmazza a konferencián való részvétel valamennyi költségét: a szakmai programon (plenáris ülések és workshopok) és a fogadáson való részvételt, az információs anyagokat, a program ideje alatti étkezési és utazási költségeket.

Azoknak az érdeklődőknek, akik csak egy-egy előadást szeretnének meghallgatni, napjegyvet biztosítunk 2000 Ft-os áron.

### **Szállásfoglalás:**

A konferencia résztvevői számára a Titkárság különböző kategóriákban biztosít szállást. Kérjük, hogy igényét a jelentkezési lapon található információk szerint jelezni szíveskedjen.

#### *A jelentkezés ideje:*

Jelentkezni lehet faxon vagy levélben.

Jelentkezési határidő: 2001. május 15.

A regisztrációs díj befizetésének határideje: 2001. június 15.

Lemondási határidő: 2001. augusztus 31. Ezen időpont után a befizetett részvételi díj, a szállás, a fakultatív program költségét a Konferencia Titkárságnak nem áll módjában visszafizetni.

#### **A RENDEZVÉNY FŐVÉDNÖKEI:**

Dr. Budai Zoltán, turisztikai helyettes államtitkár (Gazdasági Minisztérium) és Hillel Ruskin, egyetemi tanár (WLRA – Jeruzsálem)

#### **A RENDEZVÉNY ELŐKÉSZÍTŐ**

##### **BIZOTTSÁGÁNAK TAGJAI:**

ELRA, WLRA, Magyar Szabadidő Társaság Fővárosi Önkormányzat Gazdasági Minisztérium Ifjúsági- és Sportminisztérium Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma Budapesti Gazdasági Főiskola ELTE-TÓFK

#### **A RENDEZVÉNY TÁMOGATÓI**

Budapest Főváros Önkormányzata Municipality of Budapest City – Committee for Tourism Selbstverwaltung der Hauptstadt Budapest – Ausschuss für Tourismus Oktatási Minisztérium Ifjúsági- és Sportminisztérium

#### **A RENDEZVÉNY SZAKMAI**

##### **TITKÁRSÁGA**

ELTE Tanító- és Övöképző Főiskolai Kar 1126 Budapest Kiss János altb. u. 40. Tel./Fax: 201 45 39 E-mail: [szokolym@kincsem.btf.hu](mailto:szokolym@kincsem.btf.hu)

#### **A RENDEZVÉNY TECHNIKAI**

##### **LEBONYOLÍTÁSÁÉRT FELELŐS TITKÁRSÁG:**

Kult-Turist Kft. 1094 Budapest Angyal u. 31. Tel.: 06-1-218-6558 Fax: 06-1-218-6560 E-mail: [corvin@mail.datanet.hu](mailto:corvin@mail.datanet.hu) Website: [w3.datanet.hu/~corvin](http://w3.datanet.hu/~corvin)



# INVITATION

LEISURE TIME AND TOURISM – WORLD TRENDS IN CENTRAL EASTERN EUROPE

*International Conference*

Venue:

HUNGARY

*Budapest and other different places*

*8–11 November 2001*

## *Recommendation*

By the turn of the millennia, along with the growth of the world's population, the work to be done will have decreased, calling for a changed paradigm of leisure and an adaptation in the responsibilities and the situation of the European, regional and national cultural policy. The most significant motif of change of the culture policy of globalisation without boundaries is that along the traditionally state and intelligentsia governed culture policy, market, with its particular conformity to rules, is becoming more and more determinative and it globalises and homogenises the world, thus endangering the so-called European or national, or high culture itself.

Tourism is becoming a particularly important part of culture and leisure. Beside "local leisure", a time spent on personal improvement and development, there exists the expression of "mobile leisure", meaning mobile tourism – travelling abroad.

According to the global forecasts, by the year 2020 the number of tourists will have doubled as people spend more free time doing sport and recreation. They also tend to spend more time on healthcare. Besides the traditional ways of entertainment, more and more people would like to be acquainted with other cultures and extreme facilities for passing time.

The 11<sup>th</sup> Congress of European Leisure and Recreation Association in

the Autumn of 1999 and the 4<sup>th</sup> Congress of World Leisure and Recreation Association in July 2000 drew attention to the probable impact globalisation and the new ways of tourism are likely to have in Central Eastern Europe. The objectives of the conference are as follows:

- To learn and publicise the new results of European social science research concentrated on changes in lifestyles and new paradigms of tourism and leisure time;
- To find out whether there are any world trends in tourism definable at the turn of the millennia and whether there are any particular characteristics detectable in Central Eastern Europe, and what conclusions are to be drawn for the tourism sector; to discuss desirable strategies in the service sectors (camping and catering, health tourism, fitness movements) as well as the ones desirable from the consumers (Central Eastern European guests) and the professional trainers' points of view.
- to assess the importance of values of "being Central European" of tourism and profitable possibilities of its multicultural phenomenon; Initiating co-operation and all-in-one appearance; discovering new activities.

Official languages: English and Hungarian

There will be available simultaneous translation on plenary sessions and workshops.

## *PROGRAMME DRAFT*

**08<sup>th</sup> November**

**(Thursday, Budapest)**

Arrival, registration

Welcome party / optional

**09<sup>th</sup> November (Friday, Budapest)**

**10.00–17.00 Plenary sessions**

10:00–12.30 Plenary session

12.30–14.00 Lunch break

14.00–15.30 plenary session

15.30–15.45 Coffee break

15.45–16.30 Plenary session

16.30–17.00 Closing lecture

19.30: RECEPTION

**10<sup>th</sup> November (Saturday)**

**10.00–17.00 Workshop sessions**

8.00 Departure from Budapest to different venues

10.30–12.30 Workshop session

12.30–14.00 Lunch break

14.00–15.30 Workshop session

15.30–15.45 Coffee break

15.45–17.00 Workshop session

17.00–19.00 Dinner

19.00 Travelling back to Budapest

**11<sup>th</sup> November (Sunday)**

Departures

Optional programs:

Sightseeing tour in Budapest

Excursion to Dunakanyar

Concert, opera program

*Plenary lecturers invited so far:*

László Csizmadia, director (Budapest Business School Faculty of Commerce Catering and Tourism)



Béla Falussy, sociologist (Hungarian Central Statistical Office)

Hillel Ruskin, university teacher (WLRA-Jerusalem)

László Kósa, dean (Eötvös University Faculty of Science)

Iván Vitányi, professor (ELRA)

### **Workshops:**

#### *1. Culture and leisure*

What are the new trends and the specific features in the Central European tourism?

What do the figures of sociological and statistical researches show in the region and in Hungary? Is there any influence of cultural policy on tourism trade? The role of leisure activities in the life of the young people. The role of the state, the civic organisations and EU projects in the development of tourism among the young people. What kind of training programmes can be reasonable to be introduced? What types of professional competencies needed for leisure, recreational and animator managers?

#### *2. Ecotourism*

Development of small regions in Central Europe according to the world market. Influence of tourism improvement and development in regions in the periphery and small villages. Products in rural tourism (services in sports, leisure, wellness, recreation) and their possibilities, improvement opportunities in infrastructure and services. Villagers as human resources.

#### *3. Rural tourism*

How can home and foreign tourism be developed? (Castle and chateau programmes, natural reserve projects, settlements in a reserved place and their tourist values (biking and aquatic tourism), establishing thematic parks to moderate fluctuation of session tourism. How can the land, the environmental protection and the

interests of tourism developments be harmonised? How can it be done between settlements' supply and investments made for the improvement of the life standard of local people, what kind of problems can be occurred between the two development tendencies.

Sessions and chairmen:

1. Csaba Bartos, director (Zánka Youth Center), Béla Falussy, sociologist (Hungarian Central Statistical Office), Mária Szokoly Dr. Kraiciné, director (Eötvös University Faculty of Science – Teacher's Training College), László Szabó, deputy state secretary (Ministry of Youth and Sport), Timea Tibori, sociologist (Institute of Sociology Hungarian Academy of Sciences)

2. Dr. Géza Szabó, vice-president (Hungarian Federation of Rural Tourism)

3. László Csizmadia, director (Budapest Business School Faculty of Commerce Catering and Tourism)

### **Lectures and contributions:**

Lectures and contributions will be held at workshops. Should you wish to give a lecture or make remarks, please send us a maximum 20-line resume with a theme, signed on the application form. Information of accepted lecture will be sent by 15<sup>th</sup> June 2001 by the Organisation Committee.

*Registration fee: 250 DM*

Registration fee includes all costs of participation: participation at special programs (plenary sessions and workshops), information brochures; transfer charges and board within the program.

### *Accommodation:*

Participants of the event have the possibility to choose hotel rooms of different categories. You are kindly requested to make your reservation according to the information indicated in the registration form.

### *Deadlines and application*

Filled application forms must be sent by 15<sup>th</sup> May 2001 via mail or fax. Registration fee must be paid by 15<sup>th</sup> June 2001.

Cancelling deadline: 31<sup>st</sup> August 2001. After this date paid registration and accommodation fee sum cannot be requested.

### *Patrons:*

Zoltán Budai, deputy state secretary in charge of tourism (Ministry of Economic Affairs) and Hillel Ruskin, university teacher (WLRA-Jerusalem)

### *Members of preliminary committee:*

ELRA, WLRA  
Hungarian Leisure and Recreation Association  
Ministry of Economic Affairs  
Municipality of Budapest City  
Ministry of Youth and Sport  
Ministry of National and Cultural Heritage  
Budapest Business School  
Eötvös University Faculty of Science – Teachers' Training College

Scientific Secretaries of the Conference:  
ELTE-TÓFK 1126 Budapest Kiss János altb. 40.  
T+F.: + 36 1 201 4539  
E-mail: szokolym@kincsem.btf.hu  
Technical Secretaries of the Conference:  
Kult-Turist Ltd. – 1094, Budapest, Angyal u.31. Hungary  
Phone.: 36-1-218-6558 Fax: 36-1-218-6560  
E-mail: corvin@mail.datanet.hu  
Website: w3.datanet.hu/~corvin



Motto: „A turizmus egyféle társadalmi vívmány, ezért nem kérdőjelezhető meg.”

(K. Köstlin)

## A turizmus Janus-arcú jelensége

A turizmus témaköre napjainkban egyre inkább érdekes és fontos kutatási terület lesz, és nem csupán gazdasági jelentősége<sup>1</sup> révén. Bepillantást enged a társadalom működésének sok területére és folyamatába, különösen tudásszociológiai megközelítése mutat

A tömegturizmus jelenségének megítélése – megjelenése kezdeteitől – igen csak ellentmondásos. Egyrészt, minden kritikája ellenére, a jóléti társadalom sok egyéb eredménye között emlegetik. Úgy tűnik, a jóléti állam leépítése sem veszélyezteti népszerűségét, legfeljebb megnehezíti a korunkra jellemző – irányában is megmutató – „korlátlan vágyak” kielégítését.

A turistáskodás a modern ember megkérdőjelezhetetlen, „visszavehetetlen joga”, ami kifejezi és kielégíti nyug-

Kiss Gabriella

## Tömegturizmus és tömegkultúra

kozik sokat ígérőnek: mit jelent az emberek, a résztvevők és a kirekesztettek, illetve a különböző paradigmákkal dolgozó társadalomkutatók csoportjai számára, olykor sajátos feltételek – pl. az államszocializmus, a kádárizmus idején – a politika számára.<sup>2</sup>

Közgazdasági haszna gyakran elfedi más vonatkozásának fontosságát sokak előtt, pedig expanziójának gazdasági okokon kívül számos társadalmi, politikai és kulturális oka van, pl. az erősödő migráció, a nyitott társadalom, a multikulturalizmus terjedése, a szabadidő növekedése, a diszkrecionális jövedelemmel rendelkezők számának emelkedése, az életstílus változása, illetve, hogy – sokak szerint – a gazdasági besorolás helyett a szabadabban megválasztott, és egyre heterogénebb és individualizáltabb életstílus lesz a társadalmi rétegződés elve.

hatatlanságát, kíváncsiságát, szenzációéhségét, a változatosság, az új iránti fogékonyságát stb. (Nézzük csak meg a modernitás metaforáit: „rizikótársadalom”, „élménytársadalom”, „elégedetlen társadalom”, „anómiás társadalom” stb., jól illeszkedik hozzájuk a „turistatársadalom” megnevezés is.)

Az életlehetőségek között az utazás, a turistáskodás elismert értékre tett szert, mint népszerű szabadidő-forma. A „turistáskodás joga” mint társadalmi vívmány „egyetemes joggá” válik. „Mindenekelőtt nyereségként könyvelendő el – írja R. Dahrendorf német szociológus –, hogy a globalizáció régebben nem is sejtett új lehetőségeket nyitott meg az emberek milliói előtt. Ez különösen az egykor fejlődőnek nevezett országokra érvényes, amelyek immár a gazdaságilag fejlett világ részévé válnak. Senkinek nincs joga megtagadni a kínaiaktól és a braziloktól



azt, ami a németeknek és a kanadaiaknak örömet okoz, vagyis a lakást, a mosógépet, az autót és az UTAZÁST. Soha nem volt korábban ennyi embernek oly sok lehetősége, mint ma.”<sup>3</sup>

A tömegturizmus jelenségét mégis inkább a jóléti társadalom „kétes vívmányai” között szokták emlegetni. Míg a turizmus a tömegfogyasztássá vált formája előtt többnyire egy kiváltságos – anyagi tőkével, sok szabadidővel, kulturális kíváncsisággal és motíváltsággal rendelkező – réteg privilégiuma és státuselvárása volt,<sup>4</sup> addig ma a „tömegturizmus” korát éljük.

A tömegturizmus megjelenése a modernitáshoz kötődik, annak ambi-

## Turizmus

embernek (...) legnagyobb problémája, hogy létezik, méghozzá nagy tömegben. Ez azonban nemcsak mennyiségi, de minőségi probléma is.”<sup>5</sup>

A turizmus e formájával szemben erős kritika fogalmazódik meg a szociológiai irodalomban is, ahol alapvetően turizmuskritikát művelnek a tömeg-társadalom, a tömegkultúra, a tömegfogyasztás témakörén belül vizsgálódva. A turizmust – elsősorban a kritikai szociológia jeles képviselői, pl. C. W. Mills, D. Riesman, P. Bourdieu stb. – mint a társadalmi mobilitás sajátos formáját, illetve mint a tömegtársadalom tömegfogyasztásának elemét vizsgálják, mint „szimbolikus fogyasztást”, mint „szociális reprezentációt” írják le, illetve mint az életstílus jellemző részét.<sup>6</sup> Nem érdektelen elemzésük megismerése.

### Turizmus és társadalmi struktúra

A turistáskodás (mint korábban az utazás) státusfüggő: „Mindenekelőtt ismeretes, hogy a turistautak elterjedése, hossza, gyakorisága, sőt, valószínűleg időpontja és hiánya is szorosan függ a foglalkozástól, a jövedelemtől és az iskolai végzettségtől” – írja P. Bourdieu francia szociológus.<sup>7</sup>

De már a '70-es évektől jelzik – pl. D. Bell<sup>8</sup> –, hogy a népszerűség jelentős részénél nincs közvetlen kapcsolat a társadalmi helyzet és az életmód, a kulturális stílus között. P. Bourdieu *Különbségek és megkülönböztetések* című írásában<sup>9</sup> – tovább árnyalva a problémát – felveti, hogy a modern társadalomban az ún. „elsődleges különbségek” háttérbe szorulnak, mintegy áttevődnek a „szimbolikus fogyasztás” szférájába. Az erősödő földrajzi és szakmai mobilitás, a különböző csoportok közötti kapcsolatok növekedése erősíti azt a törekvést, hogy a különböző csoportok és egyének megújítsák azokat az „expresszív eljárás-

sokat”, amelyeknek segítségével az egyes csoportok, illetve egyének a társadalmi struktúrában elfoglalt helyzetet szimbolizálják.

Az „expresszív eljárás” gyakorlati formája lehet maga a turizmus, verbális formája a turizmusról való társalgás. A disztíngvált társalgás során a külföldi utazási lázról, vagy a megvetett fényképezésmániáról elejtett közhelyekben annak a kínos nyugtalanságnak a jeleit is láthatjuk, amit a kiváltságosoknál a korábban csak az ő számukra fenntartott gyakorlatok elterjedése ébreszt fel – írja Bourdieu. A társadalom elit jellegű csoportjainál a megkülönböztetés a „jól fogyasztás” „művészete” lesz, tehát nem a „mit fogyasztás”, de a „hogyan fogyasztás”, azaz a „minőségi fogyasztás” „lesz a döntő.”<sup>10</sup>

A társadalmi tagozódás ma új elvek alapján történik. Az anyagi javak forrásainak növekedésével lehetővé válik, hogy azonos anyagi ráfordítás mellett mind nagyobb számban, és mind jobb minőségben állítsanak elő fogyasztási javakat. Csökken a korábban csak a kevesek számára fenntartott termékek „ritkaság jellege”. A különbség a fogyasztás „módjától” fog függni, pontosabban az életstílus aláakított fogyasztástól.<sup>11</sup> Ezért, mondja Bourdieu, a kulturális gyakorlatok bizonyos formái, pl. a tömegturizmus vagy a kulturális turizmus, igen alkalmasak arra, hogy jelentős szerepet töltsenek be „a közönségessé tétel és a megkülönböztetés” dialektikájában.

A „jó fogyasztás művészetében” való jártasság a társadalmi piramis szűk terjedelmű felső csoportjaira jellemző. Az elit részéről a „megkülönböztetés elvére” a minőség szempontjai vannak. „...a ritkaság újra-megteremtéséhez elegendő arra a terepre helyezkedni, ahol létezik a ritkaság, éspedig a minőség ritkasága.”<sup>12</sup>

A középosztály a felsőosztályoktól idegenben tett utazásaikat irigyli a legjobban – mondja C. W. Mills<sup>13</sup> –, jobban házaiknál, kocsijaiknál vagy éppen „szemet szűrő fogyasztásuknál”. A középosztály irigysége inkább kultu-

10  
K É K

valens folyamataihoz, így a modernitás kritikájának része a turizmus, pontosabban az exkluzív UTAZÁS-tól megkülönböztetett tömegturizmus kritikája. Az egykori „nemesi előnévnek” számító turista-fogalom a tömegturizmus jelenségére utalva pejoratív fogalomra változott – írja K. Köstlin. „A turizmuskritika – egészen az '50-es évekig – az utazás nehézségeire korlátozódott. Csupán a '70-es években, az utazás tömegessé válását követően lesz gyanús maga az utazás is. Nem nélkülöz bizonyos pikantiériát az a tény, hogy a modern turizmuskritika alaphangja nem más, mint a tömegek utazásának – vagyis az exkluzivitás elvesztésének, az utazás demokratizálódásának – kritikája. Ez a kritikus hang éppen akkor szólal meg, amikor az utazók osztálya elveszti homogenitását. Ugyanakkor azok is ezt a kritikát képviselik, akik az utazás demokratizálódásának haszonélvezői voltak. Az



## Turizmus

rális természetű. „Előttük a felsőosztályok kulturális felsőbbrendűségét távoli égtájakon szerzett tapasztalataik bizonyítják, sűrű utazásaik pedig, hogy otthon vannak e világban.”<sup>14</sup>

A középosztály kevésbé művelt és iskolázott tagjai a magas kultúra „másodlagos termékeiben”, a „közvetlen kulturális élmények pótlékaiban” keresik az alkalmat a művelt osztállyal való kulturális azonosulásra, az alsóbb, műveletlen osztályoktól való elhatárolódásra.

A középosztály (az iskolázottság növekedésével) a kulturált és a kulturális gyakorlatot, pl. a turizmust, még inkább a kulturális turizmust, a megkülönböztető funkciók szolgálatába állítja. A turizmus a „szimbolikus megkülönböztetés” jól érzékelhető jele lesz, hiszen a különbségek közül azoknak van a legnagyobb presztízsük, amelyek legvilágosabban szimbolizálják a társadalmi státusban elfoglalt helyet.

A minőségi turizmus – feltételeivel és realizálásával – a szimbolikus és a kulturális tőke része, s mint ilyen, hozzájárul az adott társadalmi fogyasztó státusának megerősödéséhez, újtermeléséhez, az egyenlőtlenség fenntartásához. A „turizmus tőke” gazdasági, kulturális és kapcsolati jellegű – irigységet vált ki „felfelé” és „lefele”.

H. J. Gans a tömegkultúra kritikáját elemezve hasonló megállapítást tesz: „Heterogén társadalmakban a különböző csoportok és csoportosulások harca az erőforrások és a hatalom elosztásáért nem korlátozódik szigorúan a gazdaságra és a politikára. Kiterjed a kultúra kérdéseire is... Az úgynevezett tömegkultúra-kritika... valódi tárgya a jó élet természete, tehát általában az élet, különösen a munkavégzési szerepeken kívüli élet célja... Ebben az értelemben a tömegkultúra-kritika a társadalom egyik alkotó részének támadása a másik ellen: a művelteké a műveletlenek ellen, az iskolázottaké az iskolázatlanok ellen, a finom ízlésűeké a parlagi ízlésűek ellen, a gazdagabbaké a szegényebbek ellen, a kulturális szakértőké a laikusok el-

len. Mindig az előbbi bírálja az utóbbit, hogy nem felel meg a jó élet általa felállított mércéjének.”<sup>15</sup>

A turizmus gyakorlata, tendenciája tehát mindig kötődik a társadalom struktúrájához. A társadalom struktúráját ma – hazánkban is – két olyan tendencia formálja, amely a turizmus gyakorlatát és a róla szóló diskurzust is befolyásolja.

Egyrészt beszélhetünk a nagy, kiélezett társadalmi különbségek (osztályok) eltűnéséről, a sokszínűen tagolt társadalmak létrejöttéről. Ezzel párhuzamosan nő azok száma, akiknek sikerült alapvető szükségleteiket kielégíteni, ha különböző minőségi szinten is. A „minden vagy semmi” helyett a „fokozatos különbségek minőségei” kerülnek előtérbe a turistáskodás vonatkozásában is.

Másrészt egyre többen beszélnek „kétharmados társadalomról”. A gyengülő és zsugorodó (sőt, olykor hiányzó) középosztály esetében csökken a társadalmi differenciáltság, a turizmus tömegbázisa is megcsappan, mert – mint P. Fussell írja – bár a turizmus ma minden osztályból „szedi áldozatát”, de az igazi „turistaosztály” a középosztály.<sup>16</sup> A turizmus – C. W. Mills szerint – azért való a középosztálynak, mert általa egy időre megvehetik a felsőbbrendűség érzését.

Az utazás – mondja C. W. Mills – lehetővé teszi a státusváltást, hogy alacsonyabb státuscsoportokhoz tartozó emberek úgy viselkedjenek, mintha magasabb státusúak lennének, és legalább ideiglenes sikert érjenek el. A fehérgalléros városi tömegek – írja – nemcsak úgy várják szabadságukat, mint egy kis „változatosságot”, vagy „kikapcsolódást” – az ilyen közhelyszerű megfogalmazások „tulajdonképeni értelme gyakran státusigények sikeres növelése. Szabadságuk ideje alatt, bár csak rövid időre, az ember megvásárolhatja magának azt az érzést, hogy magasabb státusa van. Ezt

biztosítja a drága szórakozóhely, ahol az embert nem ismerik, az elegáns hotel, ahol az ember három napra száll meg, az első osztályú hajójegy egy hétre. Az ilyen státusváltáshoz nagy apparátusra van szükség: a személyzetnek az egész idő alatt úgy kell viselkednie, hogy mindenki sikeresen megőrizhesse illúzióit, és az ilyen szabadsághoz sokszor egész éven át áldozatot kell hozni. A két ragyogó hétről való álmodozás éltet a gyűlöletes robot alatt.”<sup>17</sup>

A turizmus így ma széles körben elterjedt, a „legközönségesebb” kulturális gyakorlattá vált. Ugyanakkor a „megélt különbségekre” továbbra is szükség, szociálpszichológiai igény

11  
K É K

van. A társadalmi hierarchiának és a kultúra jelenkori tagoltságának<sup>18</sup> megfelelően, a korábbi ritkaságértékű elit-turizmust háttérbe szorítja a kulturális elit által megvetett tömegturizmus, illetve a kettő között az elitől mégiscsak népesebb (művelt)középosztály „minőségi” vagy „kulturális” turizmusa. E csoport elsősorban anyagi és kulturális tőkéje révén, mint minőségi turisztikai fogyasztó határozza meg magát – nem olcsó turista buszok rohán, felszínes nézelődőiként –, aki szívesebben vállalkozik egyéni utakra, ezzel is jelezve az általa elutasított, negatívan értékelt tömegturizmusra jellemző „nyájszellem” hiányát és nagyfokú autonómiaigényét. Elhatárolják magukat egy közönséges, sokak által elérhető, túl széles fogyasztói körre kiterjedt kulturális gyakorlattól. „...a turizmus stílusa s benne a kulturális tevékenységeknek szánt hely nemcsak az üdülés elterjedtségétől és időtarta-



mától függ. A 'kulturális turizmus' – értvén ezen a turizmusnak azt a fajtáját, amelyben jelentős szerep jut a múzeumok és műemlékek látogatásának – jó alkalom a kulturált attitűdök fellevenítésére, és így sokkal erősebben függ az iskolázottsági szinttől, mint a 'közönséges turizmus'. Az utazásai során múzeumokat is látogatók aránya a társadalmi hierarchiában felfelé haladva egyre magasabb... Ebből következik, hogy még ha a különböző társadalmi osztályok tagjainak egyenlők lennének is az utazási esélyei, továbbra is egyenlőtlenül áldoznának a 'kulturális turizmus' oltárán. Végezetül könnyen ki lehetne mutatni, hogy

# 12 K É K

amennyiben a turizmus kulturális fogyasztás tárgya lehet, annyiban a legnemesebbnek tartott kulturális gyakorlatokhoz hasonlóan, utat nyit a kifinomultság túlzásainak, melyekre a megkülönböztetések keresésével összefonódott finomkodás ösztönöz.<sup>19</sup>

A „megkülönböztetésre” irányuló törekvéseknek vagy a túlságosan „közönséges” fogyasztástól és gyakorlattól (pl. bevásárló turizmus) való tartózkodásban kell megnyilvánulnia, vagy pedig abban, hogy eredeti módokat talál ezek végzésére.

## A turista mint fogyasztó

Ha a turizmust „speciális” fogyasztásnak, „státusfogyasztásnak” tekintjük, akkor különböző típusait is felfedezhetjük benne. Th. Veblen és D. Riesman alapján<sup>20</sup> elkülöníthetjük a turisztikai fogyasztó három típusát:

## Turizmus

- a kapzsi fogyasztót,
- a hivalkodó fogyasztót,
- a menekülő fogyasztót.

Ezek a fogyasztói típusok jelennek meg a turisztikai piacon is, sikeres megnyerésükhöz sajátos igényeiket és motiváltságukat kell figyelembe venni.

## Kapzsi fogyasztás

Elsősorban a korábban a turizmusból kirekesztett rétegekre jellemző, „mindent bepótoló” magatartás. A turizmus instrumentális jellegű, gyakran anyagi motiváltságú, de jellemző lehet – különböző okok miatt – telhetetlen „élményfogyasztó” csoportokra vagy egyénekre. (Jól alkalmazható itt a tömegviselkedés formális tipológiája is, amelyben megkülönböztetik pl. a „mohó tömeget”, amikor – az egyén vagy környezete szempontjából – fontosnak ítélt tárgy megszerzésére elementáris erővel törekednek, ill. a sokszor korábbi „ingerétségben szenvedő” „szórakozó tömeget”. Ezek konkrét történelmi alakzatai oly ismerősek régióinkban.)

A „kapzsi fogyasztásra” jó példa a „volt szocialista országok” gyakorlatából származó attitűd alapján történő turistáskodás, még akkor is, ha az utazás korlátozása inkább politikai, mintsem gazdasági megfontoltságú volt. A „ketrecből” való korlátozott (hazai viszonylatban háromévenkénti) kiengetés, a „szűkösség éveiben” az országokra jellemző hiánygazdálkodás a külföldi utazást „bevásárló turizmus-sá” formálta, amely a turistát olcsóbb vagy luxus, hazai kereskedelemben nem beszerezhető, státusszimbólumokként kezelhető (lásd pl. a hatvanas években az orkánkabát-, majd a kvarcóra-őrületet stb.) áruk felhajtására, megszerzésére kényszerítette, ösztönözte. Ilyen volt a Gorenje-akció, az osztrák elektronikai cikkek beszerzése, a cseh olcsó rizs, a lengyel farmer

vagy kozmetikai cikkek népszerűsége, kereslete, amely kitermelte és népszerűvé tette a KGST-piacok működését.

A kádárizmus alatt ezt a fogyasztást „kriminalizálták” és „átpolitizálták”.<sup>21</sup>

## Hivalkodó fogyasztás

A „hivalkodó fogyasztás” származhat a luxus fogyasztásból, különösen ha ez „relatív luxusfogyasztás”, a blöff-stratégia – akár tudatlan – része.

Bourdieu „blöff-stratégiája”<sup>22</sup> jól alkalmazható a turizmusnak mint „szociális reprezentációnak” leírásában. A „fitogtató fogyasztás” szemléletes példa erre. „Ha tisztában vagyunk azzal, hogy a szimbolikus tőke hitel, de a szó legáltalánosabb, legrágabb értelmében, vagyis egyfajta előleg, amit csak a csoport adhat azoknak, akik a legtöbb anyagi és szimbolikus biztosítékot nyújtnak ehhez, akkor kiviláglik, hogy a szimbolikus tőke fitogtatása (ami gazdaságilag mindig költséges) egyike azoknak a mechanizmusoknak, amelyeknek (valószínűleg egyetemes érvényű) eredményeképpen a tőke tőkéhez vonzódik.”<sup>23</sup>

A turisztikai fogyasztónak annál nagyobb „előny- és haszonszerzésre” van lehetősége, esélye, minél nagyobb „hírnév-hitelre” mint „szimbolikus tőkére” számíthat egy turistaút által.

Minél nehezebben elérhető egy utazás, annál inkább nagyobb a társadalmi és pszichológiai kényszer, nyomás a „hová utazunk” fitogtatására, az irigység vagy elismerés kivívására, a másik meghaladására. Itt is jól működik az irigység felfelé és lefelé. (Irigyeljük másoktól – felfelé – azt, amit még mi nem értünk el, és irigyeljük másoktól – lefelé – azt, amit mi már elérünk.)

A mindenkor divat szabályai szerint formálódik az utazás típusa, iránya, illetve ideje. Ma pl. a siturizmus a sportturizmus egyik legnépszerűbb formájává vált, szélesebb köröket érint mint például a vadászturizmus, és ezzel lassan elveszti elit(sport) jellegét.



Menekülő fogyasztásként különösen jól értelmezhető a turistáskodás, főleg az oly sokat kritizált tömegturizmus formája. D. Riesman szerint: „Menekvésen a munka mindenre kiterjedő uralmától való megszabadulást értjük az életritmusban és magatartásban.”<sup>24</sup> A szabadidő-tevékenységként üzött turizmus ebben az értelmezésben a munkával állítódik szembe.

A szabadidő jelentőséggel felruházott, „felfelé való menekülés” periódusai időszakosak, a mindennapi élet kemény és komor korszakai tartósak. A korlátozott szabadidő kísérlet az élet élvezésére, kiteljesítésére. A kulturált-ságra való törekvés – mondja Riesman – felébreszti az emberek vágyát a XIX. század előtti korok életstílusa és szokásai iránt. Így megnő az utazási érdeklődés, kedv. A menekülést célzó elfoglaltságok között egyre népszerűbbek lesznek az utazások. Ezek egyrészt kényszerszerűen divatosak<sup>25</sup>, másrészt segítik az előbbre jutást a társadalmi ranglétrán, a társadalmi hierarchiában, hiszen kulturális színezetet nyerhetnek, vagy valószínűsítik is megjelölni.

A menekülés-jelleg nem csupán az olcsó szórakozás, rekreáció formáinál lehet jelen, de a minőségi turizmus is hordozhatja, az ember általános elidegenedtségét kifejezve. Riesmannál ez az elidegenedés nem metafizikai, inkább történelmi: „...a reménybeli turisták, akik aggodalmasan mérlegelik, hogy teljes mértékben átélhetik-e azokat a kulturális kontrasztokat és szenzibilitást, amelyre törekszenek, már a kívülről irányított emberre jellemző menekvés kétértelműségeit vetítik előre.”<sup>26</sup>

Mint „menekülő fogyasztás” a turizmus értelmezhető úgy is, mint egyféle válasz a modern társadalmi elidegenedésre. „A turizmus a modern hétköznapiakat kritizálja, a munka elidegenedett világát akarja ellensúlyozni. Az év legköltségesebb hetei azt a jobb világot jelenítik meg, amelyben az ember

képes pihenni, kikapcsolódni, azaz ahol élni tud.”<sup>27</sup>

Ha a munka világához tartozóan az ember nem valósíthatja meg önmagát, nem talál identitást, akkor szabadidejében próbálja visszaszerezni, őrizni a megmaradót, újjal próbálkozni, pótolni, kompenzálni. R. L. Stevenson aforizmája szerint: „...az utazás a kiábrándulás művészete”<sup>28</sup>, mégis felkészít a hétköznapiakra, lehetővé teszi a túlélést.

Ugyanakkor L. Kolakowski az utazásról írt esszéjében<sup>29</sup> hangsúlyozza, hogy az embereket nem a menekülés szándéka vezérli, nem azért utazunk, „hogy megszabaduljunk a napi gondjainktól és elfelejtsük bajainkat...” Nem azt tartja szükségesnek, hogy megkülönböztesse, elhatárolja az utazást a turizmustól, vagy a tömegturizmustól, az utazást nem sajátítja ki ilyen formában kevesek sajátjaként a „minőségi formája” megnevezésére. Az utazást motívuma által jellemzi, érdeknélküli kíváncsiságunkból vagy újdonságigényünkől fakadónak tartja, olyan egyetemes emberi szükségletre vezet vissza, amely minden ember sajátja lehet, függetlenül kulturált-sága típusától. „A tudósok azt mondják – írja –, hogy a kíváncsiság, vagyis az a szükséglet, hogy környezetünket érdekel nélkül vizsgáljuk, egész életen át elkíséri az embert, és sajátos emberi képességnek tekintendő.”<sup>30</sup> Kolakowski véleménye eltér a radikális kultúrkritikusok szemléletétől. Mert ez a szükséglet ott rejtőzködik valószínűleg valamennyi tömegturista szükséglet-hierarchiájának valamely szintjén. Meg lehet-e tagadni ennek a szükségletnek a meglétét pl. a – sokat kritizált, sokszor megvető nyilatkozatokkal illetett – fényképező japán turistától?

A kritika egyrészt a turizmus – divatdiktálta – kényszerjellegét, másrészt értékminőségét és státusfogyasztó jellegét kifogásolja.

Ma a turizmus két típusát különböztetik meg a turizmuskritika alapján: a „szelid turizmust” és az „erőszakos turizmust”. „Természetesen a szembenállás csak akkor működik – mondja K. Köstlin –, ha általánosítunk, s azt keressük, miként tudnánk önmagunkat mint utazókat a turistáktól megkülönböztetni. Ekkor az 'ádáz' tömegturizmus – amelyet rövid intervallum, a gyors közlekedési eszközök használá-

ta, a 'nevezetességek' hajszolása, a szellemi előkészületek hiánya jellemző, és ami emléktárgyak és képeslapok vásárlásából, hangos kíváncsiságból, fölénykedésből és a fényképezőgépek állandó kattogtatásának utálatos szokásából áll – másik oldalon az előkelő, szelid utazás található. Ebben az esetben az ember egyedül, családi vagy baráti körben utazik, sok idő áll rendelkezésére, mindig megfelelő, gyakran a lassabb közlekedési eszközöket veszi igénybe. Az utazásnak ezt a módját – a nevezetességek pusztá fogyasztásával szemben – az élmények, az előzetes szellemi felkészülés, a tanulás öröme, az új ismeretek szerzése, ezek rögzítése feljegyzések, rajzok, fényképek formájában (micsoda ellentét ez a pusztá kattogtatásnak), továbbá a tapintat és a csend jellemzi. Könnyű felfedezni, hogy itt a 19. századi polgárság bensőségesség-kultúrájának olyan erőnyeiről van szó,



amelyek most a szelíd turizmus álruhájában igyekeznek az ország és egyes régiók gyarmatosítását meg nem történné tenni. Ám ez a szelídek nevezett értelmezésmód ugyanúgy gyarmatosítja a többi életvilágot. Az utazás polgári ideáljának, amely egykor a gyarmatosítás, a turisztikai honfoglalás útját készítette elő, most gyógyírként kellene szolgálnia.<sup>31</sup>

Egyébként ez a dichotóm struktúra a jó és rossz örök megkülönböztetésén alapszik, és – mint általában – a turizmus vonatkozásában sem képes kellően differenciált szemlélet kialakítására, holott igen heterogén minőségű jelenségről van szó. Különösen az „erő-

ként, nem naivan) észlelik, megszűnik a régi természetes viszonyulás. A helybeli, aki a turizmusból él, a turizmus instrumentális logikájához csatlakozik, szinte a „gyarmatosító” tekintetével nézi otthonát és formálja át a kultúráját. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy a helybeli maga is gyakran turista, és idegen helyen vagy saját országában mint a kritizált turista vagy – jobb esetben –, mint „utazó” viselkedik.<sup>33</sup>

A turizmuskritika gyakori vádjá a helyi kultúra, az eredeti táj, a folklór tönkretétele. Nem probléma nélküli azonban már az eredeti táj, kultúra értelmezése sem. K. Köstlin szerint „az a modern vád”, hogy a turizmus megsemmisíti „a vidék kultúráját” éppolyan régi mint maga a modern turizmus. De szerinte ez a vád hamis, mert éppen maga a turizmus hozta létre a „regionális kultúrát”, teremtette „a vidéket” mint kulturális jelenséget, mint a másság, az idegenség egzotikus régióját. A „vidék” nem más – írja – mint „egyfajta vidékiség, önmaga egykori jelentésének idézete, az a hely, ahol a vidéki élet ideológiává vált”, a regionalitás a „nemzeti mentalitás” megjelenítésének eszköze.<sup>34</sup>

Így az a vád is, hogy a turizmus szétrombolja a népi, az eredeti kultúrát, megalapozatlan, inkább bizonyos értelemben és mértékben teremt, formálja, kétségtelen „a maga képére”. (Lásd a színesedő népi himzést.) Sőt, értelmezésében az önvédelem egyféle formáját jelenti: „Az 'otthon' kulisszái mögött már régóta berendezkedtek egy másik kultúra hétköznapijai, amelyeknek éppen a turizmus kapcsán közszemlére tett regionális kultúra díszletszerűsége nyújt védelmet. Ezt a hétköznapi kultúrát persze a magától értetődés is óvja, továbbá az a tény, hogy nehezen kapcsolható be a kulturális ipar értékesítési rendszerébe, mivel távol áll tőle a kulturális egyletek népszokásainak hangzatossága. Ezen a

ponton felmerül a kérdés: nem szemlélhetjük-e úgy ezt a historizált, viszonylag statikus, kifelé irányuló regionális kultúrát (Exo-regionalkultur), mint egy védőernyőt, amely megvédelmezi az állandóan változó, tehát élő, belső kultúrát (Endokultur)?<sup>35</sup>

A turizmuskritikában különleges helyet foglal el a „tourist art” bírálata. A „turisztikai művészet” többfunkciójú, alkotásai egyszerre szubjektív jelentésű emléktárgyak, kereskedelmi tárgyak, illetve esztétikai (olykor alacsony) igényű – nem ritkán nemzeti sztereotípiákat terjesztő – műalkotások.

A kulturális tárgyként funkcionáló „turista művészet” alkotásai gyakran a (hamis) folklór alkotásai. Fejős Zoltán szerint a folklór és a turizmus kapcsolatának megítélésében a folkloristák többsége a negatív hatást fogalmazza meg: „... a tanulmányok többsége a turizmusnak a folklórt, a hagyományokat romboló hatását hangsúlyozta... A turizmus társadalmi, kulturális szerepét komolyabb vizsgálat tárgyává elsőként a harmadik világban tevékenykedő antropológusok (és szociológusok) tették. Az egyre bővülő, már nem kizárólag a fejlődő világra korlátozódó kutatások nyomán az újabb antropológiai irodalomban egy komplexebb szemléletmód kezd teret nyerni. Ezekben az újabb vizsgálódásokban a turizmus egészét kívánják értelmezni, tehát nemcsak a helyi társadalmakra gyakorolt negatív és pozitív hatásait veszik számba, hanem a turizmust mint a világszerte elterjedt 'globális kultúra', vagy 'közkultúra' egyik jellemző jelenségét kutatják.<sup>36</sup>

Az említett rossz beidegződésektől, a negatív beállítódástól a mai napig nem szabadult meg az antropológia – mondja Fejős. Pedig a turizmus a kultúrák közvetítés, a kultúrák közti kommunikáció egyik legfontosabb eszköze, formája. Nemcsak romboló, de alkotói lehetőségeket is hordoz.<sup>37</sup>

A „tourist art” tárgyai néha mint autonóm alkotások utánpótlásai jelennek meg, vagy a tömegművészet alacsony szintjét (giccs) képviselik.

szakos turizmust” lehet mindenért felülőssé tenni.

E logika alapján (is) megkülönböztethető az „utazó”, a „turista” és a „helybeli”. Az utazó/utazás különböző formáit (pl. zarándok, vándorlegény stb.) – olykor teljesen történelmietlenül – szembeállítják a turistával/turizmussal.<sup>32</sup> Mégis mondhatjuk – még ha feltételezzük is az utazás és a turisták közötti minőségi különbséget –, hogy az utazó és a turista is reflektáltan, külső szemmel néz a tárggyá tett tájra, egy vidék kultúrájára és emberére. Az utazó és a turista egyaránt, lehet más minőségben, de néha épp olyan erőszakosan, a helybeliek értékeivel, ízlésével szemben „gyarmatosítja” a tájat és magasabbra értékelt (magas) kultúrája felől szemléli. A helybeli sem a „romlatlan” kultúra képviselője, de turistaváró, turistából élő, az ő szemé által alakított. Otthonukat a helybeliek is már reflektáltan (nem adott-



## Turizmus

Ma, a posztmodern korában, a giccs, a tömegművészet és magas kultúra viszonya is átértékelődik. A magas kultúrát nem választják el olyan mereven a tömegkultúrától, a magas művészetet a kommersz és kereskedelmi művészettől. Ez a „tourist art” átértékelődését is eredményezi. Megfogalmazódik, polifunkcióját elismerve, hogy nem kell többet számon kérni tőle, mint ami. „Az elmúlt évtized során hatalmas változáson esett át az idegenforgalom-ipar igényeit kiszolgáló, a turisták kedvéért készült műtárgyakról alkotott esztétikai ítélet. A hagyományosnak mondható eredet-másolat ellentétpár, illetve az annak nyomán születő értékelés mára csak korlátok között érvényes. A művészettörténet és a kulturális antropológia határait kereső értelmezések... arra tesznek kísérletet, hogy a turista művészet jelentését és értékelését ne válasszák el a kereskedelmi környezettől, amelyben létrejött.”<sup>38</sup>

A posztmodern paradigmán belül a hiteles és a nem hiteles elkülönítésének nehézsége új problémát jelent. Az autonóm művészet és az utánzás viszonyának átértékelődése pozitívabb megítélést hoz a „tourist art” tekintetében, hiszen a kereskedelmi áruk nagy része valamilyen „eredeti” utánzás.

A „tourist art” esetében a tömegfogyasztás, mint „túlzott fogyasztás” jelenik meg, amely utánzataival elhasználja, „elcsépeleli” még a magas művészet alkotásait is. „A muzealizálódásnak... a dinamikus, a magas művészetet rögzítő és mégsem megmerevítő funkcióját paradox módon éppen a régi magas művészet sztárjai veszélyeztetik: a túlzott fogyasztás elhasználja őket. Ők ugyanis mintaadóvá váltak a tömegkultúrában. Nem lehet őket felfedezni, megismerni, először találkozni velük, mert mindig is ismertük őket. Csupa közszájon forgó dolgokról beszélnek: a kultúrturizmus igazságtalan egyoldalúságairól, a másolatdömpingről, a másolatok csökkenő műgondú variációitól a modern ízlés legkülönbözőbb rétegeit kiszolgáló

változatokig. ...mivel a mai művészet számos alkotásában elmosódik az 'alacsony' és a 'magas' határa, a művészet intézményelméletének szellemében néha elegendő annyi különbség, hogy ugyanaz a darab nem a szuvenirboltokban, hanem ötvennégy utcával arrébb a MOMA-ban van kiállítva.”<sup>39</sup>

A tömegturizmus negatív értékelésének gyakori érve a környezetre tett romboló, negatív hatása. Ha a turizmust mint a „legdinamikusabban fejlődő iparágat” csupán gazdasági haszna miatt preferáljuk, könnyen háttérbe kerülnek a környezetvédő szempontok. A turizmusról lehet és kell – ebben a vonatkozásban is – kritikát megfogalmazni, de az nem kell, hogy megsemmisítő legyen. Elfogadható, hogy szabályozni kell, hogy ne irányulhasson rombolóan a helyi kultúra és természeti táj ellen. Különböző stratégiák és modellek érvényesülhetnek, előtérbe kerülhet az „alternatív” turizmus, a „lágý” turizmus, az „ökoturizmus”, az emberszabású, a felelős, az ellenőrzött stb.

A radikális turizmuskritika a pesszista tömegtársadalom képének megjelenítője. Az egyoldalú elmarasztaló megközelítés még azoknál is megfigyelhető, akik képesek egyébként a tömegkultúra differenciáltabb, árnyaltabb megítélésére (pl. Z. Bauman, Dessewffy Tibor). „A turista – mondja Dessewffy – korunk karakterének korrekt metaforája.”<sup>40</sup> Szinte fenntartás nélkül elfogadja Z. Bauman elemzését, aki a turistát, a „késő modernitás vándorát” szembeállítja a belülről irányított zarándokkal, ahogyan Hakim Bey az „utazóval”;<sup>41</sup> elvitatva tőle az azonosulás és felelősség igényét, az alkotás lehetőségét, individualitását és mások egyediségének felfedezési szándékát és lehetőségét.<sup>42</sup>

A státuszrepresentáció szempontjából vizsgálódó K. Köstlin viszont úgy fogalmaz, hogy a kritikai elitnek ez a normatív beállítódása sajátos szükség-

letéből is adódik, mert az elitnek szüksége van a tömegturistára, mint a megvetés tárgyára ahhoz, hogy önmagát „megjelenítse” és „megkülönböztesse”. „Amióta így elharapózott a nyaralás és a szünidő, mindenhol turisták vannak. Mindenhol és mindenkinek a sarkában. Aki nem akarja, hogy össze-tevésszék velük, annak világosan – mégpedig szimbolikusan – el kell határolnia és meg kell különböztetnie magát tőlük. Egyrészt ízléssélely okok miatt idegenkedik a turisták viselkedésétől (ez nem más, mint a régi, társadalmi osztályokhoz kapcsolódó szociális megvetés új változata), másrészt progresszív-alternatív módon elhatá-

15  
K É K

rolódik az uralkodó ideológiák ostobaságaitól, amelyeknek a tömegek ki vannak szolgáltatva. Röviden: mind az elitista-reakcionista, mind pedig a felvilágosodott szelíd-alternatív turistának szüksége van a tömegturistára, mint a Másikra, mint az Idegenre, hogy önmagát megfelelő módon képes legyen megjeleníteni. Az utazással manapság csak úgy vergődhetünk zöldágra, s akkor növelhetjük presztízsünket, ha siránkozunk lehetetlenség felett... Ha a tömegnyaraló eltűnne, akkor ki kellene őt találnunk – de talán ez már meg is történt. Mi magunk, természetesen, semmi esetre sem tartozunk a tömegnyaralók közé.”<sup>43</sup>

A tömegturizmus kritikájának kritikája rávilágít a kritikák gyakori egyoldalúságára, elitista jellegére, de ezzel nem tagadja valóban ambivalens természetét, minőségi sokféleségét, olykor negatív kísérő jelenségeit.



Riesman árnyaltabban, kevésbé elítélően közeledve felfigyel pozitív változásokra és lehetőségekre: individualisabb igényekre, ízlésfínomodásra, a fogyasztói szakértelem növekedésére a szabadidő területén.<sup>44</sup>

Riesman szerint a belülről irányított ember még nagyfokú szakértelemmel rendelkezett a szabadidejének eltöltésében, a kívülről irányított ember – bár nehezebben –, de szintén kompetenciára tehet szert. Megjelennek nála nevelői attitűdök is. Riesman szerint a „fogyasztás művészete” tanítható, tanulható, amelynek intézményei kiépíthetők. A „specializált társadalmakban” szerint szükség van „szabadidő tanácsadó-

nek jobban tenniük, ha nem hagynák, hogy a szabad idejükben egyszerűen csak 'megtörténjen az élet', hanem meg kellene terveznünk és fel kellene építenünk egy olyan életstílust, amely kifejezi identitásunkat, és amelyet mások a társadalmi érdemük és az egyéniségük egyfajta kinyilatkoztatásának tekinthetnek.”<sup>46</sup>

Egy ilyen életstílus elismert és megbecsült része lehet a turistáskodás is.<sup>47</sup>

Miért szeretünk utazni? – kérdezi Kolakowski.<sup>48</sup> Nem praktikus okokból, nem a pihenésért, nem a tanulást mint sokan velük, vagy údvösnek tartják, nem a veszély keresése miatt, nem menekülésért, hanem az embe-  
rekben, minden emberben – ha különböző mértékben is – meglévő, semmi másra vissza nem vezethető kíváncsiság, újdonságigény miatt, amely egyfajta életérzést és életfilozófiát is kifejez, azt az érzést, hogy a világ nyitva áll előttünk, hogy a világ, amelyben élünk, amelyet megtapasztalunk „ér valamit”, amit érdemes megismerni, felfedezni. A turistáskodás egyféle pozitív kapcsolat a világgal, és ez az attitűd akkor is elismerésre méltó, ha csak a tömegkultúra mércéjével mérhető.

## JEGYZETEK

ra”. Mindez persze nem problémátlan, mert az „... a kifogás merülhet fel, ha a kívülről irányított embert szabadidő tanácsadással neveljük szórakozásra, akkor ezzel csak növeljük azt a függőséget, ami kívülről irányítottá tette, és ami megakadályozza abban is, hogy autonómmá váljon. Nem fosztja-e meg a szabadidő felhasználásának a megtervezése még attól a spontaneitástól és önállóságtól is, amivel most rendelkezik? Ez kétségtelenül bekövetkezhet, de ezt is megakadályozhatjuk, ha igyekszünk a szabadidő tanácsadást a lehető legjobb és leghozzáférhetőbbé tenni. A szabadidő tanácsadás segítheti vagy ösztönözheti a kívülről irányított embert, hogy színvonalasan szórakozzon, tudatosítja benne azt, hogy az autonómia felé való fejlődésben a szórakozás és a szabadidő milyen fontos szerepet játszhat.”<sup>45</sup>

A mai kortárs fogyasztói kultúrának része az a gondolat, „miszerint az egyé-

1. A turizmus a II. világháború óta a világgazdaság fő szektorai közé emelkedett. A munka világának átalakulásával (lásd Kiss Gabriella: *Munka és szabadidő. Szociológiai Szemle*, 1994. 3. sz.), a posztindusztriális, a fogyasztói társadalom „hatalomátvételével”, a szabadidő-  
ipar expanziójával megnő a turizmus jelentősége, megfogalmazódnak a hozzáfűzött – olykor irreális – remények is, pl. a munkanélküliség problémájának megoldásában, de legalábbis enyhítésében, vagy a globalizáció (planetáris turizmus), a kulturális közeledés missziós feladatában (a turizmus „a béke iparága”).
2. Dessewffy Tibor: *Nyerészkedők és Utazók. Kritika*, 1998. 10. sz.  
György Péter: *Az ó-új világ*. Lassuló idő, Budapest: Magvető, 1997.

3. Dahrendorf, R.: *Egy autoritárius század küszöbén. Kritika*, 1998. 1. sz.
4. Brinsley Ford: *Angolok Itáliában. A Grand Tour a XVIII. században. Café-Babel*, 1996. 4. sz.
5. Köstlin, K.: *Utazás, régiók, modernség. Café-Babel*, 1996. 4. sz.
6. Bourdieu, P.: *Különbségek és megkülönböztetések. In: A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest: Gondolat Kiadó, 1978.  
Riesman, D.: *A magányos tömeg*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1973.  
Mills, C. W.: *A státuspanik. In: Hatalom, politika, technokraták*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1970.
7. Bourdieu, P.: *Különbségek és megkülönböztetések. In: A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest: Gondolat Kiadó, 1978. 146–147. o.
8. D. Bell: *The Cultural Contradictions of Capitalism, The Public Interest* 21.
9. „Megfigyelhető az a tendencia, hogy az egyenlőtlenségek az anyagi fogyasztás szférájából (jöllehet a minőségi különbségek itt sem hiányoznak) mintegy átvándorolnak a szimbolikus fogyasztás szférájába. Ezek az objektív szabályosságok azzal a veszéllyel fenyegetnek, hogy elfedik, azonos fogyasztási javak minőségükben különböző fogyasztási tevékenységek tárgyai lehetnek.”  
Bourdieu, P. (1978): *Különbségek és megkülönböztetések. In: A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest: Gondolat Kiadó, 1978. 143. o.
10. Jellegzetes példa: H. Á. filozófustársát, T. Z.-t 75. születésnapján rövid méltatásában így jellemzi: „Nagyon szeret utazni. Nem úgy, mint egy mai tometurista, hanem nyitott szemmel. Pontosan figyel meg kuriózumokat. Ehhez nincs szüksége fényképezőgépre, mert az elméje fényképez.”  
*Népszabadság*, 1999. augusztus. 19.
11. Utasi Ágnes: *Családok és életstílusok*. Budapest: MTA Politikai Tudományok Intézete, 1991.;  
*Életstílus-csoportok, fogyasztási preferenciák*. Budapest: Társadalomtudományi Intézet, 1984.
12. Bourdieu, P.: *Különbségek és megkülönböztetések. In: A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest: Gondolat Kiadó, 1978. 144–145. o.
13. Fussell, P.: *Osztálylétrán Amerikában*. Európa Kiadó, 1987. 115–116. o.
14. Uo.
15. H. J. Gans: *Népszerű kultúra és magaskultúra. In: A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris – Láthatatlan Kollégium, 1998. 114. o.



## Turizmus

16. Fussel, P.: I. m. 115–116. o.
17. Mills, C. W.: A státuspánik. In: *Hatalom, politika, technokraták*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1970, 201. o.
18. Vitányi Iván: A magyar kultúra az ezredfordulón. *Társadalmi Szemle*, 1998. 8–9. sz.
19. Bourdieu, P.: I. m. 147. o.
20. Veblen, Th.: *A dologtalan osztály elmélete*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1970.
- Riesman, D.: *A magányos tömeg*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1973.
21. Pataki Ferenc: *A tömegek évszázada*. Budapest: Osiris Kiadó, 1998. 127–132. o.
- Dessewffy Tibor: Nyerészkedők és Utazók. *Kritika*, 1998. 10. sz.
22. Bourdieu, P.: A szimbolikus tőke. In: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest: Gondolat Kiadó, 1978. 387. o.
23. Uo.: 393. o.
24. Riesman, D.: *A magányos tömeg*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1973. 182. o.
25. Simmel a divat kettős természetét fogalmazza meg: egyszerre a társadalmi hasonulás és elkülönülés eszköze.
- Simmel, G.: A divat. In: *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Budapest: Gondolat Kiadó, 1973.
- Egyébként különösen jól hasznosíthatók a turizmus szociológiai és szociálpszichológiai elemzésében a divatelmélet megállapításai és kategóriái, pl. „üldözéssel utazás” (Spencer), Veblen-hatás, „leszivárgási elmélet” (Simmel) és kritikája stb.
26. Riesman, D.: *A magányos tömeg*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1973. 184. o.
27. Köstlin, K.: Utazás, régiók, modernség. *Café-Babel*. 1996. 4. sz.
28. Uo.
29. Kolakowski, L.: Az utazásról. In: *Kis előadások nagy kérdésekről*. Budapest: Európa Könyvkiadó, 1998.
30. Uo.: 50. o.
31. Köstlin, K.: I. m.
32. Dessewffy Tibor: Határtalan idegenység. In: *Kedélyes labirintus*. Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó, 1997. 150–151. o.
- Hakim Bey: Az utazás művészete. *Magyar Lettres Internationales*, 23. sz.
33. Köstlin, K.: I. m.
34. Uo.
35. Uo.
36. Fejős Zoltán: *Folklor és turizmus*. Közéletések. Debrecen, 1992. 337. o.
37. Uo.
38. György Péter: *Művészet és média találkozás a Boncasztalon*. Kulturtrade, 1995.
39. Radnóti Sándor: *Hamisítás*. Budapest: Magvető Könyvkiadó, 1995. 271–272. o.
40. Dessewffy Tibor: I. m. 151. o.
41. Hakim Bey: Az utazás művészete. *Magyar Lettres Internationales*, 23. sz.
42. Dessewffy Tibor: I. m. 150. o.
43. Köstlin, K.: I. m.
44. Riesman, D.: *A magányos tömeg*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1973. 381–391. o.
45. Uo.: 393. o.
46. M. Featherstone–M. Hepworth–B. S. Turner: *A test*. Budapest: Jászóveg Műhely Kiadó, 1997.
47. Hakim Bey ezt a tanulást, az „utazás művészetének” ellesését a turizmustól teljes egészében megtagadja. Nem csak szembe állítja az utazót és turistát, de a turistát egyenesen a terroristával párosítja: „a turista a jelentést pusztítja, a terrorista a turistát”. Írásának célja így: „... hogy megszólítsa az egyedül utazót, aki úgy döntött, hogy ellenáll a tu-

rizmusnak. Bár végül is képtelenek vagyunk tökéletesen megtisztítani magunkat és utunkat a turizmus folytaitól, mégis úgy érezzük, hogy a fejlődés lehetséges. Nem csak megvetjük a turizmust, mert vulgáris és igazságtalan, s ezért minden (tudatos vagy tudattalan) fertőzést el szeretnénk kerülni, amelyet a turizmus virulens vírusa terjeszt, ... az utazást a kölcsönösség, s nem az elidegenedés aktusaként értelmezzük. Vagyis nem csupán a turizmus negatív jelenségeit szeretnénk elkerülni, hanem hozzájárulni a pozitív utazás elterjedéséhez, hogy produktív és kölcsönösen gazdagító kapcsolat legyen én és a Másik, vendég és vendéglátó között – a kulturák közötti szinergia egy formája, amelyben az egész több mint a részek összege.”

17  
KÉK

Hakim Bey : Az utazás művészete, *Magyar Lettres Internationales*, 23. sz. Azért idéztem oly hosszan a szerzőt, mert igen jellemző a metaforahasználata. A turizmusról szóló beszéd jó néhány – más helyen idézett – részénél is észrevehető, hogy az a – foucault-i értelemben vett – „diskurzus fölötti hatalomért folyó küzdelem” része.

48. Kolakowski, L.: Az utazásról. In: *Kis előadások nagy kérdésekről*. Budapest: Európa Könyvkiadó, 1998. 48–54. o.







*If we had to do it all again,  
I would start with culture.*

Jean Monnet

### Introduction

The cultural heritage of Europe is 'one of the oldest and most important generators of tourism' (Thorburn, 1986), and it retains its central role in the European tourism industry to this day. According to the European Union, 'tourism, and especially cultural tourism in a broader sense. ...deserve priority attention' as policy areas (Bernadini, 1992). Cultural tou-

to the consumer society where consumption drives production. By attracting that most mobile of consumers, the tourist, cities, regions and nations can secure the consumption power necessary to fuel their productive capacity.

The cultural tourism market in Europe is therefore becoming increasingly competitive. A growing number of cities and regions in the European Union are basing their tourism development strategies on the promotion of cultural heritage, and the number of cultural attractions is growing rapidly. Traditional cultural attractions such as museums and galleries are having to

Greg Richards

# Culture and Tourism in Europe

19  
K É K

ism has become recognized as an important agent of economic and social change in Europe. Politicians now refer to cultural heritage as 'Italy's General Motors' (Fanelli, 1993) or as 'the oil industry of France' (Mosser, 1994).

The dramatic metaphors attached to the rapid growth of tourism and cultural consumption are appropriate. The cultural and tourist industries appear to be advancing in all European nations and regions, occupying the spaces vacated by manufacturing industry, and claiming strategic city centre locations (Corijn and Mommaas, 1995). Cultural consumption has grown, and tourism is an increasingly important form of cultural consumption, encouraged and funded by local, national, and supranational bodies. This reflects the change from an era when production drove consumption,

reassess their role as the pressure to generate visitor income intensifies, and the need to compete with a new generation of commercial tourist attractions grows. The opening up of new cultural tourism destinations in Eastern and Central Europe will add to the growing supply of distractions for the European cultural tourist in future.

On the global stage, Europe has long enjoyed a dominant position in international tourism and the cultural industries. However, just as manufacturers are facing growing global competition, so Europe can no longer be complacent about its leading position in the cultural tourism market. Europe is losing market share in the global tourism market as a whole (Brent-Ritchie *et al.*, 1993), and it is also facing growing competition in the sphere of cultural production and consumption.



The cultural and tourism industries are now growing fastest in those areas which used to be on the margins of global production. A growing number of tourists are forsaking the Mediterranean beaches for the palm-fringed delights of Asia and the Caribbean. The manufacture of CDs and much other cultural software is now dominated by East Asia. Countries in these former peripheral regions are also beginning to compete with Europe in traditional 'high culture' markets. Examples include the moves by Singapore to literally 'buy into' the international art auctions market, and the creation by the

Taiwanese government of a \$ 365 million cultural foundation to underpin the island's fast growing art market (Robertson, 1993).

There is no doubt that culture is an important tourism resource in Europe, and that maintaining the competitiveness of the European tourism product is vital. However, a number of questions surround the use of cultural resources by tourists. Who are the tourists who use these cultural facilities? Why do they engage in cultural tourism? How great is the demand for cultural tourism? What elements of culture attract cultural tourists? Whose culture is being consumed by the cultural tourists? Few previous studies have attempted to answer these basic questions.

One important obstacle to supplying the answers to such questions is the lack of data on cultural tourism. The identification of cultural tourism as a

## Turizmus

growth market in Europe has been based more on assertion than hard information, and more on isolated observations than systematic analysis. It has therefore been difficult to demonstrate just how important cultural tourism is in Europe, just how fast it is growing, or to identify the reasons why it has grown. This book attempts to provide some of the basic data required to make an informed analysis of European cultural tourism, its causes, its significance, and its impact.

This book further aims to analyse the meanings and significance of cultural tourism in a rapidly changing Europe. In doing so, it examines cultural tourism within the context of the major social, economic and political processes which have influenced its development. The rest of this introductory chapter therefore examines the causes and implications of the growth of tourism demand and cultural supply in an historical context. An introduction to the structure of the book is provided at the end of the chapter.

### *Growth of Cultural Tourism Demand*

Tourism and culture have always been closely linked in Europe. Europe has always been an important destination for those attracted by its rich cultural and historic legacy. Roman 'cultural tourists', for example, steeped themselves in the culture of civilizations more ancient than their own, such as Greece and Egypt (Feifer, 1985). Subsequent medieval tourists were mostly pilgrims, and laid the foundations for some of the modern 'cultural itineraries', such as the pilgrim route to Santiago de Compostella in northern Spain.

The origin of the word 'tourism' is usually attributed to the Grand Tour,

which originated in Britain in the seventeenth century (Hibbert, 1969; Feifer, 1985). Towner (1985:301) defined the Grand Tour as:

A tour of certain cities and places in western Europe undertaken primarily, but not exclusively for education and pleasure.

Most of the early Grand Tourists were aristocrats for whom a trip to continental Europe was often a coda to a classical education. Usually in the company of a tutor, they would spend two or three years travelling through France, Italy, Germany, Switzerland, and The Netherlands, often visiting sites connected with classical culture. The cities of Italy in particular were considered the 'prize' to be won by Grand Tourists struggling over the Alps.

During the 1780s the nature of the Grand Tour began to be transformed by the growth of the British middle class, and a resulting shift of Grand Tourists from a predominance of landowners to the professional middle classes (Towner, 1985). This change also reduced the educational aspect of the Tour, with less university-educated tourists, and less tutors accompanying their pupils. The spatial pattern of the Grand Tour also changed, from the 'Classical Grand Tour' which concentrated on the culture of the ancient classical world and the Renaissance, to the 'Romantic Grand Tour', with more attention devoted to romantic views of urban and rural scenery. Feifer (1985) suggests that the Romantic approach was promoted by aristocrats who 'were already so highly steeped in culture that they looked for something beyond high culture', usually in the form of 'exotic pleasures' and 'imaginative experimentation'. Thus the emphasis of the Tour shifted away from the educational aspects of culture towards culture as a source of pleasure and entertainment.

The eighteenth century expansion of the Grand Tour marked a shift away from precapitalist, ahistorical concep-



## Turizmus

tions of cultural production, where influences from outside the dominant culture were not considered worthy of consideration (Negrin, 1993) to the bourgeois notion of the universal aesthetic of cultural manifestations. This modern view of universality allowed European culture to absorb and evaluate cultural products from different cultures and epochs with reference to aesthetic form as an homogenizing principle. Whereas Medieval 'tourists' were largely bound within a Roman Catholic cultural tradition, for example as pilgrims to Santiago de Compostella or Rome, the Grand Tourists were able to perceive the products of different periods and communities as contributing in different ways to the inevitable progress of European culture.

At the same time as a growing number of Grand Tourists were collecting cultural experiences across Europe, cultural artefacts from all corners of the globe were being gathered together and organized for public consumption in the first museums. The advent of museums in Europe during the eighteenth and nineteenth centuries was the most physical manifestation of the bourgeois idea of the universality of culture. Museums were organized to demonstrate the progress of human artistic and industrial achievement, the pinnacle of which was represented by the products of Modernity (Horne, 1984). Museums were not the only markers of progress. Tourists in nineteenth century Paris were also shown through factories and the sewer system (MacCannell, 1976). This early form of industrial tourism was supposed to underline faith in progress, in sharp contrast to the growth of industrial tourism in the 1980s, which was arguably designed to cash in on nostalgia for past industrial achievement (Shaw, 1991a). As the 'Project of the Museum' took hold in Europe, however, the placing of objects in museum displays became important signifiers of their cultural

significance, and the museum increasingly became the centre of cultural tourism endeavour.

The identification of particular cultural products as objects of tourist consumption also dates from the same period. The American historian Daniel Boorstin deplored the relatively recent phenomenon of the tourist attraction pure and simple. It often has no purpose but to attract the interest of the owner or of the nation. As we might expect, the use of the word 'attraction' as 'a thing or feature which "draws" people; especially any interesting or amusing exhibition' dates only from a nation's culture. All over the world now we find these 'attractions' – of little significance for the inward life of a people, but wonderfully saleable as a tourist commodity. (Boorstin, 1964:103)

The availability of museums, exhibitions, and other cultural manifestations for public consumption helped to boost tourism. The expanding middle class market for travel during the nineteenth century prompted pioneers such as Thomas Cook to offer the first 'package tours' to European destinations such as Italy and Greece in the 1860s. The focus of most of Cook's early packages was cultural, enabling his predominantly middle class clients to exercise 'their absurd pretensions to be in places abroad that they have never dreamed of aspiring at home' (quoted in Swinglehurst, 1982:48), rubbing shoulders with the aristocratic remnants of the Grand Tour.

Cultural motives for travel therefore continued to be relatively important in European tourism up until the First World War. During the inter-war years, however, there was a significant growth in domestic tourism in northern European countries, stimulated by the advent of paid holidays. Much of this tourism was based on seaside

resorts or rural destinations, and was designed to provide rest and relaxation in the short respite then allowed from work. Before the Second World War, tourism was still basically a privilege for a minority. In the UK, for example, only 30% of the population took an annual holiday at all in the 1930s.

After the war, a long period of unbroken economic growth in Europe stimulated a consumer boom, which in turn led to greater and more varied tourism consumption. Initially, international tourism flows in Europe were predominantly from north to south, with tourists from the relatively pros-

21  
K É K

perous countries in north-west Europe seeking the cheap sun on Mediterranean beaches. The appearance of mass international tourism in Europe during the 1960s was based largely on standardized products offered by tour operators based in northern Europe. There was little consideration of culture *per se* in these products, except for the idealized national cultures which many tourists as a central element was largely confined to the Germanic markets, where a number of specialist 'study tourism' operators appeared during the 1960s (see Roth and Langemeyer, Chapter 9 this volume). In terms of size, however, these cultural tourism operators remained dwarfed by the sun, sea, and sand production giants.

As the European tourist market matured in the 1970s and 1980s, however, it began to be increasingly segmented into different niche mar-



kets. Tourism products were segmented by time (winter sun holidays), by user group (youth, senior citizens), by destination (tour operators specializing in individual countries or regions), and by travel motivation (e. g. activity holidays). For the mass market operators, culture was something inherent in the product, rather than a niche market in itself. Increasing market segmentation did, however, create new opportunities for specialist cultural tourism operators.

By the late 1970s, tourism had grown into a major global industry, and increasing attention was being paid to

pursuit to a basic leisure need of the masses, and arguably the world's biggest source of employment. At the same time, consumption of all forms of culture has expanded, as the democratization of culture and the growth of the middle class have opened up 'high' culture to a wider audience. As tourism and cultural consumption have grown, so the relationship between tourism and culture has also been transformed.

Until relatively recently, the development of tourism and culture was relatively independent. The number of 'cultural tourists' was small, and tourist consumption of cultural facilities during their travels tended to be incidental to the main function of cultural institutions of serving the needs of the local population. Cultural institutions also tended to be elitist in outlook, and saw visitors as an unwanted diversion from their main job of conserving or producing cultural goods. Today, however, museums and other cultural institutions are throwing open their doors to visitors and actively competing with other leisure attractions for their custom and expenditure. An examination of the forces shaping cultural provision will help to identify the reasons for this change.

### *The Growth of Cultural Production*

Just as tourism was originally the preserve of the wealthy, so cultural production was historically controlled by and aimed at the elite. The twentieth century, however, has witnessed a dramatic growth in the variety and availability of cultural products, which Toffler (1964) dubbed the 'cultural explosion'. The change from private amusement to public spectacle in cultural consumption can best be illustrated through the development of the museum in Europe.

Before the late eighteenth century, collections of art and other cultural products were basically the private property of princes and nobles (Negrin, 1993). As a result of the French Revolution, however, art collections belonging to the royal family and the church were confiscated. The conquests of Napoleon later ensured that works from royal collections throughout Europe joined the French works already assembled in the Louvre, the first national museum in Europe. The Louvre was soon emulated by other national museums such as the Prado in Madrid and the Altes in Berlin. Whereas private collections were based largely on the personal taste of the owner, these new public museums were designed to provide comprehensive collections spanning all epochs and cultures. 'Underlying this comprehensive assemblage of cultural artifacts was the notion of world culture. European culture in the nineteenth century saw itself as a universal culture, valid for all times and peoples' (Negrin, 1993:100).

This modernist concept of the expanded relevance of the past, and the desire to assemble collections which underlined the inevitable progress of history towards the superiority of the present (Horne, 1984) was responsible for the first wave of expansion in cultural production. In the UK, the 1845 Museums of Art in Corporate Towns Act gave an initial impetus to the establishment of local museums (Shaw, 1991b). Much of the early expansion of cultural provision in urban areas was due to philanthropic donations by wealthy industrialists or fund-raising by cultural associations (Bever, 1993). However, the long-term support of the new cultural institutions in most cases quickly devolved to the state. The early growth of cultural policy based on public museums, galleries and libraries usually had an educational function, aimed at introducing high culture to the masses.

both the positive and negative consequences of tourism development (Mathieson and Wall, 1982). Tourism policy began to be taken more seriously, as Governments recognized the income and job creation potential of tourism, and also became concerned about the possible adverse impacts of mass tourism on culture and the environment. Individual tourists, tired of fighting for increasingly scarce space on Mediterranean beaches, began to seek less-crowded alternatives, often with cultural attractions in place of sun and sand. The convergence of tourist demand for more cultural short breaks, and the need for cities to replace lost manufacturing jobs created a 'new' market in urban short break holidays in Europe, many of which were based on cultural attractions (Law, 1993).

Over the years tourism consumption patterns have changed dramatically. Tourism has developed from an elite



Changing patterns of leisure time availability also shaped views on how that time should be spent. In the nineteenth century, 'free time' among the working classes was viewed as a potential threat to social stability. Various attempts were therefore made to ensure that the working class used their time in constructive ways. The promotion of 'rational recreation' was seen as a weapon against idleness, 'one of the central metaphors of moral degeneration in a bourgeois society' (Rojek, 1993:32) in the nineteenth century. Idleness was attacked mainly through voluntary sector initiatives, such as the Lord's Day Observance Society (1831), which Rojek argues helped to organize leisure according to middle class values. One of these values was the importance of 'high' culture, as embodied in the Art to the Poor scheme operated in London's East End in the 1880s.

Such initiatives helped to solidify distinctions between 'high' culture, which was considered an acceptable use of leisure time for the masses, and 'popular' culture, unacceptable manifestations of which were often suppressed (Corijn and Mommaas, 1995). Efforts to democratize high culture and promote access for the working class were founded in the belief that exposure to suitable forms of high culture would help to educate the masses, and help to create a feeling of national identity and solidarity. The educational role of culture was largely responsible for the significant increases in cultural funding which occurred in many European states after the Second World War.

A second wave of expanded cultural production was created from the 1960s onwards through the recycling and recombination of cultural forms which arguably marked the transition from modernity to postmodernity. Postmodernity not only recycled the past, it also expanded the range of time periods which were considered to form part of our historic heritage. As David Lowenthal (1985:44) has

observed, whereas it was 'formerly confined in time and space, nostalgia today engulfs the whole past', so that 1930s Art Deco or 1950s juke-boxes can be considered as part of the 'heritage', whereas museums had formerly looked towards the Renaissance or antiquity for their historic justification (Walsh, 1991). In addition to the burgeoning cultural production stimulated by recycling the past and historicizing the recent past, postmodernism has also been marked by the emergence of new interest groups and specialized markets. Museums can therefore abandon the modernist project of universality, in favour of market segmentation and theming.

The result has been a second 'museums boom' in Europe. Table 1.1 illustrates the recent origin of many museums in Britain. Even though the first expansion of museum supply in the second half of the nineteenth century was fairly rapid, the museums boom of

the last 25 years produced an unprecedented increase in museum supply from an already high base. This trend was present throughout Europe from the 1970s to the present. Figure 1.1 shows that the number of museums in both Western and Eastern European countries increased substantially during the 1970s and 1980s. Growth in museum supply has been evident in all areas of Europe, but seems to have started slightly earlier in north-western Europe. Museum growth was also encouraged by Communist regimes in Eastern Europe during the 1980s, although arguably with different motives from their western counterparts.

Table 1.1 Growth of museums in the UK, 1860-1989

Year	Total number of museums	% increase	%/annum
1860	90		
1880	180	+100	5.0
1887	217	+21	3.0
1963	876	+303	4.0
1984	2131	+243	6.8
1989	2500	+117	3.4

Source: After Law (1993) and Walsh (1991)

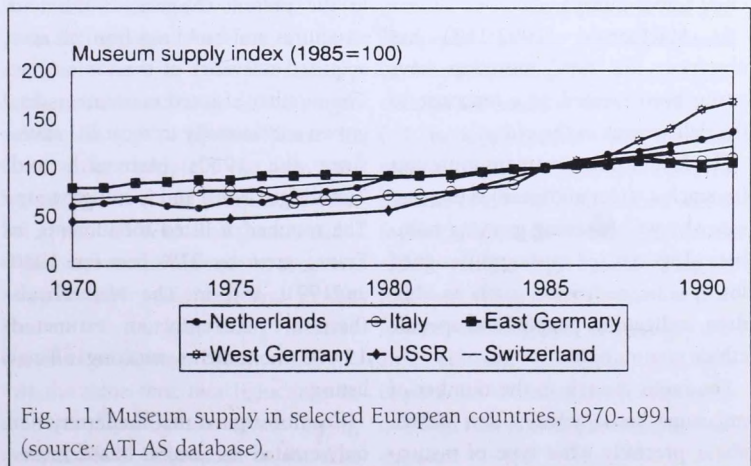


Fig. 1.1. Museum supply in selected European countries, 1970-1991 (source: ATLAS database).



The disintegration of the notion of a Universal European Culture, rather than delivering a death blow to the museum, has provided a cultural stimulus for the expansion of cultural manifestations. A single museum can no longer claim to contain the essence of European culture. A diverse range of museums and art galleries is required to reflect the increasing fragmentation and integration of cultural products based on both 'high' and 'popular' culture.

The growth of specialized museums alongside the general collections enshrined in the national museums and galleries has been one of the

24  
K É K

major forces behind the expansion of museum supply in Europe. Examples of new specialist museums can be found in London (Museum of the Moving Image, Theatre Museum, Design Museum), in Brussels (Cartoon Museum), in Amsterdam (Sex Museum, Pianola Museum, Cannabis Museum) and many other cities across Europe.

As MacDonald (1992:163) has observed, the 'new' museums have partly been created as a response to the deficiencies of the old:

The failure of mainstream museums (to reach a wider audience) is one reason why we are seeing growing numbers of specialized museums designed for specific audiences, such as children, indigenous peoples and specific ethnic communities.

The rapid growth in the number of museums has opened a new debate about precisely what type of institu-

tions ought to be considered as 'museums'. In the UK the Museums and Galleries Commission has introduced a new registration system with strict qualifying criteria. The effect of this is likely to be a reduction in the number of 'museums' in the UK from about 2500 to around 2000 officially registered establishments (Eckstein, 1993). In the Netherlands, the Director of the Dutch Museums Association (NMW) suggested in 1993 that new criteria should be established to stop 'ego-tripping collectors' from setting up 'silly museums' with no professional basis. He cited the establishment of the Mata-Hari Museum and the Cigarette Lighter Museum as examples. This is a clear plea for the preservation of professional control over the establishment of museums. It does, however, make the point that the diversity and provenance of 'museums' has changed rapidly in recent years, as new market opportunities have been identified, and new interpretations of the role of museums have begun to compete with the old.

The same forces of modernity which led to the creation of the museum led later to the increasing designation of 'historic monuments' across Europe. Modernity implied a vast expansion of the past that was considered relevant to the present (Negrin, 1993), and structures and buildings from all ages acquired relevance at the same time. The number of listed monuments has grown substantially in most EU states since the 1960s (Ashworth and Tunbridge, 1990) and is still growing. The number of listed monuments in France grew by 27% between 1980 and 1991, and in The Netherlands there are currently an estimated 15,000 monuments awaiting official listing.

It can be argued that modernity not only created the project of the muse-

um through expanding the relevance of the past, but also sowed the seeds of destruction of the national entities and ideologies which originally supported the project. The detachment of national museums from their original supporting role as instruments of national ideology is today symbolized by some national museums being placed outside direct government control, as in The Netherlands. In searching for a new role, museums are looking both to develop as an educational resource for local communities and as providers of commercial leisure products for both residents and tourists. The demands of tourists for more cultural attractions and the need of cultural attractions to attract more visitors have therefore converged rapidly in recent years.

### *Convergence of Tourism and Culture*

Because the basic forces driving the expansion of tourism and cultural consumption are so similar, it is not surprising that mass tourism and mass cultural consumption have coincided in the late twentieth century. In spite of reservations about the potential negative impacts of tourism on culture, it seems that tourism and culture are inseparable. As Leo van Nispen, Director of the International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) put it: 'culture and tourism are destined once and for all to be together' (quoted in Groen, 1994:25).

The basic argument presented in this book is that the convergence of tourism and cultural consumption is not coincidental, and that cultural tourism cannot be understood as simply a 'new' market trend (Myerscough, 1988). The growth of cultural tourism can better be explained as a consequence of wider social and economic trends which mark either the period of 'late modernity' or 'postmodernity', depending on the terminology you prefer (Harvey, 1989).



A more detailed consideration of the impact of these social and economic changes on culture and tourism is presented in Chapters 3 and 4 of this volume. Important elements of these changes which relate to the development of cultural tourism, however, include increasing de-differentiation between previously separate social and economic spheres, such as culture and economy and tourism and culture, and the apparently contradictory trends towards globalization and localization.

An important consequence of these changes is that 'the expansion and deepening of commodity markets has witnessed the transfer of the logic and rationality of commodity production to the sphere of consumption and culture' (Britton, 1991:453). The consumption of tourism and culture is now organized by the 'tourism industry' (Smith, 1988) and the 'cultural industries' (Shaw, 1991b; Wynne, 1992). The resulting changes in the organization of production have created a whole new breed of attractions and intermediaries who supply culture specifically for tourist consumption, a phenomenon dubbed the 'heritage industry' by Hewison (1987). These changes also have significant implications for existing cultural attractions.

As cultural provision shifts increasingly into the market, the test of 'success' for existing cultural institutions can no longer be a purely aesthetic one. It is not sufficient for an art exhibition or a museum display or a theatre performance to be a critical 'success'. Cultural manifestations increasingly need to justify themselves in quantitative terms, such as the number of visitors or income generated. These quantitative performance indicators are equally important for institutions, which operate, in a wholly commercial environment and for public-funded organizations, which have to demonstrate the effectiveness of subsidy. Cultural and arts institutions

are therefore becoming increasingly concerned about the cultural audience and its needs. The audience for culture also needs to be broadened if visitor numbers and income are to grow.

Attempting to increase visitor numbers almost inevitably means attracting tourists. Tourists are needed for a number of reasons. The stubborn refusal of audiences for most forms of high culture to grow through subsidy-driven 'vertical equalization', to all social classes (Bevens, 1993) or the more recent policy of 'culture-spreading through market mechanisms' (Brouwer, 1993) means that increased geographic market penetration is required. Often this is achieved through popularising the product, giving rise to charges that 'some museums are becoming little more than glorified theme parks, running the risk of sacrificing their standards of scholarship and curatorial integrity for the sake of attracting ever increasing numbers of visitors' (Eckstein, 1993:450). In spite of these concerns, the evidence suggests that the cultural audience remains stubbornly elitist. It has also now been recognized that the cultural audience in all areas, whether urban, suburban or rural is relatively limited (Verhoeff, 1994), and urban and rural centres alike have to attract visitors to support cultural provision. As more competition for this elite audience appears, therefore, cultural attractions have to look increasingly further afield, and many can no longer survive on local audiences alone. In London, for example, it has been estimated that overseas tourists account for 32% of all West End theatre audiences, and in the absence of tourism, many theatre audiences, and in the absence of tourism, many theatres would close (Quine, 1993).

At the same time that reductions in the level of public funding are forcing many cultural attractions to increase

visitor revenue, changes in funding structure in some countries are also forcing cultural institutions to become more market-orientated. In the UK, The Netherlands and Italy, for example, national museums and art galleries are being given more control over their own expenditure. That freedom has a price in terms of greater accountability for how funds are spent through the development of accounting procedures and performance indicators. As one of the most important performance indicators will inevitably be visitor numbers, attracting more tourists will be an important means of improving the performance of an attraction.

Using culture as a vehicle for tourism development and promotion is also becoming an important element of public policy. A notable development is the transformation of former productive spaces into areas of cultural tourism consumption. Industrial and heritage tourism is being used to transform derelict former manufacturing areas into tourism consumption centres, and agricultural land and buildings taken out of production are used for 'green tourism' or folk heritage centres. The development of cultural tourism in both traditional centres of high culture and in former industrial centres to some extent reflects the 'spatial fixity' of tourism (Urry, 1990) which ties tourism development to locally available cultural resources, and the impact of localization, which is reflected in a growing interest in local cultures.



Such social, economic and political changes are forcing publicly funded cultural institutions to join commercial producers in the search for increased visitor numbers and admission income. As the national analyses in this book show, this trend is repeated in all areas of Europe, and extends to both urban and rural environments. The growth of cultural tourism can therefore be viewed as a consequence of both increased tourism demand, and the growing supply of cultural attractions. The demands of economic restructuring have forced cultural attractions to be more dependent on visitor markets in general,

established on the basis of common definitions of cultural tourism, and the collection of comparative data on cultural tourism consumption and production in 11 EU countries. Although the book concentrates largely on the EU, links with other areas are made where possible.

The book attempts to provide an analysis of the forces shaping cultural tourism at European level, by analysing in Part 1 broad socio-economic and political trends in relation to cultural tourism. Part 2 focuses on the development, management and marketing of cultural tourism at national level.

Chapter 2 covers the basic concepts and definitional issues surrounding cultural tourism, and uses this as a basis for analysing the significance of cultural tourism in Europe. Defining cultural tourism is difficult, not only because of the broad meaning of the terms 'culture' and 'tourism', but also because of the changing role of cultural tourism itself. An exploration of the European Cultural Capital designation, for example, illustrates how the event has shifted from being a cultural celebration to becoming a significant economic event.

Chapter 3 examines the theoretical bases for the study of cultural tourism. Because of the complex nature of the subject matter, this inevitably draws on a wide range of sources, including mainstream sociology, art sociology, geography, etc. As well as considering the factors shaping cultural tourism consumption, the impact of tourism on culture is also briefly considered.

An overview of the economic context of cultural tourism is presented in Chapter 4. Emphasis is given to the funding for cultural infrastructure and production, and the changing role of state, market, and voluntary sectors in cultural provision. The growing em-

phasis on commercial provision of culture, and the convergence of commercialized culture and commercial tourism is illustrated through an examination of funding policies in different countries. Chapter 4 concludes with an examination of the economic impact of cultural tourism, in terms of income generation and job creation.

Part 1 concludes with an examination of cultural tourism policies in Chapter 5. Policy development is analysed at European, national, regional and local scales, and an attempt is made to identify the links between different policy levels and between different geographic areas. Particular emphasis is given to European policy developments, and policy relating specifically to cultural tourism is placed in the wider context of EU tourism and cultural policy.

Part 2 of this volume presents individual national chapters, all of which were written by authors working in the countries concerned, and most of whom have been directly involved in the ATLAS European Cultural Tourism research programme.

The chapter authors were given a fairly free hand in determining the content of their chapters, to better reflect the diversity of approaches to cultural tourism in the EU. Every chapter follows a similar format, however, in order to facilitate comparisons between nations. The basic elements found in each chapter include an analysis of policy frameworks for cultural tourism, an analysis of cultural tourism supply and demand, and case studies and examples which reflect the development, marketing or management of cultural tourism in that country. Each national chapter provides illustrations of some of the European trends and issues identified in Part 1 of the book, but the national chapters also underline the essential national and regional differences which contribute to the cultural diversity of Europe.

The final chapter provides an overview of some of the arguments

and tourists in particular. As cultural markets become increasingly globalized, so competition between cultural attractions for a share of the cultural tourism market will also intensify. The following section gives an overview of the structure of the book, and explains how these arguments are developed.

### *Structure of the Text*

Many studies, which deal with 'Europe' are little more than collections of individual national analyses, with the integration provided only by summary overviews of the issues presented. This book attempts to take integration a step further, because it is based on work undertaken for an integrated European Cultural Tourism research project run by the European Association for Tourism and Leisure Education – ATLAS. The research was



developed in the national chapters, and develops an analysis of likely future trends in the development of cultural tourism in Europe.

#### REFERENCES

Ashworth, G. J. and Tunbridge, J. E. (1990) *The Tourist-Historic City*. Belhaven Press, London.

Bernadini, G. (1992) Tourism and cultural tourism in EC policy. In: Provincie Friesland. *Cultural Tourism and Regional Development*. Leeuwarden. pp. 3-5.

Beyers, T. (1993) *Georganiseerd Cultuur*. Dick Coutinho, Bussum.

Boorstin, D. (1964) *The Image: a Guide to Pseudo-events in America*. Harper and Row, New York.

Brent-Ritchie, J. R., Hawkins, D. E. Go. F. and Frechtling, D. (1993) *World Travel and Tourism Review*. Vol. 3. CAB International, Wallingford.

Britton, S. (1991) Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space* 9, 451-478.

Brouwer, R. (1993) Het nieuwe Rotterdam: de kunst, het beleid, de zorg en de markt. *Vrijetijd en Samenleving* 11, 31-43.

Corijn, E. and Mommaas, H. (1995) *Urban Cultural Policy Developments in Europe*. Council of Europe, Strasbourg.

Eckstein, J. (1993) Funding the cultural sector in the UK. *Boekmancahier* 18, 449-467.

Fanelli, F. (1993) Our museums are Italy's General Motors. *The Art Newspaper* 33, 6-7.

Feifer, M. (1985) *Tourism in History. From Imperial Rome to the Present*. Stein and Day, New York.

Groen, J. (1994) De werelderfgoedlijst van UNESCO: grillig en willekeurig. *De Volkskrant*, 19 February, 23.

## Turizmus

Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity*. Basil Blackwell, Oxford.

Hewison, R. (1987) *The Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline*. Methuen, London.

Hibbert, C. (1969) *The Grand Tour*. Putnam, London.

Horne, D. (1984) *The Great Museum*. Pluto Press, London.

Law, C. M. (1993) *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*. Mansell, London.

Lowenthal, D. (1985) *The Past is a Foreign Country*. Cambridge University Press, Cambridge.

MacCannell, D. (1976) *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class*. Macmillan, London.

MacDonald, G. F. (1992) Change and challenge: museums in the informational society. In: Karp, I., Kremer, C. M. and Lavine, S. D. (eds.) *Museums and Communities: the Politics of Public Culture*. Smithsonian Institution Press, Washington, pp. 158-181.

Mathieson, A. and Wall, G. (1982) *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, Harlow.

Mosser, F. (1994) Monuments historiques et tourisme culturel. Quel projet pour quels publics? *Cahiers Espace* 37, 23-27.

Myerscough, J. (1988) *The Economic Importance of the Arts*. Policy Studies Institute, London.

Negrin, L. (1993) On the Museum's Ruins: a critical appraisal. *Theory, Culture, Society* 10, 97-125.

Quine, M. (1993) Theatre audiences in Britain: a continuing research programme. *Journal of Arts Management, Law and Society* 23, 225-239.

Robertson, I. (1993) Taiwan: fast track development. *The Art Newspaper* 33, 31-37.

Rojek, C. (1993) *Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel*. Macmillan, Basingstoke.

Shaw, G. (1991a) Culture and tourism: the economics of nostalgia. *World Futures* 33, 199-212.

Shaw, G. (1991b) Growth and employment in the UK's culture industry. *World Futures* 33, 165-180.

Smith, S. L. J. (1988) Defining tourism: a supply-side view. *Annals of Tourism Research* 17, 581-602.

Swinglehurst, E. (1982) *Cook's Tours: the Story of Popular Travel*. Blanford, Poole.

Thorburn, A. (1986) Marketing cultural heritage: does it work within Europe? *Travel and Tourism Analyst* December, 39-48.

Toffler, A. (1964) *The Culture Consumers: a Study of Art and Affluence in America*. St Martin's Press, New York.

Towner, J. (1985) The Grand Tour: a key phase in the history of tourism. *Annals of*

27  
K É K

*Tourism Research* 12, 297-333.

Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Sage, London.

Verhoeff, R. (1994) High culture: the performing arts and its audience in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 85, 79-83.

Walsh, K. (1991) *The Representation of the Past: Museums and Heritage in the Post-modern World*. Routledge, London.

Wynne, D. (1992) *The Culture Industry*. Avebury, Aldershot.







From a sociological perspective, cultural tourism can be viewed as one aspect of the overall question of cultural consumption. Cultural consumption has been extensively studied, not only as a part of general sociological enquiry, but also in specialist fields, such as art sociology and leisure sociology (Bever, 1993).

Sociological analysis of cultural participation has identified a number of key variables which can to a large extent explain differences in cultural consumption between individuals. The basic variables identified include education, income, occupation, and age (Ganzeboom, 1989; Bourdieu and

The class struggle, according to Bourdieu, is a battle for control of scarce cultural, economic and social resources. He argues, for example, that the increase in educational participation in 'the schooling boom' is the result of intensified competition between social groups for academic qualifications. As more people obtain a particular academic qualification, however, the value of that qualification is devalued as it becomes more common. This drives 'groups whose reproduction was mainly or exclusively achieved through education to step up their investments so as to maintain the relative scarcity of their qualifica-

Greg Richards

# The Social Context of Cultural Tourism

## Culture as an Object of Tourism

29  
K É K

Darbel, 1991). The effects of these basic variables on cultural consumption and behaviour are most famously summarized in Bourdieu's concept of cultural competence, or 'cultural capital'.

Bourdieu (1984:2) argues that in order to understand or appreciate cultural products, people must attain the cultural competence, or capital, which allows them to recognize and interpret those products: 'a work of art has meaning and interest only for someone who possesses the cultural competence, that is, the code, into which it is encoded'. Cultural competence, or capital, is generated through upbringing, education and other forms of socialization. The possession of cultural capital is demonstrated through consumption in turn act as a form of distinction, which can define both the individual and membership of a specific social group.

tions and, consequently, their position in the class structure' (p. 133). Because education is one of the primary vehicles for attaining cultural capital.

Generally increased schooling has the effect of increasing the mass of cultural capital which, at every moment, exists in an 'embodied' state. Since the success of the school's educative action and the durability of its effects depend on how much cultural capital has been directly transmitted by the family, it can be presumed that the efficiency of school-based educative action tends to rise constantly. (p. 133)

Class factions seek to distinguish themselves from each other in all areas of life, including education, occupation, and location, as well as through the consumption of commodities. These commodities include



not only cultural products and activities, such as museum visits, but also tourism experiences. These different elements of distinction are combined to create a certain culture or milieu, or what Bourdieu terms 'habitus'. Which forms the basis for the reproduction and differentiation of social classes.

Bourdieu's analysis was based on empirical data collected in France in the 1960s, including a specific study of visitors to art museums (Bourdieu and Darbel, 1991). It is not surprising, therefore, that Bourdieu's work has often been used to analyse cultural consumption. In recent years, the increasingly close links between cul-

by museums. A series of studies by researchers based at the University of Utrecht (Ganzeboom, 1989; Verhoeff, 1994) have demonstrated that cultural participation remains largely restricted to higher income, highly educated groups, which also tend to be concentrated in major cities, close to centres of cultural production.

In the UK, the work of Merriman (1991) has also indicated the predominantly upmarket nature of museum visiting. His research indicated that museum visitors came predominantly from higher socio-economic groups, and also have a high level of participation in other cultural activities, such as theatre, opera, classical concerts, and ballet. Merriman also argues that museums effectively separate the population into two groups: those who have sufficient cultural capital to perceive museums as a leisure experience, and those who do not.

An important implication of Bourdieu's concept of cultural capital is that people need to accumulate knowledge about art and culture in order to be able to participate effectively. Lack of cultural capital therefore becomes a barrier to participation. The most effective means of increasing participation is to raise general levels of cultural capital through education. The studies by Knulst and Ganzeboom indicate that increasing levels of participation in higher education are one of the most important causes of increased cultural participation in The Netherlands. This is a link which is also confirmed by the high level of cultural tourism participation among students identified in the ATLAS cultural tourism surveys (see Richards, Chapter 2 this volume). In contrast, direct attempts at broadening cultural participation through economic subsidies have proved largely ineffective (Bever, 1993).

Recent studies have developed the concept of cultural capital still further. Harvey (1989) contends that cultural capital is also an attribute of place. In order to attract investment capital and the spending power of the middle class, regions now differentiate themselves by emphasizing the aesthetic qualities of material commodities and services which represent symbolic capital. Examples of this can be found in the trend toward establishing cultural facilities as part of an economic development strategy (see Gratton and Richards, Chapter 4, this volume). Extending Harvey's argument, Zukin (1991:28) regards culture as 'both the property of cultured people and a general way of life', and that whereas culture in the former sense is a mark of distinction, as suggested by Bourdieu, in the latter sense culture constitutes 'an inalienable product of place'. The cultural products of place are in effect a physical form of cultural capital ('real cultural capital'), which Zukin contends is just as important as symbolic forms of cultural capital.

On the supply side, cultural consumption creates employment for a self-conscious critical infrastructure (and lower-level service personnel), and is in turn created by its labor. Cultural consumption contributes to capital accumulation, moreover, by enhancing profits on entrepreneurial investment in production and distribution. And ... cultural consumption has a positive effect on capital accumulation in real estate development. Cultural goods and services truly constitute real cultural capital-so long as they are integrated as commodities in the market-based circulation of capital. (p. 260)

Investment in real cultural capital becomes attractive not just because, as Harvey suggests, it increases the rate of capital circulation, but also because of the inelasticity of demand for certain cultural goods and services that

ture and tourism have also led to a growing interest in Bourdieu's analysis in the tourism literature (Errington and Gewertz, 1989; Munt, 1994).

Bourdieu's concept of cultural capital has been tested and extended through a number of subsequent empirical studies. In The Netherlands, data on cultural consumption from the Central Bureau for Statistics (CBS) were used by Knulst (1989) to chart the major changes in cultural consumption in the Dutch population over a 20-year period. Knulst found that visits to museums and monuments had increased substantially, largely due to improved levels of educational attainment. The audience for the performing arts, however, had remained far more restricted. Knulst attributed this difference to the greater amount of cultural capital required for arts participation as opposed to the relatively populist displays offered



are now deemed essential, at least by the richest stratum of the population with an increasing share of income. (Zukin, 1991:266)

Investment in cultural capital therefore has a significant impact on the organization of space. The transformation of downtown areas by gentrification, the creation of 'festival market-places' (Harvey, 1989) or the implanting of theme parks in rural areas is driven by the requirements of capital accumulation. The arguments advanced by Harvey and Zukin regarding 'real cultural capital' are important for the study of cultural tourism. Real cultural capital forms a vital link between explanations of cultural consumption, as advanced by Bourdieu, and production of the supply of cultural tourism attractions, as indicated by Harvey. In order to fully understand the conditions under which European cultural tourism has developed, therefore, we need to analyse the social conditions which determine the consumption of cultural tourism, and the economic processes which govern its production. In general, the social aspects of cultural tourism are dealt with in this chapter, and economic aspects in Chapter 4. A strict division is, however, not only undesirable but also impractical. The following sections of this chapter examine first the factors influencing cultural consumption, then influences on cultural production, and an attempt is made to analyse the link between cultural consumption and production in the context of cultural tourism.

### **PARTICIPATION IN CULTURAL TOURISM**

As we have seen in the case of cultural participation in general, participation in cultural tourism is also strongly related to possession of cultural capital. In the case of tourism, however, the direct economic cost of participa-

## **Turizmus**

tion, and the opportunity costs involved in time spent travelling means that cultural tourism requires a higher level of investment than many other forms of cultural consumption. As Linder (1970) has argued from an economic perspective, and Bourdieu has argued from a sociological perspective, 'the market value of time ... increases as one rises in the social hierarchy' (Bourdieu, 1984:282). The convergence of relatively high time and income investment requirements in cultural tourism participation should therefore be reflected in a strong social stratification of cultural tourists.

This section examines the relationship of cultural tourism consumption to key variables of socio-economic status, available leisure time, education, and age, and then goes on to examine further issues with an influence on the social production and reproduction culture, including globalization, localization and the geographic distribution of cultural resources.

### **Education**

The original definition of culture as the act of cultivation (Williams, 1983) underlies the strong link between education and culture made by the original Grand Tourists. The subsequent growth of the education system has provided arguably the most effective means for transmitting cultural capital (Bourdieu, 1984). The link between tourism and culture in education is still a strong one. The growth of language schools, which offer a taste of local and national cultures alongside language tuition, is one sign of this.

Studies of cultural participation have consistently identified education as one of the primary determinants of cultural participation. For European museums, Schuster (1993:50) argues

that 'the difference in participation rates across educational levels is greater than across income levels, indicating that education is a better predictor of an individual's probability of participation'.

In the UK, museum attendance was found to be much higher among those who continued their education beyond the age of 19 (58%) than among those leaving education at 16 (25%). A similar gap exists in Sweden between those with a high school diploma (54% museum attendance) and those with only compulsory schooling (18%) (Schuster, 1993).

American research has also con-

firmed that education is the strongest single influence on cultural participation. Heilbrun and Gray (1993) remark '(T)hat education is, in fact, the single most important factor determining arts participation has been verified by statistical analyses'. The difference in participation between high and low education levels in the USA is five times as great as the difference in participation by income level.

The expansion of educational opportunities in Europe over the past 30 years has therefore been one of the major factors in stimulating the growth of cultural tourism. In Amsterdam, a comparison of visitors attending the Rembrandt exhibitions held in 1969 and 1992 showed that the educational level of visitors, already high in 1969, had grown substantially by 1992. At the first exhibition 18,5% of visitors had a university



education, compared with 32% in 1992 (Bruin, 1993). Individuals with a high level of education, and also those in higher education therefore form an important audience for cultural tourism. The ATLAS research, for example, found that 20% of respondents interviewed at cultural attractions were students.

### *Socio-economic status*

Cultural participation has always been closely linked with socio-economic position. People from higher social classes in general have greater access to the means of cultural tourism partici-

pation (such as higher levels of income and mobility) as well as having the cultural capital necessary to facilitate participation.

In his review of museum attendance in Europe, Schuster (1993) concludes that participation rates are much greater among higher socio-economic groups and professionals. Merriman's (1991) analysis of museum visiting in the UK indicates a strong class stratification, and studies of museum visiting in France tend to support this analy-

## *Turizmus*

sis. Although the proportion of the French population in the higher socio-economic groups visiting museums has increased since the early 1970s, the proportion of working class visitors has actually fallen (Table 1.1). Another national survey of French cultural participation indicated an even greater class divide in art museum visiting in 1989, with higher professionals (73%) being far more likely to visit art museums than intermediate professionals (57%) or unskilled labourers (30%) (Ministère de la Culture, 1989).

Because socio-economic status is strongly related to the possession of cultural capital, social stratification will tend to be even greater for cultural forms which require a high degree of cultural competence for participation. As Bourdieu (1984:273) observes as one moves from avant-garde concerts or plays, museums with a high transmission level and low tourist appeal ... to spectacular exhibitions, major concerts or the 'classical' theatres, and finally to the boulevard theatre and variety shows, the rate of representation of the different fractions distributed in order of decreasing cultural capital and increasing economic capital - ... tends to change systematically and continuously, so that the hierarchy of the fractions distributed by their weight in the public tends to be inverted.

This explains, therefore, why the audience for art museums, which

generally require a relatively high level of cultural capital from their audience, are more strongly stratified by social class than other museums. Surveys of visitors to an exhibition of early works by the Dutch artist Mondriaan in Amsterdam in 1994 tend to support this strong link between socio-economic status, cultural capital, and cultural tourism participation (Roetman, 1994).

Surveys in the UK have indicated that the audience base for museums and heritage is much broader in social class terms than the audience for the visual or performing arts (Bonink, 1992). This also provides one explanation for the finding of the ATLAS cultural tourism research that consumption of heritage attractions by tourists is far greater than arts attractions.

### *Occupation*

There is growing evidence that cultural participation, in general, and cultural tourism, in particular, are particularly strongly developed among people with occupations related to culture. For example Bevers (1993:214) reports that 50% of visitors to the Stedelijk Museum in Amsterdam are artists, and that in America 70% of visitors to galleries of modern art are people 'with a professional interest' in art.

This pattern partly reflects the growing importance of culture as an area of employment. In the UK, for example, it is estimated that as many as 671,000 jobs depend directly or indirectly on the cultural industries - equivalent to 2.8% of the UK workforce (Shaw, 1991). Taylor (1987) has estimated that 150,000 artists live and work in the New York region (for more detailed analysis of the relationship between culture and employment, see Gratton and Richards, Chapter 4 this volume).

The importance of cultural occupations for cultural consumption is demonstrated by the ATLAS cultural

### 1.1 Frequency of museum visiting among the French population

	% of group visiting museums		
	1973	1981	1988
Upper class and professions	56	60	61
Middle class	48	49	43
Workers	25	24	23

Source: Donat and Cogneau (1990).



tourism research. Almost 20% of all cultural visitors interviewed had an occupation which was related to the cultural industries, and among specific cultural tourists, the level of culturally related occupations reached 29% (Richards, 1996).

The consumers and producers of culture, therefore, are often the same people. Those who work in the cultural industries are not only important as direct consumers of cultural products, but also as pathfinders and interpreters for the passive consumers of culture who prefer their culture delivered at home through the media. The media is also playing an increasingly important role in shaping cultural tourism consumption. Reports of exhibitions and performances in other countries now appear regularly in newspapers and art magazines, and cultural attractions feature prominently in television travel programmes.

The role of these 'new cultural intermediaries' in influencing taste and therefore purchasing patterns, is part of their struggle to appropriate particular scarce resources for their own use, and convert these into economic capital.

### Leisure Time Availability

The growth of leisure time availability has arguably expanded opportunities for tourism and cultural consumption in the twentieth century. As paid holiday entitlements also became the norm in postwar Europe, it also became increasingly possible to combine cultural activities with tourism. As Scitovsky (1976) has suggested, the greater availability of leisure time in Europe is one of the reasons why cultural participation has tended to be greater there than the United States.

Leisure time is not evenly distributed across Europe, however. Working hours per year tend to be highest in southern Europe and the UK, and shortest in The Netherlands

and Germany (Gratton, 1995). There is evidence to suggest that there will be a convergence of leisure time availability, and holiday entitlement as a result of the Single Market (Gratton, 1992). The expansion of leisure time has already produced a qualitative change in time use. One of the most notable trends in the northern European holiday market in the last decade has been the growth of short-break holidays (trips of three nights or less). As total holiday entitlement has expanded, so people are supplementing their main annual holiday with a number of additional short breaks (Faché, 1994).

The growth in short-break taking is considered by many to be a major stimulus for cultural tourism, particularly in urban areas (Law, 1993). The ATLAS cultural tourism survey revealed that over 25% of all respondents were on a short break (three nights or less away from home). In the shoulder seasons (spring and autumn) this proportion would probably be much higher.

Although it has been argued that the expansion of leisure time has been a factor in promoting cultural tourism, there are growing signs that leisure time availability for many in northern Europe is actually falling. As Juliet Schor has demonstrated in her book *The Overworked American* (Schor, 1991) the desire to raise levels of consumption has resulted in a fall in leisure time, as people in employment have had to work increasingly hard to accumulate goods and services. This phenomenon is now being observed in countries such as The Netherlands and the UK. The expansion of working hours, coupled with growing unemployment, has produced a growing gulf between the relatively time poor and money rich (those with jobs) and the time rich/money poor (the non-working population). This trend

has also arguably stimulated more cultural tourism, as time-poor, money-rich consumers enjoy more short break trips to major cultural centres.

### The Greying of Europe

Europe is ageing. In the three decades up to 1990, the number of people aged over 60 in the European Union grew by 50%, while the population as a whole only rose by 17% (Davies, 1995). It is widely assumed that older people have a greater interest in the past, in history and culture in general. The expanding senior citizen market

33  
K É K

is therefore seen as a prime source of expansion in cultural tourism demand (Berroll, 1981).

Evidence from The Netherlands indicates a greater degree of cultural motivation for older tourists. Interviews with foreign tourists in 1988 revealed that 'museums, historic building and cities' were a motivation to visit for 29% of tourists under 30 years old, compared with 33% of tourists aged 30-45, and 39% of those aged over 45 (Nederlands Bureau voor Toerisme, 1988). Although the proportion of culturally motivated tourists tends to increase with age, however, younger people often form a higher proportion of the total tourist population. The Dutch research, for example, indicated that while tourists under 30 accounted for 30% of all culturally motivated visitors, only 26% were aged over 45.

This point is made even more



strongly by the ATLAS cultural tourism research. Of all cultural visitors interviewed in the ATLAS survey 44% were aged under 30, and 42% of tourists interviewed were less than 30. This pattern is caused by the higher participation rate by young people in tourism. Although it can be argued that the summer interview period was likely to increase the proportion of young tourists in the ATLAS sample, it is clear that younger tourists form an important element of the cultural tourism market. This is one of the reasons that Studiosus, the leading German cultural tourism tour operator, has begun to target programmes

specifically at young people (see Roth and Langemeyer, Chapter 9 this volume). The potential of the youth market is set to increase still further in future, as the decline in the numbers of young people will begin to reverse after the year 2000 (European Travel Commission, 1995).

### *The Creation of a New Cultural Elite?*

It is clear from the above analysis of social variables that many of the factors affecting cultural tourism consumption are interrelated. In general, cultural tourists can be characterized as having a high socio-economic status, high levels of educational attainment, adequate leisure time, and often having occupations related to the cultural industries. In broad terms, the growth of such a group of consumers can be linked to the rise of the 'ser-

vice-class culture' in postindustrial societies.

In postindustrial economies high standards of living ensure that material needs can be met through goods consumption. Increased consumption can therefore be invested in leisure services, and the search for distinction can be increasingly based on cultural capital accumulation. Bourdieu (1984) identifies different factions within the expanded middle class who compete with each other for position and status. The 'new bourgeoisie' is high on economic capital and cultural capital, and consumes exclusive travel products and ecotourism. In contrast, the 'new petit bourgeoisie' or 'new cultural intermediaries', are lower on economic capital, and therefore must professionalize tourism consumption practices in order to create employment opportunities for themselves. Munt (1994) argues that struggles for cultural and class superiority between these factions are responsible for many of the cultural and structural features of modern tourism consumption, such as the distinction between 'traveller' and 'tourist' and the spatial differentiation exemplified in tourism development 'off the beaten track'.

Similar groupings within the middle class have been identified in relation to cultural consumption and heritage tourism (Urry, 1994). These patterns of consumption have led some authors to suggest that we are witnessing the emergence of a 'new middle class' or a 'service class' (Featherstone, 1991; Munt, 1994). Walsh (1991:127) argues that the service class is a phenomenon which emerged in Britain in the 1980s, marked by participation in 'modes of consumption which enhanced their movement away from dull inconspicuous forms of consumption, towards a consumption of signs which many saw as being

signs of difference and distinction'.

In contrast to the old cultural elites, the new cultural elite of the service class is based on a greater diversity of consumption, usually organized in globalized niche markets in which the major consumption spaces are metropolitan city centres. The service class is therefore also often seen as the vanguard of gentrification of inner city areas (Zukin, 1991). It is certainly true that there is an increasingly affluent, increasingly mobile and international community within Europe. In Amsterdam, for example, there are 50,000 foreign residents in a population of 700,000, and 50% of the population have lived in the city for less than 8 years (Bever, 1993). This group has in fact already been the target of another cultural tourism programme created by the German specialist operator Studiosus (see Roth, Chapter 9 this volume). Studiosus packaged cultural tours in Italy and Greece for an international audience in an English-language brochure launched in 1993.

The consumption patterns of the service class entail a constant search for new experiences and sources of stimulation which help to distinguish the participant from the crowd. As Bourdieu (1984:249) puts it the sense of good investment which dictates a withdrawal from outmoded, or simply devalued, objects, places or practices and a move into ever newer objects in an endless drive for novelty, and which operates in every area, sport and cooking, holiday resorts and restaurants, is guided by countless different indices and indications.

Those in search of distinction will automatically steer away from products and places which have become 'popular', and seek out novel forms of symbolic distinction. One could argue that such forces are behind the growth of citybased short breaks, at the expense of the crowded Mediterranean beaches, for example, or the decline in Europe's market share of



world tourism as more European tourists go in search of more 'exotic' holiday destinations.

This analysis suggests that the rise of cultural tourism is strongly linked to rise of the new service class, and post-materialistic forms of consumption. As postindustrial societies develop, and more individuals seek to distinguish themselves through cultural capital acquisition, the level of cultural tourism might be expected to increase. As was suggested in Chapter 2, however, cultural tourism consumption is not just dependent on consumption patterns, but also on the relationship of consumption to cultural production. The following section examines the way in which the production and distribution of cultural resources has influenced and been influenced by the rise of cultural tourism.

### *The Production of Cultural Resources*

The tendency of capital to seek geographic locations which maximize the rate of capital accumulation (Harvey, 1989) has had important implications for the geography of cultural tourism in Europe. Wealthy regions have always created material displays or monuments. In the Renaissance, however, political leaders discovered the advantages of using the high cultural forms associated with antiquity to justify their own position. The artistic and architectural creativity of the north Italian cities in the sixteenth century, Claval (1993) argues, was in part stimulated by Italian princes anxious to secure power in an uncertain political climate. Claval also contrasts the monumental capitals of Baroque cities with the more spartan capitals of Calvinist countries. Amsterdam, the archetypal Calvinist city, today suffers from a lack of major monuments to attract tourists in comparison with Paris, London or the Italian cities (Table 1.2).

## Turizmus

Both the origin and the subsequent survival of such relics depends on the mode of capital accumulation. As Lynch (1972) remarked, environments rich in historic remains often follow a specific pattern. Once markedly prosperous, they then suffered a rapid economic decline, which discouraged further development and therefore preserved them to some extent in their original form. A good example in northern Europe is Bruges, where the houses of rich medieval textile merchants were left unaltered after the wool trade in Flanders declined, leaving Bruges with an historic city centre which now attracts over 2 million tourists a year. The cultural richness of the northern Italian cities owes much to their economic decline between 1600 and 1800 (Dunford and Perrons, 1983), which preserved the material legacy of the Renaissance from subsequent ravages of economic development.

Analysis of the spatial distribution of major cultural tourism resources indicates the continuing importance of medieval and Renaissance cities in the European cultural tourism industry. The European cultural tourism inventory compiled by the Irish Tourist Board (1988) indicates that concentrations of cultural attractions are found mainly in capital cities and important cities dating from the fourteenth to sixteenth centuries (Table 1.2). Thus Flanders accounts for four of the five Belgian cities with more than ten attractions in the inventory, and northern Italy has six cities with more than ten attractions. In The Netherlands, Denmark, Greece, Ireland, and Portugal, only the capital cities can muster more than ten listed attractions. In France, which has the greatest total number of listed attractions, Rouen is the only city outside Paris which has more than ten listed attractions, which indicates

the influence of centralization in France on the distribution of cultural resources.

The cities which feature most prominently in the EU Cultural Inventory are to a large extent the same cities that van der Borg (1994) identifies as 'European cultural capitals'. Van der Borg's analysis, based on tour operators' programmes, in turn matches the classification of Bianchini and Parkinson (1993), based on cultural policies, of 'cultural capitals'.

Claval (1993) explains the concentration of cultural resources in the European 'cultural capitals' as a spatial distinction between 'high' and

35  
K É K

'popular' culture. He argues that 'high culture' consumption is based on reading and writing, contrasted to the oral and visual tradition of popular culture. The vast collective memory of the museums and libraries of capital cities established the conditions for the concentration of high culture, and the art collections and architecture which make them so attractive for cultural tourism. All the indications are that the areas which accumulated considerable 'real cultural capital' during the Renaissance and during the formation of modern nation states, have continued to benefit from this position, as heritage centres 'rich with time' (Urry, 1994). As Buzard (1993) puts it, these sites are 'saturated with culture' and 'as long as European travel – or "travel" in the value-laden sense – commanded a price in the cultural markets of Britain and America, tourists



Table 1.2

	International	National	Regional	Total
<b>Belgium</b>				
Antwerp	2	5	8	15
Bruges	3	7	9	19
Brussels	2	9	10	21
Ghent	1	5	9	15
Leuven	2	3	5	10
<b>Denmark</b>				
Copenhagen	2	13	9	24
<b>France</b>				
Paris	9	47	28	84
Rouen	-	7	3	10
<b>Greece</b>				
Athens	4	10	2	16
<b>Ireland</b>				
Dublin	4	8	11	23
<b>Italy</b>				
Bologna	1	2	7	10
Florence	13	11	3	27
Milan	6	5	6	17
Naples	1	3	13	17
Palermo	1	2	7	10
Perugia	-	1	10	11
Ravenna	1	2	7	10
Rome	22	30	51	101
Siena	2	3	8	13
<b>Netherlands</b>				
Amsterdam	3	7	3	13
<b>Portugal</b>				
Lisbon	2	8	12	22
<b>Spain</b>				
Barcelona	1	6	9	16
Madrid	3	8	1	12
Seville	3	8	-	11
Toledo	4	7	5	16
<b>United Kingdom</b>				
Cambridge	2	6	6	14
London	8	20	16	44
Oxford	5	4	2	11
York	1	6	3	10
<b>West Germany</b>				
Berlin	4	8	20	32
Bonn	-	2	13	15
Dusseldorf	-	3	9	12
Hamburg	-	2	9	11
Mainz	-	4	5	10
Munich	4	12	8	24
Stuttgart	-	6	7	13

Source: Irish Tourist Board (1988).



Cities with more than ten cultural attractions listed in the European Union inventory of cultural tourism resources.

Would remain strongly motivated to press claims of having witnessed *essential, symbolic* qualities of the places they visited' (p. 212, emphasis in the original).

There are signs that this pattern persists, in spite of the efforts of the heritage industry to create new centres of cultural consumption elsewhere. In the UK, for example, even though there has been a significant increase in heritage attraction supply outside London, the bulk of heritage-related investment has been concentrated in the capital. Figures from the English Tourist Board (1991) indicate that a doubling in the value of heritage attraction investment between 1986 and 1991 was accompanied by a growing concentration of investment in London and South East England, from 69% of all reported heritage investment in 1986 to 75% in 1991. These two regions also accounted for over half the visits to cultural tourism attractions in England in 1992 (English Tourist Board, 1993). Further evidence is provided by the Policy Studies Institute (1993) analysis of UK museums, which showed that the larger national museums in the UK, located predominantly in London, increased their visits considerably, whereas smaller museums in provincial locations fared less well. Similar patterns are found in other European countries. In The Netherlands, for example, Amsterdam has about 5% of the Dutch population, but houses 26% of all designated historic monuments, and accounts for 24% of all museum visits.

Part of the explanation for the spatial concentration of cultural tourism lies in its reliance on the built heritage. Heritage resources are usually place-dependent, whereas art production and consumption is relatively place-independent. For example, it is only

## Turizmus

possible to visit the Notre Dame in Paris, or the Vatican in Rome. The increasing importance of notions of authenticity (Urry, 1990) make it difficult to reproduce these sights in other places, except as theme-park pastiche. Drama or musical performances or art displays, on the other hand, are far more mobile. The musical CATS, for example, has been staged in 130 cities worldwide. The increasing pressure for galleries and museums to stage 'blockbuster' exhibitions means that more and more art works are travelling the globe in search of an audience. This distinction between place-dependent heritage and place-independent arts is far from fixed, however. The staging of major events often depends on the financial security of a large audience, which can often be best guaranteed in the existing 'cultural capitals'.

As the number of events multiplies, there is a growing need for supposedly footloose events to use the uniqueness of location to differentiate themselves. Britton (1991:455) argues that many cultural events have lost their uniqueness: 'having been persuaded to buy a commodity package, tourists are by and large conditioned to look for the qualities associated with a cultural model, staged performance, or lifestyle representation, rather than its authenticity'. What emerges is therefore a range of depthless, superficial cultural products specifically created for tourism. As Britton points out, this creates a contradiction in a market in which the sensory threshold of novelty is constantly being raised. The 'self-life' of these products is therefore constantly shortening, and consumers must become more discerning and sensitive to authenticity in tourism products. Walsh (1991) has suggested that a similar process can be recognized in the commodification of museums.

In the spiralling competition for the attention of potential consumers, the established cultural capitals still seem to have a marked advantage. The continuing popularity of established centres of high culture is underlined by Townsend's (1992) study of attendance at cultural attractions in the UK, which shows that 'the growth of new kinds of urban tourism and museums has been relatively unsuccessful...the most successful urban sites are the pre-industrial ones' (p. 32). In spite of promotion of industrial heritage at national level in the UK and efforts by provincial centres such as Bradford to use tourism as an

37  
K É K

engine for economic development and image enhancement, this has not resulted in a significant geographic shift in the pattern of cultural tourism consumption.

The cause of the geographic inertia of European cultural tourism lies also in the strong influence exerted by consumption on cultural production. This relationship is examined in the following section.

### *The Social Production of Cultural Tourism*

As consumption becomes a more central feature of modern life, so consumption patterns come increasingly to influence patterns of production. Zukin argues that 'much of the experience of consumption today is highly mediated by new producers' (1991:45, emphasis in original). The search for authenticity, for example, relies on a



constant flow of reliable, authoritative information (e. g. alternative travel guides, TV programmes, etc). As the complexity of products and services on offer increases, furthermore, so the amount of knowledge, or self-investment required also grows. These 'new producers' identified by Zukin belong to the same group as the 'new cultural intermediaries' of Bourdieu. This group seeks to maintain its high level of cultural capital, and to compensate for low levels of economic capital through the pursuit of authenticity in tourism.

Just as cultural capital is unequally distributed among individuals, so 'real

## Turizmus

The characteristics of this group of 'specific cultural tourists' comes closest to the class faction identified as the 'new cultural intermediaries' by Bourdieu (Richards, 1996).

In order to capitalize on their productive activities, the new cultural intermediaries must have a sufficiently large pool of consumers. Munt (1994:107) suggests that Bourdieu's 'new bourgeoisie' fulfils the main consumer function in tourism, being 'firmly located in the service sector with finance, marketing and purchasing as occupational exemplars, a class faction high on both economic capital (finance) and cultural capital. It is with the new bourgeoisie that taste and travel unite and are celebrated'. These are the tourists who would seem to conform most closely to the traditional image of the cultural tourist as older, wealthier and well educated (Berroll, 1981), and who fit the profile of the 'general cultural tourist' identified in the survey research (Richards, 1994). In contrast the 'specific cultural tourists' are more likely to be young, self-employed and with an occupation related to culture, a profile closer to that of the 'new cultural intermediaries' (Bourdieu, 1984). The indications are that this relatively small group of specific cultural tourists, or 'culturally motivated tourists' (Bywater, 1993) have a disproportionate influence not only on the consumption of cultural tourism, but also on its production, particularly in the major cultural capitals of Europe.

cultural capital' is unequally distributed in space. The important advantage that the 'preindustrial' sites have is the presence of sedimented real cultural capital. It is this cultural capital which is unlocked and exploited by the 'new producers' (Zukin, 1991) or the 'new cultural intermediaries' (Bourdieu, 1984). This key group of cultural producers and consumers is strongly represented in the centres of old cities, close to the sites of cultural consumption and real cultural capital production (Verhoeff, 1994). The ATLAS cultural tourism research also indicates that those involved in cultural production are likely to have an important role in cultural consumption. In the case of cultural tourism, it seems that the relatively small group of 'specific cultural tourists', also has a strong link with the cultural industries, and tends to be concentrated in the major cultural capitals of Europe.

In spite of the powerful arguments advanced by Zukin and others for a concentration of cultural power in the major metropolitan centres, however, there is also evidence that this globalization of culture is being accompanied by a concurrent trend towards localization and regionalization, which O'Connor and Wynne (1993)

characterize as the resistance of the vernacular to the extension of 'landscapes of power' under globalization (Zukin, 1991).

### *Globalization and Localization*

The democratization of culture in the early twentieth century was based on an unquestioning acceptance of the international nature of high culture. This view is epitomized by the remark of French composer Eric Satie that 'art has no country'. One of the original motives for state support of culture in Europe during the nineteenth and early twentieth centuries was the need the nation state had for a 'national culture' as a cement for nationhood. In the postwar era, national 'British' or 'French' or 'Italian' cultures became abstractions used to sell tourist destinations as well. One of the major reasons why Americans travel to the UK, for example, is to experience 'English' or 'British' culture, even though the identity and meaning of these cultures is hotly contested from within the cultures themselves (Long and Richards, 1995). Similar conflicts over the link between cultural identity and place are evident in Spain. The image of 'Spanish culture' promoted at national level often meets resistance in areas which do not identify with the predominantly Castilian cultural image of Spain promoted abroad. In Mallorca, for example, the message to British tourists (in English) comes from window stickers which proclaim 'Mallorca is not Spain', a clear statement of Mallorquin resistance to 'Spanish' cultural domination.

The globalization of culture represented by 'McDonaldization' (Ritzer, 1993) and 'Disneyfication' is seen by many as being a threat to national, regional, and local cultures everywhere. Walsh (1991) argues that the destruction of difference under modernity is reflected in the globalization of heritage, which as a superficial representation of history contributes

38

K É K



to the process whereby places begin to lose their distinctive identities. Tourism contributes to this process through the creation of a series of mythical places (Cookson Country, Robin Hood Country) which are more 'real' for the tourist than the authentic regional identities that they replace (Prentice, 1993).

There is, however, evidence of growing local resistance to the pervasive forces of creative destruction under international capitalism. Internationally homogeneous high culture is now being countered by promotion of the vernacular, or through the appropriation of elements of the landscape of high culture into the vernacular (O'Connor and Wynne, 1993).

In Europe as a whole, it can be argued, a reaffirmation of difference is in progress, which has profound implications for cultural tourism. 'In the Europe of the regions, a continent that is undeniably becoming more fragmented, there is a particular attention being paid to the geographic origin of artists and their cultural identity. Differences are increasingly being emphasized' (Depondt, 1994:1). As Hannerz (1993) suggests, difference is what attracts tourists to a particular place. The cultural resources most attractive to tourists are therefore things which are not everywhere, the 'unique', the 'authentic'. The place-bound nature of heritage attractions, such as monuments, museums and heritage centres are likely to be more attractive to tourists than the generalized high culture represented by art performance.

Appeals to the spatial uniqueness of cultural heritage manifestations abound in tourism marketing strategies. In an increasingly globalized and homogenized cultural landscape, the need to establish local difference through ownership of customs, rituals, art works, buildings, and even whole landscapes becomes even more acute. The need to own cultural artefacts as a tourism resource is sharply

demonstrated by the cultural imperialism engaged in by some tourism marketeers. For example, the British city of Bradford effectively laid claim to a large swathe of the surrounding Yorkshire Dales in an attempt to claim such cultural gems as the Brontë sisters and the location of the television programme 'Emmerdale Farm'.

Although local or regional culture can provide a good basis for cultural tourism development, it is important that the degree of difference must not be too great that it alienates the tourist. Ashworth (1992) has pointed out that heritage tourists often demand a generalized, globalized tourism experience which contradicts with the localization of heritage resources.

## *The Impact of Tourism on Culture*

Cultural provision has had an impact on tourism, but tourism is also beginning to have increasing impacts on the cultures which provide a basic motivation for tourism. A great deal has already been written on the general cultural impact of tourism (e. g. Mathieson and Wall, 1982; Smith, 1989). It would therefore be superfluous to try and review the full range of argument here. This section gives a brief overview of some key sources, and highlights issues of particular significance for cultural tourism.

Because cultural tourists are arguably motivated by local cultures in choosing to visit a particular location, they have been identified as both a blessing and a blight as far as their social and cultural impact is concerned. Some authors have suggested that culturally motivated tourists are desirable, because they tend to be relatively few in number, and they are also more sympathetic in their approach to the local population and

their culture than other tourists (Smith, 1989). Cultural tourists also tend to spend more money than other types of visitor, and can therefore play an important role in providing financial support for local cultural manifestations. Others have suggested that it is precisely this cultural motivation which makes cultural tourists less desirable in some areas. Butler (1990) has suggested that 'alternative' tourists seeking authentic cultural experiences can open up culturally fragile areas, acting as a 'Trojan Horse', opening the way to potentially more damaging mass tourism. Wheeler (1991) has gone further, arguing that cultural

tourists who seek authentic experiences of local culture can inflict severe damage on local communities in spite (of for perhaps because of) their low numbers. Those in search of active contact with the local population are likely to cause far more disturbance by seeking out 'local' places which may cause the friction between the local population and the tourists to increase rather than diminish.

One potential solution to the potentially damaging search by cultural tourists for 'authentic' cultural experiences is to create cultural artefacts and phenomena specifically for tourist consumption. Cohen (1992), for example has demonstrated the way in which arts production in many tourist centres has become adapted to the needs of tourists. Cohen (1988) asserts that even cultural products specifically designed for tourist consumption can come to be considered



as 'authentic' to a certain degree, even by the local population. This form of 'emergent authenticity' can be observed in a wide range of products and rituals which we now accept as being traditional cultural products.

Many would argue that it is just this kind of commodification process which represents the worst effect of cultural tourism development. By turning cultural phenomena into commodities for tourist consumption it is argued, culture is stripped of its original meaning, and the 'product' sold to the tourist is divorced from the 'way of life' which produced it. Others might argue, however, that commodi-

trying to maximize economic revenue from wealthy tourists coming to see cultural highlights such as Pavarotti, and local activists trying to promote a more 'Glaswegian' culture (Boyle and Hughes, 1991). Similar debates between 'cultural elitists' and promoters of local culture emerged in the 1993 event in Antwerp. Many criticized the lack of Flemish art and culture in the programme, but this criticism was rejected by one organizer who remarked that 'promotion of local art can never be an objective of the Cultural Capital programme' and that demands for local cultural representation were 'founded on an outmoded and false impression of how cultural value originates and how it is consecrated' (Corijn and van Praet, 1994:28). It is not just the process of commodification involved in cultural tourism which is at issue, therefore, but also the control of that commodity once it is produced. A further example of struggles over 4<sup>th</sup> ownership of cultural heritage is provided by the development of the Baroque Cultural Itineraries in France (see Bauer, Chapter 8 this volume).

Tourism can also have a direct physical impact on cultural goods. The crush of tourists in historic European cities such as Venice and Bruges is producing a growing number of negative environmental and social impacts (see van der Borg and Costa, Chapter 12 and Munsters, Chapter 6 this volume). Because heritage tends to be place-bound, cultural tourists often congregate in the same areas of historic city centres at the same times. Costa and van der Borg (1993) have demonstrated that at peak tourist periods Venice is essentially 'full'. The crush of visitors in St Mark's Basilica means that the frescos are being damaged by the condensation of the visitors, breath, and the stones underfoot are worn away by the stream of visitors (Costa, 1988).

However, cultural tourism is also viewed as part of the solution to such problems of tourism concentration. Because cultural tourism is based on specific interests and motivations, it is argued, they can be persuaded to visit less popular destinations or to go at less popular times of the year. This is certainly one of the arguments underpinning the promotion of cultural tourism by the European Union.

It has also been argued that cultural tourism can play a role in helping to preserve cultural traditions. Grahn's (1991) analysis of cultural tourism development in Lapland indicates that cultural tourism can play a positive role in enhancing traditional culture, providing control is retained locally. Cultural tourism can also arguably enrich the quality of life, both in urban and rural settings (Jafari, 1992).

The major problem in assessing the positive and negative impacts of cultural tourism, and particularly the impact of tourism on local cultures, is the lack of longitudinal impact studies (Wilson, 1993). Many previous studies have tended to ascribe all cultural change to the impact of tourism, without placing tourism in the context of wider social and economic changes. As Smith (1989) has pointed out, the intrusions of tourism into local culture can often pale into insignificance alongside other agents of change, such as television. The initial pessimism about the negative effects of tourism on culture have now been replaced by more balanced appraisals, in which tourism is also recognized as having the potential to strengthen local cultures. In many cases the funds provided by tourism are being used to support local cultural traditions and ways of life which in the absence of tourism would probably die out. As Greenwood (1989) has pointed out in his study of the *Alarde* festival in the Basque region of northern Spain, living cultures inevitably change, and they have the potential to make creative use of tourism, using it to devel-

fication is common to all areas of tourism (Watson and Kopachevsky, 1994) and to the capitalist system in general (Britton, 1991). Commodification is, therefore, to some extent unavoidable. The key question in cultural tourism is the extent to which communities retain control over their own culture and the products derived from it (Hall, 1994). Whose culture is being sold to whom, and why?

As the analysis of cultural tourism policy in Chapter 5 makes clear, cultural tourism is often promoted for political and economic reasons which have little connection to the 'way of life' of local residents. Examples of struggles over the meaning and exploitation of cultural tourism can be found in the European City of Culture event, already introduced in Chapter 2. In Glasgow in 1990, there was a bitter debate about the content and aims of the event, between organizers



op 'interest in local culture, pride in local traditions and an improved sense of cultural worth' (p. 185).

### Conclusion

Participation in cultural tourism has been stimulated by a wide range of social changes, including rising education levels and increasing leisure time. A number of studies have indicated, however, that the possession of cultural capital is a good predictor of cultural tourism consumption. This means that cultural tourism is concentrated particularly among the 'new middle class', for whom acquisition of high levels of cultural capital form an important source of distinction. The development of cultural capital through consumption is also concentrated spatially, because of the accumulation of 'real cultural capital' in specific locations. Cultural tourism consumption has therefore become socially and spatially concentrated. The effects of social concentration can create a great social and cultural distance between cultural tourists and their hosts. The effects of spatial concentration can include the physical destruction of the very artefacts and social structures that cultural tourists come to see. There are growing signs, however, that local cultures are also resilient enough to absorb and turn to creative use the changes wrought by tourism.

### REFERENCES

Ashworth, G. J. (1992) Heritage and tourism: an argument, two problems and three solutions. In: Fleischer-van Rooijen, C.A.M. (ed.) *Spatial Implications of Tourism*, Geo Pers, Groningen, pp. 95-104.

Berroll, E. (1981) *Culture and the arts as motives for American travel*. Proceedings 12<sup>th</sup> Annual Travel and Tourism Research and Marketing Conference. Salt Lake City, pp. 199-200.

Bevens, T. (1993) *Georganiseerd Culture*. Dick Coutinho, Bussum.

## Turizmus

Bianchini, F. and Parkinson, M. (1993) *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*, Manchester University Press, Manchester.

Bonink, C. (1992) *Cultural tourism development and government policy*. MA dissertation. Rijkuniversiteit Utrecht.

Bourdieu, P. (1984) *Distinction: a Social Critique of the Judgment of Taste*. Routledge & Kegan Paul, London.

Bourdieu, P. and Darbel, A. (1991) *The Love of Art: European Art Museums and Their Public*. Polity, Cambridge.

Boyle, M. and Hughes, G. (1991) The politics of 'the real': discourses from the Left on Glasgow's role as European City of Culture, 1990. *Area* 23, 217-228.

Britton, S. (1991) Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space* 9, 451-478.

Bruin, K. (1993) Rembrandt in Amsterdam, Berlijn en Londen. In: Bevers, T. (ed.) *De Kunstwereld: Produktie, Distributie en Receptie in de Wereld van Kunst en Cultuur*. Erasmus Universiteit Rotterdam, pp. 336-377.

Butler, R. W. (1990) Alternative tourism: pious hope or Trojan horse? *Journal of Travel Research* 19, 40-45.

Buzard, J. (1993) *The Beaten Track: European Tourism, Literature and the Ways to 'Culture' 1800-1918*. Oxford University Press, Oxford.

Bywater, M. (1993) The Market for cultural tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst* 6, 30-46.

Claval, P. (1993) The cultural Dimension in restructuring metropolises: the Amsterdam example. In: Deben, L., Heinemeijer, W. and van der Vaart, D. (eds.) *Understanding Amsterdam*. Het Spinhuis, Amsterdam, pp. 111-139.

Cohen, E. (1988) Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research* 15, 467-486.

Cohen, E. (1992) Tourist arts. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* 4, 3-32.

Corijn, E. and van Praet, S. (1994) Antwerp 93 in the Context of European Cultural Capitals: Art Policy as Politics. Paper presented at the Conference on City Cultures, Lifestyles and Consumption practices, Coimbra, 15-16 July 1994.

Costa, P. (1988) Measuring the carrying capacity of a major cultural tourism des-

tination: the case of Venice. Paper presented at the Workshop on Cultural Tourism in Mediterranean Islands. University of Malta, Malta, October 1988.

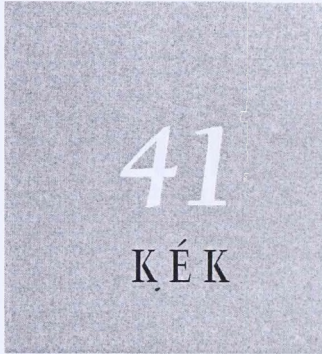
Costa, P. and van der Borg, J. (1993) Tourism management in cities of art. *CISET Working Paper 2/93*, University of Venice, Venice.

Davies, L. (1995) *Mobility and Older People*. AIT/FIA, Brussels.

Depondt, P. (1994) Internationalisatie doodt de Kunst, *de Volkskrant* 24 March, p. 1.

Donat, O. and Cogneau, D. (1990) *Les Pratiques Culturelles des Français*. Documentation Française, Paris.

Dunford, M. and Perrons, D. (1983) *The Arena of Capital*. Macmillan, London.



English Tourist Board (1991) *Tourism Investment Report*. ETB, London.

English Tourist Board (1993) *Sightseeing in 1992*. ETB, London.

Errington, F. and Gewertz, D. (1989) Tourism and anthropology in a post-modern world. *Oceania* 60, 37-54.

European Travel Commission (1995) *Europe's Youth Travel Market*. ETC, Paris.

Faché, W. (1994) Short break holidays. In: Seaton, V., Jenkins, C. L., Wood, R. C., Dieke, P.U.C., Bennett, M. M., MacLellan, L. R. and Smith, R. (eds.) *Tourism: the State of the Art*, Wiley, London, pp. 459-467.

Featherstone, M. (1991) *Consumer Culture and Postmodernism*. Sage, London.

Ganzeboom, H. (1989) *Cultuurdeelname in Nederland: een empirisch-theoretisch onderzoek naar determinanten van deelname aan culturele activiteiten*. Van Gorcum, Assen.

Grahn, P. (1991) Using tourism to protect existing culture: a project in Swedish Lapland. *Leisure Studies* 10, 33-47.

Gratton, C. (1992) A perspective on European leisure markets. Paper presented at LSA/VVS Internationalisation and



Leisure Research Conference, Tilburg, The Netherlands.

- Gratton, C. (1995) A cross-national/transnational approach to leisure research: The changing relationship between work and leisure in Europe. In: Richards, G. (ed.) *European Tourism and Leisure Education: Trends and Prospects*. Tilburg University Press, Tilburg. pp. 215-232.
- Greenwood, D. J. (1989) Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In: Smith, V. L. (ed.) *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, 2<sup>nd</sup> edn. Basil Blackwell, Oxford. pp. 171-185.
- Hall, C. M. (1994) *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Wiley, Chichester.
- Hannerz, U. (1993) Cities as windows on the world. In: Deben, L., Heinemeijer,

## Turizmus

- Linder, S. B. (1970) *The Harried Leisure Class*. Columbia University Press, New York.
- Long, J. and Richards, G. (1995) European tourism: changing economic and cultural dimensions of tourism in a unifying Europe. Paper presented at the European Leisure Studies Group Winter University, Bilbao, April.
- Lynch, K. (1972) *What Time is this Place?* MIT. Cambridge. MA.
- Mathieson, A. and Wall, G. (1982) *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, Harlow.
- Merriman, N. (1991) *Beyond the Glass Case: The Past, the Heritage and the Public in Britain*. Leicester University Press, Leicester.
- Ministère de la Culture (1989) *Nouvelle enquête sur les pratiques culturelles des Français en 1989*. La Documentation Française, Paris.
- Munt, I. (1994) The 'other' postmodern tourism: culture, travel and the new middle classes. *Theory, Culture and Society* 11, 101-123.
- Nederlands Bureau voor Toerisme (1988) *Waarom Komen Buitenlanders voor Vkantie naar Nederland?* NBT. Leidschendam.
- O'Connor, J. and Wynne, D. (1993) *From the Margins to the Centre*. Manchester Institute for Popular Culture, Manchester.
- Policy Studies Institute (1993) Museums and galleries. *Cultural Trends* 19, 1-44.
- Prentice, R. (1993) *Tourism and Heritage Attractions*. Routledge, London.
- Richards, G. (1994) Developments in European cultural tourism. In: Seaton, V., Jenkins, C. L., Wood, R. C., Dieke, P. U. C., Bennett, M. M., MacLellan, L. R. and Smith, R. (eds.) *Tourism: the State of the Art*. Wiley, London, pp. 366-376.
- Richards, G. (1996) Production and consumption of cultural tourism in Europe. *Annals of Tourism Research* 23. (in press).
- Ritzer, G. (1993) *The McDonaldization of Society*. Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Roetman, E. E. (1994) Motivatie in Retrospectief: een Onderzoek Naar Motivatie Voor Cultuuroerisme Tijdens de Mondriaantentoonstelling te Amsterdam. MA dissertation, Tilburg University.

Schor, J. (1991) *The Overworked American: the Unexpected Decline of Leisure*. BasicBooks. New York.

- Schuster, J. M. D. (1993) The public interest in the art museum's public. In: Gubbels, T. and Hemel, A. (eds.) *Art Museums and the Price of Success: an International Comparison*. Boekmanstichting, Amsterdam. pp. 45-60.
- Scitovsky, T. (1976) *The Joyless Economy*. Oxford University Press, Oxford.
- Shaw, G. (1991) Growth and employment in the UK's culture industry. *World Futures* 33, 165-180.
- Smith, V. L. (1989) *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, 2<sup>nd</sup> edn. Basil Blackwell, Oxford.
- Taylor, B. (1987) *Modernism, post-modernism, Realism: a Critical Perspective for Art*. Winchester School of Art Press, Winchester.
- Townsend, A. R. (1992) The attractions of urban areas. *Tourism Recreation Research* 17, 24-32.
- Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Sage, London.
- Urry, J. (1994) Cultural change and contemporary tourism. *Leisure Studies* 13, 233-238. van der Borg, J. (1994) Demand for city tourism in Europe. *Annals of Tourism Research* 21, 832-833.
- Verhoeff, R. (1994) High culture: the performing arts and its audience in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 85, 79-83.
- Walsh, K. (1991) *The Representation of the Past: Museums and Heritage in the Post-modern World*. Routledge, London.
- Watson, G. L. and Kopachevsky, J. P. (1994) Interpretations of tourism as commodity. *Annals of Tourism Research* 21, 643-660.
- Wheeller, B. (1991) Tourism's troubled times. *Tourism Management* 12, 91-96.
- Williams, R. (1983) *Keywords*. Fontana, London.
- Wilson, D. (1993) Time and tides in the anthropology of tourism. In: Hitchcock, M., King, V. T. and Parnwell, M. J. G. (eds.) *Tourism in South-East Asia*. Routledge, London, pp. 32-47.
- Zukin, S. (1991) *Landscapes of Power: from Detroit to Disney World*. University of California Press, Berkeley.



## I. BEVEZETÉS

A XX. század végére gazdasági, társadalmi politikai tényévé vált az emberiiséget érintő globalizációs, technikai és informatikai sokk, s az azzal járó jelenségek sokasága. A Föld népességének növekedésével párhuzamosan földi méretekben csökken az elvégezhető munka mennyisége, ami a szabadidő növekedésével, a munkanélküliség jelenségével járt együtt. A modern kort felváltó posztmodern korban új szerepet és értelmet nyer a szabadidő, új gazdasági szektor jön létre, a turizmusipar, amely már a XX. század végére megteremtette eszközrendszerét,

lom és turizmus minőségi fejlesztése. Ennek egyik kulcsfeladata a szabadidő szolgáltatási rendszer professzionális szakember-ellátási igényeinek felmérésére, ennek megfelelően kompetenciaterületek kutatása, a képzési programok (curriculumok, tréningek) rendszerének kidolgozása.

Magyarországon a felsőoktatás keretei között a művelődésszervező szakokon folyik szocio-kulturális animációs képzés, illetve értelemszerűen a pedagógusképzés foglalkozik hasonló diszciplínák és technikák oktatásával. Figyelembe véve Magyarország munkaerő-piaci trendjét, mindebből adódhat az a következtetés, hogy a pedagógu-

Kraiciné

dr. Szokoly Mária

# Animáció és animátorképzés a turizmusban

43  
K É K

iparszerű struktúráját és politikáját. Ez a megnövekedett szabadidővel rendelkező fejlett országok polgárai számára a szabadidő eltöltésének gazdag tárházát, a harmadik világ, a felzárkózó, de sokszor a fejlett országok számára is az új munkahelyek teremtésének szinte egyetlen lehetőségét nyújtja. Globális előjelzések szerint az ezredforduló környékén várhatóan 20 év alatt megduplázódik a turizmusban résztvevők száma, ez új kihívásokat és megoldandó feladatokat jelent a tudományos kutatás, a képzés számára. Egyre több európai országban fogalmazódik meg igényként, hogy teremtődjen meg az iparrá váló szabadidő és turizmus számára professzionális szakembereket képző intézmények hálózata.

Az európai országokhoz hasonlóan, Magyarországon is a gazdaságátalakítás stratégiájában kiemelt hangsúllyal szerepel a bel- és külföldi idegenforga-

sok és a közművelődési szakemberek alap- és posztgraduális képzése területén lehetne kiépíteni a turizmusban foglalkoztatott szabadidő szervező, animátor szakemberek képzését.

## 2. ANIMÁCIÓ A TURIZMUSBAN

### *A turizmus animáció fogalma*

Az animáció annyit jelent, mint egy közösséget és annak tényleges és potenciális tagját csoportban, vagy személyenként aktivizálni, lelkesíteni valamilyen tevékenységre. A turizmusban a rövidebb ideig egy helyen egyúttal lévők – üdülők, gyógyulók – számára bizonyos tevékenységek, lehetőségek meghirdetését és ehhez az ezekben részt venni hajlandók/kívánók megkeresését, esetleg belőlük a továbbiakban is együttműködő kiscsoportok szervezését jelenti. Az animáció ha-



gyományos formáinál, a tartósan egymás mellett élő, vagy dolgozó közösségek esetében a vezető szerepet – a tevékenységek kezdeményezésében, irányításában – a közösség tagjai játsszák. Ha azonban a kisközösség tagjai erre még nincsenek felkészülve – s a turizmus alkalmi csoportjai ilyenek –, vagy ha a közös munka valamiért megtorpan, akkor átmeneti időre – az üdülő turizmusban főként a turnus elején – az animátor a lehetőségek és az érdeklődési körök ismerete alapján a csoportra koncentrálna, azzal azonosulva mindent megtesz a csoport és az egyes tagok aktivizálása érdekében.

A turizmus animátor aktív közremű-

## Turizmus

munkájának lényege, hogy feloldja a szabadidejével bánni nem tudó, vagy zárkózott emberek gátlásait, összehozza az azonos érdeklődésű üdülővendégeket, lehetőséget kínál a családok számára a megszokottól eltérő kikapcsolódásra, közös szórakozásra. Észrevétlenül segíti, hogy a vendégek, a kialakuló, együttműködő csoportok tagjaként megtalálják helyüket az adott közösségben.

A turizmus animátori munka ma már számos országban foglalkozásszerűen is megjelenik.

Egyre több ország idegenforgalmi politikája számol azzal, hogy a turizmus kínálat bővítésének, a turizmus fejlesztésének egyik kulcsterülete a professzionális animáció. Így animátor ismeretekkel kell rendelkezni a programszervezőknek, az irányítóknak és a programgazdáknak, animátor szakképzettséggel munkatársakat kell alkalmazni a nagyobb idegenforgalmi vállalkozásoknak (klubok, üdülőfaluk, szállodakomplexumok), illetve biztosítani kell az animátor végzettség megszerzésének lehetőségét a turizmus vállalkozók számára (kempingek, kisebb üdülőtelepek, gyermek- és ifjúsági táborok).

### A turizmus animáció célja

A turizmus animáció célja a növekvő szabadidő értelmes és hasznos eltöltésében, a személyiségfejlődésben főszerepet játszó aktív pihenési formák (lazítás-rekreáció, szórakozás, játék, szórakozva tanulás stb.) biztosítása a turizmus területén, egyéni vagy csoportos formában.

A csoportos animáció célja, hogy lehetőséget adjon az önfejlesztésre, segítse az egyéni törekvések megfelelő célokhoz, csoportokhoz való csatlakozását, egymás értékeinek tiszteletben tartását, a turizmus céljainak érvényesülését.

### A turizmus animáció feladata

Az animáció feladata, hogy számba vegye az üdülőcsoportok és az azokat alkotó személyek szükségleteit, segítse ezek felismerését, kifejlődését, és a ki-elégítéshez szükséges eszközök biztosításával a megvalósulásukat.

A turizmus animációnak adott helyen és időben – a vendégek összetételétől függően – számos elvárásnak kell megfelelni. Ennek szemléltetése érdekében álljon itt a német turizmus marketing szakembereknek az üdülésben résztvevőkre vonatkozó, életstílus alapján történő tipizálása:

- A pihenni vágyók: többnyire idősebb korú házaspárok, akik óvatosságot, a rendet és a stabilitást keresik;
- a klasszikus kultúr-üdülők: középkorúak, családosok, magas jövedelemmel rendelkező vezető beosztású alkalmazottak, vállalkozók;
- az igényes kultúr-üdülők: fiatal, vagy középkorú vezető pozícióban lévő, karrierközpontú értelmiségi városiak;
- az élvezet-üdülők: általában független, fiatal városiak, közepes jövedelemmel;
- a fiatal család: 22–45 éves kor közötti átlagjövedelmű, gyerekekkel együtt üdülő házaspárok.

Fontos megjegyezni, hogy ezen csoportok Magyarországon is fellelhetők, de ilyen tipizálást a magyar turizmus szakemberei még nem használnak. Nálunk alapvetően két csoportot különböztethetünk meg: azokat, akiknek jövedelme lehetővé teszi, illetve nem teszi lehetővé, hogy szabadidejét szervezett turizmus keretében töltsék el. A magas jövedelműek turizmus iránti igénye megegyezik az európai trendekkel.

A turizmus animáció módszereinek kidolgozása, a turizmus animáció szakma megteremtése Magyarországon mind a turizmusban vendégként résztvevők szempontjából, mind a

44

K É K

kódést biztosító – rendszerint kiscsoportos, közösségi – programok, események, kezdeményezője, szervezője, irányítója, résztvevője, aki érdeklődést ébreszt és részvételi lehetőséget biztosít az üdülővendégeknek.

Természetesen az animátorok feladataikat nem egyedül, hanem különböző szakmai felkészültségű tagokból álló animátor-teamekben végzik. Munkájuk eredményét a üdülőközönség alkalmi közösségeinek sport, szórakozási és játéktevékenysége jelenti, munkájuk hatékonysága az üdülővendégek jó közérzetével, a jó hangulat kiváltásával, a vendégek „visszavágyásával” és tényleges visszatérésükkel mérhető. Azok a turisták, akik ilyen lehetőségek mellett pihentek, szórakoztak és elégedetten térnek haza, barátainak, ismerőseiknek javasolni fogják ezen idegenforgalmi lehetőség megragadását és esetleg velük visszatérnek.

Az animátorok és a vendégek közös



## Turizmus

szolgáltatóként közreműködők szempontjából fontos. Az animációs szolgáltatással kibővített turizmus révén emelkedhet a magas jövedelmű magyar vendégek által eltöltött belföldi turizmusnapok száma, illetve a kidolgozott módszerek adaptálhatók, bejegyzett új szakmaként működtethetők az alacsony jövedelmű társadalmi csoportok szabadidőre nevelésében, az állam, illetve alapítványok által támogatott gyermek és ifjúsági turizmusban, a szociális szféra által támogatott családi turizmusban.

### A turizmus animáció egyfajta csoportmunka

Minden animáció csoportmunka, ami a gondolatok cseréjét, bizonyos cselekvések vállalására vonatkozó állásfoglalást, a megvalósítás megszervezését, megvalósítását, ellenőrzését és értékelését jelentheti. Az animáció lényege – direkt módon – az igények felébresztése, a cselekvési kedv kialakítása, majd – „indirekt módon”, a háttérből – a feladatok és a felelősség megosztása és felvállaltatása. A mindennapok embere az animátorra úgy gondol – ha egyáltalán Magyarországon ismerik ezt a foglalkozást –, mint a problémák megoldását ismerő és segítő szakemberre, akitől elvárható a segítő-irányító, gyakran a megvalósító munka. Az emberek rendszerint nehezen fogadják el, hogy csak saját elhatározásukból és közösen hozott döntésükből születhet sikerélményt hozó akció, csak a közösség aktív együttműködése révén születhet eredmény. Ezért a csoportokra koncentrált animátor igyekszik megismerni a csoportot, meghallgatja tagjait, megkísérli megérteni a csoport igényeit, szándékait, megtalálni a csoport aktivizálásában együttműködő partnereket, s velük együtt építeni a csoportot, rendelkezésre bocsátva az eseményekhez, akciókhoz szükséges személyi és tárgyi feltételeket.

Az animátorral kapcsolatos elvárások

- A jó turisztikai animátornak számolnia kell a lehetőségekkel (a földrajzi, a helyi kommunális, az intézményi személyi és tárgyi feltételekkel).
- Ismernie és alkalmaznia kell a csoportdinamika fő törvényszerűségeit.
- Ismernie és élnie kell modellszerepéből adódó lehetőséggel, számolnia kell az ezzel járó felelősséggel. Tisztában kell legyen – a konkrét tevékenységtől függetlenül – a csapathoz való tartozás tudatának, a csapat identitásának meghatározó jelentőségével mind szakmai, mind viselkedési szempontból. Azzal, hogy tettei – amit és ahogyan cselekszik – az egész csapatra vonatkozóan jelennek meg.
- Figyelemmel kell lennie arra, hogy munkáját teamben valósítja meg: az animátor munkája, tudása és magatartása nemcsak saját sikerének forrása, hanem befolyással van a többiek munkájának megítélésére is. Így ha az animátort kreatívnak, szimpatikusnak, jó társalkodónak tartják, akkor az egész animátor csoportról is így vélekednek, de ugyanakkor akár egyetlen negatív megítélés tönkre teheti az egész animátori kollektíva munkájának sikerét. Az animátor team sikerének meghatározója nem az egyes egyéni teljesítmény, hanem a csapat összehangoltsága és kölcsönös harmonikus együttműködése.
- Mivel a közönség előtti viselkedés mellett a megjelenésnek is jelentős szerepe van, az animátorok megjelenése, öltözködése, a szolgáltatás során használt eszközök külleme meg kell feleljen, részét kell képezze a cég arculattervének.

Az animátori tervező és szervezőmunka sikere nem kis mértékben a

kezdeményezett programhoz kapcsolódó reklámtevékenységen is múlik. Ezért nem elég a vendégek szórakoztatását megtervezni és megszervezni, majd várni, hogy spontán módon bekapcsolódjanak valamilyen tevékenységbe, hanem a reklámnak, a PR feladatoknak az előkészítő és megvalósító munka szerves részét kell képezniük. A reklám céljából felhasználható eszközök igen változatosan lehetnek:

- az igénybe vehető animációs szolgáltatások megjelenítése az arculat-tervben és a reklámanyagokban;
- a heti animációs program elhelyezése a vendégváró dossziében;

45  
K É K

- ennek kifüggesztése napi beosztásban a szálláshely leglátogatottabb pontjain;
- hangosbemondón történő napi többször ismertetése: hangulat-teremtés, és a tervezett program helyének és idejének ismertetése;
- az animátoroknak valamennyi programot ismerni kell, hogy szükség esetén korrekt tájékoztatást tudjanak adni, függetlenül attól, hogy abban közreműködnek-e.

A munka sikerét befolyásolja a programok időbeli elosztása és az esemény intenzitása is. A szezonnak vannak hangsúlyos időszakai, amikor az erők koncentrációja különösen hatékony. Ilyeneknek számítanak a szezon eleje és vége, illetve, a kiemelkedő vendég-létszámú időszakok. A tapasztalatok szerint a szezon közepe lehet kicsit lazább, de a szezon, ill. a turnus végén ismét nagy aktivitásra van szükség,



hogy a vendégek markáns élményekkel távozzanak, megalapozva visszatérési szándékukat.

Nagyon fontos, hogy az animátor a teljes időszak alatt szorosan együttműködjön az intézmény (szálloda, turistafalu) valamennyi, az animáción kívüli szolgáltatásokat nyújtó alkalmazottjával. Ez a napi kapcsolat és együttműködés teszi gördülékennyé, könnyeddé a vendégek körében a szolgáltató teamekről kialakuló képet. (Jó magyar példa erre a Club Tihany animációs programja, ahol az animátor team show-műsorában az animátorokon kívül más beosztású munkatársak is közreműködnek.)

## Turizmus

munkán kívül eső kapcsolata – vendéggel, vagy kollégával – csak a munkahelyen kívüli térre és a munkán kívüli szabadidőre korlátozódhat.

Nem könnyű kezelni azt a problémát, hogy a vendégek az animátort a munkahely területén szabadidejében is animátorként kezelik.

Ezért alapvető követelmény az animátorral szemben a vendégek felé irányuló barátságos magatartással együtt járó távolságtartás, a diszkréció és visszafogottság, ami érettségükön és intelligenciájukon múlik.

### *A turizmus animátor munka sajátosságai, problémái*

Az animátormunka legfőbb szépsége és nehézsége az aktivizáló és együttműködő csoportszellem kialakítása, ami a rövid, rendszerint egyhetes turisztikai turnusok miatt nem könnyű feladat. A feladat megvalósítását tovább nehezíti, hogy a sikeres munkavégzésnek számos feltétele van, s ezeknek csak egy része tervezhető. A rendszerint nemzetközi vendégcsereg egymástól eltérő magatartásmódja, értékrendszere, beépült kulturális mintái eltérő megnyilvánulások, feszültségek, konfliktusok forrásává válhatnak és animációs szolgáltatás működési zavarait idézhetik elő, rosszabb esetben egyesekben félelmet, másokban agressziót válthatnak ki. Az animátor feladata, hogy mindezt kezelje, feloldja, pozitív előjelűvé változtassa.

Nem tervezhetők, csak prognosztizálhatók a vendégek elvárásai, igényei, személyiségjegyeik, érdeklődési körük és motivációik; tervezhetők a programkínálaton kívül, a tárgyi feltelek, a siker- és kudarcélményeket befolyásoló tényezők (érzelmi motivációk, kapcsolatteremtő és konfliktusoldó stratégiák, a különböző típusú csoportoknál alkalmazható hangnem).

Igazi eredmények tartható, ha az ani-

mátor a feszültségek feloldását konszenzusteremtő módon valósítja meg, úgy hogy közben a csoportot a közösségfejlődés irányába mozdítja. Az animátoroknak arra kell törekedni, hogy munkájuk során rövid idő alatt megismerjék és megszervezzék a csoport által az animációs szolgáltatás tárházából kiválasztott tevékenységi formát. A vendégek önként vállalják a közös tevékenységet, együtt választják ki a megvalósításhoz szükséges eszközöket, döntsenek a „játékszabályokról és a játéktípusról”. Az alkalmi csoporton kívül viszont szabadon, egyéni céljaik és adottságaik alapján üdüljenek, azaz az animáció ne legyen a nap minden pillanatára vonatkozó kihívás, csupán egy bármikor, bárki számára elérhető és igénybe vehető lehetőség. (Ez azt jelzi, hogy a csoport céljai nem azonosak a tagok egyéni céljainak összességével.)

Az animátorok munkája rendkívül megterhelő, mind szellemi, mind fizikai vonatkozásban.

A napi 14–16 órás szolgálat során folyamatosan állnak a vendégek rendelkezésére, tervezik, szervezik és vezetik a nappali, esti és éjszakai programokat. Fellépnek a szezon előtt színpadra állított show-műsorokban, bonyolítják a sportversenyeket, vezetik a gyerekprogramokat, gyakran fontos szereplői a PR tevékenységeknek. Az animátorral szembeni szakmai elvárások (sport-, rekreációs és játék tevékenység, idegenvezetés, kulturális programszervezés, információ szolgáltat) gyakran keverednek:

- ismernie kell a szórakoztató musicaleket, operetteket, filmeket, képesnek kell lenni ezek dalainak, táncainak, továbbá pantomimszámok, tréfák amatőrszintű előadására;
- ismernie kell 4–5 sportág eszköz- és szabályrendszerét, legalább két sportágban foglalkozásvezetési gyakorlati tudással kell rendelkeznie;
- vezetési jártasság szükséges a rekreáció területén egy-egy foglalkozástípusban (jóga, aerobic, stretching).
- tájékozottság.

46  
K É K

### *Animátorok reflektorfényben*

Az animátorok a vállalat (üdülőfalu, szálloda, camping) többi alkalmazottjához képest „kitüntetett” helyzetben vannak. Ők állnak a figyelem középpontjában, a vendégek hamar név szerint ismerik őket, velük közvetlen és napi kapcsolatban vannak, a szórakoztató és rekreációs programokban együttműködnek. A többi alkalmazottal ellentétben a vendégek részére fenntartott rekreációs területeken szabadon tartózkodhatnak, a szolgáltatásokat igénybe vehetik, hiszen részben ez a feladatuk.

Ugyanakkor az animátoroknak munkahelyükön – a többi alkalmazotthoz hasonló módon – szigorúan szét kell választani a munkát és a privát életet, utóbbinak nem lehet színtere az üdülőkörzet világa. Magánélete, minden



E szakma területén gyakori a fluktuáció, aminek oka nemcsak az animátorok keresettsége, más cégek csábítása, hanem a viszonylag gyors „kiégés”, amit a nemzetközi cégek a földrészek közötti telephelyekre történő relatíve gyakori, 2–3 évként történő áthelyezéssel, szezon utáni „pihentetéssel”, illetve továbbképzéseken történő részvétellel és új munkakörökben való foglalkoztatással próbálnak enyhíteni.

Szaporodnak és egyre zsúfoltabbá válnak a campingek, a mediterrán térségben kialakult turistafalvak és üdülőklubok. Az intézmények biztonságot akarnak nyújtani vendégeiknek, területüket, objektumaikat körül kerítik, őrkkel, kutyákkal védik, azaz a turizmus „gettósodik”. Az üdülő klubokban a rendszerint külföldi vendégek egymás között vannak, egyfajta steril, nemzetközi tér alakul ki, amely nem teszi lehetővé a helyi lakosság, életmód, kultúra megismerését, hiszen minden all inclusive szolgáltatásba tartozó program az intézményen (klubon) belül zajlik le. Az animátorok feladata ennek az esetenként nyomasztó, gettós hangulatnak a feloldása.

Az animáció a néhai, a buszos minta-városnézés, az autóbuszban történő passzív szemlélődés és fényképezés, illetve az e célból biztosított megállás programjainak pozitív ellenpéldája. Az animátorok, egyéni igények figyelembevételével segítő partnerként gyalog- és kerékpártúrák, bérautós egyéni kirándulások szervezésével és lebonyolításával igyekeznek testközelbe hozni az adott országra jellemző mindennapi életet, mindezt a vendégek aktív részvételével, a helyi életmód és életvitel bemutatásával.

### 3. A TURIZMUS ANIMÁTOROK KULCSKOMPETENCIÁI

#### SZAKMAI KOMPETENCIÁK

- országtól függetlenül „bárhol bevethető”, mert:
- szakképzett a turizmus és az animáció területén

## Turizmus

- széleskörűen művelt és tájékozott
- ismeri az adott országot, minden aktuális információ birtokában van
- ismeri a vendégek szokásait, elvárásait, az intézmény szolgáltatásait
- fizikailag, szellemileg kiegyensúlyozott és terhelhető
- nyelvi kompetencia: beszél két idegen nyelven
- tájékozottság a sportanimáció területén 4-5 sportág elméleti ismerete, ezen belül két sportterületen amatőr csoport- és játékevezetői képesség
- tájékozottság a játékanimáció területén: játéktudás és játékevezetés képessége
- tájékozottság a szórakoztató műsorok rendezése területén
- műsorrendezési (alapvető dramaturgiai, színpadtechnikai, rendezői ismeretek)
- színészi, táncos, énekes feladatok amatőr szintű ellátásának képessége
- rendezvény és programszervezési kompetencia
- tervezés
- megvalósítás
- marketing politika
- korosztályi animáció szervezésének és megvalósításának kompetenciája
- gyerekanimáció
- a felnőttek animációja
- az idősek animációja

#### SZEMÉLYES KOMPETENCIÁK

- jó kommunikációs készség
- nyitottság
- empátia
- kreativitás
- fejlett viselkedéskultúra (barátságosság a munkában, távolságtartás a munkán kívüli időben, diszkréció, tapintat)
- hitelesség
- kedvesség
- odafigyelés
- multikulturális látásmód
- diszkréció és tapintat, visszafogottság, érettség, nagyfokú intelligencia

#### AZ ÜDÜLŐFALUK ÉS ÜDÜLŐKLUBOK EGÉSZNAPOS ANIMÁCIÓS SZOLGÁLTATÁSAI

- STRANDANIMÁCIÓ:
  - vízi-kerékpár, kajak, kenu
  - vitorlázás
  - szörfözés
  - vízisi
  - úszás és bűvároktatás
  - strandröplabda, strandpóló

#### SPORTANIMÁCIÓ

*labdasportok:* tenisz, röplabda, strandröplabda, vízi röplabda, foci, kézilabda, kosárlabda, golf, bowling, squash

47  
K É K

*technikai sportok:* gokart, motorozás, jet ski, kerékpár, mountain bike

*vízi sportok:* úszás, vitorlázás, szörfözés, kajak, kenu, bűvároktatás

*extrém sportok:* rafting, falmászás, hőlégbalon, sárkányrepülés, természetjárás, halászat, vadászat, barlangászás, lovaglás

#### JÁTEKANIMÁCIÓ ÉS SZÓRAKOZTATÁS

- kulturális bemutatók, folklór programok
- kirándulások szervezése, idegenvezetés
- szórakoztató programok: disco, techno-stage, show-műsorok, karaoke, táncoktatás szervezése, bonyolítása
- kreatív kézműves műhelyek szervezése, vezetése
- gasztronómiai bemutatók, főzőtanfolyamok, borszakértői tanfolyamok
- környezetvédelmi programok



# Turizmus

- vetítettképes ismeretterjesztő előadások, videó-vetítések
- rövid nyelvtanfolyamok
- coffee games és kvízzjátékok (könynyű irodalmi, zenei, általános műveltségi vetelkedők, kártya és könnyű sportjátékok)

## REKREÁCIÓS TECHNIKÁK ÉS MOZGÁSSOROK

- jóga
- thai chi
- küzdősportok
- stressz menedzsment
- relaxáció
- holistic fitness
- aerobic és stretching

## ANIMÁCIÓ KOROSZTÁLYOK SZERINT

- gyerekanimáció
- 0–4 éves korig
- 4–10 éves korig
- 10–16 éves korig
- felnőttek
- idősek

## AZ ANIMÁCIÓ SZINTEREI NAPSZAK SZERINT

### *Nappal alkalmazott animációs formák*

- strand és sportanimáció:  
vizi- és szárazföldi sportok
- rekreációs programok
- játékanimáció – kvízzjátékok

### *Este alkalmazott animációs formák:*

- show-műsorok
- disco- és egyéb táncos programok
- színházi előadások
- folklór bemutatók
- koncertek
- étel- és borkóstolók.

Annak érdekében, hogy el tudjuk helyezni a turizmus animáció szolgáltatásait tekintsük át vázlatosan az üdülőfaluk és üdülőklubok által nyújtott szolgáltatások színtereit:

- természetadta szépség és az idegenforgalmi elhelyezés (szálloda, kemping)

- strandok, vizparti és termálszolgáltatások (fürdők, szauna, massage, jacuzzi)
- vizi és szárazföldi sportcentrumok
- kulináris élvezetek (egésznapos svédasztalos étkeztetés és italkínálat)
- szórakoztató egységek
- üzletek
- piacok
- színházi amfiteátrumok, könyvtárak, tv-szobák
- játéktérmekek
- fitness és beauty szalonok.

## 4. TURIZMUS ÉS KÉPZÉS

A turizmusban dolgozók nagy része korábban nem idegenforgalmi alapképzettségű volt, e szakképesítést munkahelyi tanfolyamok keretében szerezték meg. Ma az idegenforgalom területére történő iskolai és iskolarendszeren kívüli képzés a nemzetközi érdeklődés középpontjában áll. Magyarországon sem kérdés, hogy a turizmus önálló iparág és oktatótudományág, amelynek iskolarendszerű oktatása mind középfokon, mind a felsőoktatás alap- és posztgraduális szintjén, illetve a felnőttképzés piacán rangos helyet foglal el.

Csak így biztosítható az ágazat szakemberellátása, amely világ- és hazai viszonylatban is óriási fejlődést mutat. A WTO 1987. évi madridi adatai szerint (WTO: Education and Training of Tourism. 2–17.) a turizmus 110 millió munkahelyet teremtett a földön. A turizmusnak, mint az egyik legfontosabb szolgáltató tevékenységnek a további fejlődése nagymértékben attól függ, hogy az egyes országok képesek-e megfelelni a képzési követelményeknek:

- az újonnan belépők szakmai alapképzésének;
- a rendszerben dolgozók szakmai továbbképzésének;
- a kínálat bővítést lehetővé tévő spe-

cialis szakmai képzési igényeknek (pl. animáció);

- a fogadólakosság turisztikai nevelésének;
- részben állandó, vagy szezonális szolgáltatóként (szakmai képzések);
- részben állampolgárként (általános műveltség, a magyar kultúra és hagyományok ismerete, idegen nyelvi kompetencia és kapcsolatteremtő képesség, tudatos vendéglátói magatartás, multikulturális elfogató attitűd);
- részben fogyasztóként, belföldi, vagy régióbéli turistaként a nemzeti turisztikai oktatási és szakképzési stratégia mentén fel tudja-e soroztatni a turizmusban oktató szakembereket, akik korszerű szemlélettel képesek képezni a turizmus csatlakozó területeire.

A magyarországi idegenforgalomban a családi- és néhány fős kisvállalkozások aránya még elmarad a nemzetközi trendektől, de várhatóan emelkedni fog, hiszen az ország földrajzi helyzetéből és turisztikai adottságaiból adódóan a minőségi turizmus fejlesztése mellett, ennek van leginkább jövője. E trendnek felel meg az a tény, hogy az elmúlt néhány évben a piacosodó oktatás egyik leglátványosabban fejlődő területe az idegenforgalmi képzés lett: az állami és vállalkozói körben több száz képzési ajánlattal találkozhatunk a legkülönbözőbb szinten és formában.

## ***A turizmusanimátor-képzés lehetősége a felsőoktatásban***

Az animátorok elvárt kompetenciáiból adódik, hogy a képzést olyan felsőoktatási intézmény keretei között célszerű megszervezni, ahol a részterületekre történő képzésnek más, akkreditált szakokhoz kapcsolódó személyi és tárgyi feltételei már rendelkezésre állnak.

Így került napirendre az ELTE Tanító és Óvodapedagógus Főiskolai Karán folyó művelődésszervező szak keretében a turizmus animáció speciáli-



záció bevezetésének a gondolata, hiszen szakmai körökben egyre nyilvánvalóbb, hogy a turizmus intézményei egyre inkább beletartoznak közművelődés intézményi és érdekeltségi rendszerébe.

A művelődésszervező szak nappali tagozatos óra és vizsgaterve az animátoroktól elvárt szak- és személyes kompetenciák nagy részére felkészít, a specializáció hat féléves képzés rendje, az ehhez kapcsolódó, a turizmus területén szervezett hat félévi gyakorlat és a kínált kötelezően és szabadon választható fakultációs rendszer teljesíti a további kompetenciákra történő képzést.

A turizmusanimáció (specializáció) jól hasznosítja a pedagógusképzés kínálta lehetőségeket, ami a művészeti nevelés (énekezen és tánc, vizuális kultúra-kézművesség, bábjáték), a testnevelés (sport és rekreáció), az idegen nyelv és a kommunikáció területén történő képzést jelenti. Csupán az idegenforgalom szakmai tárgyai jelentenek új területet, amelyet a turisztikai szakképzéssel foglalkozó felsőoktatási intézmények oktatói látnak el, megteremtve ezáltal a hidat a két intézményrendszer között.

*Gyakorlóhelyek:* utazási irodák, szállodák, kempingek, üdülőfaluk, klubok, nyári ifjúsági és gyermektáborok, fitness és életmódklubok.

## Turizmus

### A választható tantárgyak tervezett rendszere

Két tantárgy kötelező fakultációként választandó a 4. félévben, további három választott, specializációs tantárgy elvégzése ajánlott a gyakorlati képzés 5., 6., 7. félévében. A fakultációs kínálat félévente változik, mindenkor a tanszékek lehetőségeitől és a jelentkezők számától függ.

#### 1. ÁLTALÁNOS ISMERETEK

- 1.1. Európa tanulmányok
- 1.2. Művészettörténet
- 1.3. Magyarország épített és természeti értékei
- 1.4. Néprajz, a magyar nép művészete

#### 2. SPORTJÁTÉKOK

- 2.1. *Labdasportok* (A hallgatók választása szerint) Kézilabda, kosárlabda, foci, strandröplabda, tenisz, tollaslabda, squash
- 2.2. *Víz melletti játékok:* úszás, kajak, kenu, vitorlázás
- 2.3. *Extrém sportok:* rafting, hólégbalon, karate, utcai tenisz, tamburello
- 2.4. *Technikai sportok:* gokart, autómotor, moto-cross
- 2.5. Aerobic, step-aerobic, kallanetics stb.

#### 3. MŰVÉSZETI NEVELÉS – MŰVÉSZETI JÁTÉKOK

- 3.1. Kultúra – történet – esztétika  
Filmkultúra – filmtörténet – film-esztétika  
Irodalom és színházkultúra (-történet és -esztétika)
- 3.2. Dráma és szituációs játékok
- 3.3. Ének – zene – tánc  
A magyar néptánc alapjai  
A társastánc, a diszkótánc alapjai  
Énekes-táncos játékok  
A magyar népdal és népi hangszerek – daltanulás – daltanítás
- 3.4. A játékvezetés módszertana: animálás vetélkedőkkel, kvízzjátékokkal

- 3.5. Tárgy- és környezetkultúra  
Múelemzés  
Népi kézművesség  
Fotó  
Papírművesség  
Batik  
Foltvarrás.

49  
K É K

### A művelődésszervező szak idegenforgalmi animáció specializáció képzési struktúrája

Félév	Tantárgy	Követelmény
III.	A turizmus alapjai és működése I.	30+0 aláírás
IV.	A turizmus alapjai és működése II.	30+0 gyakorlati jegy
V.	Idegenvezetés, az idegenforgalom hazai és nemzetközi szervezetei	30+0 (III., IV. és V. összevont kollokvium)
VI.	Rekreáció, fittség, egészséges életmód	15+15 kollokvium
VII.	Animáció a turizmusban I. Terem és szabadtéri sportjátékok, nemzetek népi játécai	(0+30) kollokvium
VIII.	Animáció a turizmusban II. Szórakoztató (show) műsorok tervezése, vezetése, rendezése	(0+30) gyakorlati jegy







Németh István  
– Knoch László

## Az ormánsági példa

Európa csendes? Valóban elvonultak forradalmi? Tényleg a békés egymás mellett élés, az alkotó építés, a törődés, az együvé tartozás érzése és vágya munkál? Hittel hiszi mindenki és egyet is ért abban, hogy együtt kell haladni, együtt kell dolgozni, jövőt, jövőképet építeni?

Az egyesülni vágyó (látszó) Európa integrál, de ugyanakkor homogenizál is. Befogad régi és új politikai közösségeket; régi és újban keletkezett nemzetállamokat.

Segít a harcos Európa: szétválasztja az össze nem tartozó feleket, segíthetne a békítő-építő Európa a szétválasztottaknak (új) életet kezdeni. Tehetne

kultúrának, vallásnak jogokat és védelmet biztosít. Józan föltevés volt, hogy a közös jogrend, a közös pénz és az összekapcsolódó nyilvánosság különböző kultúrája embereket is részben közös társadalomba fűz össze. Mivel az együttműködésre mindinkább szükség van, előtérbe került a nemzetek társulása. Az európaiak azért társulnak, hogy a harmadik évezred küszöbén alkotni tudjanak maguknak egy tágabb, rugalmasabb és megértő hazát, melyben ők szűkebb pátriájukkal együtt otthon vannak.” (KONRÁD)

51  
K É K

a provinciális nacionalizmus ellen, a bornírt tekintélyuralom ellen.

Kinek az érdeke vagyis kinek az érdekében?

Európa az európaiaké vagy inkább az európaiaké Európa. Az Európagondolat, az európai közös nemzet kialakításának gondolata az együttműködés gondolata, a szabad, egyenjogú társulás gondolata és nehéz megvalósítása.

Egyén és közösség egyet érthet abban, hogy az azonos jogokkal-lehetőségekkel bíró kontinensnyi polgárok életkoruk tágításával, tágulásával olyan új tapasztalatokhoz, lehetőségekhez – sok esetben előnyhöz – juthatnak, amelyek ismeretlenek voltak a megelőző generációk életében.

„Időbe telt annak belátása, hogy kell egy olyan nemzetek fölötti, önként támogatott autoritás, amely valamennyi nemzetnek, népnek, tájnak, rétegnek,

### Kistérségi szerepben

Az Ormánság szűkebb pátria, vagyis egy egészen apró kis térség Magyarországon, Baranya megye délnyugati szegletében, a Dráva folyó oldalában.

Tágabban: Európában. Része Európának, de Európa része-e, az ott élők gondolkodásának? Tudják-e, hiszik-e, hihetik-e egyáltalán, hogy tudnak róluk – az ottaniak egésze, része-e a nagy egésznek? Az egykor vizes, mocsaras elvadult természeti környezet nehezen hagyta magát betörni, megszelídíteni. A kiemelkedő földhátak adtak lehetőséget az életterre.

„Egykor az Ormánságnak 60–70%-át erdők borították. A török idején, valamint a XVIII. század első felében igen sok erdőt pusztítottak el a legeltetés és a jövedelmező hamuszirtmelés miatt. De még így is a József császári térkép szerint az Okorvidéken, Okorágtól



Piskiig egyetlen 25 km hosszú, 5 km széles mocsárerdő terült el. A 125 négyzetkilométernyi területen csak két község bújik meg apró lápi szigeteken: Besence és Páprád. Körülöttük kevés legelő, szántónak alig volt nyoma. A Feketevíz számtalan ágra oszlova szűrődött át az erdőségen, melyen csak két út vezetett: Gilvánfától Nagycsánynak, Besencének és Vajszlóról Páprádnak. Ezeket az utakon egyik híd követte a másikat.” (KISS)

A múlt örökségei közül: több nemzetiség (a környező baranyai betelepített németsegen túl a helyi magyar őslakosság, az ide keveredett horvátok és

re parafrézálhatnánk a „fekete busz” – amely ezeknek a jobb sorsra érdemes embereknek a világról szolt.)

A rendszerváltás környékén az addig is nagyon alacsony termelési mutatókat produkáló mezőgazdasági nagyüzemeket – melyek a „rossz termőhelyi adottságú” kategóriába tartoztak – nem dotálta tovább az állam, így hihetetlen gyorsasággal mentek csödbe – alapvető, meghatározó lényegét adva ezzel – az azóta is tartó – nagyarányú, „krónikus” munkanélküliségnek.

Tőkehiány, befektetői érdektelenség, alacsony – szinte nem létező – álláshely-kínálat, kibontakozási alternatíva nélküliség, hiányos infrastruktúra, képzetlen munkaerő. Konceptió-hiány a hátrányos helyzetű kistérségek fejlesztése tekintetében; várakozás a központi segítségre, áthárítás a kétségbeesett kapálódzás. Egy sajátos vélemény szerint: „Azokon nem lehet segíteni, akik nem is akarják. Márpedig tapasztalatok igazolják, a helyiek többsége inkább nézi a gazos, gyomos földet, mintsem hozzányúlna, termelne és gazdálkodikna.” (MÜLLER)

A beletörődés és a csodavárás idejét éli az Ormánság. Megváltoztathatatlanul itél beidegződések és a napi tényvalóság blokkolja az embereket. Nincs ami kimozdítaná őket apátiájukból, nem hisznek a változásban; kevés a változtatni akaró, kezdeményező ember. Majd ha észreveszik a szegénységüket, elesettségüket, ellehetetlenüléseket, ha tenni akar értük majd „fentről” valaki, akkor változik a helyzet – attitűdje határozza meg a közhangulatot, közérzést.

*A kistérség minden gyengéje tételesen sorolható, szinten tankönyvszerűen:*

- a gazdaság minden szektorára kiterjedő tőkehiány;
- nagyszámú képzetlen vagy alacsony képzettségű munkaerő;

- az egyre növekvő számarányú roma lakosság jelenlétéből fakadó nehézségek (ingatlanok elértéktelenedése, egyes falvakból az elvándorlás felgyorsulása);
- rossz infrastrukturális ellátottság (út, vasút);
- gazdasági elzártság, a határátkelőhelyek hiánya, ami miatt a térség kimarad a Horvátországgal folytatott kereskedelemről;
- a térség és problémáinak ismeretlensége a politikai döntéshozók és az ország közvéleménye előtt. (ERŐFORRÁSTÉRKÉP)

### A jelen állapot

Hiába történt meg például a térség vállalkozásainak részletes kérdőíves felmérése, az önkormányzatok gazdaságfejlesztési koncepcióinak tanulmányozása, a végelszámolás „A vártnál is szerényebb eredményeket hozott; a tapasztalatok összegyűjtésére nem kerülhetett sor, mivel nem volt mit összegyűjteni. Az önkormányzatok pénzügyi helyzetére – és ebből adódóan gazdasági, szerepvállalására is – az jellemző, hogy az önálló mozgásteret hozó 1991–92-es pénzügyi szabályozás óta lehetőségeik rendkívül beszűkültek, 1995-re gyakorlatilag már csak intézményeik fenntartására, szociális segélyek és a munkanélkülieknek járó jövedelemptóló támogatások kifizetésére van lehetőségük.” (KOVÁCS-ZSEMBERY)

Gúzsba kötve nem lehet táncolni; lehetőségek nélkül, egyedül reménytelen. A holtponton való átlendüléshez segítség kell; külső és belső egyaránt. A hivatalok (Kereskedelmi és Iparkamara, Agrárkamara, Kézműves Kamara, falugazdász-hálózat) mellett létrejött egynéhány alulról szerveződő kezdeményezés (Ormánság Alapítvány, falugondnoki-hálózat, Ormánság Fejlesztő Társulás Egyesület) is.

Az Alapítvány gazdaságfejlesztési programja elsősorban a fenntartható

a mára már a lakosság egynegyedét kitevő cigányság) együttélése, vallási (katolikus-protestáns) és kulturális különbözőségek határozzák meg a mai Ormánságot.

Néhány száz négyzetkilométeres terület, 51 település, valamivel több mint 20 ezer fős lakosság, a népsűrűség az országos átlag egyharmada, határmentiség, munkanélküliség (31%-os tényleges és majdnem ugyanekkora a láthatatlan), aluliskolázottság (a nyolc osztályt vagy annál kevesebbet végzetek aránya 76%-os), általános szegénység (gyenge termőképességű földek, gyakori áradások), a jövőkép hiánya (történelmi emlékezetű „egykezés”) – a meghatározó jellemzők.

A hagyományos foglalkozások gyakorlását (mezőgazdasági tevékenység) az ötvenes évektől felváltotta a korra olyannyira jellemző ingázás. (Emlékezzünk Schiffer Pál *Fekete vonat* c. filmjére – vagy ahogy a hely szellemé-



## Turizmus

fejlődés és a természetvédelem területén dolgozott ki elképzeléseket. A gondnoki rendszer szociális jellegű feladatokat lát el; míg a Társulás (mely 1994-ben alakult széles összefogással: magánszemélyek, gazdálkodó szervezetek, önkormányzatok) célja „az ormánsági tájegység települései együttműködésének összefogásának szervezése, összehangolása, a térség halmozottan hátrányos helyzetéből adódó gazdasági és társadalmi lemorzsolódásának csökkentése, a táj egészének és a természeti környezetnek a védelme, a térségi fejlesztési programok megvalósítása. Az Egyesület célja továbbá, hogy ellássa a térség, ezen belül a térségi önkormányzatok érdekeinek képviselését, a központi állami szervekkel a régióra befolyást gyakorló hatóságokkal, szervezetekkel, gazdálkodó szervezetekkel fennálló kapcsolat során.”

52 kis település próbál meg a fentiek szellemében a víz színe fölé kerülni, utat keresni a felemelkedés felé. Elméleti megközelítés felől fogalmazott cselekvési programok nem jutnak el az emberekhez; az átalakuláshoz szükséges az ott élők számára tudatosítani, hogy nélkülük nem megy, hiszen értük zajlik a küzdelem. A legfőbb feladatok egyike lehet: tudatosítani az emberekben, hogy a marginalizálódás ellen kizárólag ők tehetnek. Aktivitással, közösségi gondolkodással, napi cselekvéssel. Még akkor is, ha hatalmas méretű a munkanélküliség; ha a megélhetés egyik meghatározó forrása a fekete vagy a szürke gazdaság; ha nevelésesen alacsony az általános jövedelemszint; ha nagymérvű az elvándorlás.

Természetesen szükséges itt is a tökeinjekció; a vállalkozók, vállalkozások megjelenése; a beruházások megtörténte – de az emberi erőforrás fejlesztése nélkül mindez semmit sem ér. A meglévő vállalkozások magját a kényszervállalkozók alkotják, közel háromnegyed részük kereskedelmi és szolgáltató típusú vállalkozás, melyek igen alacsony forgalmat bonyolítanak.

Általános jellemzőik, hogy „mérteiben és eszközeiben szegényes, ezáltal alkalmazkodik a térség egészének helyzetéhez és lehetőségeihez; jövedelemteremtő képessége kicsi, a vállalkozók számára csak alacsony életnivót biztosít; fejlődésének komoly gátat szab a kereslet hiánya és a vásárlók igénytelensége; sok a legalitás/illegalitás határán egyensúlyozó vállalkozás, az ún. szürkevállalkozás („ital nagyker”, diszkont). (KOVÁCS-ZSEMBERY)

Az ipar hagyományosan háttérbe szorított szerepe, lehetőségrendszere a rendszerváltást követően sem változott; továbbra is meghatározóan hiányzik az infrastruktúra és a képzett munkaerő, ami magyarázat az ipari jellegű beruházások elmaradására. Ugyanakkor hiába tradicionálisan vezető iparág a mezőgazdaság, a vidék jellegéből eredően, mára már csak azt a következtetést vonhatjuk le, hogy az emberi vegetációhoz éppen elegendő megélhetési forrást nyújt. A dinnye-termesztésben való részvétel kétséges és kétes eredménnyel határozza meg a benne résztvevők életszínvonalát. Halmozottan szükséges volna a monokultúra oldása más, az Ormánságban már-már lassan elfeledett mezőgazdasági kultúrák meghonosítása; és legfőképpen a termelés és értékesítés biztonságának növelése.

A fejlesztés első lehetséges iránya a turizmus fejlesztésében keresendő; az ormánsági táj és környezet bemutatása, megismertetése lehet az egyik olyan, a lassú fejlődés irányába mutató teendő, mely – ha nem is rövid távon, de lehetőségként – távlatot nyithat a régió számára.

Az infrastrukturális háttér, természetesen, ebben a pillanatban gátló tényezőként merül fel. A jelen hátrányos helyzetét többek között úgy is lehetne oldani, hogy az ormánsági „létező” turisztikai adottságokat be kellene illeszteni a baranyai turizmus kínálata kö-

zé; ezután kerülhet sor az önálló ormánsági turizmus kialakítására. Amihez elengedhetetlen a falusi vendéglátás körülményrendszerének kialakítása és ösztönzése: szállás-lehetőségek, ellátási rendszer, étkezési helyek kialakítása stb.

Az alábbiakban – összefoglalás gyanánt – tekintsük át azokat a táblázatokat, melyeket a Kovács-Zsembery szerzőpáros „Táj szürkületben” című munkájában közölt. *Idegenforgalmi jellemzők és adottságok, a SWOT-analízis segítségével.*

53  
K É K



Erősségek	Lehetőségek	Hiányosságok	Veszélyek
<b>Általánosságban</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- történelmi értékű kistáj</li> <li>- Duna-Dráva Nemzeti Park</li> <li>- Kulturális örökség, az Ormánság név imázsa</li> <li>- szabad munkaerő</li> <li>- a térségben élők egy részénél felhalmozódott tőke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A térség egészének komplex stratégia alapján történő eladása a természeti értékekre és a kulturális imázsra alapozva</li> <li>- új munkahelyek, tevékenységi lehetőségek a turizmusban</li> <li>- a térségben keletkező jövedelem visszaforgatása a turizmus fejlesztésével</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- az értékek nagy része idegenforgalmi szempontból „feltáratlan” ill. kihasználatlan</li> <li>- hiányzik a marketing tevékenység</li> <li>- hiányoznak a turizmushoz szükséges helyi szervezetek és szolgáltatók</li> <li>- hiányoznak a „térségben” élők idegenforgalmi tervei, vendégfogadó attitűdjük</li> <li>- alacsonyán kvalifikált a munkaerő</li> <li>- társadalmi szempontból veszélyeztetett falvak (előregedés, elcigányosodás)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a meglévő értékeket a helyi lakosság nem ismeri fel, ezért pazarlóan bánik vele és/vagy elpusztítja</li> <li>- a fejlődés „foltszerű” marad</li> <li>- a turizmus kudarcot hoz az erre vállalkozóknak és a turistáknak egyaránt</li> <li>- nem alakul ki a térség egészét átfogó „vendéglátói” tudat, néhány kudarc hosszú távra meggátolja az idegenforgalom fejlődését</li> </ul>
<b>A térség elhelyezkedésében</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- közvetlen határmenti fekvés, tradicionális kapcsolatok a Dráva másik oldalán élő horvátokkal és magyarokkal</li> <li>- a térség közvetlen környezetében jól működő idegenforgalmi központok vannak (Pécs, Harkány, Siklós, Villány)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rokoni, nemzetiségi kapcsolatok élénkítése</li> <li>- bevásárló turizmus</li> <li>- a megyében egyébként is megforduló vendégek „becsalogatása” az Ormánságba</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- csak egy határátkelő üzemel (Drávaszabolcsnál)</li> <li>- a határmentiségből adódó történelmi hátrányok</li> <li>- hiányzik az Ormánságot bemutató propaganda</li> <li>- rossz tájékoztatás</li> <li>- közforgalmi eszközökkel nehézkes és bonyolult a közlekedés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a térség továbbra is „láthatatlan” marad és önmagába zárta egyre inkább lemarad a fejlődésben</li> </ul>
<b>A természeti környezetben</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kellemes, folyó menti agrártáj</li> <li>- „vizes világ”</li> <li>- folyó, tavak (Dráva és horgásztavak)</li> <li>- erdők, vadállomány</li> <li>- termálvíz-kincs (Sellye)</li> <li>- gyógynövények, a térség „zöld” imázsa, organikus növénytermesztés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bicikli és gyalogtúrák, autós kirándulások, táborzás, családi hétvége, családi vakáció</li> <li>- speciális kínálat a természeti értékek tanulmányozására (madarak, növények)</li> <li>- vízi sportok, sétahajózás, csónaktúrák, horgászat, fürdés</li> <li>- kirándulás, vadászat, gombaszedés, speciális természetfelfedező kirándulások</li> <li>- az üzemelő strandfürdő bővítése a termálvíz felhasználásából adódó kínálat bővítése, fejlesztése</li> <li>- gyógynövénygyűjtő túrák</li> <li>- természetes terápia</li> <li>- organikus életmód-oktatás</li> <li>- munkaturizmus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hiányoznak a kijelölt útvonalak, táborhelyek, pihenők, szemégyűjtő helyek</li> <li>- hiányzik a speciális információ, a vezető, kevés a szervezett programkínálat</li> <li>- a Drávát érintő vízi sportok lehetőségei a határ és a haború miatt feltáratlanok</li> <li>- hiányoznak a civilizált körülmények</li> <li>- hiányzik a sporteszköz-kölcsönzés</li> <li>- nincs sétahajózási lehetőség</li> <li>- hiányzó turista információ</li> <li>- erdei pihenőhelyek (piknik helyek) hiánya</li> <li>- idegenvezetés hiánya</li> <li>- nincsenek meg a termálvíz gyógyvízzé minősítéséhez szükséges vizsgálatok</li> <li>- tőkehiány</li> <li>- hiányzik a megfelelő számú helyi szakember</li> <li>- hiányzik a vendégek fogadásához szükséges hely</li> <li>- kezdeti stádiumban van az organikus gazdálkodás</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a tulajdonosváltással veszélybe kerülnek a természeti értékek (legelők feltörése, erdőirtások)</li> <li>- megfelelő szervezés és szakvezetés nélkül a turizmus tönkreteszi ezeket az értékeket</li> <li>- határkonfliktust okoznak a tájékoztatlanul odatévedő turisták</li> <li>- veszélyes a folyó „használata”</li> <li>- a szakszerűtlen használat miatt veszélyben vannak az erdők</li> <li>- a természeti környezet rohamos romlása veszélyezteti a „zöld” imázs megtartását</li> </ul>



Erősségek	Lehetőségek	Hiányosságok	Veszélyek
<b>A kultúrában, történelmi örökségben</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- elaprózott település-szerkezet</li> <li>- irodalomtörténeti emlékek,</li> <li>- műemlék-állomány</li> <li>- vallástörténeti hagyományok</li> <li>- néphagyományok, a népelet tárgyi és személyi emlékei, tradicionális kézművesség</li> <li>- nemzetiségi összetétel (horvát települések)</li> <li>- a cigány etnikum és hagyományaik</li> <li>- múzeumok (Sellye, Vajszló, Kovácschida)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „faluról falura” turizmus (gyalog, lóval, biciklivel stb.)</li> <li>- Baranyában megforduló vendégeknek 1-2 napos kirándulásra vonzerő</li> <li>- művészeti táborok</li> <li>- irodalmi, néprajzi tábor Kiss Géza és Kodolányi János munkásságára alapozva</li> <li>- ifjúsági, egyházi táborok</li> <li>- egyháztörténeti turisztikai programok</li> <li>- kézműves bemutatók és oktatás</li> <li>- folklór programok</li> <li>- néprajzi táborok, konferenciák</li> <li>- helyi sajátosságú dísz tárgyak előállítás és értékesítése</li> <li>- rokon kapcsolatokra és idegennyelv-ismeretre alapozott falusi turizmus</li> <li>- nemzetiségi táncsoportok, énekkarok</li> <li>- közvetlen kapcsolat Horvátországgal</li> <li>- cigány fesztivál a GHANDI Alapítvánnyal</li> <li>- a hagyományok bemutatása</li> <li>- „élő” múzeumi programok (pl. ősi tevékenységek gyakorlati bemutatása)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hiányoznak a programok, a szervezethez, az információs rendszer</li> <li>- nincsenek információs füzetek</li> <li>- az Örmánság nincs beépítve a baranyai idegenforgalmi programajánlatokba</li> <li>- hiányoznak a művészeti és más kulturális táborhelyek</li> <li>- megfelelő szakember, vezető hiánya</li> <li>- szervezési hiánya</li> <li>- hiányoznak a hagyományokat továbbélteni tudó középkoriak és fiatalok</li> <li>- hiányoznak a bemutatást, oktatást vállaló kézművesek</li> <li>- hiányoznak a folklór programok</li> <li>- nincsenek forgalomban helyi népi termékek</li> <li>- a falusi turizmus valós vonzásához szükséges programok hiánya</li> <li>- nemzetiségi kulturális csoportok aktív működése</li> <li>- szervezethez a cigány társadalom konform magatartása</li> <li>- hiányzik a szervezés, a reklám és a megfelelő – vállalkozó – szakember</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sok kis település egymás mellett és egymástól függetlenül pusztul</li> <li>- a meglévő értékek rejtve maradnak</li> <li>- az ismertség híján a református papság és lakosság előregedésével veszendőbe menő történeti, erkölcsi értékek</li> <li>- a ma élő idősök kihalásával eltűnik az élő néphagyomány</li> <li>- a nemzetiségi kultúra sorvadás</li> <li>- társadalmi ellenállás, konfliktusok, a helyi lakoságon belül</li> <li>- a kiállítások kevés vendéget vonzanak, „halottá” válnak</li> </ul>
<b>Infrastrukturális feltételekben</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- üresen álló, vagy eladó épületek (házak, határőrbázisok)</li> <li>- panzió, kollégium (nyári igénybevételre) üresen álló szobák a családi házakban, camping, vadászházak</li> <li>- kereskedelmi ellátás</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- alacsony áron megszerezhető épületekben kialakíthatók turisztikai férőhelyek</li> <li>- növekvő idegenforgalom, a meglévő férőhelyek jobb kihasználása, családi jövedelmek növekedése</li> <li>- további campingek, táborhelyek kialakítása,</li> <li>- iskolák nyári hasznosítása, vándortáborok, táborok számára</li> <li>- a turisztikai igényekhez való rugalmas alkalmazkodás</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- az épületek nem ismertek a térség potenciális befektetői előtt</li> <li>- üres házak általában az elcigányosodott településeken vannak</li> <li>- nincs propaganda, nincs térségi idegenforgalmi marketingterv</li> <li>- nem kidolgozott az iskolák nyári turisztikai hasznosítása</li> <li>- szerény árúválaszték, napközbeni ellátási gondok alapvető élelmiszerekből</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a társadalmi környezet miatt nem válik vonzó lehetőséggé ezen épületek hasznosítása</li> <li>- a meglévő idegenforgalmi ellátó helyek színvonala súlylyed, kihasználatlanok</li> <li>- az idegenforgalomból származó jövedelem nem erősíti a térséget</li> <li>- a turista számára riasztó az ellátás megszervezésének nehézsége</li> </ul>



A továbblépés egyik lehetséges útja az olyan távlati, hosszú távú fejlesztésekben keresendő, melyek nemcsak a figyelmet irányít(hat)ják rá az elmaradott, hátrányos helyzetű kistérségekre (ilyen az Ormánság is), hanem az összefogás, együttműködés nemzetközi kapcsolatrendszerbe illeszkedésének lehetőségét is megteremtik. Az Európa-gondolat egyik mintaértékű kísérleti modellje az ECOS-OVERTURE program. Az ennek keretében futó Eugénia projektnek az Ormánság is egyik fő résztvevője.

kanéküliség, a környezeti hatások, az információs technológia és -társadalom nem könnyű dilemmáival.

A centralizáció-decentralizáció összefüggésében a helyi önkormányzatok helye, súlya, befolyása érzékelhetően megnőtt, a demokratizálódási folyamatban (különösen a rendszerváltásokat végrehajtó Kelet-Európában). Azok az országok, melyek történelmi helyzetükből következően előrébb tartanak a fenti folyamatokban, segítő szerepet vállalnak abban, hogy tapasztalataikat minél szélesebb körben adják át a nem EU-tagországok önkormányzatai számára.

Az ECOS-OVERTURE program keretében 1991 és 1998 között 70 millió euró, míg az 1998–2001-es kiírás során 40 millió euró került, ill. kerülhet kifizetésre, mely több mint 500 projekt megvalósulását jelenti; mindez 1500 feletti helyi közösséget érint. A program – mely a regionális politika, a térségi szolgáltatások, a gazdaságfejlesztés és a környezetvédelem kérdéseire koncentrál – feltételrendszeréhez hozzátartozik az EU-tagországbeli partner részvétele, ugyanakkor nem kizáró ok az állami részvétel hiánya.

Az Eugénia projekt segítséget nyújt a problémák feltárásához, a partnerek közötti tapasztalatcserék révén egységes metodológia, kutatási eljárás és információs rendszer kialakítását teszi lehetővé. A közös platformon kialakított helyzetelemzés a fejlesztési stratégiák, operatív programok, régiók közötti együttműködések lehetőségét teremti meg. Arra tanít ez a program, hogy képesek legyenek a helyi szereplők arra, hogy uniós programokra jó projektekkel pályázhassanak; gyakorlatot, módszertani ismereteket szerezzenek a projektmenedzsment területén.

1. Együttműködések támogatása helyi, regionális önkormányzatok közötti közös projektfejlesztés révén tapasztalatcserére, tudástranszferre építve;
2. A decentralizáció támogatása az önkormányzatok fejlesztési kompetenciájának erősítése révén;
3. A cselekvési készség, képesség munkamódszerek, eszközök fejlesztése;
4. Konkrét fejlesztési projektek kidolgozása (stratégia-alkotás, pályázatok előkészítése), melyek példaszerűségük révén pilotaprojektként szolgálhatnak a régióban;
5. Felkészítés az uniós csatlakozásra, felkészülni a strukturális alapok fogadására az EU támogatási gyakorlatának, rendszerének megismerése révén.

Az ismertetett célok mentén húzódnak meg azok a cselekvési területek, melyek az Eugénia program gyakorlati tartópillérei:

1. Helyi közösségek munkamódszereinek, eszközeinek fejlesztése (fejlesztési stratégiák kidolgozása, információfejlesztés);
2. A kis- és közepes vállalkozások támogatási rendszerének fejlesztése, modernizálása (az EU hangsúlyt helyez ezen belül is a nők, női munkavállalók szerepére a gazdasági életben);
3. A fenntartható fejlődés távlatában a környezetvédelem, környezetgazdálkodás szerepének felértékelése, előtérbe kerülése, ezen belül: védeni és hasznosítani a természetvédelmi területeket, nemzeti parkokat, megszervezni menedzsmentjüket;
4. A régiók kulturális örökségének, értékeinek megóvással egyidejű „értékesítése” munkahely-fenntartás, ill. fenntartható munkahelyek megteremtése érdekében.

56  
K É K

Az Európai Bizottság XVI. (Regionális Politika) Főigazgatósága által 1991-ben indított program fő célja, hogy elősegítse az EU-tagországok és a kelet-közép-európai társult országok helyi és regionális hatóságai, önkormányzatai közötti kapcsolatok kialakítását, fejlesztését. Az együttműködés célja a tapasztalat-átadás és -fejlesztés a közigazgatás és a területfejlesztés terén. Az uniós csatlakozás felkészülésének periódusában már megszerezhetőek azok a későbbiekben nyilván elengedhetetlenül fontos tapasztalatok: a támogatási rendszerről, a pénzügyi, adminisztrációs, pályázati szabályokról stb., melyek ismerete nélkül hátrányból lenne kénytelen indulni az EU-ba bekerülő új tagország.

A problémák – jó két évtizede – közősek, minden európai régió a maga szintjén, közel azonos kihívásokkal került szembe: a globalizáció, a mun-



## Turizmus

A korábban vázolt alapelvek (fejlett, nagy tapasztalatokkal bíró EU-ország – kelet-európai társult tag, vagy tagjelölt ország) gyakorlati példája az a közös projekt, melyet Sellye Város Önkormányzata, a belga Wallonia, a francia Pireneus Régió és a román Alba megye valósíthat meg közös pályázata keretein belül.

Az EU-elvek talán legfontosabbika a *partneri viszony kialakítása* (generálása és indukálása), az aktív együttműködés segítése a társult partnerek között, a közszolgálati, vagy magán szervezetek, intézmények, minden szakmai kompetenciával rendelkező együttműködő partner *kiegyenlített és egyenrangú* kommunikációjának, együttműködésének megteremtése, a lehetőség- és feltételrendszer biztosítása.

A különböző régiók közötti együttműködés kialakításának felelőse a mindenkori *programkoordinátor főpartner*, esetünkben a belga Wallonia régió. A sikeres együttműködés elengedhetetlen feltétele a konkrét, *tematikus* interregionális kapcsolatok fejlesztése, olyan valós közös munkára építve, mely egymás megismerésén alapul. Az Eugénia program nagy súlyt helyez a *minőségre*; igénye és elvárása ez a programalkotóknak.

A sajátos minőségbiztosítás elsősorban elvárásokat (előírásokat) fogalmaz meg:

- a projektvezetőnek személyes felelősséget kell vállalnia a projekt sikeréért érdekében (mind technikai, mind pénzügyi értelemben), bizonyítani kell a hálózat animálására való készségét, valamint a projekt tartalmát illető szakmai képességét;
- politikai-döntéshozói felelősség vonatkozásában: szakmai alapon szerveződő projektirányító-bizottság felállítását;
- a garanciavállalás tekintetében: aktív csapatmunka generálása, világos és egyértelmű kiegyensúlyozott feladatelosztás;
- a szakmaiságot illetően: szakértők bevonása a programalkotásba;

– ellenőrzés vonatkozásában: projekt-monitoring, folyamatos értékelés.

Az Eugénia programban társult partnereknek kötelezően négy alprojektet kell megvalósítani.

Az első – legnehezebb és legösszetettebb – feladat a területfejlesztési akciók *döntéstámogatási rendszerének* kialakítása, az informatikai infrastruktúra fejlesztése, a főpartner – esetünkben a belga Wallonia – feladata. A második a *gazdaságfejlesztési* ismeretek, kompetenciák és eszközök megerősítése kis- és középvállalkozások diverzifikációjának támogatása a francia társult partner kompetenciája. A harmadik kiemelt terület az agrárdiverzifikáció problémája. (Ezt a szekciót vezeti a magyar résztvevő). A feladat: kidolgozni a rurális térben új szakmák megteremtésének feltételrendszerét, új eszközök, módszerek, foglalkozási lehetőségek fejlesztését. Végül a sorban az utolsó a természeti-kulturális örökség kezelése a területfejlesztési stratégia összefüggésében.

A pályázat támogatására a partnerek összesen 1,4 millió eurót nyertek, melynek belső felosztása a következő: Wallonia 61%, Pireneus 16%, Alba 14%, Ormánság 9%, tehát 120 ezer euró, azaz mintegy 30 millió Ft jut a magyar résztvevő számára.

„Az Eugénia program négy fő téma mentén futó programalkotó folyamat (informatikai fejlesztés, kis- és középvállalkozások fejlesztése-támogatása, integrált agrárgazdaság fejlesztése, környezetvédelem-örökségmegőrzés) közös gondolkodás révén; a lakosság, a helyi társadalom, a programok érintettjeinek, hasznélvezőinek aktív bevonása a programalkotó munkába, úgynevezett tematikus munkacsoportok keretében.”

Az ormánsági kistérség, a fentiek szellemében, illetve a kirótt és kijelölt feladatok tükrében, a következőkre vállalkozott:

1. Az *agrárgazdaság fejlesztése* viszonylatában: a minőségi termékek előállításának ösztönzése, különös tekintettel a fűszer- és gyógynövény termesztésre.
2. *Kistérségi informatikai és információs rendszer* kiépítése, 14 körjegyzőségek bevonásával.
3. *Örökségmegőrzés és -hasznosítás* program keretén belül:
  - A *természeti örökség, területén* – a vadlerakók felszámolása, egy hosz-

57  
K É K

szabb távon fenntartható térségi hulladékgazdálkodási modell kialakítása és megvalósítása.

- Az *épített örökség területén* – az ormánsági értékek felmérése, a felújításra vonatkozó irányelvek és beavatkozási szakmai útmutatások (diagnózis, terápia) meghatározása.
- A *tradicionális kulturális örökség területén* – a hagyományos népi kézműves mesterségek közül – példaként a szövés, szöttes-készítés újraindítása – ezen keresztül is foglalkoztatási lehetőség teremtése a megváltozott munkaképességűek körében. (PÓLA)

A kísérleti projektek megvalósítására két év áll rendelkezésre (a PHARE-szerződés lejáratí határideje 2002. december 31-én esedékes); ezen időszak alatt kell, lehetőleg minél jobban elsajátítani az EU-s projektmenedzselés adminisztratív, pénzügyi gyakorlatát,



## Turizmus

vidékfejlesztés-térségfejlesztés európai uniós módszertanát. Részletes piackutatást kell végrehajtani; a térség idegenforgalmi arculatát (lehetőleg egy arculati kézikönyvet kialakítva) minél hamarabb meg kell tervezni; az Ormánság kommunikációs stratégiájának egyeztetett elveken alapuló beindítását kell megvalósítani.

A kistérség lassú, fokozatos felzárkóztatásához, apró, de jól végiggondolt lépésekre van szükség; nemcsak Euró-

pához, az Európai Unióhoz való csatlakozás, hanem a belső, országon belüli viszonyrendszerünk összefüggésében is.

Ahhoz, hogy esély teremtsjön, esélyt kell teremteni – az integráció leginkább együttműködés. Szemérmességet félre téve kérdezni kell, mert a feltehető kérdésekre válaszok is vannak. A támogatási források felhasználá-

lására fel kell készülni; gyakorlatot, tapasztalatot szerevve lehet sikeresen pályázni, segítséget kérni. A helyi közélet szereplőinek bevonásával, aktivizálásával a szemléletváltást kell elősegíteni; félni az ismeretlentől lehet, a megismerhetőt pedig megszólítva lehet kitapasztalni.

Ne felejtjük el: ha nem kérdezzük, *Európa nem válaszol.*

58  
K É K

### Hivatkozott irodalom

- ERŐFORRÁSTÉRKÉP Baranya megyei térségi *Erőforrástérkép*. Az Ormánság Fejlesztő Társulás kiadványa, Pécs, 2000.
- KISS Kiss Géza: *Ormánság*. Budapest, 1937.
- KODOLÁNYI Kodolányi János: *Ormánság*. Budapest, 1960.
- KONRÁD Konrád György: *A harmadik tekintet*. Népszabadság, 2001. május 26. 21. old.
- KOVÁCS-ZSEMBERY Kovács Katalin – Zsembery László: „Táj szürkületben”. Az Ormánság gazdaságának felmérése. A Baranya Megyei Vállalkozói Központ megbízásából, Ormánság Alapítvány, Pécs, 1995.
- MÜLLER Müller István: *Ormánsági lassú halál*. Agrárgazdaság, 2001. május.
- PÓLA Póla Gábor: *Egy kistérség gazdaságfejlesztésének Európai Unió modellje*. Sellye, 2001.



## Rusznák Imre: Köszöntő

Világjelenség, hogy a turisztikai kínálatokban egyre nagyobb szerep jut az igényes kulturális programoknak, a turisták egyre inkább az egyedi, különleges, valódi értéket képviselő kínálatot keresik. Mindannyian jól tudjuk, hogy hazánknak is egyik legfontosabb turisztikai vonzereje a kultúra. A konferencián\*\* – melyet reményeink szerint két évente megismételünk – párbeszédre hívjuk a két terület

**Michael Lake:** Az Európai Unió és Magyarország számára a turizmus életbevágó kérdés. A turizmus körülbelül 9%-át képviseli a magyar GDP-nek jelenleg, körülbelül 300 ezer ember részére biztosít állást. Az Európai Unióban a turizmus 6%-ot képvisel az összfoglalkoztatottságon belül. Ez körülbelül megfelel a mezőgazdasági foglalkoztatottságnak. A világ 40 leglátogatottabb országa közül 12 EU-tagország. A turizmus felfutó ágazat Európában és Magyarországon is.

## Kultúra és Turizmus 1998 Nemzetközi Konferencia és Szakmai Vásár\*

Budapest, 1998. november 9-13.

59  
K É K

szakembereit, az elméleti problémák megvitatása mellett a szakmai vásáron megjelenő kiállítók bemutatathatják hazájuk kulturális-turisztikai kínálatát, partnereket találhatnak az együttműködéshez, a turisztikai piacon való megjelenéshez. A rendezvény előkészítése széles társadalmi összefogással zajlott, amit jól tükröz egyrészt az előkészítő bizottság névsora, másrészt az a hathatós segítség, amit a legkülönbözőbb szervezetektől kaptunk. Figyelemre méltó, hogy a konferenciára 300 résztvevőt regisztráltunk, ebből mintegy 70 külföldi vendég, a kiállításra 40 cég jelentkezett. A résztvevők Magyarországgal együtt 17 országot képviselnek. A jelentkezők körülbelül fele kulturális, másik fele a turisztikai területről érkezett. E rövid gondolatok után felkérem Michael Lake nagykövet urat a rendezvény ünnepélyes megnyitójára.

1990 és 1995 között a turizmus bevétele duplájára emelkedett Magyarországon. Egy évtized alatt a turizmusban dolgozók körülbelül 9%-át fogja jelenteni az Európai Unió összfoglalkoztatottságának (ma: 6%). Az Európai Bizottság azonban figyelembe veszi azt, hogy a turizmus igen sok aspektusa nemzeti szintű döntésen alapszik. Bizonyos tagországok esetében pedig (Németország, Spanyolország) regionális döntéseken. A Bizottság azt is tudja, hogy Európa-szerte fejlődik a turizmus, azonban véletlenszerű volt eddig: az össz-stratégia kevésbé érvényesül. Ezért a Bizottság feladata a stratégiai gondolatok fölvetése és az alapvető koordinálási feladatok ellátása. Magyarország jelenleg a közös jogszabályok átvételével foglalkozik. Nem könnyű feladat, a joganyag ugyanis 80 ezer oldalra terjed ki. Magyarország jól végzi dolgát, az Európai Bi-

\* Hangfelvétel alapján összeállította: Szále László

\*\* Helyszín: a Magyar Kultúra Alapítvány Székháza



zottság jelentése szerint fontos előrehaladás történt az intézmények megteremtése tekintetében. Hogy megbízható információ legyen, az Európai Unió nagy figyelmet fordít egy európai statisztikai rendszer kialakítására, amely segíti a döntéshozókat, hogy meghatározzák a piaci stratégiát, és értékeljék a teljesítményt. A turizmust lehetetlen a többi gazdasági aspektustól elszigetelve vizsgálni. Egyik igen fontos terület például a szállítás, amely kihatással van a turizmus fejlesztésére, valamint annak versenyképességére. Növekszik a légi közlekedés szerepe, különösen a nemzetközi turizmusban. Közvetlen hatása van a

## Konferencia

nek keretében 1,2 millió ECU-t adtak a magyar-osztrák turista-régió fejlesztésére. Végül: az európai kulturális örökség a legöregebb és legfontosabb generátora a turizmusnak. Vannak nemzetközi programok, ilyen pl. a műemlékvédelmi Raffaello program, a Kolitus a nemzetközi kulturális rendezvények finanszírozására, s készül a Filaxenia program a hátrányos helyzetűek utaztatásával kapcsolatban. Ezek a programok például nyitva állnak Magyarországra számára.

## PLENÁRIS ÜLÉS

*Dr. Hámori József* miniszter, Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma:

### **A kulturális örökség szerepe a turizmus fejlesztésében**

liberalizáció 1997-es bevezetésének az Európai Unión belül. A liberalizáció már megnövelt lehetőségeket teremtett az európai utazóknak, jobb kapcsolatok, bővebb választék, és alacsonyabb menetdíjak tekintetében. Az egységes piac kialakítása rendkívül nagy hatással van a turizmusra is. Az EURO bevezetésének gyakorlati előnyét a jól ismert anekdota illusztrálja: a turista, aki Stockholmból indul el például, és átmegy az összes tagországon pénzt váltva, mire visszaér Stockholmba, pénzének 50%-át elveszti az átváltások miatt, anélkül, hogy egy filéért költött volna. Még egy terület, ahol a turizmusnak nagy a hatása: elősegíti a vidék fejlődését. A regionális különbségek csökkentése alapvető ahhoz, hogy a kiegyensúlyozott gazdasági fejlődést érjünk el. A vidéki turizmushoz hasonlóan fontos Magyarországra számára a PHARE határon átnyúló együttműködési programja, mely-

A globalizációnak legalábbis két különböző aspektusa van. Egyik az, amelyet pejoratív értelemben szoktak emlegetni, nevezetesen azt, hogy eltűnnek lassan a kulturális és civilizációs különbségek, és valahogy egy olyan neutrális „kulturáféleség” kezd elterjedni Európában is, Ázsiában is, amelyet elég jól jellemeznek a Hollywoodban készített filmek, és a gyorsétkezdék nemzetközi hálózata. Úgy tűnik, ezek lassan, de biztosan eltűntetik azokat a nemzeti jellegzetességeket, amelyek hál’ istennek ma még megtalálhatók. A globalizációnak másik aspektusa a turizmussal függ össze. Az elmúlt században még csak kivételezett embereknek volt lehetősége arra, hogy bejárják Olaszországot, átmenjenek Angliába (Széchenyi gróf annak idején 23 alkalommal átkelt a csatornán), ebben a században, különösen a második felében szinte tömegmozgalommá vált a turizmus. A turizmus, amely le-

hetővé teszi azt, hogy megismerjük egymás kulturális értékeit, megismerjük egymás magatartását, egymás gondolkodásvilágát. Ebből a mozgalmóból, amely Európában teljesen általánossá vált, ebből a magyarok is jelentősen kiveszik részüket. Egészen nyilvánvaló mindannyiunk számára, hogy a turizmus egyik legnagyobb vonzereje kimondva, kimondatlanul, hogy valami olyasmit szeretnének látni, mondjuk a Balaton mellett, meg a homokos tengerpartok mellett, amik jellemzőek az illető országnak a kultúrájára. Kérdés az, hogy Magyarország és a magyar kultúra ebben miként tud részt venni. Azt hiszem, hogy e tekintetben még mindig nagyon nagyok a tartalékaink. Engedjék meg, hogy megemlítsek néhány magyar „specialitást”. Először is vegyük azokat a műfajokat, amelyekhez nem kellenek tolmácsok: a zene és a táncművészet. Zenei és táncművészeti intézményrendszerünk egésze, művészeink nemzetközileg is elismert rangja garancia arra, hogy az országok közötti összehasonlításban is tudjuk őrizni eddigi előkelő helyezésünket. Meg kell ragadni minden lehetőséget arra, hogy a nagyvilág, a turisták megismerhessék a Magyar Állami Operaházat, a Nemzeti Filharmonikus Zenekart és más, kiváló zenekarainkat, a Fesztivál Zenekart, a Rádió Zenekart, tehát azokat a nagyzenekarokat és kamarazenekarokat, amelyek valóban nemzetközi hirre tettek szert, és nem is alaptalanul. Vagy a Magyar Állami Népi Együttest, amely mindig nagy turista vonzerő volt, s az ma is. Zenei versenyekre, az ifjú tehetségek bemutatkozási lehetőségeire is jobban fel kellene hívni a figyelmet, el kell érünk azt, hogy szakmai körökön kívül mind szélesebb ismeretsége legyen a budapesti nemzetközi zenei versenyeknek, a Szombathelyi Bartók Szemináriumnak, a Kecskeméti Kodály Zoltán Szemináriumnak, a Soproni zenei napoknak stb. Hiszen a hagyományosan rangos fesztiválok – az Őszi Fesztivál, a Tavaszi Fesztivál – ma már a kül- és belföldi érdeklődők

60  
K É K



tömegeire számíthatnak. Nagy turista vonzerővel rendelkezik a képzőművészet, iparművészet, fotóművészet is. Kiállítási feltételei gazdagodtak, a megújult országos múzeumok mellett rendelkezésre állnak a kortárs művészeteket bemutató és forgalmazó kisgalériák. A képzőművészet és az iparművészet mellett nagyon fontos területe kultúránknak a színház. A magyar színházművészetet jelenleg 46 színházi intézmény jelenti, előadásainak évek óta kb. 4,5 millió nézője van. Évente mintegy háromszor új bemutatót tartanak, megközelítőleg 12.000 előadás látható egy esztendőben. Az utóbbi évtizedben egyre inkább jelen van a magyar színházművészet a világ színjátszásában. Társulataink évente 25–30 országban mutatkoznak be 200-nál is több előadással. A nyári szabadtéri színházak ugyancsak mind a belföldi, mind a külföldi turisták érdeklődésével számolhatnak. Általában az idegenforgalmat különösen vonzó zenés produkciók, musical, operett, opera előadás kerülnek színpadjainkra, Szegeden, Gyulán, Szentendrén. A világörökséghez tartozó Budai Vár, a Dunai Látkép, Pannonhalmi Apátság, Hollókő és az Aggteleki Cseppkőbarlang mellett fölhívnam a figyelmet – bár nem világörökség része – Sopronra, Pécsre, továbbá a Gödöllői kastélyra, Esztergomra, Székesfehérvárra, Ópusztaszerre, Szentendrére stb. Hadd említsem még itt meg, hogy Magyarország különleges fontosságot tulajdonít a Millenniumnak, mert nem egyszerűen egy 2000 éves jubileumról van szó, amelyet az egész világon megünnepelnek, hanem arról is, hogy 1000 évvel ezelőtt jött létre a Magyar Állam. A Millenniumot különböző formában megünnepeltek, határainkon belül is, kívül is. Csak felsorolás-szerűen: bemutatkozunk a frankfurti könyvvásáron, a brüsszeli Európáin, a Chirac elnök javaslatára a Magyarország jelen lesz egész Franciaországban kulturális rendezvényekkel, hogy mást ne mondjak, bemutatjuk kint a Bánk bánt is – franciául. A Vatikán fel-

## Konferencia

kérésére egy Vatikán-magyar kiállítás nyílik Rómában, Vatikánban stb. Még egy megjegyzés: ezen a tájon 1000 év-nél régebben is éltek, Pannónia római kori történetének rengeteg gyönyörű emléke van, melyek mind bemutathatók. Magyarország tehát kulturális értékekben gazdag, azonban kultúránkat nemcsak ápolni kell, hanem el is kell tudni adni.

**Peter Shackelford**, a WTO Európai Régiójának igazgatója:  
**A kultúra és a turizmus kapcsolata**

A világturizmus szervezete Főtitkára nevében, Francesco Frangielli nevében szeretnék őszinte köszönetet mondani a szervezőknek a meghívásért. Magyarország fontos európai tagország a mi szervezetünkben, amely aktívan részt vesz a WTO munkájában és a bizottságok tevékenységében. Tavaly az európai országokból 363 millió turistát regisztráltak, amit annyit jelent, hogy 59%-át tették ki a 617 millió turistának, akiket világszerte nyilvántartásba vettek. Körülbelül fele a bevételnek is itt keletkezett. Az államok Közép-Európában, különösen az átmenet állapotban lévő gazdaságok igen jól teljesítettek. Szeretnék Önöknek bemutatni tíz gondolatot, az együttműködés, a kultúra és a turizmus között. 1. A kulturális turizmus nem új dolog, de talán a jelenlegi volumen előzmények nélküli. Az utazók századok óta kerestek fel történelmi városokat, gyakran vallási okokból. A XVIII–XIX. században ennek nagy fellendülését láttuk. A kulturális örökség gazdái azonban – bizonyos joggal – nem mindig várták tárt karokkal a turistákat. 2. A kulturális turizmus piaci szempontból különbözik a turizmus más formáitól. A kulturális turizmus nagyon specializált és szerencsére kevésbé szezonális, mint az utazás más formái. 3. A kulturális turizmus kiegészítő

elem lehet egyéb célú programok mellett. Egy üzleti látogatást ki lehet egészíteni múzeum-, vagy képtárlátogatással, koncerthallgatással, családi látogatással stb. Egy konferenciára utazás is magába foglalhat egy helyi örökséghez vagy egy kulturális előadáshoz tett látogatást. 4. Fontos, hogy a kulturális helyek kapcsolódjanak a nemzeti vagy nemzetközi utazási programokhoz. Jó példa erre a Közép-Európai Vár Út, mely négy európai országot fog át. Szintén nagy lehetőséget nyújt a kulturális turizmusra a testvérvárosok közötti együttműködés, a baráti kapcsolatok, a diákcsere stb. 5. A kulturális turizmus alapot és

61  
K É K

lehetőséget ad a kulturális értékek megóvására és a környezet fejlesztésére. Speciális kulturális vagy sportesemények – expo, nyári vagy téli olimpia, egy futball-bajnokság, vagy egy művészeti kiállítás – jelentős infrastrukturális fejlesztéshez vezethetnek és hozzájárulhatnak a város szépítéséhez. 6. A turizmus lehetőséget nyújt arra, hogy magunkról bizonyítványt állítsunk ki. A segítőkész látogatásvezetők, jól szervezett utak, a jó tájékoztatás javítják a turisták komfortérzetét. Minthogy a látogatók a kulturális helyszínre általában gyalogosan, egyedül vagy csoportosan érkeznek, nagyon fontos az utcakép, amely fogadja őket. A WTO Európai Bizottságának az a célja, hogy ez a koncepció a városok, országok környezetvédelmét is átfojja. 7. A képzés és a tájékoztatás fontossága. Az útikönyveken túl audiovizuális kazetták is segíthetik az útra való otthonos felkészülést. Az UNESCO



kiváló filmje a Selyem Útról, jó példa erre. Az idegenvezetés minősége is igen fontos. A WTO ki is dolgozott egy engedélyezési és vizsgarendszert idegenvezetők számára. Ezt szeretnénk általánossá tenni minden országban. 8. Tudatosítanunk kell, hogy a turizmus sok előnyt és ugyanakkor sok hátrányt is jelenthet. Forgalmi dugók és egyéb közlekedési problémák nem a mi hatáskörünkbe tartoznak. Azonban tudunk valamit tenni a komercializálódás ellen, valamint a lakosság és a látogatók jó kapcsolatának kialakítása érdekében. 9. Ha a jövőt nézzük, a jelenlegi tendenciákból egyértelműen a turizmus további terjedé-

## Konferencia

szektort terheli. Ehhez az anyagi fedezet jelentős részét a turizmus „termeli” ki. Vagyis: kultúra nem létezhet turizmus nélkül, és turizmus sem lenne kultúra nélkül.

**Bozsay Andrásné**, a Gazdasági Minisztérium Turizmus Szakterület fősztályvezetője:

### **A kulturális és turisztikai támogatások nemzetközi és hazai forrásai**

A kulturális és turisztikai támogatások nemzetközi forrásairól szeretnék beszélni. Ez nem könnyű kérdés, hiszen a magyar pályázati rendszer sem nagyon egyszerű, és a nemzetközi pályázati rendszerek, ha lehet, még szigorúbbak. Egyrészt a kulturális és a turisztikai támogatások nemzetközi forrásai között olyan programokról szövel, ahol a kultúra a turisztikai kínálat részeként jelenik meg akár vonzerőként, akár rendezvény formájában. Másrészt olyan programokról, melyek finanszírozási forrása európai forrás, nevezetesen az Európai Közösség forrása. Az Európai Unióban belül a turizmus támogatására önálló források nem állnak rendelkezésre, azonban mégis lehetőség van arra, hogy a különböző strukturális alapokból támogatást kapjon. 1992-ben, egy Minisztertanácsi határozat alapján az Európai Unió elfogadott egy olyan programot, amely a közösség egészére kiterjed, és alapvetően a turizmus fejlesztését támogatja. Az akció-tervben 3 fő területre összpontosították a támogatásokat. Egyrészt a turisztikai kínálat színvonalának fejlesztésre, illetve a kínálat bővítésére, másrészt a turizmusban résztvevők körének bővítésére és harmadrészt pedig javítani akarták a turisztikai szektor működését vállalkozások támogatásával. Ezekben a közösségi programokban valamennyi tagország részt vehet, illetve néme-

lyikbe társult országok is bekapcsolódhatnak.

A turisztikai kínálat bővítésében, fejlesztésében a kultúrának egyre nagyobb jelentősége van. Ezért az EU imént említett programjának célja az, hogy javítsa Európa kulturális turisztikai vonzerejét, ill. újszerű kulturális turisztikai termékeket hozzon létre. Három fő téma köré lehet csoportosítani azokat a projekteket, amelyek megvalósultak. A városi utak európai művészeti városokba, a nemzetközi kulturális utak és a hasonló érdeklődésű emberek részére szervezett csoportos turisztikai programok. Néhány projekt felsorolászerűen: *Európa Művészeti Városai* című projekt, melyhez 15 ország 42 városa csatlakozott, a kulturális turisztikai hajóutak a Balti-tengeren, a Mozart útvonal Európában, Milánó, Bécs, Prága együttműködésével. Van még egy program, ami talán eléggé közismert, a *Vissza a gyökerekhez*. Ennek a célcsoportja, főként az amerikai turisták köre volt, az Európából elszármazottak ismerkedhetnek meg az ősök kultúrájával, életmódjával, hagyományaival. Ebben a programban Görögország, Hollandia, Norvégia, az Egyesült Királyság, Németország és Írország vett részt.

Az Európai Közösség programjaiban igen nagy hangsúlyt kap a hátrányos helyzetű emberek támogatása, illetve a turizmusban való részvételük elősegítése. A *megérintható európai városok* program keretében a vakok és gyengén látók részére készítettek turisztikai információs anyagokat.

*Az etnikai kisebbségek és a kulturális turizmus* elnevezésű program az etnikai kisebbségek lakóterületén támogatják a turizmus fejlesztését. Van egy újabb közösségi szintű kezdeményezés, a *Philoxenia*, melynek elfogadása sajnos eléggé elhúzódik, de bízzuk benne, hogy jövőre sikerül.

Ennek a céljai között is kiemelten szerepel az európai turisztikai kínálat színvonalának javítása. A 93. évi közösségi program költségvetése 18 millió ECU volt, a *Philoxenia* tervezett

62  
K É K

se jósolható meg. A WTO tanulmányai a nemzetközi érkezések kb. megháromszorozódhatnak, azaz 2020-ra elérhetik a 600 milliót, ami éves szinten 4,3%-os növekedést jelent. Azonban sok ismert turisztikai célpont már nem bír el több látogatót. Így igen fontos az új, kevésbé ismert célpontok felkutatása és a turizmusba való bevezetése. Frangialli úr, a WTO főtükára hangsúlyozta ezt 95-ben San Marinóban egy szemináriumon, amikor ezen „kincsesláda” fejlesztésekre összpontosítottunk. 10. A kulturális turizmust tervezni kell, kész programokkal kell előállni. Ebben is rendkívül fontos a kultúra és a turizmus testületeinek együttműködése nemcsak nemzeti, hanem városi szinten is. Végül fel kell vetnünk azt a kérdést is, hogy ki fizeti a számlát. Egyre csökkennek a kormányzati alapok, ez azt jelenti sok ország esetében, hogy a kulturális örökség fenntartása egyre inkább a magán-



költségvetése 25 millió ECU és 4 évre szólna.

Az Európai Unió tagországainak és a társult országoknak turisztikai célú együttműködését is támogatják a strukturális alapokból. Talán jobban ismert az Inter-act program, amely a tagországok határain túl nyúló régiók közötti együttműködést támogatja a területfejlesztési alpból. Az Inter-act programokhoz csatlakozó Európai Unióhoz társult országok a Phare programnak a Határokon Túli Együttműködés részéből kaphatnak támogatást.

A Phare program az Európai Uniónak olyan kezdeményezése, amellyel pénzügyi támogatást nyújt a középkelet-európai országoknak, annak érdekében, hogy teljesítsék az uniós csatlakozással kapcsolatos kötelezettségeiket. Mostantól csak olyan programok kaphatnak támogatást, melyek közvetlenül a csatlakozást készítik elő. Így a turizmus önálló programként nem jelenhet meg, azonban úgy gondolom, hogy a területfejlesztési, illetve határon túli együttműködési programokban, amelyek továbbra is megmaradtak, van lehetőség Phare pénzek elnyerésére. A határon túli együttműködés egyrészt az osztrák–magyar határ régiók között alakult ki, másrészt pedig vannak kezdeményezések Ausztria–Szlovákia–Magyarország, Románia–Magyarország, és Ausztria–Szlovénia–Magyarország együttműködésére is. Ezeket a programokat a Földművelési és Vidékfejlesztési Minisztérium koordinálja. A regionális fejlesztések ösztönzése érdekében a Phare programnak már 1995 óta vannak területfejlesztéshez kapcsolódó projektjei. Először úgynevezett kísérleti programalapokat hoztak létre, illetve kistérségi programokat hirdettek meg. Megemlíteném még a kis- és középvállalkozások támogatási programját, amely a helyi vállalkozói központok közreműködésével valósul meg. Ezek a központok szakmai, pénzügyi információs tanácsadással segítik a vállalkozókat, illetve kis összegű pénzügyi hiteleket is biztosítanak.

## Konferencia

Végül a több országot átfogó multicountry programokról szólnék néhány szót. A Credo program célja a jó szomszédság segítése a régiók és a közösségek együttműködésén alapuló tervek megvalósításával. Ebben a határmenti régiók és közösségek vehetnek részt, és a cél valami közös probléma megoldása kell, hogy legyen. A pályázónak minden esetben akár magán, akár közalapítású nonprofit szervezetnek kell lennie. Lényeges szempont az, hogy működésük független legyen a központi kormányzattól. A támogatást alapvetően gazdaságfejlesztéshez, szociális és kulturális együttműködéshez, helyi és regionális fejlesztéshez lehet igénybe venni. Kétféle projekt van; a kisebbek maximális támogatási összege 50 ezer ECU, a nagyobb projekteké legfeljebb 300 ezer. Ezeknél a programoknál meg van határozva a kötelező önerő rész is. A kisebb projektek esetében 10%, a nagyobbaknál 20% az önerő, ami nem származhat más Európai Unió forrásból. Részletes információt a Credo programról a Határon Túli Együttműködés programirodáknak, Szentgottárdon, Szarvason és Békéscsabán, valamint a Földművelési és Vidékfejlesztési Minisztérium programirodájában kaphatnak.

A Partnership program elsődleges célja, hogy a civil társadalom fejlődését és az országok közötti együttműködést támogassa. Ösztönzi továbbá a decentralizált nonprofit szervezetek közötti tartós együttműködést. Valamennyi Phare program alapvető célja, hogy ne csak a program megvalósításának érdekében működjenek együtt a partnerek, hanem tartós kapcsolat alakuljon ki közöttük. A támogatható tevékenységek helyi és regionális fejlesztés, vállalkozásfejlesztés. A pályázók nonprofit szervezetek lehetnek, illetve olyan nemzetközi szervezetek, amelyekben legalább két EU tagország is közreműködik. A lényege, hogy

ezeknek a programoknak a megvalósításában is több szervezetnek kell tevékenyen együttműködni. A támogatás összege 15 ezer ECU-tól 200 ezer ECU-ig terjedhet. Még érdekességként megjegyezném, hogy a pályázatbeadás és az eredményhirdetés között legalább 5 hónap, az eredményhirdetés és a szerződés aláírása között legalább 3 hónap telik el. Tehát jó előre kell tervezni.

63  
K É K

**Bocsák Ágnes**, a Magyar Turizmus Rt. termékmenedzselési igazgatója:

### Támogatási lehetőségek a kulturális turizmusban

Megpróbálom összefoglalni, hogyan lehet hazai kulturális és turisztikai támogatáshoz jutni. Rengetegféle forrás van, de amiről itt nekem beszélnem kell az a Gazdasági Minisztérium turisztikai célelőirányzata. Az elhangzott szekcióülési összefoglalók után úgy éreztem, az az általános vélemény, hogy mi vagyunk a pénzes bánya, tőlünk lehet pénzt szerezni. Sajnos ez nem egészen így van. Segíteni azért sokat tudunk egyrészt közvetlen módon a pályázatok útján elnyerhető pénzekkel, másrészt közvetett módon a marketingben.

A turisztikai célelőirányzat pénzalapja két forrásból tevődik össze. Ötven százalék származik az állami költ-



séggéből, a másik ötven százalék a turisztikai tevékenységet végző vállalkozók által befizetett turisztikai hozzájárulásból. Természetes, hogy minden vállalkozó azt szeretné, ha minél nagyobb részből kapna vissza a befizetett adójából. Azonban a célélőirányzat kezelését egy állami rendelet (Magyar Közlöny 1998. évi 51. száma) szigorúan szabályozza. Terveink szerint az 1999. év során 6 milliárd forint fog rendelkezésünkre állni. Ebből marketing tevékenységre 2,7, a pénzügyi támogatásokra 2,5 milliárd forintot tudunk majd költeni. Pénzügyi támogatás kizárólag pályázatok útján nyerhető el. A pályázatokat a Magyar

## Konferencia

pályázni beruházáshoz kapcsolódó kamattámogatásra, nemzetközi tagdíjtámogatásra, valamint az 1999–2000-es rendezvényekre. Valószínűleg a jövő év során is hasonló pályázati lehetőségek lesznek, sőt körük még tovább bővül. Egy újdonsággal már most is szolgálhatok, lovas pályázatunk most jelent meg.

Munkánk legnehezebb része az információszerezés. Mi nagyszabású rendezvényeknek csak akkor tudunk kelő publicitást biztosítani, ha idejében eljutnak hozzánk a részletes programok. Amiről nem tudunk, azt nem is tudjuk propagálni.

Nagyon röviden egy fontos együttműködésről szeretnék beszámolni. Kétéves multra tekinthet vissza a Kulturális Tárcával való együttműködésünk. 1997-ben 100–100 milliót tett a két minisztérium a közös alapba, 98-ban 150–150 milliót. Közösén támogattuk a nemzetközi művészeti fesztiválokon és a turisztikai szakvásárokon való magyar részvételt, a külföldi magyar kulturális intézmények szervezését, egy autentikus cigány-folklór együttes külföldi fellépéseit, illetve fotóművészeket. A beérkezett fotókat a Magyar Turizmus Rt. dia-tárában használják fel. A '98-as év újdonsága volt a Magyar Turizmus Utazó Nagykövete elnevezésű díj átadása. Ez a példa értékű új kezdeményezés a Magyarországra irányuló minőségi turizmus iránti igény felkeltését segíti egy-egy olyan együttes támogatásával, akik a világ idegenforgalmilag fontos helyszínein a magyar kultúra magas színvonalú képviselőjeként lépnek fel. Az 1998–99-es évadban a Fesztiválenekar nyerte el ezt a megtisztelő kitétetést.

Végül arról, hogy mi-mindent tudunk még nyújtani, ami effektív nem pénzügyi támogatás, de pénzben kifejezhető értéket képvisel. Ez a közvetett, vagy marketingtámogatás, ami a turisztikai célélőirányzatból finanszírozható. Nemzetközi vásárookra kivisz-

szük az önök ajánlatát, azt a kínálatot, amit szeretnénk Magyarországról bemutatni. A *Turizmus* című újság közöl egy listát a legnagyobb turisztikai szakvásárok pontos időpontjáról, de ezeken kívül 137 nemzetközi vásáron jelennek meg szóróanyagok Magyarországról. Belföldön is jelen vagyunk, például az Utazás '99 kiállítás keretében. A nemzetközi szakkiallításokra mindig elkészítjük a nemzetközi eseménynaptárunkat és a következő Utazás '99-re el fog készülni az országos eseménynaptárunk is. A világ 17 országban működik külképviseletünk. Az egész országot behálózza a TOUR-INFORM hálózatunk. Év végére 95 helyen lesz az országban TOURINFORM irodánk, melyek dolgozói a helybeliekkel tartják a kapcsolatot.

**Dr. Kovács Dezső**, Gödöllői Agrártudományi Egyetem, Gazdasági- és Társadalomtudományi Kar, Agrárszociológiai Tanszék adjunktusa:

**A turizmus szerepe a népi hagyományok megtartásában és a vidék fejlesztésében**

Magyarországon az elmúlt években a turizmus új pozícióba került a gazdaságban és a társadalomban. Ez annak a szívós munkának köszönhető melyben a jelenlévők is részt vettek. Azt hiszem, hogy a '90-es években a turizmus a vidék számára új alternatívát fogalmazott meg. Új kínálati formák jelentek meg, sokféle új tevékenység indult be. Ugyanakkor rendkívül sok illúzió tapad a vidéki turizmushoz. A belföldi turizmus szintén új megítélést kapott napjainkban Magyarországon. Új intézményrendszer kezd kibontakozni, sok üdülőtelepen az üdülőfunkciók lakó-funkciókká, korábbi üdülőtelepek belterületté alakulnak, a helyiek és az üdülők között új kapcsolatrendszer alakult ki. Magyarországon a turizmust igen erős marketing propaganda és promóciós szemlélet jellemzi. Sajnos a turizmus társadalmi

64  
K É K

Turizmus Rt. külön e célból alakult irodája kezeli. Kérdéseikkel hozzájuk fordulhatnak. Rengeteg szemrehányást kapunk a vállalkozóktól, hogy nem tudnak a kiírt pályázatokról. Erre csak azt tudom mondani, hogy aki a turizmus pénzéből kíván részesedni, az figyelje a turizmus híreit. Az összes pályázati kiírás megtalálható a *Turisztikai Értesítőben*, a *Turizmus* című hetilap hírmondó mellékletében, valamint mindig megjelenik, egy napilapban is. Nagy örömmel mondhatjuk, hogy immár megjelentünk az Interneten is. A Magyar Turizmus Rt. honlapján ([www.hungarytourism.hu](http://www.hungarytourism.hu)) szintén megtalálhatók a pályázati kiírások és letölthetők a pályázati adatlapok.

Néhány példa a tavalyi pályázati kiírásokból. Támogattuk a tematikus turisztikai termékeket, a turisztikai marketing tevékenységet, a gasztronómiai és borturizmust, a gyógy-turizmust, és a konferenciák szervezését. Lehetett



és környezeti hatáselemzése jelentősen elmaradott, holott nagy szükség lenne arra, különösen vidéken, hogy a turizmus hatásait komplexen elemezzük, és az eredményekről tájékoztassuk a politikai vezetőket. A turizmus és a helyi társadalom vonatkozásában is új jelenségekkel kell foglalkozni. Sok esetben a helyiek, helyi közösségek nemigen ismerik fel saját értékeiket. A másik probléma, hogy nem ismerik a turizmus működését. Sokszor nem a helyiek ismerik fel először a lehetőséget, eleinte máshonnan jönnek a vállalkozók. A helyieknek kell egy 10–15 esztendőös tanulási idő, amíg igazán be tudnak kapcsolódni a turizmusba. Jó példa erre a Tisza-tó, vagy néhány újonnan alapult gyógyfürdő.

Engedjék meg, hogy felvázoljam és a magyar viszonyokra alkalmazzam egy kanadai földrajzos kollégámnak, Battler úrnak, egy 1980-ban publikált, a turista területek életciklusára vonatkozó elméletét. Szerinte a turizmus egy életgörbével jellemezhető. Ez az életgörbe a turizmus esetében két-, három-, négy-, öt évtizedre is kiterjedhet. Az elmélet leírja, hogy bizonyos területeket hogyan fedeznek fel a turisták, hogyan kapcsolódnak be a helybeliek, hogyan jelenik meg a külső tőke, hogy indul meg egy jelentős fejlődés, és végül egy terület fejlődése hogyan éri el a csúcspontját, hogyan esik vissza, majd hogy történik az esetleges megújulás. Ha megpróbálunk egy ilyen életgörbét az idő és a turisták száma tengelyén elhelyezni, mondjuk a Balatonra, vagy a Tatai tóra, vagy néhány gyógyfürdőre vonatkozóan, akkor láthatjuk ennek az elméletnek az érvényességét. A magyar falusi turizmusra vetítve ennek az életgörbének három szakaszát lehet megkülönböztetni. Most egy spontán fejlődési szakasz végéhez értünk. Most lép át a falusi turizmus és a vidék turizmusa is egy átmeneti szakaszba, s majd egy 5–10 év múlva talán egy fejlettebb szakaszba jutunk.

A spontán szakasz jellemzői a gazdaságtervek és a sok szöveg, de hatékony intézkedés nagyon kevés törté-

## Konferencia

nik. Nem biztosítanak megfelelő tudást a lehetséges falusi vendéglátóknak. Kevés a pénzügyi segítség, hiányzik a marketing és a koordináció. Hiányos az infrastruktúra, tessék például a 10 évvel ezelőtti magyar telefonhelyzetre visszagondolni, nem megfelelő az együttműködés a helyiek között. Sokszor a szomszédok egymással versenyeznek ahelyett, hogy összefognának. Sok esetben az elvárások sem reálisak.

A magyar turizmus jelentősége a magyar gazdaság szempontjából nem abban van, hogy 10–20 ezer családnak sikerült jelentős kiegészítő jövedelmet szerezni, hanem abban, hogy ők tenni próbálnak valamit a saját településük fejlesztése, vonzeróinak, erőforrásainak feltárása érdekében. Szerencsére ma már nagyon sok településen kezd kialakulni az együttműködés az önkormányzatok, civilszervezetek, és a helyi vállalkozók között, ami nélkülözhetetlen a jövő szempontjából.

Az Európai Unió a csatlakozni kívánó országok számára hamarosan megszervez egy vidékfejlesztési, valamint egy infrastrukturális és egy környezetvédelmi programot. Mi a koncepciók országa vagyunk, a terveket nagyon ritkán követi hatékony intézkedés. Az EU azonban elvárja már a programkészítés időszakában, hogy nagyon pontosan, eredménymutatókkal, konkrét számokkal jelzett programok és hatékony ellenőrzés alapján történjenek egy többéves időszakra végzett tervezés. Nagyon sokan kellene, hogy készüljenek, országos, megyei, regionális és helyi szinten is arra, hogy az EU-nak benyújtandó vidékfejlesztési program valóban tükrözze a helyi érdekeket és igényeket.

A hagyományok fontos vonzerót jelentenek a vidéki turizmusban, és Magyarország közismerten nagyon gazdag népi hagyományokban, azonban kisközösségek esetén csínján kell bántani a hagyományok turisztikai alkalm-

zásával. A helyi hagyomány sok esetben a közösség legfontosabb összetartó ereje. Amikor a helyi hagyományt megpróbálják a turizmusban felhasználni, fennáll a veszélye, hogy a közösség elfordul tőle, és a hagyományok kiüresednek, pusztán turisztikai attrakcióvá válnak. Nagyon fontos a hagyományokat gondosan, körültekintően felhasználni a turizmusban, de a hagyományok bemutatásából Magyarországon még nagyon nehéz megélni. Sajnos negatív példa a turizmus felhasználását illetően Hollókő, ahol az elmúlt 30–50 év alatt a falu elveszítette népességének közel felét. Fialatok alig maradtak a faluban, és aki

65  
K É K

maradt sem nagyon foglalkozik turizmussal. Az ország bizonyára sokat profitál Hollókőből, de mit jelent a turizmus a helyi közösség számára. Mit jelent a turizmus azoknak a hollókőieknek, akik háza előtt több százan, több ezren mennek el. Mit jelent azoknak az asszonyoknak az életében, akik felhagytak a kapálással és nap, mint nap szép színes ruhában mutatják be táncukat, énekeiket. A hagyomány nem lehet örök rabság, a hagyományok is módosulnak az idővel. Amit ma általában hagyományként mutatunk be, az még szépapáink, ukapáink kulturális öröksége, azonban a jelen generációnak is vannak kulturális termékei. Amikor hagyományörzészről van szó, nagyon gondosan kell eljárni, nemcsak a múltat, a jelent is figyelembe kell venni és a jövőre is kell gondolni.



## A szekcióvezetők összefoglalója az ülések munkájáról

**Dr. Lengyel Márton**, a Magyar Turisztikai Egyesület elnöke:

### A tömegturizmus és kultúra

A tömegturizmus és kultúra téma kapcsán 20 előadást hallgattunk és vitattunk meg. Az eredmény tulajdonképpen négy kulcsszó körül foglalható össze; szemléletváltás, együttműködés, szakszerűség, tervezés, ill. tervezhetőség.

A szemléletváltást több előadó szükségesnek tartotta, hiszen, mint ez rész-

## Konferencia

együttműködése, amely egyúttal szemléletváltást is jelent mindkét fél részéről. A másikban nemcsak üzletfelet lát, hanem olyan partnert, akivel együtt kell elgondolni, és utána megvalósítani mindazt, ami mindkét fél számára jó. Olyan turizmust, amely egy kicsit tervezhetőbb, amely gazdasági eredménnyel jár, amely a kulturális értékek hírvivőjévé válik, és élményt nyújt maguknak a turistáknak. Itt merült fel, hogy ma még éles a különbség a kis- és közép múzeumok, ill. a nagy országos múzeumok turisztikai szemléletmódja között. Míg az előzők inkább felfedezik a partner szükségletét, az utóbbiak még mindig főleg költségvetési finanszírozásra épülnek, csak a múzeum klasszikus funkcióit (gyűjtést, megőrzést, esetleg kiállítást) tartják alapvetőnek, de azzal nem nagyon törődnek, hogy a közönségnek mire van igénye.

A következő kulcsszó az együttműködés. Ezt majdnem minden vitában résztvevő előadó megemlítette. Néhány pozitív példa is szóba került, elismerést kapott így például a Budapest Kártya, melyet a Budapesti Turisztikai Hivatal adott ki, és amely a kártyatulajdonosok részére az ingyenes közlekedésen túl több mint 50 múzeumba biztosít belépést. Szintén előrelépés e téren az új budapesti múzeumi prospektus megjelenése, vagy a Matur Kulturális Tagozatának létrejötte, amely ehhez a konferenciához is hozzájárult. A táci Gorsium modell értékű példát mutat be arról, hogy az antik kultúrát a ma emberének lehet úgy is közvetíteni, hogy az ne csak száraz ismeretanyag legyen, hanem minden látogató számára élményt nyújtson. Ez a múzeum a gorsiumi régészek és a Fejér megyei, székesfehérvári turisztikai kollégák közti példamutató együttműködés során jött létre. Máshol is felmerült már az igény a kultúra több ágának összefogására. A felújított vi-

déki kastélyokban, például Fertődön és Keszthelyen egyre több zenei programot szerveznek. Szintén új kezdeményezés a magyarországi barokk viasságok megrendezése. Jó példát halottunk Pécsről, ahol a műemlék-világörökség turisztikai hasznosításába egy ouvertüre program keretében már az EU is bekapcsolódott.

Egy felmérés során magyar fiatalokat kérdeztek meg, hogy mi jut eszükbe Olaszországról. Az eredmény kijózanító, érdemes figyelni rá. Első helyen a pizza szerepel, másodikon a maffia, megemlítették Rómát és Velencét is, de pl. képzőművészet csak a 12. helyen áll. A turizmus tervezhetősége egy nagyon izgalmas kérdés. Nem elegendő az, hogy a másik csak üzleti partner, ha egy utazási iroda megvesz egy szolgáltatást, s nem vesz részt sem a tervezésben, sem az előnyök megosztásában, sem a turisták véleményének a visszajelzésében.

A tervezéstől, sőt az ötlet megszületésétől kezdődő együttműködés során lehet csak igazán eredményes egy program. Kérdés, van-e rá lehetőségünk, hogy egy évvel előre tudjunk tervezni, hiszen a turizmusban, ha egy programot nem tervezünk meg legalább egy évvel előre, akkor nem lehet hírverést csinálni és a programnak biztos nem lesz célirányos közönsége. A tervezésre viszont a régi költségvetési mechanizmusok teljesen alkalmatlanok.

Ennek kapcsán merült fel az egyik előadó részéről egy közös kiállítási marketing iroda felállítása. Az iroda fő feladata az lenne, hogy kifejezetten olyan kulturális attrakciókat szervezzen, amelyek alkalmasak arra, hogy önállóan közönséget vonzzanak. Fontos, hogy a nagy kiállításokat és nagyszabású rendezvényeket hosszabb időtávra tervezzük. Az előadó álláspontja szerint ezt a turizmusnak kell finanszírozni, mert a kultúrában nincs rá forrás. Egy kiállítási marketing iroda megnyitása olyan jó ötlet, mely megéri a támogatást.

66  
K É K

ben a plenáris ülés bevezető előadásán is kiderült, mindkét szférának, a turizmusnak és a kultúrának is sok a fájdalma, mindkettő küzd a méltó helyért, és egyre inkább kibontakozik, hogy segítséget mástól nem várhatunk. Hogyha együttműködünk, nagyobb sikerre számíthatunk a tömegturizmus és a kultúra területén egyaránt. Szemléletváltás szükséges, hogy a kérdés ne úgy merüljön fel, hogy turizmus vagy kultúra, hanem turizmus és kultúra. A „vagy”, tehát a kizáró megközelítés azt jelenti, hogy vagy egy elit számára tartjuk fenn a kultúrát a turizmuson belül, vagy lemondunk arról, hogy az emberek személyisége gazdagodjon az utazás során, tanuljanak, szemléletük változzon, befogadó-késszé váljanak más kultúrákkal és népekkel szemben. E téma kapcsán merült fel a művelődési házak és a TOURINFORM irodák szaporodó



**Dr. Koncz Gábor**, a Magyar Kultúra Alapítvány igazgatója:  
**A kulturális turizmus finanszírozása**

Kicsiny, de nagyon lelkes szekciónk 15 és 60 fő között mozgott. Élénk eszmecserét folytattunk kb. 12 igen jól felkészült hozzászólóval.

A kultúrát tág értelemben az ember és a környező világ viszonyaként értelmeztük, tehát úgy gondoljuk, hogy a turizmus a kultúrák találkozása. Ismernünk kell a turistát, mert a turista elsősorban a saját kulturális kódjai szerint választ, tehát nemcsak azt kell tudnunk, hogy mi mit akarunk nyújtani a turistának, hanem, hogy a turista mit és milyen szempontok szerint keres. A turizmus lényege, hogy a szolgáltatás kulturált legyen, tehát az adott kultúra lényegét, minőségét fejezze ki.

Ha a kultúrát szűken értelmezzük, akkor azt mondjuk, hogy az ismeretmegőrzés és közvetítés intézményszerűségről van szó. Múzeumokról, művelődési otthonokról, könyvtárakról, emlékművekről, fesztiválokról, rendezvénysorozatokról. Tehát a kultúra az turisztikai kínálat, vonzerő és szolgáltatás együtt. Ebben is alapvető szempont, hogy a tág kultúrára, azaz a kulturáltságra legyünk tekintettel.

Szekciónk témakörei igen széles skálán mozogtak, a falusi turizmustól, a barokkos fesztivál-turizmusig, de minduntalan azt tartottuk szem előtt, hogy e széles skálán megtaláljuk a gazdasági, pénzügyi jellegű közös nevezőket. Volt szó kastély-turizmusról, virágkarneválról, kolbászfesztiválról, falusi turizmusról, lovas programokról, biciklizésről és így tovább. Mindennek kapcsán a finanszírozást tágan értelmeztük; nem kalkulációkban gondolkoztunk, hanem közgazdaságban, környezetgazdaságban és államháztartásban.

Nem Magyarországon gondolkodtunk, hanem Kárpát-medencében. Külön örömeinkre szolgált, hogy erdélyi, kárpátaljai résztvevők is voltak

## Konferencia

szekciónkban. Megállapítottuk, hogy a határon túliaknak nemcsak segílyt kell adnunk, hanem segítenünk kell nekik oktatással, szervezéssel, hosszabb távú projektekkel, hogy a kulturális turizmust meg tudják teremteni. A kisebbségben élő magyaroknak sokkal nehezebb programjaikat elfogadtatni, mert a többségi kultúrával is meg kell küzdeniük. Tehát középtávú stabilitásra, tervezésre, finanszírozási programokra és az alapítványok, támogató szervezetek munkájának összehangolására van szükség. Fontos az állam koordináló szerepe, a jogszabályok harmonizációja, a támogatási rendszerek, támogatási lehetőségek, legalább 2–3 éves átgondolása. Kormányváltások, önkormányzati testületváltások idején különösen nehéz helyzetben vannak azok, akik fesztiválokat, sorozatokat terveznek. A pályázati rendszer ellentmondásai különösen a rendezvénysorozatokot sújtják, ezért kérjük a kormányzati illetékeseket, hogy stabilizálják az alapítványi rendszert, próbáljanak meg segíteni a pályázatok közötti összhang megteremtésében és próbáljunk meg középtávra, tehát két-három évre szólóan tervezni.

Ugyanakkor a turizmus és a kultúra is vállalkozó jellegű, tehát az egyes helyekre, a kis térségekre kell, hogy essen a hangsúly. Fontos a helybeliek részvétele és az, hogy a helyi megrendeléseket, a helyi intézmények, a helyi vállalkozók kapják. Általános tapasztalat az, hogy egy-egy nagyobb rendezvényt vagy fesztivált a máshonnan jövő, élelmes vállalkozók veszik kézbe, a helyiség vállalkozói lassabban ébrednek fel. A jó adórendszer szükséges ahhoz, hogy az önkormányzat érdekelt legyen abban, hogy a helyi vállalkozók, helyi intézmények részt vegyenek a kulturális turizmus munkájában. A büféken, éttermeken, szállodákon, közlekedésen és más számtalan szolgáltatáson keresztül szerzett

pótlólagos bevétel – egy jó adórendszer esetén – a helyi forrásokat növeli. Tapasztalatok bizonyítják, hogy a helyi önkormányzatok mindig a többszörösét szedik be egy-egy rendezvény kapcsán a pótlólagos adóbevétellel és a munkalehetőségekkel, mint amit kiadnak a megrendezésre.

Megállapítottuk azt, hogy a turisták számára rendkívül fontosak a részletek. Egy vasútállomás nyilvános illemhelyén a tisztaság és a felszereltség többet mond az országban jellemző állapotokról, mint a parlamenti beszámolóok összessége. A turista, ha jól érzi magát, jók a tapasztalatai, őt felé mondja tovább, a rossz tapasztalato-

67  
K É K

kat tíz felé. Tehát a legjobb reklám és gazdasági befektetés, ha a vendég jól érzi magát, ennek eszköze pedig, ha kulturáltan minőséget kínálunk. Ehhez alapvetően fontos a képzés.

Végezetül megállapítottuk, hogy általánosan jellemző a kulturális turizmusban a tökehiány, azonban ezt kreatív ötletekkel ellensúlyozni lehet.

**Szabó Géza**, a Falusi Turizmus Országos Szövetségének alelnöke:

### A falusi turizmus

A falusi turizmus témaköre kapcsán rendkívül széles áttekintést kaptunk a szekcióülés 10 előadójától, és több mint 30 állandó résztvevőjétől.

Egyöntetű volt az a vélemény, hogy Magyarország a falusi turizmus útjára lépett. A végcél még mindenki számára igen távoli, de általában igaz, hogy a vállalkozók jó irányba haladnak.



## Konferencia

A szekcióülés egy igen érdekes, spontán része volt, hogy a Kárpátokon belüli magyarságnak a fórumává váltunk. A Felvidékről, Kárpátaljáról és Erdélyből érkezett előadóink beszámoltak róla, hogy ők hol tartanak a falusi turizmusban, és elmondták milyen segítséget kérnének, igényelnének, várnának el tőlünk. Nem elsősorban anyagi segítséget kértek, hanem inkább kapcsolatépítésben, tapasztalatcserében számítanak ránk. Azt hiszem, hogy jó helyen jártak. Mintegy 12 éves időbeli csúszást lehet megfigyelni a magyar, illetve a felvidéki, kárpátaljai és az erdélyi falusi turizmus helyzetét összehasonlítva.

68  
K É K

Súlyponti kérdés volt nálunk az, meddig van jó hatással a turizmus egy településre, meddig fejleszti a település kultúráját a turizmus megjelenése, és mi az a határ, mikortól már a turizmusnak a negatív oldala is felmerül, mit tud elviselni egy község. Volt szó olyan erdélyi kisleányokról, 100–200 lelkes településekről, ahová évente több száz turista ellátogat. Ilyen helyzetben a turizmus komoly veszélyt jelenthet a település számára. Bár nem tudunk receptet adni a probléma megoldására, azt tudjuk, hogy a kulcskérdés: a helyiek kezébe adni a kontroll lehetőségét. Fontos, hogy a helybeliek aktívan részt vegyenek a turizmusban, szervezői, kontrollálói és hasznélvezői is legyenek.

Másik kérdés, hogy ki a vívőereje a falusi turizmusnak. Ki az, aki a kulturális értékeket összekapcsolva a vendéglátással egy olyan piacképes terméket hoz létre, ami erősítője a helyi gaz-

daságnak és közösségnek is. Optimális esetben éppen a helyi közösség a falusi turizmus vívőereje. A negatív példák és kudarcok felsorolásakor az derült ki, hogy aki magában próbálkozott vendégfogadó gazdaként, annak nem sok sikerélménye volt az elmúlt években. Nem voltak meg azok a segítő kezek és információs források, amiből építkezni tudott volna. Tehát azt javasoltuk egymásnak, hogy helyi, kistérségi szinten, alakuljanak közösségek a falusi turizmus felkarolására. Helyi szintű megoldás esetén kevesebb a kudarc és kisebb a bukás esélye.

A finanszírozás kérdéséről szekción belül is megoszlottak a vélemények. Abban azonban mindenki egyetértett, hogy olyan támogatásra van szükség, ami esélyt kínál arra, hogy akinek tehetsége és kedve van, be tudjon kapcsolódni a falusi turizmusba. Támogatás szükséges információszerzésben, termékfejlesztésben, piacszerzésben és az infrastruktúra kiépítésében. Persze nem lehet nélkülözni az egyéni vállalkozóknak, vendégfogadóknak szánt támogatást sem, hiszen csak ezek az egyéni sikerek adnak a példát másoknak. Fontos, hogy egy olyan hálózat alakuljon ki a magyar vidéki területeken, ahol professzionális kínálatok jönnek létre, amelyek megállják a helyüket a piaci világvversenyben.

Zárásként csak a plenáris ülés tegnapi utolsó előadására utalnék. Kovács Dezső kollégánk azt jelezte, hogy a magyar falusi turizmus egy átmeneti időszakhoz ért, amikor a spontán folyamatok helyett tervezett, támogatott fejlesztések veszik át a vezető szerepet. A szekció résztvevői sajnos úgy érzik, hogy az első fejlődési szakasz még nem zárult le. Még ma is döntően a spontán folyamatok játszanak szerepet: a helyi embereknek, helyi erőből, helyi ötletekre épülő termékfejlesztése. A tudatos, tervezett és támogatott fejlesztés ma még körvonalaiiban sem látszik.

Nagy fájdalomunk, hogy ebben a

szekcióban ugyan ott voltak a képviselők, a falusi turizmus vállalkozói, vendégfogadói, szervezői oldaláról, azonban a döntéshozók képviselőit hiányoltuk.

**Dr. Rubovszky András**, a Magyar Szálloda Szövetség elnöke:  
**A szálloda, mint a kultúra közvetítésének helyszíne**

A szálloda elsődleges feladata és kötelessége: környezetével reprezentálni annak az országnak, helyiségnek és régióknak a kultúráját, amelyben felépült. Ezt elsősorban renddel, tisztasággal, izléssel, a hagyományok ápolásával, a tájegység gasztronómiájának bemutatásával és az ott dolgozó személyzet viselkedés-kultúrájával lehet megtenni. A szálloda a kultúra-közvetítés helyszíneként helyet adhat különböző rendezvényeknek, akár az előadó-művészet, akár a képzőművészet terén. Az ország rengeteg szállodájában zajlanak hangversenyek, nyílnak kiállítások. Ez a szállodák mecénási szerepkörű bemutatkozása, hiszen a rendezvényeket a szállodák ingyen szervezik meg, és a helyiségeket bérmentve bocsátják a művészek rendelkezésére. Ezek a rendezvények egyrészt alkalmat adnak a művészeknek a bemutatkozásra, másrészt lehetőséget arra, hogy el is adják a műalkotásokat. Hiszen, ahogy festő barátaim szokták mondani, az egyik művészet az, hogy megfesti a képet, a másik művészet az, hogy eladja. A szálloda ezen kívül vásárolhat is művészeti alkotásokat, és ezeket kiállítva bemutathatja. A múzeumok és szállodák együttműködésében rejlik még igen nagy lehetőség. Nem egy szállodat ismerünk Magyarországon, amely múzeumok pincéjében elfekvő, kiváló műalkotásokat restaurált és épületeknek díszítő elemeként kiállított.

Az információ-szolgáltatás terén, beleértve a kulturális rendezvényeket is, jelentős feladat hárul a szállodákra. Egy magára valamit is adó szállodai portának, naprakészen felkészültnek



## Konferencia

kell lennie abból, hogy a városában, a környezetében milyen kiállítás, színelőadás, opera, hangverseny, milyen irodalmi, vagy egyéb kulturális esemény zajlik és erre jegyeket is be kell tudnia szerezni. Mindez nemcsak erkölcsi kötelessége a szállodának, hanem alapvető, üzleti érdeke is.

A ma délelőtti szekcióülésem a Kárpát-medence, mint önálló régió kulturális és turisztikai lehetőségeiről volt szó. A szekcióülés üzenete elsősorban az volt, hogy ha Magyarország és a környező országok az Európai Unió tagállamaként képzelték el a következő évtizedeket, évszázadokat, akkor mindannyiunknak magunkévá kell tennünk azt a regionális szemléletet, amikor egy térség kulturális, történelmi értékeinek bemutatásakor nem országhatárokon, hanem egységes természeti és kulturális régiókban gondolkozunk. S mi más lenne Európa ezen felén a legtermészetesebb természeti és kulturális régió, mint a Kárpát-medence.

**Lukovics András**, a Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetségének elnöke:

### A fesztiválok szerepe a turizmusban

Ennek a szekciónak a Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetsége volt a házigazdája. A Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetsége 42 tagfesztivált tömörít és évek óta tagja az Európai Fesztivál Szövetségnek. A szövetség legfontosabb feladata, hogy a magyar fesztiválok érdekeit országosan és nemzetközi szinten képviselje.

Voltak külföldi vendégeink is, Sciaratta Patrick úr, az Amerikai Egyesült Államokból, a Barátság Követi Alapítvány részéről, és Mina Peeva asszony, aki a Plovdivi Európai Kulturális Hónap megszervezéséről beszélt, melynek keretében szeretnének egy Magyar Hét rendezvényt is megvalósítani. A turizmus és kultúra kapcsolataról több összefüggésben váltottunk szót.

Javasoljuk végiggondolni a Magyarországi Művészeti Fesztiválok minősítési rendszerét a kulturális minőség, a turisztikai kínálat és a finanszírozhatóság szempontjából. Jó volna egzakt módon mérni a magyar művészeti fesztiválok értékrendjét. Fontos volna a magyar művészeti fesztiválok és a turisztikai programajánlatokat egy csomagként kezelni. A mi szekciónk sem került meg a finanszírozás problémáit és csak aláhúzni kívánom, hogy a megnyugtató és biztonságos szervezés és előkészítés érdekében elkerülhetetlen a középtávú finanszírozás problematikájának végre végleges megoldása. Sajnos a tendenciák nem efelé mutatnak. Éves költségvetésekre alapozva fesztiválok előkészíteni, megszervezni, és az ehhez szükséges anyagokat előállítani nem lehet. A finanszírozás, úgy gondoljuk, hogy három lábon kell, hogy álljon. A központi keretek nem nélkülözhetők, de mellette a finanszírozás másik lába az önkormányzati támogatás kell, hogy legyen, mely többnyire ugyancsak éves költségvetések függvénye, és a harmadik a saját bevételek, ár és díjbevételek, szponzorálás, és támogatások megszerzése.

Átgondolásra előterjesztem, hogy a magyar szakmai szervezetek mellé a központi keretből pénzalapot rendeljenek, ahogy erre van példa jó néhány skandináv és nyugat-európai országban.

Szekciónk foglalkozott a magyar millennium megünnepelésével is. Külföldi partnereink már kész programokkal álltak elő, míg itthon még mindig a pénzügyi vitáknál tartunk. Legalább hat hónapos csúszásban vagyunk vonatkozásban. Nem ismerjük Magyarország kapcsolódását a Közös Európai Nagyrendezvényhez, nem tisztázott a központi, fővárosi és a lokális rendezvények szerepe, koordinálása és egymásra épülése. Nagyon sürgősen lépni kellene. Szekciónk javasolja,

egy nagyszabású, központi fesztivál szervezését, mely a múlt, jelen és jövő bemutatását tűzné ki célul.

Rendkívül fontosnak tartjuk a fesztiválprogramok mielőbbi megjelenését az Interneten, valamint egy fesztivál homepage megalkotását, mely képi és hangzó anyaggal is bemutatná a magyarországi művészeti fesztiválokat.

A rendezvény-, ill. fesztiválturizmus és általában a kulturális turizmus és általában a kulturális turizmus nemzetközi turizmus rendkívül fontos és jelentősen növekvő szegmense. A különböző rendezvények, az olimpiai játékoktól és viláckiállításoktól kezdve a kisebb helyi fesztiválokig, a turisztikai vonzerők között sajátos he-

69  
K É K

lyet foglalnak el. Az olyan rendezvényekből viszont, amelyek a helyi lakosság identitásának megőrzését szolgálják, nem szabad turisztikai látványosságot csinálni. Végül: a kultúra és a turizmus összehangolt együttműködése lehet a minőségi turizmus fejlesztésének garanciája és az életminőség javítását szolgáló exkluzív turizmus alapja. Az együttműködés kölcsönös hasznot hajthat mindkét fél számára. Egyfelől a kultúra alapvető vonzereje a turizmusnak, mely turisták millióit csábítja utazásra világszerte, másfelől a turizmus nemzetközi közönséget biztosít a helyi kulturális értékeknek, jelentős szerepet tölthet be az ország pozitív képének formálásában. A vendégforgalomból származó anyagi haszon egy része ugyanakkor visszafordítható a többnyire állami vagy helyi önkormányzati költségvetésből dotált kulturális attrakciók fenntartására és működtetésére.



*Dr. Tasnádi József*, a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem docense:

### **Turizmus és kommunikáció**

A szekcióülésen először is megpróbáltuk definiálni a kommunikációt. Három különböző megközelítés került elő. Az egyik megközelítés a kommunikáció mint társadalmi érintkezési forma. A másik, a jelentések, közlések, viselkedések, magatartások összessége. A harmadik meghatározás a kölcsönös információ-áramlás. A fogalmi behatárolást követően került sor arra, hogy megvilágítsuk a turizmus-

# 70 K É K

nak és a kommunikációnak közös területét. Az egész szekcióülés tulajdonképpen e körül a téma körül mozgott.

Megállapítottuk azt is, hogy a kultúra áthatja a turizmus versenyképességének összes tényezőjét. Elsőként említem a turisztikai szolgáltatások iránti keresletet, a célpiacokat, melyek elvárása a turisztikai szolgáltatások megléte és igénybevételi lehetősége. A másik versenyképességi tényezőben, a kínálati oldalon, szintén markánsan megjelennek a kulturális szolgáltatások, mint turisztikai ajánlatok. Hiába hozzuk létre a turisztikai – ezen belül kulturális – szolgáltatások tömegét, ha ezek nem válnak széles körben ismertté. A marketing tulajdonképpen a kommunikációnak egy speciális formája. Végül, a versenyképesség 4. tényezője, a megközelíthetőség: a közlekedési eszközök megbízhatósága, kulturáltsága, gyorsasága, kényelme és nem utolsósorban ára.

## **Konferencia**

A szekcióülésen 14 tartalmas előadás hangzott el, de sajnos párbeszéd kialakítására nagyon kevés volt az idő. Sok szó esett a város-marketingről. Brüsszel város részéről hallhattunk egy komplex marketing kommunikációs tervet. Ennek a legfontosabb üzenete az volt, hogyan lehetett elérni a szolgáltatások fejlesztésével és kommunikációs aktivitással azt, hogy Brüsszelben az egy-két órás tartózkodás helyett a turisták több napra maradjanak. Csodálatos módszertani anyagot kaptunk. Város-marketinggel függtek össze azok a referátumok is, amelyek tartalmazták a Győr és Debrecen várost érintő turisztikai imázs-kutatást.

A szekció másik témája az örökséget érintő marketing menedzsment, marketing kommunikációs aktivitás. Ezen belül nagyon fontos átfogó képet kaptunk az Ópusztaszeri Nemzeti Történelmi Emlékpark marketing és kommunikációs tevékenységéről.

A következő témánk a turizmus idegennyelv-ismereti feltételrendszere. A fogadó környezet és a turistáknak a viszonya alapvetően fontos kérdés, melyet nagymértékben befolyásol a nyelvtudás.

Végül a szekcióban megvitattuk a hagyományos kommunikációs hordozókkal szemben az új elektronikus kommunikációs rendszerek előnyeit. A MATÁV részéről két előadást is hallottunk az Internet gyakorlati alkalmazásának lehetőségéről. Az Internet turisztika alkalmazásáról a mai szekcióülés keretében Kapus György, az Österrechische Werbung magyarországi képviselőjének az igazgatója tartott egy nagyszerű előadást.

Végül 4–5 gondolatot javasolnék megfontolásra. Szekciónk szükségesnek tartja a kulturális szervezetek és az üzleti vállalkozások közötti folyamatos párbeszéd kialakítását. Fontosnak tartjuk a meglévő kulturális értékeket érintő kommunikációs aktivitás fokozását, az értékfeltáró munkának a gyorsítását,

eredményeinek ismertté tételét, és a nyelvi készség gyors javítását.

*Dr. Oláh János*, a Haltenyésztési Kutató Intézet tudományos tanácsadója:

### **Környezet és turizmus**

Ritka az olyan turizmus konferencia, ahol ökológusok is jelen vannak. Azonban tudjuk, hogy az elmúlt években a turizmus a világ legnagyobb iparává vált, így rendkívül fontos, hogy környezeti kérdésekre is tekintettel legyen.

A turizmus két formában is kapcsolódik a természethez. Először is, mint ipar, tehát a természetes erőforrásokat fogyasztó ágazat, amely e tevékenységét vagy körültekintően, bölcsen teszi, vagy pedig ostobán, tudatlanul. Minden hátrányát beleértve mégis elmondhatjuk, hogy a turizmus az összes iparág közül a leginkább környezetbarát ágazat. Boldog lehet az ország, vagy kisebb tájegység, amely turizmusból él és nem például nehéziparból, vagy iparszerű mezőgazdaságból. A turizmus másik közvetlen kapcsolódása a környezethez, hogy megismerteti és „eladja” a természetet. Napjainkban változik a tömegturizmus irányultsága. A „napfény-turizmus”, ami 70–80-as éveket jellemezte, átalakul természet-turizmussá.

A turizmus minden lényeges ágazata valamilyen formában kapcsolódik a természethez. Még a kulturális, vagy szakmai turizmusnak is alapvető eleme a természet, hiszen a tanulmányutak, fesztiválok, műemlék-túrák, konferenciák szabadprogramjában is majdnem mindig szerepel egy-egy kirándulás.

Hat egymásra épülő előadás hangzott el a szekcióülésen. Egyfajta modellesorozatot hallhattunk. Egy egyetemi előadótól hallhattuk a természet és turizmus modelljét. A következő előadó egy területfejlesztéssel foglalkozó szakember volt Hollandiából, aki arról beszélt, hogyan próbálják a Vandezi-tól délre fekvő terület gazda-



ságát a természeti turizmus segítségével egy kicsit serkenteni. Hallhattunk előadást arról is, hogyan mérték fel nagyon precíz módszerekkel a turizmus és a természet kapcsolatát a helyi lakosok, vállalkozók és a turisták szemszögéből. Nagyon érdekes elemzéseket hallhattunk.

A mai napot Vásárhelyi doktor a természetet féltő, védő előadásával kezdte. Aggodalma jogos, hiszen a világot járva láthatjuk, milyen kevés már az érintetlen természeti terület. Heves vitát váltott ki a populációnövekedésnek, a fajok eltűnésének, és még hasonló, megdöbbentő problémáknak a bemutatása. A „vad zöldek” érdekei kerültek szembe piaci érdekekkel. Minden térség meg akar élni, profitot akar termelni és, ahogy megállapítottuk, ennek legkézenfekvőbb eszköze a turizmus.

Az 5. modell, a harmonizáció, szorosan ehhez kapcsolódik. Azt mutatta be egy konkrét példán keresztül, hogy lehet a „zöld féltést” a turizmus valóságával harmonizálni. Egy-egy térségnek alapvető érdeke, hogy a környezetfaló iparágakat kiváltsák valami jól jövedelmező környezetbarát ágazattal, például a turizmussal.

Az utolsó előadás egy felmérés eredményét mutatta be. Négy turisztikailag fontos terület nitrogén-kibocsátását vizsgáltuk Magyarországon, hosszú évek óta. A nitrogén-emisszió fontos környezeti mutatója minden emberi tevékenységnek. A felmérés eredménye szerint, a Balaton térségében a turizmusból egy négyzetkilométerről egy év alatt összesen 7 kg nitrogén-szennyezés jutott a környezetbe. Ezzel szemben az energiafogyasztásból 84 kg, közlekedésből 300 kg fölötte, növénytermesztésből majdnem 2,5 tonna. Ezek a számok is meggyőzően mutatják tehát, hogy a turizmus a környezetre nézve a legkedvezőbb iparág.

Végül a szekcióban megfogalmazódott az igény arra, hogy legyen ennek a találkozásnak folytatása. A környezet és a turizmus képviselői gyakrabban

## Konferencia

üljenek össze, hiszen a turisztika és a környezetvédelem együttműködése mindkét fél közös érdeke.

**Király István**, a Kult-Turist Kft. igazgatója:

### A Kultúra és Turizmus 2000 Nemzetközi Kiállítás és Szakmai Vásár – előzetes információ

Az Előkészítő Bizottság úgy döntött, hogy 2000-ben – november 6-10. között – újból megrendezi ezt a konferenciát.

Mit szeretnénk 2000-ben? Törekszünk arra, hogy a konferencia a kultúra és a turizmus együttműködéséről szóljon. Ne külön beszéljünk a kultúráról és külön a turizmusról, hanem mind gazdasági, mind szakmai téren a gyakorlati együttműködés lehetőségeit vitassuk meg. Nem segítségre van elsősorban szüksége egyik vagy másik területnek, hanem új típusú piaci együttműködésre, ahol mindkét fél megtalálja gazdasági és szakmai érdekeit. Ez garancia lehet arra is, hogy olyan turisztikai termékek készüljenek, melyekben a kultúra meghatározó szerepet játszik.

Ebben nagy örömünkre ismét számíthatunk az állami szervek támogatására, de most megragadom az alkalmat, hogy a nemzetközi szervezetek segítségét is kérjem. Szeretnénk, hogy ha ennek a rendezvénynek támogatói lennének azok a nemzetközi szervezetek is, amelyek a kultúra és a turizmus területén dolgoznak.

Végül a szervező kollegák nevében szeretném megköszönni Önöknek a részvételt, és azt a bizalmat, mellyel megtisztelték a rendezvényt.

**Robert Bury**, a nemzetközi kiállítás és konferencia ügyvezető igazgatója:

### Mosaica '99 – Liège, Belgium – tájékoztató

Köszönöm a meghívást és a lehetőséget, hogy informáljam Önöket a Mosaica-ról, mely a 2000-es év során Nyugat-Európában az első Nemzetközi Kulturális találkozó lesz. Remélem, hogy Király úr együttműködésével ezt közösen tudjuk majd megrendezni.

Ragyogó lehetőségnek tartom ezt a budapesti konferenciát. Európában minden ország törekszik arra, hogy bemutassa kulturális örökségét, hogy

71  
K É K

minél inkább megismertesse magát külföldön.

Európának erős kulturális identitása van, ami mindenhol jelentkezik Freudtól, Terence-től, Michelangelón át a Beethoven szonátaig, a Velencei Karneváltól a katari eseményekig és görög városállamoktól Corvin Mátyásig. Európa olyan, mint egy kulturális mozaikkép. Amikor ezt a gazdagságot tekintjük át, nem feledkezhetünk meg az élet globalizálódásáról, ami sajnálatos módon veszélyezteti a helyi kultúrát. Még a nemzetközi kultúrát is fenyegetés éri. Ennek tanúságaként nézzék meg bármelyik európai város mozaikját. Nézzék meg, mit vásárolunk, hogy élünk. Lehetséges egyáltalán európaiságról beszélni ezen a területen? Milyen Európát akarunk, milyen irányba kívánunk fejlődni? A kulturális turizmust, azonban nemcsak saját identitásunk védelmére való eszközként kell felfogni, hanem gazdasági



tevékenység és új munkahelyek forrásaként is.

Mi a kulturális turizmus? Kezdjük azzal, hogy mi nem. A kulturális turizmus nem értékesítés, nem hajózás, nem hegymászás, nem korcsolyázás, nem tengerhez, homokhoz, egyéb máshoz kötött tevékenység. A kulturális turizmus ennél több. Egy létforma, kíváncsiság mások iránt, mások hagyománya, életformája iránt. A kulturális turizmus a felfedezésről szól, hogy rájövünk mi a legjobb az emberi tapasztalatokban. A kulturális turizmus kétfajta tudás megszerzésére ad lehetőséget. Egyrészt többet megtudhatunk másokról, másrészt pedig jobban megismerjük önmagunkat.

Elhatároztuk, hogy a Mosaica Nemzetközi Kulturális Találkozót pán-európai eseményként hirdetjük meg, amely ezekkel a kérdésekkel foglalko-

## Konferencia

zik. Az eseményhez három különböző tevékenység kötődik: kiállítás, műhelymunka és nemzetközi konferencia. Remélem, hogy a Mosaica egy valóban nagyszabású üzleti konferencia lesz. Szeretnénk partnereink számát tovább növelni elsősorban Közép-Európában.

Szeretném két, személyes véleménynyel zární szavaimat. Először is, amikor kulturális turizmusról beszélünk, voltaképpen egy paradoxonról van szó, hiszen a turizmus inkább a külső kapcsolatok felé irányul, a kultúra pedig egy belső mozgás. Két terület – melynek első pillantásra talán semmi köze sincs egymáshoz – találkozik itt, és egy új dolog jön létre. A turizmus a piachoz kapcsolódik, a pénzhez, a ra-

cionális gondolkodáshoz és semmi sem nehezebb, mint a kultúra piacra vitele. Ezért olyan problémákkal teli a kulturális turizmus megszervezése. Másodszor arról, hogy rendezvényünk címe miért Mosaica. Mi egyáltalán az a mozaik? A mozaik egy mestermű, amely igen sok színformából és anyagból áll. Ha megvizsgálunk egy mozaikot távolabbról, majd közelebről, láthatjuk, hogy minden egyes kis rész hozzájárul az összhatáshoz. Minden kis rész jelentős, az egész kép viszont sokkal több annál, mint ezen kis részek összessége. Egy mozaik csak akkor marad együtt, ha a cementtel összekötjük a kis részeket. Európában a cement a közös akarat lehet. A Mosaica elnevezés tehát az európai kultúrát, mint egészet szimbolizálja. Ha Önök is részei akarnak lenni ennek a mesterműnek, csatlakozzanak hozzánk.





**Hervé Barré**, az UNESCO Kulturális Örökséggel Foglalkozó Szektorának főtanácsosa: **Az UNESCO tevékenysége a kulturális turizmusban, valamint a kultúra és turizmus 21. századi fontos teendői**

A globalizáció korában az idegenforgalom olyan rendkívüli jelentőséget öltött, hogy veszélyezteti a kulturális örökséget, így egyre fontosabbá válik ezeknek a kulturális értékeknek a megőrzése. Az UNESCO egyik fő feladata éppen a kultúra és az idegenforgalom érdekeinek összeegyeztetése, és

az egyes országoknak, hanem az egész emberiségnek eszköze és erőforrása. Ha ezt elveszítjük, akkor jövőtehetetlen veszteséget szenvedünk. Egyensúlyt kell teremteni a kultúra és a turizmus között. Milyen hatással van az egyes társadalmakra a kulturális múlt? A turizmusnak jelentős részben a kulturális erőforrások adják az alapját. Ezért nagyon jogos bizonyos államoknak az az aggodalma, hogy a turizmus veszélyeztetheti a kultúrát. Ezért jobb, megfelelőbb választ kell adni az új igényekre, amelyeket a versenyképesség, ill. az idegenforgalom teremt az örökség megőrzése területén.

A jelenlegi tendencia az, hogy egyre

## Korreferátumok

73  
K É K

egy globális együttműködés elősegítése. Az egyes államoknak biztosítani kell tudni saját környezeti és kulturális értékeiknek a megőrzését. Az UNESCO abban segít, hogy méltányosan osszák el a kulturális fejlesztésre szánt nemzetközi erőforrásokat. Az A kulturális örökség megőrzése területén elért eredményeket jól tükrözi a különböző nemzetközi konvenciók aláírása (pl. az 1972-es illegális kereskedelem megakadályozására szóló konvenció, illetve a Pakisztáni, Libanoni, Havannai Konvenció). Most ez az erőfeszítés egy előretekintő gondolkozással párosul. Pontosan látnunk kell, hogy a kultúra és az idegenforgalom mit hoz a jövőben. Jelenleg a legfontosabb feladatnak tűnik a különböző szervezetek közötti együttműködésnek a kidolgozása; a kulturális turizmusnak chartáját kell kidolgozni.

Az UNESCO azt szeretné tudatosítani, hogy a kulturális örökség nemcsak

gyakoribbak és rövidebbek az idegenforgalmi látogatások, és nő a biztonság és a kényelem iránti igény. Ugyanakkor a turisták szeretnék mélyebben megismerni a célország kultúráját, történelmét, és az emberek mindennapi életét. Így a turizmus miatt is egyre fontosabb a kulturális értékeknek, örökségnek a megőrzése. Egy érdekes paradoxont fedezhetünk fel. Egyrészt a kulturális örökség sosem volt még ennyire veszélyeztetve a tömegturizmus, a gazdasági tevékenységek és a városiasodás által, másrészt azonban, sosem tartották ilyen fontosnak és hasznosnak az idegenforgalmat.

Az egyes állampolgároknak is részt kell venni a kulturális örökség megőrzésében és megismertetésében. E felelősség nélkül, a kulturális polgári szellem nélkül, azoknak az embereknek a szellemisége nélkül, akik ott laknak a kulturális örökségnél, nem tudjuk igazán megérteni ennek a jelentőségét.



A helybéli lakosság számára gyakran sokáig tart, mire megtanulja, hogy hogyan vegyen részt ebben a munkában. A kulturális örökség megőrzése éppúgy gazdasági tevékenységnek tekintendő, mint a helybéli szolgáltatások. Ez ad lehetőséget arra, hogy egyeztessük a hosszú távú kulturális trendeket a helyi, gazdasági tevékenységgel.

Most néhány kihívást szeretnék megemlíteni a kulturális kapcsolatok tekintetében a XXI. századra vonatkozóan.

– Hogyan tudja a kultúra fejleszteni az idegenforgalmat úgy, hogy saját értékeit megőrizze és fejlessze? Az állandósult változások a kultúra és az ide-

genforgalom területén arra a következtetésre juttatnak, hogy szorosabbá kell tenni az együttműködést a két fél között.

– Miképp tudná a turizmus a legtöbb lehetőséget biztosítani a helyi lakosság számára, hogy megőrizze a saját hagyományait és kulturális örökségét a jövő generációk számára?

– Hogyan ösztönözhetné a turizmus a helyi lakosságot a hagyományok őrzésére, művészeti tevékenységre és kézművességre?

– Hogy tudja a turizmus hatékonyabban, eredményesebben ösztönözni a helybéli gazdaság fejlesztését?

– Miképp tudjuk biztosítani a turisták számára az utazás jogát úgy, hogy egyidejűleg növeljük tudatosságukat és felelősségérzetüket a kulturális örökségek megőrzésében?

– Hogyan tudják az egyes közösségek, helyi kultúrák, magukat turista-látványossággá tenni?

## Konferencia

– Miként tudná turizmus a különböző kultúrák közti megértést a leginkább szolgáltni?

– Milyen szerepet tudnak játszani az állami és nemzetközi intézmények, köztük az UNESCO, az egyes szereplők között a kulturális és idegenforgalmi szektorokban anélkül, hogy túlságosan gazdasági tevékenységgé tennék ezt a területet?

Az UNESCO ezért szeretne kooperálni az egyes szervezetekkel, tagállamokkal, az Európai Unióval, annak tagállamaival, és szervezeteivel, hogy ezeket a kihívásokat megpróbáljuk közösen kezelni.

**Dr. Lengyel Márton**, a Magyar Turisztikai Egyesület elnöke:  
**Az európai integrációs folyamatok hatása a kultúrára és a turizmusra**

Amikor e téma kapcsán kértek fel előadásra a konferencia szervezői, sokáig hezitáltam, végül amellett döntöttem, hogy kérdőjeleket, problémákat osztok meg Önökkel. Négy problémakörrel fogok itt beszélni: a globalizáció, integráció és identitás kérdése, a kultúra és a turizmus kapcsolata, az EU turizmus és kulturális politikája, illetve a kultúra és a turizmus szerepe az EU integrációban.

Amikor globalizációról és integrációról beszélünk, felmerül az identitás kérdése. Homogenizálódik-e a világ, hiszen e két tendencia afelé tart, avagy saját magunk maradunk. Egyáltalán szükség van-e helyi, nemzeti megkülönböztető jegyekre. A globalizáció már Kolumbusz Kristóffal elindult. Először globalizálódott a kereskedelem, utána, az ipari forradalmat követően, és főleg korunkban, a termelés is nemzetközivé vált, és a legújabb szakasz a tőkebefektetések világméretű elterjedése. Napjainkban pedig egyre inkább a multinacionális cégek veszik át a nemzetközi piac irányítását. Egyelőre nem lehet tudni, hogy ez a folyamat hová vezet.

Ebbe a globalizációs folyamatba érdekes módon illeszkedik bele az integráció. Az európai integráció tulajdonképpen kísérlet arra, hogy az európai nemzetállamok ne szoruljanak perifériára gazdasági téren. Hiszen Észak-Amerika, Japán és a Távols-Kelet sokkal látványosabb eredményeket ért el, mint Európa a szétszabdalt, szűk kis nemzeti piacaival. A gond az, hogy az európai integráció során a gazdaság mellett nagyon későn merült fel a kultúrának, és a világgazdaság egyik nagyon fontos szektorának, a turizmusnak kérdése.

Ha a turizmusról beszélünk, vissza kell nyúlnunk az alapvető emberi tulajdonságokhoz és igényekhez. A turizmus akkor válik fontossá, ha az ember alapvető igényei ki vannak elégítve, hiszen a turizmus alapja a változatosság iránti igény, vagy explorációs motiváció. Az ember állandó környezetéből elvágyódik, másra, újra vágyik.

Egy rendszer fennmaradásához szintén mindig újabb és újabb input, energia, anyag és információ kell. Bármennyire profán és anyagi alapokból indul ki a globalizáció és az integráció, ha hosszú távon fenn akar maradni, föl kell fedeznie a kultúrát, mint a változatosság fő forrását.

A turizmusban is a kultúra biztosítja ezt a változatosságot. De mit is értünk pontosan turizmuson? A WTO hágai konferenciája fogalmazott meg egy definíciót, aminek a lényege az, hogy a turizmus nem más, mint az ember szabadon választott tevékenysége állandó környezetén kívül, valamint az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott, hatalmas szolgáltató ipar. A kultúráról 1982-ben, az UNESCO Mexikói Konferenciája adott ki egy meghatározást. E szerint a kultúra mindaz, amit az ember a természethez hozzáadott, de sokkal több ennél, mert – és ezt idézném – „...a kultúrát legtágabb értelemben úgy foghatjuk fel, mint egy társadalom vagy társadalmi csoport szellemi és anyagi, értelmi és érzelmi megkülönböztető jegyeinek az összességét.” A művészeteken és a



## Konferencia

bölcsészeten kívül magában foglalja az életmódot, az emberek alapvető jogait, az értékrendszerét, a hagyományokat és a hitet. A kultúra teszi képessé az embert arra, hogy végiggondolja önmagát. Ennek köszönhetjük, hogy sajátosan emberi gondolkodó, kritikus és erkölcsileg elkötelezett lények vagyunk.

Először is azt vizsgáltam meg, hogy a kultúrának és a turizmusnak milyen a jogalapja az Európai Unió törvényhozásában, milyen tevékenységük volt eddig, milyenek a közvetlen és közvetett programjaik, hogy részesedtek a központi alapokból és milyen az EU kulturális- és turizmus-politikája. Az EU-nak tulajdonképpen nincs jogalapja egyik tevékenységre sem. Az alapszerződésekben nincsen sem turizmus, sem kulturális politika. Az Európai Unió természetesen a kultúra és a turizmus területén is hoz intézkedéseket. Azonban nincs kifejezett kulturális politikája, mint ahogy nincs turizmus-politikája sem. Hallatlan fontos az EU tevékenysége a környezetvédelem, az európai transznacionális úthálózat, és millió más téren, melyek mind érintik a turizmust, de nincs központi stratégiája a turizmusról. Ez mutatkozik meg abban is, hogy az EU tevékenységei közül, közvetlen turizmust szolgáló, tulajdonképpen csak egyetlen egy volt 1992-ben. Ennek keretében hozták létre az Európai kulturális tőrakat, európai művészeti városok hálózatát 31 város részvételével, a tour-operátorok és a kulturális intézmények tapasztalatcseréjét elősegítő fórumokat, valamint egy Braille-írással készült útikönyvet. Most készül a *Kultúra 2000* program, amely 2000–2004 közötti időszakra egyesíti az összes eddigi programban található célkitűzéseket.

A turizmusnak lehetnek negatív és pozitív hatásai. Átgondolt turizmuspolitikára van szükség ahhoz, hogy hosszú távon is a pozitív hatások domináljanak. Az egész világon gond azonban, hogy a politikai döntésekben még mindig a mennyiségi muta-

tók növekedése és a fizetési mérleg egyensúlya számít elsősorban, az élet minőségét jelentő kulturális aspektusok nem dominálnak. A kulturális politika nem egy maradvány ágazat kell hogy legyen a nemzetek és nemzetközi szervezetek tevékenységében, hanem abszolút prioritás. Az Európai Unió szempontjából még egy fontos sajátosságot kell tudatosítani. Az EU egyetlen jelentős előnye, az összes többi nagy versenytárral szemben, az európai kultúra, hiszen minden másban behozhatatlan előnyei vannak Amerikának és a Távol-Keletnek. Ezt a megkülönböztető jegyet ki nem használni vétek lenne.

Attól, hogy milyen jövőt választ az Európai Unió a csatlakozni kívánókkal szemben, rendkívül sok minden függ, nemcsak a mi sorsunk szempontjából, hanem magának az EU jövőjének szempontjából is. Ha bezárkózik, akkor perifériára szorul. Ha kiteljesedik, befogadja a közép- és kelet-európai térséget, illetve, ha kiteljesíti tevékenységeit, lesz kulturális és turizmus-politikája, akkor rengeteg új lehetőséggel gazdagodik. A turizmus legnagyobb piaca Európa, azonban Nyugat-Európa ma mind a kereslet, mind a kínálat tekintetében túltelített. Ebből a szempontból a kelet-európai térség izgalmas lehet. Egy-egy kis ország külön-külön nem, de a térség mint egész, igen. Duplázódna az EU területe, duplázódna a lakossága és felmérhetetlenül gazdagodna a kulturális palettája. Nagy lehetőségünk, hogy próbáljunk hatni az EU politikájára.

A világgazdaság legnagyobb szektora a turizmus, de a politika részéről nem kap kellő figyelmet, mert nem illeszkedik bele a hagyományos struktúrákba. Ezért spontán módon fejlődik, ami veszélyekkel járhat. Mind ez ideig az európai integráció sem fordított kellő figyelmet e két alapvető tevékenységre, pedig a kultúra és a turizmus az EU megkülönböztető jegyei és erőssé-

gei lehetnének más integrációval szemben. További nagy lehetőség az integráció számára területének mielőbbi kiterjesztése Európa egészére.

**Tankó Zoltán**, a MATÁV Üzleti Kommunikációs Üzletágának igazgatója:

**Az információ globalizálódása**

Valószínűleg felmerült Önökben, hogy kerül egy távközlési, informatikai szakember egy kultúrával és turisztikával foglalkozó konferenciára. Remélem, mire az előadásom végéhez érek, választ fognak kapni.

Először nézzünk át két olyan világle-

75  
K É K

lenséget, mint a globalizáció, illetve a globális verseny. A globalizációt a technológia fejlődése tette lehetővé. Az informatika fejlődése lehetővé tette a rendkívül gyors és olcsó információátvitelt, széles körre kiterjesztette az információhoz jutást. A „távolság ára” szintén lényegesen csökkent. Sokkal egyszerűbben, gyorsabban és olcsóbban jutunk el a világ bármely területére, mint 20–30 évvel ezelőtt. Ez a fejlődés azonban hátrányokkal is jár. Erősödött a nemzetközi verseny a gazdasági élet minden területén. A munkaerőpiacon helyi vállalatok küzdenek multinacionális cégekkel, hiszen a technológia fejlődése lehetővé tette, hogy esetleg a világ túlvégén végezzen valaki munkát anélkül, hogy elhagyná városát. Ez a világ-verseny megjelent már a kultúra és a turizmus területén is. Országok küzdenek egymással, hogy kultúrájukkal minél több turistát tudjanak odavonzani. Ebben a ver-



## Konferencia

senyben csak úgy lehet érvényesülni, ha hírt adunk magunkról, helyi kultúránkat a lehető legjobban meg tudjuk ismertetni másokkal. Tehát folyamatosan kommunikálnunk kell saját tudásunkat, képességeinket és értékeinket a világ felé. A kultúrára és az idegenforgalomra is nagyon jellemző tehát a globalizáció, a verseny, és a kommunikáció szükségessége. A kommunikációnak legfontosabb eszköze a modern technológia.

Napjainkban az internet megjelenése szinte forradalmasította az információközvetítést. Gyakorlatilag szinte korlátlan mennyiségű információ áll rendelkezésre minden ember számára.

76  
K É K

A reklám szerepe ezzel együtt átértékelődött. Többé már nem az információközlés az alapfunkciója, hanem a figyelemfelkeltés.

Az értékesítés is nagy változáson ment át. Napjainkban még az az általános, hogy egy repülőjegyért, vagy üdülési helyfoglalásért be kell mennünk egy utazási irodához, azonban már Magyarországon is terjed az interneten keresztül történő távvásárlás. Bizonyos szakmák szerepe ezzel átértékelődik. Az utazási irodák talán egyre inkább az információ és tanácsadás szerepét kapják az értékesítés helyett.

Az új technológiák rendkívül fontossá válnak a manapság egyre nagyobb szerepet kapó üzleti turizmusban. Egyre többen utazunk, egyre nagyobb távolságokra, egyre gyakrabban. Ennek előnye, hogy világot láthatunk, és nemzetközi tapasztalatokat szerzünk, hátránya, hogy kiesünk az otthoni munkánkból. A technológia fejlődése,

azonban egyre inkább lehetővé teszi, hogy néhány ezer kilométerre otthonunktól ugyanazt a munkát elvégezhessük, mint irodánkban. A vállalatok versenyképessége nagymértékben attól függ, hogy mennyire tudnak megfelelni korunk kihívásának, milyen gyorsan tudják az információt továbbítani. Ehhez a technológiát a távközlés és az informatika biztosítja, így a telekommunikáció a gazdaságot kiszolgáló iparágból egyre inkább együttműködő iparágá válik. Elkerülhetetlen a szoros együttműködés a kultúrával és a turizmussal is.

Ezzel visszaértem kezdeti felvetésemhez, megtaláltuk a kulturális turizmus és a telekommunikáció kapcsolatát.

*Christian Dromard*, a FIPE (Egyesület az Európai Műemléki Örökség Megőrzéséért) vezérigazgatója:

### A műemlékvédelem és a turizmus kapcsolata

A turizmus és a műemlékvédelem kapcsolata egy házassághoz hasonlít. Ezen házasság, azonban sajnos egyre inkább egyoldalú érdekházasság jelleget ölt. Egyik oldalon ott vannak műemlékek a maguk történelmi valóságában és kulturális értékeivel, a másik oldalon a zajos turisták sorban és trikóban, csattogó fényképezőgéppel a kezükben. Azonban, ezek az „utálatos” turisták azért befizették a belépődíjat, és minden belépőjegy pénzt ad a műemlékek fenntartásához. Sajnos az újjáépítés egyre inkább attól függ, hogy hány látogató veszi meg a jegyet.

A műemlékvédelem és a turizmus házassága koránt sem problémamentes. Nemcsak kompromisszumot kell keresnünk a két fél között, hanem el kell döntenünk, hogy a házasság milyen szinten jöjjön létre. Nagyszerű lehet valami új fejlesztés egy városban, de a pénz és a piac kemény valósága mö-

gött megtaláljuk a kényes kulturális örökséget, ami nagy veszélynek van kitéve. Hosszú távú érdeke mindenkinek az lenne, hogy az ilyen kérdésekben a piac helyett a műemlék érdeke döntsön.

A turisták azt várják el, hogy a műemlékek érdekesek, látványosak és látogathatók legyenek. Ez elsősorban pénzügyi kérdés, mert sajnos a belépőjegyekből befolyó bevétel messze nem elegendő a műemlékek fenntartására.

A turisták manapság általában hatalmas ismeretanyaggal rendelkeznek a könyvtárak, a TV, és az internet jóvoltából. Szinte otthonukba hozhatják azokat a távoli helyeket, melyekről a szüleik még nem is álmodhattak. Ennek ellenére mégsem tudják pontosan, például, hogy voltaképpen hogyan is éltek a középkori várakban. De ha megtudnák, valószínűleg csaldódnának is. A turisták ismeretanyaga és elképzeléseik általában messze állnak a valóságtól. A műemlékek azonban éppen a reális valóságot képviselik és mutatják be.

A nagyközönség úgy tekint a műemlékvédelemre, akárcsak a környezetvédelemre, mint egy a jövőért vívott keresztes-hadjáratra. Ezért a látogatót nem csupán fizetési eszköznek kell tekinteni, hanem minél inkább be kell vonni a műemlékek védelmébe.

Mit tehetünk a műemlékek, múzeumok és kastélyok vonzóbbá tételéért? Ezzel kapcsolatban három különböző aspektusra kell kitérnünk: a műemlékek „piaci” és kulturális értékére, állapotára és a szolgáltatás minőségére.

A műemlékek „piaci” értékét egy, a hotelek kategóriáihoz hasonló csillagrendszerrel jelzik. A kategóriát piaci tanulmányok és az üzemeltető tapasztalatai alapján lehet megállapítani.

A műemlékek kulturális értéke nagymértékben az eredetiségtől, autentikusságtól függ, így meglehetősen szubjektív. Több mint ezer kulturális turisztikai célpontot, várat, kastélyt, palotát és múzeumot látogattam meg az utóbbi időben, Franciaországban, Nyugat-Európában, és a Közép-Euró-



pai Várút mentén. Élményeim alapján sokkal jobban látom milyen lehetőség van arra, hogy a műemlékek eredeti kulturális értékét kombináljuk a mai kor igényeivel és a piaci elvárásokkal. Ez leginkább azt jelenti, hogy a műemlékek megfelelő atmoszférát kell teremteni az adott helyen. Egy templom hangulata az épület funkciójából adandóan teljesen más, mint például egy váré vagy egy táncteremé. Ezt a hangulatot leginkább a műemlékek eredeti berendezésével lehet megteremteni. Ez könnyen megy akkor, ha megvannak az eredeti bútorok. Kérdés, hogy például egy üres kastély bemutatható-e, vagy lehet-e a szobákat az eredeti bútorok másolatával berendezni. Erre nincs általános válasz, a helyi körülményektől függ. Fontos azonban a látogatók tájékoztatása a helyzetről.

Idegenvezetői tapasztalatomból tudom, hogy egy megfelelően bemutatott kastély, vagy múzeum biztos sikert jelent, mind a japán, mind az európai turisták körében. A siker érdekében azonban legtöbb esetben pénzt kell befektetni, ami nem feltétlenül restaurálási költséget jelent. A jobb feltételek több turistát vonzanak, ezzel megnövelik a bevételeket, amit aztán vissza lehet fordítani a műemlékek fejlesztésébe. Szeretnék itt a Mont Saint Michel példájára hivatkozni. Ez egy normandiai kis szigeten épült hatalmas középkori kolostor és a köré épült kis település. Egy felmérés azt mutatja, hogy minden egyes, a kolostor fejlesztésébe fektetett francia frank 10 frankot hozott. Így minden, a kulturális örökségre, műemlékre fordított pénz gazdasági befektetésnek tekinthető. A műemlék fenntartását és felújítását nem lehet tehát csupán állami támogatásra és pályázati pénzekre alapozni. Nagyon fontos, hogy az egyes államok gazdasága aktív szerepet vállaljon ebben is. A Közép-Európai Várút restaurációs programjának az is célja, hogy kialakítson egy komplex befektetési rendszert.

## Konferencia

A befektetésnek általában két külön lépése van. Az első a felújítás, második a fenntartási költségek és a szolgáltatások fejlesztése. Általában az első lépés a tulajdonos feladata, a második az üzemeltetőé. A felújítás tulajdonképpen egy infrastrukturális befektetés, ami központi terv szerint történhetne a kereslet felmérése után. Az üzemeltetésben pedig rendkívül fontos a magánszektor közreműködése, illetve a fejlesztési bankok hozzájárulása. Nagyon fontos tehát, a lehetséges befektetőket hosszú távú programcsomaggal fogadni, és meggyőzni őket befektetésük szükségességéről és a várható nyereségességéről. Fontos hangsúlyozni, hogy az ilyen jellegű befektetések reklámként is felfoghatók, hiszen a tömegturizmus révén rengeteg emberhez eljut a hírük. A hosszú távú célunk az, hogy a műemlékek gazdaságilag önállóak, önellátók legyenek, állami támogatásra ne legyen szükségük, sőt fizessenek bért, ami az amortizációs költségeket fedezi. Kifejezetten a műemlékek finanszírozásának kidolgozására összeállítottunk egy nemzetközi munkacsoportot az UNESCO, WTO, a IBRD, EBRD, European Council Fund és még más szervezetek részvételével. Remélhető, hogy megfelelő programok kidolgozása esetén a műemlékek tulajdonosai és üzemeltetői közti kapcsolat mindkét fél számára kedvező lesz.

Húsz éve dolgozom a műemlékvédelemben és most nagyon optimistán látom a jövőt. A turisták nem olyan elviselhetetlenek és a menyasszony is sokkal szebb, mint hittük. Most talán esély van egy szerelemházasság megkötésére.

**Gyimesi László**, a Nemzeti Kulturális Alap képviselője

Engedjék meg, hogy a Nemzeti Kulturális Alapról beszéljek, arról az önálló pénzalapról, amely függetleníthető

részben a költségvetés, részben a kultúrharc hagyományos csatáitól. Igen fontos, hogy ez úgynevezett programfinanszírozó alap, azaz nem hoz létre intézményrendszert és nem is kíván az intézményrendszerben szerepet vállalni. Az alapnak a felügyelete a mindenkori kultuszminiszter kompetenciájába tartozik és ő, ill. az ő személyes megbízottja a Nemzeti Kulturális Alap (és egyben a Nemzeti Kulturális Alap Bizottságának) elnöke. Azonban az elvi irányító és koordináló feladatokat egy 10 tagú bizottság látja el, amelynek megtiszteltetésemre magam is tagja lehetek. Külön érdekesség, hogy a bizottság semmilyen egyedi pályázat

77  
K É K

sorsa felől nem dönt, ugyanakkor feladata elosztani a rendelkezésére álló összegeket az egyes szakmai kollégiumok között.

14 szakmai kollégium között, akik a művészeti, kulturális terület különböző szegmenseit képviselik, kell elosztani a pénzt. Ebben igazságosan és jól dönteni aligha lehet. Nyilvánvalóan a kulturális életnek van olyan területe, amely túlnyúlik az egyes szakmai kollégiumok érdekeltségi körén. Ennek érdekében, hogy ezeket a feladatokat a Nemzeti Kulturális Alap támogatni és finanszírozni tudja, feladatának megfelelően, két rendkívül lényeges együttműködés alakult meg az elmúlt évtizedekben. Az egyik a magyar turizmussal való együttműködésünk, a Kultúra és Turizmus nevű kollégium megalakulása, ami a Nemzeti Kulturális Alap minden eddigi mérlegelése és véleménye szerint rendkívül hasznos és eredményes. A másik, ami ugyan



nevében nem tükrözi azt, hogy a turizmussal működünk együtt, de feladatában és céljaiban feltétlenül igen közel áll a turizmushoz, az úgynevezett Összművészeti Fesztiválokra vonatkozó pályázati lehetőség. Ehhez kapcsolódóan egy sajátos testület jött létre 6 érintett művészeti kollégium delegáltjaiból, ami az ilyen fesztiválokra való pályázattal, illetve döntési lehetőséggel bír. Itt sikerült első ízben megvalósítani, ami minden rendezőnek az egyik legnagyobb problémája az összes pályázati lehetőséggel kapcsolatban, hogy több évre előre tudjunk tervezni.

A Nemzeti Kulturális Alapot 1993-

78

K É K

ban hozta létre a Parlament. 1994 volt az első esztendő, amikor már a kulturális járulékokból származott bevétel, ez teszi ki az alap bevételeinek 91 százalékát. Költségvetési támogatást a kulturális alap 1998-ban már nem kapott. A járulék bevétel '94-ben 682 millió volt, ez '95-ben 801 millióra nőtt, majd '96-ban 1,2 milliárd volt. A '97. évi bevétel 2,3 milliárd, a 98-as előirányzat megközelíti a 2,4 milliárdot.

Még egy-két számadat talán érdekes lehet, hiszen önök nemcsak érdeklődők, hanem nyilván potenciális pályázók is. 1997-ben már meghaladta a 10 ezret a beérkezett pályázatok száma, ebből több mint 7 ezren jutottak valamilyen pályázati támogatáshoz, és a kért összegek 35–40%-át tudta az alap teljesíteni.

Sajnos nem tudom befejezni ezt az előadást egy igazán optimista mondattal, mert némi kétség van bennem a Nemzeti Kulturális Alap jövőjét illetően.

## Konferencia

Anynyit tudok mondani, hogy ismerve az új kulturális kormányzat, valamint a Nemzeti Kulturális Alap Elnökének a véleményét a kultúra finanszírozásáról, őszintén bízom abban, hogy bármilyen változás is történik a költségvetési törvényben, az nem fogja sérteni se a kultúra, se a turizmus érdekeit és együttműködésünket sem.

### A konferencia zárása

**Dr. Meggyes István**, a Magyar Turizmus Rt. vezérigazgatója, az Előkészítő Bizottság társelnöke

Mindenki egyetértett itt a két nap során abban, hogy a turizmus és a kultúra egymással szövetségben, közösen tud igazán eredményesen, mindkettőjük közös érdekében tevékenykedni. A turizmusnak vonzerőre, érdekes programokra és eladható „termékre” van szüksége, hogy látogatókat tudjon szerezni. Motivációra van szükség, mely az embereket utazásra indítja. Milyen legyen ez a motiváció? Sokat hallottunk a gazdaság globalizálódásáról. Isten mentse Európát attól, hogy a kultúra elveszítse sokszínűségét. Sokkal szegényebbek lennénk attól, ha Európa gazdaságán túl kultúrája is univerzálódna, egysikűvé, egyformává válna.

A kultúrának szüksége van a turizmusra, hiszen minden kulturális helyszínnek, legyen az világörökség, nemzeti park, vagy egy alkalmi rendezvény, látogatókra van szüksége. A kultúrát támogatni kell, de nem szeretem azt a szót, hogy támogatás, mert a kultúra nem támogatásra szorul, hanem kultúrába investálni érdemes, legyen az állami, vállalkozói, vagy alapítványi forrás. A közös érdekeket megtalálva, mindenki profitálni fog ebből az együttműködésből. A turizmus napjainkban hatalmas üzlet lett, több százmilliárd dolláros éves forgalommal, így

óriási a piaci verseny. Ebben a nagy versenyben saját érdekünk részt venni. Azonban jó eredményre csak akkor van esélyünk, ha magas színvonalon, szervezeten, professzionálisan végezzük a munkánkat.

Következő nagy kérdés volt, hogy a turizmusnak van-e negatív hatása, rombolja-e a kultúrát vagy a környezetet. Röviden úgy lehet válaszolni: mért tenné, nem érdeke. Hiszen ha leromboljuk a kultúrát és a környezetet, akkor megszűnik az utazási motiváció. A műemlékekből, nemzeti parkokból azonban nem lehet a védelemre hivatkozva kitiltani a vendéget. Tehát ne úgy akarjuk megőrizni a környezetet, hogy az embert nem engedjük oda. A közös feladatunk éppen az, hogy befogadóképessé tegyük ezeket a turisztikai helyszíneket, illetve a turistákat a viselkedési normákra tanítsuk, hogy saját érdekükben ne tegyék tönkre a környezetet. Itt az oktatásnak van hatalmas szerepe. Hadd mondjam el, hogy Magyarországon ma már 50 gimnáziumban tanítanak turizmust.

Azért, hogy mindezt elérhessük, tehát, hogy a természetre és a környezetünkre is vigyázni tudjunk a turizmus fejlesztésével párhuzamosan, komoly tervezésre van szükség. A regionális fejlesztés megtervezése szükséges ahhoz, hogy az a bizonyos életgörbe, amiről a falusi turizmussal összefüggésben hallottunk, gyönyörűen meginduljon, és aztán le ne konyuljon egy idő után.

A telekommunikáció kapcsán hallhattuk, hogy a világ felgyorsult, mobilá vált, nagyon kicsi lett. Egyre többen utaznak nagy távolságokra és az üzletember a zsebében magával viheti egész irodáját. A telekommunikáció területének van egy másik oldala, ami negatív is lehet, hiszen sokan mondhatják, hogy a videó-konferenciák világában miért is utaznék el egy konferenciára. A vásárosi turizmus jövőjét is sokan megkérdőjelezik mondván, hogy nem érdemes már útra kelni, hiszen a mai technikával, Internettel, mindent be lehet mutatni a képernyőn.



Lehet, hogy ezek a felvetések logikusnak tűnnek, azonban egy alapvető tényt elfelejtettek, ami alfája és omegája a turizmusnak, a kultúrának és mindennek, ez pedig a közvetlen emberi kapcsolat. A turizmusban és a kultúrában is csak azon kell lennünk, hogy az embereket egymással összehozzuk, hogy segítsünk nekik egymás megértésében. Fenn kell tartani a kíváncsiságot, hogy meg akarjuk ismerni más emberek, más vidékek lakóinak mentalitását, gondolkodásmódját, így valamennyien gazdagodni fogunk.

A kultúrában vagy a turizmusban dolgozni, azt hiszem a világon a legszébb feladat. Ezzel a gondolattal a konferenciát ünnepélyesen bezárom.

**A rendezvény Előkészítő Bizottságának tagjai 1998; 2000-ben:**

Budapest Főváros Önkormányzata  
ECOVAST

Falusi Turizmus Országos Szövetsége  
Gazdasági Minisztérium

Határon Túli Magyarok Hivatala

ICOMOS Magyar Nemzeti Bizottság  
Idegenforgalmi Munkaadók Országos Szövetsége

## Konferencia

Környezetvédelmi Minisztérium Természetvédelmi Hivatala

Kult-Turist Kft.

Magyar Kulturális Szövetség

Magyar Művelődési Intézet

Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetsége

Magyar Népfőiskolai Társaság

Magyar Szálloda Szövetség

Magyar Turisztikai Egyesület

Magyar Turizmus Rt.

Magyar UNESCO Bizottság Titkársága

Magyar Utazásszervezők és Közvetítők Szövetsége

Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma

Pulszky Társaság – Magyar Múzeumi Egyesület

**Az Előkészítő Bizottság Társelnökei 1998-ban:**

Dr. Meggyes István, Magyar Turizmus Rt.

Dr. Striker Sándor, Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma

**2000-ben:**

Dr. Budai Zoltán turisztikai helyettes államtitkár, Gazdasági Minisztérium

Dr. Visy Zsolt kulturális helyettes államtitkár, Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma

**A rendezvény Titkársága:**

Kult-Turist Kft.

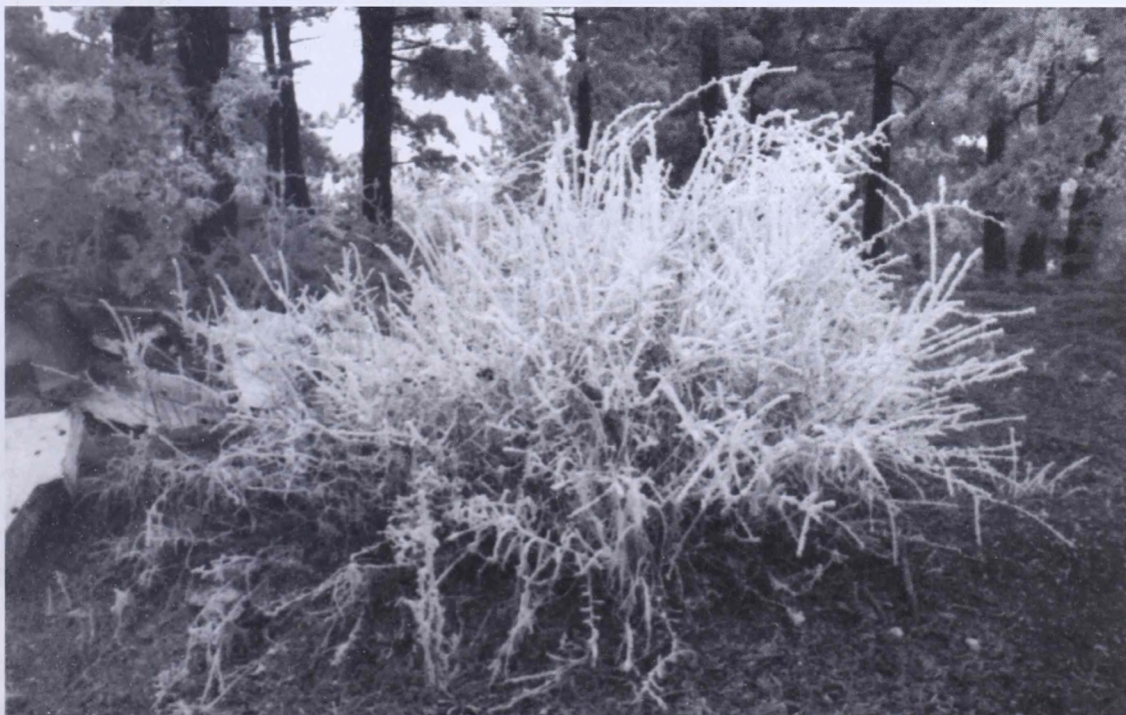
1094 Budapest, Angyal u. 31.

Telefon: 36/1/218-6558, 218-6559

Fax: 36/1/218-6560

e-mail: corvin@mail.datanet.hu

79  
K É K









A Kultúra és Turizmus Nemzetközi Konferencia és Szakmai Vásár második alkalommal 2000. november 6-8. között került megrendezésre a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetemen.

A rendezvénysorozat célja a kultúra és turizmus együttes tevékenységének vizsgálata, az eddigi tapasztalatok feldolgozása, további együttműködési lehetőségeinek feltárása, a piaci követelményeknek megfelelő újabb tevékenységi területek és koordinációs formák keresése, a kulturális turizmussal foglalkozó szakemberek kapcsolatteremtésének elősegítése. A szakmai vásár célja a kultu-

Az első nap délelőtti programját a rendezvény két társelnökének, **Dr. Budai Zoltán** turisztikai helyettes államtitkár, és **Dr. Visy Zsolt** kulturális helyettes államtitkár úr előadása alkotta, valamint **Alain Bothorel**, az Európai Unió Magyarországi Nagykövetségének tanácsadója, és **Emil R. van Brederode** az ICOMOS Kulturális Turizmus Nemzetközi Tudományos Bizottságának tagja osztotta meg gondolatait a nemzetközi szervezetek tapasztalatairól.

A nap további részében és másnap délelőtt műhelymunka folyt. Az öt szekcióban elsősorban a gyakorlati tapasztalatokról hallhattak beszámoló-

# Kultúra és Turizmus 2000

## II. Nemzetközi Konferencia és Szakmai Vásár

Budapest, 2000. november 6-8.\*

81  
K É K

rális turizmus piacán meglévő termékek bemutatása, értékesítése, kínálat és a kereslet egymásra találásának elősegítése.

A konferencián a kulturális és a turisztikai szakemberek közel azonos arányban képviseltették magukat, s a körülbelül 300 résztvevőből hatvanan a következő országokból érkeztek: Csehország, Franciaország, Hollandia, Horvátország, Lengyelország, Románia, Spanyolország, Szlovákia, Szlovénia, Törökország, Ukrajna, USA.

A plenáris ülésen a konferencia résztvevői előadásokat hallgathattak meg a hazai és a külföldi kulturális és turisztikai területek képviselőitől. **Dr. Katona Béla**, a Magyar Országgyűlés Idegenforgalmi Bizottságának elnöke köszöntötte a konferencia és a vásár résztvevőit, kiállítót a plenáris ülésen.

kat az érdeklődők a következő témákban:

**1. Kulturális turizmus: marketing, kommunikáció, médiakapcsolatok** (szekcióvezető: Szijjártó Györgyi, a Magyar Turizmus Rt. kulturális termékmenedzsere)

**2. A kulturális örökség és hagyományok szerepe a turizmusban** (szekcióvezető: Dr. Szabó Géza, a Falusi Turizmus Országos Szövetségének alelnöke)

**3. Természet és turizmus** (szekcióvezető: Lingauer János, a Környezetgazdálkodási Intézet Természetvédelmi Intézetének igazgatója)

**4. Kultúra és turizmus határok nélkül** (szekcióvezető: Némethné Kemenes Mária, a Magyar Turisztikai Egyesület Kulturális Tagozatának társ-elnökszónya)

\*A hangfelvételek alapján összeállította: Barkó Boglárka – Tibori Timea.



## 5. Kulturális program – turisztikai termék

(szekcióvezető: Zimányi Zsófia, a Budapesti Tavasz Fesztivál igazgatója).

A két félnapos szekcióülésen mintegy 60 értékes előadás hangzott el, melyek különböző módon közelítették meg az adott témát.

A második nap délutáni plenáris ülésén a következő előadók tartottak beszámolókat: **Bozzay Andrásné** a Gazdasági Minisztérium turisztikai helyettes államtitkárságának fősztályvezetője, **dr. Schiffer János** Budapest Főváros főpolgármester-helyettese és **dr. Tardy János**, a Természetvédelmi Hivatal vezetője, Környezetvédelmi Mi-

## Konferencia

Sebestyén utcai zsinagógát. A sikeres programot egy hangulatos ópusztaszéri kirándulás zárta.

A rendezvény hivatalos támogatója számos nemzetközi szervezet volt, így a Kulturális Utak Európai Intézete, az ICOMOS, az UNESCO és a WTO. Mindez a konferencia és a vásár nemzetközi jellegének erősítését szolgálta.

Anyagilag az alábbi szervezetek támogatták a rendezvényt: Gazdasági Minisztérium Turisztikai Célelőirányzat, Környezetvédelmi Minisztérium, Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, Budapest Főváros Önkormányzata Turisztikai Bizottsága, Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara, Új Kézfogás Közalapítvány, Kárpátok Alapítvány, ICOMOS Magyar Nemzeti Bizottság.

A sajtó folyamatosan figyelemmel kísérte a rendezvény előkészítését, lebonyolítását egyaránt. Számtalan újságcikk jelent meg a szakmai lapokban, néhány napilapban a konferencia előtt, beharangozva a programot, a rendezvény után pedig értékelve annak szakmai munkáját.

A Magyar Rádió Regionális és Nemzetiségi Adások Igazgatósága háromszor 1 órás műsort sugárzott az előkészítés időszakában, és több összeállítás hangzott el a Petőfi és a Kossuth Rádióban.

A MTV1, a Duna TV, a Budapest TV, a Fix Pont TV, valamint a Százhalombattai és az Egri Városi Televízió adott hírt az eseményről.

*Az alábbiakban részleteket közlünk az elhangzottakból a plenáris ülés, illetve a szekciók előadásai alapján. (A szerk.)*

**Dr. Budai Zoltán**, turisztikai helyettes államtitkár, Gazdasági Minisztérium:

**A kormány turizmus-politikája, kulturális turizmus a Széchenyi-tervben**

A kultúra és a gazdaság eredményei, összekapcsolásában meg kell említenünk

azt, hogy minden külföldi, aki Magyarországra látogat, szeretne valamilyen kulturális élményben részesülni. A Magyarországra látogató külföldiek 25%-a elsősorban a kultúra miatt jön, de a többiek is igénybe veszik a kulturális szolgáltatásokat, múzeumokat keresnek fel, előadásokon vesznek részt.

A turizmusnak speciális közvetítő szerepe van, amellel a kultúra piacra viteleiben természetesen több gazdasági szereplőnek is részt kell vennie. Az állam szerepe mindig is meghatározó volt. De azon kívül, hogy finanszírozza a kultúrát, egyre inkább közel kerül a kultúrát létrehozókhöz és a kultúrát felhasználókhöz. Egyre inkább a régiókban, egyre inkább az önkormányzatokban jelenik meg a finanszírozási szerep és természetesen ezt az üzleti szférával együttműködve, együtt dolgozva kell megvalósítanunk...

**A turizmus várható tendenciái:**

Európa csökkenő arányban, de továbbra is megőrzi vezető helyét a világ turizmusában. Teszi ezt azért, mert az európai kultúra a legsokszínűbb, az aránylag kicsi országok, az aránylag kicsi régiók között eltérő kulturális adottságúak vannak és hátha néhány száz kilométert utazunk már, vagy talán még kevesebbet, akkor is egy egészen más kulturális légkörben találhatjuk magunkat. Várható tendencia, hogy Ázsiából, a távol-keletről egyre inkább növekszik a turisták száma, az Európába igyekvők száma, külön egy új piac nyílik majd hamarosan, az elemzők sok százmillió kínai turistára számítanak az elkövetkező évek során. A versenyben – mert a turizmus piacán világméretű verseny zajlik, amelyben minden ország, minden régió és minden város részt vesz – a minőség lesz az a szempont, amivel a legtöbb turistát tudjuk idecsalogatni.

Az egyes országokon belül egyre inkább nő a belföldi turizmus szerepe, nem véletlen, hogy a világ két vezető turisztikai nagyhatalmában, (ld. az Egyesült Államokban, illetve Franciaországban is). Ebben fontos szerepet

82  
K É K

nisztérium helyettes államtitkára. Külföldi tapasztalatokról hallhattak előadásokat a résztvevők **Hervé Barré** úrtól, aki az UNESCO Kulturális Örökséggel Foglalkozó Szektorának főtanácsosa, valamint **Verécsi Gábor** úrtól, aki a WTO Turizmus Fenntartható Fejlesztése Részleg program koordinátora. A szekcióvezetők összefoglalói után **dr. Rubovszky András**, a Magyar Szállodaszövetség tiszteletbeli elnöke zárta be a 2000-es Kultúra és Turizmus Konferenciát.

A vásár – melynek ideális helyszínt nyújtott a Közgazdaságtudományi Egyetem – hétfőtől szerdáig várta a nagyközönséget, ahol 50 kiállító cég, köztük 5 ország képviselői ajánlották termékeiket.

A rendezvényhez kapcsolódóan exkluzív kulturális program keretében a résztvevők, és a kiállítók meglátogathatták a Magyar Nemzeti Múzeum „Európa közepe 1000 körül” című kiállítását, és megtekintették a Rumbach



játszik az oktatás, a minőség, és az egész életen át tartó tanulás folyamata.

A világ eseményei olyan gyors ütemben változnak, hogy egyetlen egy egyetemi diplomával sem lehet már végig követni azt, ami történik körülöttünk, újra és újra tanulnunk kell, és mindig frissíteni kell azokat az információkat, amelyek az idegenforgalomból is származhatnak.

A kulturális turizmus erősödését mutatja az a tendencia is, hogy a városlátogató utak népszerűsége nő, az egyedi, speciális termékek iránti kereslet. A turizmus olyan irányba fejlődött, hogy manapság már a földön nincsen olyan desztináció, amelyet ne lehetne elérni. Természetesen ez az a korosztály, amely a kultúrára még inkább érzékeny.

Fontos a fenntartható turizmus, a természeti és társadalmi környezet is. Erősödik az ökoturizmus, az az igény, hogy amit mi látunk, ugyanazt lássák majd gyermekeink is, ugyanazt lássák majd unokáink. Az Európai Unióból érkező turisták döntésében 25%-ban a legfőbb motiváló tényező a kultúra keresése. A kultúrán belül is természetesen több attrakció van, amely vonzza a látogató turistákat. 65%-ban ez valamilyen múzeum, vagy kiállítás, kulturális örökség 40%-ban, művészeti galériák 30%-ban, és a kulturális fesztiválok 12%-ban érvényesülnek. Magyarországon a turizmus sikerágazat, a gazdaságban a GDP-nek már több, mint 12%-át adja ez a szektor, több mint 300 ezren dolgoznak az idegenforgalomban. Növekedési dinamikája kétszerese a teljes magyar gazdaságénak, egy jelentős deviza-kitermelő faktor, amely egyidejűleg alkalmas arra, hogy a gazdasági növekedést biztosítsa, másrészt pedig a gazdasági egyensúlyt is javítja. A turisztikai bevételek több mint 14%-kal nőttek az előző év hasonló időszakához képest. Ez a növekedés a turisztikai egyenlegben még magasabb, eléri a 22,8%-ot.

Kulturális turizmusunknak természetesen vannak olyan területei, amelyek fejlesztésre várnak. Szükeek azok

## Konferencia

a hazai célterületek, ahol a turistákat fogadni tudjuk. Fővárosunkon kívül – Budapesten kívül – ilyenek a világörökség helyszínek, a kastélyok, a várak. A piaci szereplők tevékenysége sajnos még koordinálásra vár. Karakteres turisztikai termékeket, egyedi turisztikai termékeket kell létrehozunk, hogy valóban a kultúrát kereső turisták igényeit ki tudjuk elégíteni. Az ár-érték arány a magyar kultúrában, a kulturális turizmusban még nem kapta meg azt a helyét, ami megilleti őt, nagyon alulértékelték a kulturális látványainkat. Vannak a kínálatnak hiányai: az infrastruktúra sok helyen még kiépítetlen. Jelentősek az olyan kulturális rendezvények, fesztiválok, mint a Budapesti Tavasi Fesztivált, amely a hazai és a nemzetközi kultúrát mutatja be, mind belföldi, mind külföldi látogatók részére. Különböző művészeti ágak jelennek meg a turisztikai kínálatban. Népművészet, képzőművészet, és nem véletlen, hogy az egyik sikeres kulturális látványosság éppen a Szentendrei Skanzen, ahol a népi kultúrák és a népi hagyományok jelenét is be tudjuk mutatni. Az elmúlt évek során elhanyagolt terület a vallási turizmus volt.

A Gazdasági Minisztérium felismerően, hogy a kultúra a turizmusnak egyik fő területe, a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumával közösen valósított meg egy új programot az idei évben. Együttműködést alakítottunk ki, amelynek keretében pályázati úton támogattuk a múzeumok infrastruktúrájának fejlesztését, látogatóbarát környezet kialakítását. Kiemelt programunk a kastélyok hasznosítása. Sikeres kulturális nevezetessége Budapestnek a Mementó Park (Szobor Park). Támogattuk a magyar kultúra külföldi megjelenését, így a londoni millenniumi magyar rendezvényeket is. A világörökségi helyszínek infrastrukturális fejlesztésében szintén részt vett a két minisztérium.

### A tervek:

A jövő évtől, a Széchenyi terv kiemelt programként kezeli a turizmus fejlesztését. 25 milliárd forintot szánunk a turizmus fejlesztésére és a 2002. évben ez tovább emelkedik 28,2 milliárd forintra. Az idei évben mintegy 8 milliárd forint fordítódott a turisztikai céllelőirányzathoz a magyarországi turizmus fejlesztésére.

A Széchenyi terv turizmus-fejlesztési programjának célja, hogy a beutazó turizmus fajlagos költsége emelkedjen. Az az ország lehet igazán sikeres a nemzetközi turisztikai piacon, amely saját népességét is meg tudja mozgatni, itthon tudja tartani és olyan turisz-

83  
K É K

tikai kínálatot tud kialakítani, amely a magyar lakosság részére is érdekes.

Fontos szempont a fenntartható turizmus feltételeinek biztosítása is. Célunk, hogy megváltoztassuk azt az országképet, amely az elmúlt évtizedek során Magyarországról kialakult. Magyarország sokkal több, mint a pusztaság vagy a paprika, ezért fontos a kulturális örökségünk hangsúlyozása is. A hagyományos vendégkör mellett szeretnénk más küldő országok turistáit is Magyarországra vonzani, akár éppen azokat a távol-keleti turistákat, akiknek a rohamára hamarosan egész Európa számíthat.

A Széchenyi terv turizmus-fejlesztési programja jövőre 6 alprogram keretében valósul meg:

1. egészségsturizmus
2. konferencia-turizmus
3. tematikus parkok fejlesztése
4. kastély- és varturisztikai program

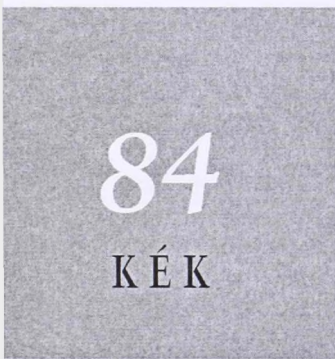


5. turisztikai információs rendszer fejlesztése
6. falusi turizmus további fejlesztése.

**Alain Bothorel**, Counselor of Delegation of the European Commission to Hungary:

**Perspectives of Cultural Tourism in the Countries of the EU, Plans and Programs for Promoting Cultural Tourism**

It is a pleasure for me to have the opportunity to speak today: I'm going to talk about culture-related tourism in the EU.



Tourism is an activity which affects our society in many different ways and has a profound impact on our social, cultural and economic life. It affects a wide range of areas: employment, regional development, education, environment, consumer protection, health, safety, new technology, transport, finance and taxation to name only a few.

There is growing awareness of the economic importance of tourism for future growth and employment in the European Union. It is estimated that tourism directly employs 9 million people in the European Union, representing 6% of total employment and accounting for at least 5.5% of GDP and 30% of total external trade in services.

The Treaties give no particular guidance for community tourism policy and there is no specific legal base for

## Konferencia

Community measures on tourism.

This is entirely left to the member state.

Only Article 3rd of the Treaty of Maastricht included, for the first time, „measures in the sphere of tourism” in the list of Community activities foreseen in support of the Community's overall objectives.

There is however a Tourism Unit in the Commission in DG Enterprise which plays coordinating role within the European Commission, aiming to ensure that the interests of tourism are fully taken into account in the preparation of legislation and in the operation of programmes and policies which are not themselves conceived in terms of tourism objectives. In practice very many programmes and policies now either include a tourism dimension or have a significant impact on tourism-related activities. These Community schemes have an important influence on the development and preservation of the natural and cultural heritage.

**The European Community's support for tourism**

The last few years have been an important period in the progressive involvement of tourism in programmes supported by European Community.

Many different schemes exist which provide funding for suitable proposals.

The largest sources of European Union funding for tourism, in particular in the less prosperous regions, are Structural Funds, the European Regional Development Fund (ERDF), the European Social Fund (ESF) and the European Agricultural Guidance and Guarantee Fund (EAGGF). It is widely recognized that tourism contributes to regional development and

job creation, and 7.3 billion EURO represents the total Community contribution to tourism projects over the period 1994-1999 through the Structural Funds.

The support available through the Structural Funds is essentially aimed at economic development goals. Therefore, economic and social criteria are crucial in deciding where and how resources are allocated. In general, the funds are targeted locally and the operational programmes are managed by member states. Aid provided by the Structural Funds therefore usually reaches the user through national or regional schemes managed by the national authorities.

Many local activities can benefit also from financial aid through other Community programmes in diverse fields such as research and technology development, environmental protection, rural development, improving of the competitiveness of SMEs, restoration of cultural heritage etc.

Advice on Community programmes and how to apply for funding from them is available through the Commission's network of *Euro Info Centers* (EICs), which are specifically designed to assist and provide answers to the various queries posed by small and medium-sized enterprises (SMEs).

**What about culture and tourism in the EU?**

While there is no provision for harmonization of laws on culture within the EU – how could we possibly harmonize culture? This would be anathema to our citizens – the EU does supplement the efforts of Member states in supporting culture and heritage. Our policy aims to improve the knowledge and dissemination of the culture and history of the European peoples; to conserve and safeguard European cultural heritage; to support artistic and literary creation.

A few programs promote cultural tourism per se at the level of the



European Commission, but no global plan strategy for this particular aspect of tourism exist.

The first program I would like to mention is the Culture 2000 Program, Which aims to encourage the creation of a cultural area common to Europeans and to promote cooperation in the field of culture. The budget earmarked for Culture 2000 is 16 million Euro. It follows the footsteps of three cultural programs which operated in the years 1996-1999 – the Kaleidoscope, Ariane and Raphael programs. Hungary will participate in the Culture 2000 program as of January 2001. A new Culture Point Office has been created in Budapest and was jointly established by the Ministry of Cultural Heritage and the Commission. The Office will be responsible for the management of Culture 2000 in Hungary.

Tourism can greatly benefit from this program if tourism development or tourism promotion and culture are integrated in the local planning. The initiative is left to the local governments or the local authorities.

The second program worth mentioning is Media II, which provides a series of support measures to the distribution of movie works and audiovisual programs. Its relevance for tourism lies in the contribution of drama, documentary and animation productions to the promotion of tourist destination.

The European Union also participates in numerous cultural events among which two have great impact on tourism, the European City of Culture and European Cultural Month.

The European City of Culture is an annual event that aims to promote the cultural richness and diversity of Europe's cities, while highlighting their common heritage and the vitality of their artistic creation.

The host cities have been designated up to this year. The following nine cities have been jointly designated

## Konferencia

European City of Culture: Avignon, Bergen, Bologna, Brussels, Krakow, Helsinki, Prague, Reykjavik, and Santiago de Compostella.

Every year the Community has made a symbolic contribution to the European City of Culture of 300,000 Euro per year.

In the future, this event will be placed in the Community framework. In May 1999, the European Parliament and the European Council decided to establish a Community action for the European capital of culture for the years 2005 to 2019. This action envisages that each year a city will be chosen to carry out a cultural project on a specific European theme.

The European Cultural Month has the same principle as the European City of Culture and is intended especially for cities in Central and Eastern Europe.

The designation as a City of Culture or as host of the Cultural Month is of direct benefit to the local tourism business as these Europe-wide events increase the attraction to and awareness of the city concerned.

To conclude I would like to say that cultural tourism is an activity that has an increasing importance in the member states of the EU. The Commission does not take a leading role in promoting cultural tourism. It leaves this task to the regions, to the cities, but is ready to help promote it and to provide financing through many programs from the Structural Funds to the Agriculture funds, to the SME support frameworks.

In Hungary the Preliminary National Development Plan gives a clear priority to the economic potential of cultural tourism, which is based essentially on the sound utilization of cultural heritage. It is estimated that 9% of Hungary's GDP derives from tourism, employing up to 300,000

people. I believe the tourism industry deriving from Hungary's rich cultural heritage will greatly contribute to its overall economic and social development and create further job opportunities in the years ahead.

### Összefoglaló

A közösség turisztikai, vendéglátóipari tevékenységét illetően nincsen átfogó közösségi irányelv az EU-ban. A Maastricht-i egyezmény volt az első, amely a turizmus területén bizonyos rendelkezéseket hozott. Felsorolt olyan célkitűzéseket és olyan tevékenységeket, amelyeket az egész kö-

85  
K É K

zösségen belül, az unión belül el kell végeznünk, mégpedig az Európai Brüsszeli Bizottság koordinálásával. A nemzetközi és a nemzeti jogszabályok, illetve a turizmus-politika kialakításakor ezen célkitűzéseket kell a tagállamoknak teljes mértékben figyelembe venniük. A turizmus iparágban fontos a természeti- és kulturális örökség megőrzése, a promóció elősegítése. Az Európai Közösség számos ilyen programot támogatott eddig, és fog ezután is támogatni.

Az Európai Unió részéről a legnagyobb finanszírozási forrás a strukturális alapokat érinti. Az egyik ilyen az Európai Szociális Alap (ESE), és az Európai Mezőgazdasági, Útmutatási és Szubvenciók Alap. Köztudott, hogy a turizmus hozzájárul a regionális fejlődéshez és a munkahelyteremtéshez. A Közösség mintegy 3,7 milliárd euróval járult hozzá a strukturális alapokon keresztül a turizmus fejlesztéséhez



## Konferencia

1994–1999 között. A strukturális alapokból származó finanszírozás nemzeti és regionális csatornákon keresztül jut el az önkormányzatokhoz, és önállóan használhatják fel azt. Számos közösség profitálhat más közösségi programokból is, pl. K+F programokból. A környezetvédelem, vidékfejlesztés, a kis- és középvállalatok fejlesztése, a kulturális örökség helyreállítása stb. mind további olyan célprogramok, ahonnan pénzt lehet szerezni.

Az EU egyik fontos programja a Kultúra 2000, amelynek célja a közös európai térség kialakítása és a kulturális együttműködés elősegítése, 16 millió euróval. Ez három kulturális prog-

ezredek óta a Kárpát-medencében élve és természetesen 1000 év óta elsődlegesen a magyarok, mi magunk, elődeink. Mit alkottak, mit hoztak létre, és ez az egész világ kulturális értékének a rangsorában milyen érdeklődésre tart számot, milyen értéket képvisel, vajon csak számunkra fontos, vagy érdekes lehet Európa vagy más földrészek lakosai számára egyaránt?

Európa szívében vagyunk, egy olyan térségben, ahol a különböző kulturális áramlatok és felfogások rendre találkoznak. Ennek a kicsit történefilozófiai elemzésébe természetesen nem kell belemeríteni, viszont azt a tanulságát és azt a vonatkozását érdemes megemlíteni, hogy éppen ezért hazánk földje rendkívül gazdag a legkülönbözőbb kulturális emlékekben. Akár a keleti, akár a déli, akár pedig a nyugati térség hozzánk képest nézve természetesen valamilyen formában itt hagyta a keze nyomát. Nem csak a sztyeppei típusú kurgánok vannak jelen Magyarországon ezerszámra a bronzkor és a vaskor különböző emléktárgyának az emlékeként, hanem itt vannak azok a tell települések és azok a sokszor emeletes épületek, amelyeket a neolitikumtól kezdődően a mezopotámiai stílust követő népek és gazdálkodási rendszert idehozó és azt itt gyakorló és követő népek építettek és emeltek és amelyeknek egyike másika például Vésztőmágorban kivételes emléke ennek az időszaknak, egy olyan kultúrának, mely nem Magyarországon honos, de Európán szerte az egyik legfontosabb helyszín, vagy talán néhány más helyszínt is tudnánk említeni.

Ugyanakkor itt vannak a római kori emlékek, amelyek a klasszikus világ tanúi, itt vannak Magyarországon, őrizzuk és feltárjuk ezeket, és természetesen kultúránk szerves részét alkotják. Itt vannak a nyugati típusú várépítészetnek, katedrális-építészetnek az emlékei, amelyeknek tudjuk, hogy a legkeletibb végpontja éppen Brassó és a Kárpát-medence legkeletibb csücske, ameddig a kereszténység révén ezeknek az emléktípusoknak és

kulturális sokszínűségét erősíti, gazdagítja, megismerteti a művészi alkotásokat is. Pl.: Avignon, Bergen, Bologna, Brüsszel, Krakkó, Helsinki, Prága, Rejkjavik és Santiago de Compostela. A bizottság e rendezvényekhez minden évben szimbolikusan hozzájárult háromszázezer euróval. A jövőben ez az esemény még fontosabbá fog válni. 1999 májusában a Parlament és az Európa Tanács úgy döntött, hogy egy Európai Kulturális Főváros elnevezésű projektet indít 2005 és 2019 között. Ez azt jelenti, hogy minden egyes évben kiválasztunk majd egy várost, amelyik egy bizonyos kulturális projektet fog megvalósítani. Az Európai Kulturális Hónap és az Európai Kultúra Városa alapelve ugyanaz, de elsősorban a közép-kelet-európai városokra és országokra összpontosít.

Magyarországon az előzetes nemzeti fejlesztési programban láthatóan prioritást biztosít a kulturális turizmusnak. Úgy becsülik, hogy a turizmusból származik Magyarország GDP-jének kb. 9%-a, és a turizmus 300.000 munkahelyet tart fenn. Egy olyan ország, mint Magyarország, amely ilyen gazdag kulturális örökséggel rendelkezik, a turizmusra úgy építhet, mint egy jövőbeni húzóágazatra, amelyik segíti az ország fejlődését.

**Dr. Visy Zsolt**, kulturális helyettes államtitkár, Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma:  
**Kulturális erőforrásainkról**

A kultúra oldaláról nézve a dolgot, természetesen alapvetően a mi feladatainkról, a mi lehetőségeinkről, a kulturális szférában megnyilvánuló tartalmakról és erőforrásokról kell beszélnünk. A kulturális erőforrások tekintetében természetesen elsősorban arra hagyatkozhatunk, ami nem annyira a mi érdemünk, hanem az elődeinké. Azoké a társadalmaké, azoké a csoportoké, azoké az embereké, akik év-

86  
K É K

ramnak az összeolvadása, ami 1996 és 1999 között futott, a Kaleidoszkóp, az AIAM és a Rafael. Magyarország 2001. január 1-től fog bekapcsolódni a Kultúra 2000. programba. Budapesten létrehoztunk egy központot, a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumával, és az Oktatási Minisztériummal együtt.

A turizmusipar szerte a világon akkor tudja a legjobban kihasználni ezeket az új lehetőségeket, ha a turizmus és a kultúra promóciója a helyi tervezésben „kéz a kézben” együtt jár. A döntés mindig a helyi önkormányzatok, a helyi hatóságok feladata... További támogatás a Media Two (Média kettő), ami elsősorban a filmgyártást segíti, de idetartoznak a dokumentumfilmek, a természetfilmek is. Az EU számos kulturális eseményben vesz részt, például az Európai Kulturális Hónap, vagy az Európai Kultúra Városa, ami olyan esemény, amelyik Európa városainak



emlékfajtaiknak, építészeti dolgoknak az építése, létrehozása és természetesen fenntartása elterjedt és ahol természetesen mind a mai napig olyan lakosság él, amelyik ezeket az értékeket nemcsak mint idegen értékeket kezeli, hanem sajátjaként gondolja, ápolja, sőt természetesen használja akár vallási, akár egyéb célokra.

Rendkívül izgalmas, rendkívül érdekes tehát a Kárpát-medence, és azon belül Magyarország kulturális szempontból, a kulturális örökség szempontjából, de nem csak az épített örökségre, nemcsak a tárgyi örökségre, a múzeumokban őrzött számos különböző emlékre vonatkozik, hanem természetesen vonatkozik szellemi örökségünkre. Az a tudat, az a tartalom, azok az életminőségek és azok a kulturális, egyházi, vallási vagy bármilyen társadalmi és szokásbeli vonások, amelyek szinte automatikusan élnek bennünk, és amelyek neveletésünk, iskoláztatásunk révén a hagyományokhoz kötnek bennünket, természetesen magukba foglalják ezeket a legkülönbözőbb hatásokat és így szokásainkat. Ez vonatkozik a zenére, néptánra és más szokásra, vagy a borkultúrára. Szokásainkban természetesen ötvöződnek a különböző kulturális hagyományok és nagyon sok olyan dolgot integrált, épített be magába a magyar nemzeti hagyomány és a magyar népi hagyomány, amelynek az eredetét, a pentatóniának a rendszerét például egészen a Távols-Keletig lehet követni. A színes kerámiáknak, viseletünknek egyes tárgyai – tudjuk jól – a török kor idején terjedtek el elsősorban, de úgy váltak magyarrá, hogy most már elválaszthatatlan részei a magyar kultúrának, néphagyománynak és természetesen magyarságunknak.

Ezek azok az értékek tehát, a tárgyi és a szellemi emlékek, amelyekre méltán büszkék vagyunk és amelyet laikusok, amatőrök, de még inkább természetesen szakemberek és az erre szakosodott intézmények esetenként évszázadok óta lelkiismeretesen, precízen gyűjtenek, őriznek, konzervál-

## Konferencia

nak és igyekszünk úgy használni, hogy ebből mindannyian valamilyen tanulással gazdagodva részesedjünk. Ez a közös örökség. Olyan minőségű ez az örökség, amely tehát Európa számára is rendelkezik mondanivalóval, sőt azon kívül is. Büszkén mondhatjuk azt, hogyha megfelelő formában és módon tudjuk felmutatni kulturális értékeinket, akkor kulturális nagyhatalmak vagyunk és természetesen, hogyha ezt a megfelelő gazdasági megfontolások és a turisztikai megfontolások figyelembevételével tesszük, akkor kézenfekvő az a következtetés, hogy potenciálisan kulturális nagyhatalom is vagyunk. Ha kiteljesítjük azokat a terveket, melyeket az elmúlt években felgyorsítottunk, akkor ez az állapot be is következik...

### Mik a kulturális turizmus részei?

Ide tartoznak azok a rendezvények, fesztiválok, operaelőadások, népi együtteseknek a fellépései, különböző konferenciák, az ország különböző pontjain rendezett hazai és nemzetközi érdeklődésre számot tartó találkozók és nagyon sok egyéb rendezvény, amit kulturális turizmusnak nevezhetünk. A művészet, a népművészet, a jó értelemben vett kultúra bármilyen vonatkozása ide tartozik. Tehát egy társadalom kultúrája, egy társadalomnak, egy országnak a színvonala, a bemutatkozása, a külleme, a viselkedéskultúrája, az építmények, falvak, települések, utak, az egész vidéknek a rendezettsége és ez a képe, az a nyugalom, ami ebből árad, az az eszmeiség, ami ezekből fakad, annak az érzésnek a tudata, hogy igen: e mögött a rend, e mögött a fegyelem, e mögött a kultúra mögött és a számos igen sok és szép és természetesen külföldi rendezvény mögött valóban van érték, van fedezet, van tudományos, kulturális, tudat, erő; és ezt sugározza a tevékenységünk.

A magyar társadalomnak az egyik rákfeneje évtizedek óta, hogy önként lemond nagyon sok ember a szabadidejéről, mert a megélhetési gondjai nem engedik meg, hogy túl sok szabadidőt szakítson ki önmaga számára és önként vállalt feladatokkal tölti ki a rekreációra, felüdülésre alkalmas és arra rendelt idejét, akár pedig azért tölti el szegényesen ezt az időt a saját szempontjából, mert az anyagi lehetőségei nehezen teszik lehetővé azt, hogy költséges turisztikai programok megvalósítására gondoljon. Ez természetesen sokszor ellentmondásos is, és mai nap is olvashatunk olyan elemzéseket, melyek ki-

87  
K É K

mutatják azt, hogy a magyar társadalom egy jelentős része igen költséges utakra vállalkozik, felkapott és viszonylag olcsó, vagy kevésbé olcsó Földközi-tengeri üdülőhelyeknek a meglátogatására és az ennél feltehetően olcsóbb és egyszerűbb, könnyebben megvalósítható magyarországi kikapcsolódási helyek és üdülések kissé háttérbe szorulnak... Nemcsak az évi rendes szabadságban lehet tervezni kulturális kikapcsolódást vagy tevékenységet a turisztikai vonalon, hanem azokon a hétvégeken is amelyek, gyakorlatilag minden héten rendelkezésünkre állnak. A szabadidőnek az értelmes, hasznos eltöltése, olyan alapfeltétele a kulturális turizmusnak, ami az egész társadalom számára fontos.

Az iskolai művelődés, az oktatás, nevelés jelentősége elengedhetetlenül fontos, és ugyanilyen jelentőségű az élethosszig való tanulás...



Amit még szeretnék felvillantani, az a kulturális tárcának a felelőssége és tevékenysége abban a tekintetben, hogy milyen felelősséggel rendelkezünk, milyen felelősséget érzünk a magunkénak. A kultúra emlékeinek megőrzése, fenntartása mindenkinek a feladata, akinek van valamilyen kulturális örökségi érzése. Természetesen a legnagyobb feladat az államé, hogy olyan törvényi és jogi körülményeket, feltételeket teremtsen, ami kiváltja a megfelelő cselekvést minden résztvevőből. A különböző kulturális elemek fenntartásának a pénzügyi feltételek szabnak határt.

88

K É K

Ki kell emelni néhány olyan csoportot, amely valóban rászolgál arra, hogy előtérbe kerüljön. Ez pedig a kastélyok helyzete és a kastélyokra, várakra vonatkozó tervek. A Kincstári Vagyongazgatóság, tehát állami tulajdonban lévő, el nem idegeníthető kastélyoknak a felújítását és a megfelelő színvonalú hasznosítását célozza meg. Ennek a lényege az, hogy összesen, arányosan majdnem 150–150 millió forinttal egy olyan közös programot indítottunk el, amelynek majdnem a felét, 140 millió forintot a múzeumoknak és a közgyűjteményeknek, a látogató-barát és közönségfogadást elősegítő turisztikai kulturális programokra fordítjuk. Egy másik program, amelyre 50 millió forintot tudunk ugyanebből a közös kezdeményezésből aldozni, az a műemléki helyszíneknek a hasonló feldolgozása és programok kialakítása... Van egy harmadik program is, amelyben több minisztérium is – a

## Konferencia

Földművelésügyi és Vidékfejlesztési és a Környezetvédelmi tárca – érintett és a megállapodás mára küszöbön áll. Ez elsősorban a világörökségi helyszínek megfelelő kezelését célozza, olyan programok indítását és konkrét megvalósítását, amelyek a meglévő és tervezett világörökségi helyszíneinknek a megfelelő szintű bemutatását segítik elő...

Számos egyéb lehetőség és program van, akár a különböző fesztiválok, népzenei vagy néprajzi vonatkozású, vagy bármilyen kulturális rendezvény közös, tudatosan a kultúrát hangsúlyozó vonatkozásait tekintjük.

Itt lehetne megemlíteni az Európa Kulturális Útvonalainak a kérdését is – a Szilveszter pápa útvonalat, az Erzsébet királyné életútját végigkövető útvonalat, de van, pl. a Barokk útvonal, a Borostyánkő útvonal, a Limes, ami nevezésre kerül, akár a Borostyánkő útvonalra gondolok, akár a Limesre, ami ahogy tudjuk a Rajna és a Duna-mentén átszeli egész Európát. A most kibontakozó fejlődés, a Széchenyi terv és más tervek azt bizonyítják, hogy a gazdaság, a pénz és a kultúra nem ellenségei, hanem barátai, szövetségesei egymásnak...

**Michael Thomas Penette**, president of the Society of European Cultural Routes:

### European Cultural Routes at the Turn of Millennium

Thank you for the invitation, I am very happy to be here. It is an honour to be on the list of professional supporters among WTO, UNESCO and ICOMOS. This is not the first time for me in Hungary and I am always happy to see how much Hungary is working in the field linking culture and tourism, participating actively in the Cultural Routes program as well.

The European Cultural Routes is an association founded three years ago by the Council of Europe. Its task is to

support and help those who are carrying out current projects and giving new proposals for Cultural Routes all throughout Europe. We have a library, a newsletter and we are trying to provide everyone with the most current information. In general we are trying to enhance communication between the field of culture and tourism. We do not deal with statistics. We rather analyse projects, new trends and innovations with regard of cultural values, European citizenship and also European common development.

I was asked to give a speech about European Cultural Routes at the turn of the Millennium. Then I first asked myself, what is happening at the turn of the Millennium. I think it is obvious that nothing special at all is happening. World is changing, as always, but not always changing for the best. There is, however, definitely one new trend, growing interest for cultural tourism. Between 10-20 % of tourists are interested in cultural products. (Of course, these percentages are changing from one country to another.) Cultural tourism is, thus a very relevant topic involving many important projects. Interdisciplinary communication is inevitable for future development. Organisations like WTO, UNESCO and ICOMOS and the European Cultural Routes should really strongly co-operate. Cultural tourism is a political issue as well. The Council of Europe is involved in enabling new charters, ethic issues to appear and to be developed in the field of tourism.

The first co-operative action of this country with the Council of Europe was the establishment of the Baroque Route. A major action I would like to mention was a conference on the Cultural Routes in the Balkan area organised by the Bulgarian ICOMOS held half a year ago. The first step is always the identification of cultural heritage and the recommendation of cultural routes from country to country



without boarders. I am impressed by the recommendations but certainly disappointed by the conclusions and results of the meeting. I am disappointed to see very few truly cultural tours offered. Our first task is to educate the demand, to make people aware of the importance of rich cultural heritage.

The term 'cultural tourism' is used in so many ways that we have to be careful with it. Cultural tourism is certainly a form of tourism based on cultural heritage but also on complex notions like identity, cross-cultural events, broader co-operation and interdisciplinary work. Cultural tourism is actually a process, a long and costly process. New cultural tourism sites have to be carefully chosen, and prepared for the welcoming of tourists. Developments have to respect the local population. We should not sell their culture, much rather make them participate in showing their own heritage. We need to be extremely careful about the cultural products. This is certainly the reason that convinced the parliamentary assembly of the Council of Europe 13 years ago to adopt the European Cultural Routes program. This program was adapted to the new campaign named European Common Heritage lunched one year ago.

This campaign tries to make people co-operate on the professional, just like on the public level to work for their common cultural heritage. The first project of this campaign was to identify the Historical Routes and plan historical itineraries. The second project was to continue these routes first in Western Europe then throughout whole Europe. This was the first attempt to make people work together on a common European project, their common heritage, to agree on principles, use the same sign-posting, but keep local diversity. Before opening a new cultural route, workshops and enterprises were created for the preservation and rehabilitation of the

## Konferencia

heritage. Co-operation also means a transfer of experience. We are trying to establish co-operation between countries in Eastern and Central Europe. I think it is important to preserve villages and small towns in all countries. They need to be protected because they can change in a very rapid way. Of course, we have to respect evolution, however, we also have to keep old values. A competition was recently announced about new construction and architectural inventions in villages.

The spirit of tradition is very well kept and made widely known by festivals. Here I would like to announce that the Institute is preparing an exhibition in Greece next February about festivals and rituals in Europe. Traditions from Greece, Hungary, Luxembourg, Belgium and French Elsas are going to be shown. We are very happy for 5 Hungarian museum are participating in the travelling exhibition.

Another example for the cultural routes is the route established in the city of Luxembourg. The city was influenced by many different cultures and civilisations: Spanish, French, Austrian and German. Modifications inside the city were restricted during the 18<sup>th</sup> century by a European agreement. The National Service for Cultural Heritage even rehabilitated part of the middle age fortification. The purpose of the cultural route is to present the city for the visitors not to see only buildings one after another, but to incorporate and better understand the continuity of space and history.

Currently we are managing more than 20 themes, and there are plans for new cultural routes in connection to some major historical figures in Europe, like Pope Sylvester, Saint Elizabeth etc. I am hoping for a wide co-operation for carrying out our plans.

## Összefoglaló :

Az Európa Tanács, valamint a Luxemburgi Nagyhercegség kormányával együtt indítottuk el az ún. Kulturális Utakat azzal a céllal, hogy különféle kulturális elemeket mutasson be. Az utakat az Európa Tanács alakítja ki olyan előterjesztések alapján, mint például a magyarországi Szent Erzsébet Út stb...

Könyvtárunk és hírlevelünk van, ennek segítségével terjesztjük a kulturális utak gondolatát Európában. Rendelkezünk olyan szakértőkkel, akik a kulturális turizmus kommunikációjára szakosodtak. Olyan megfigyelők

89  
K É K

vagyunk, akik elemezzük a projekteket, az európai együttműködést, az új tendenciákat, az újításokat, az új gondolatokat a fejlődés szempontjából.

A szakértők között nyilvánvaló, hogy a kulturális turizmus iránti, illetve a turizmusban megnyilvánuló kulturális elemek iránti érdeklődés növekvőben van. A turisták 10-20%-a kulturális programon vesz részt, olyan termékeket vásárol, amik kifejezetten a kultúrához kötődnek. Nyilvánvaló, az egyes országok között nagy a szóródás, de a tendencia egyértelmű. A nemzetközi szervezetekben kiemelt feladat a kulturális turizmus. A világturisztikai szervezet, a WTO elfogadott egy határozatot, ami erre a kérdésre fókuszál, az UNESCO, az ICOSMOS is ezen dolgozik. Az Európa Tanács a Kulturális Utak Európai Intézete új Chartákat, új etikai alapvetéseket dolgozott ki, és ezeket alkalmazzuk is a turizmus fejlesztésében...



A kulturális turizmus politikai kérdés is. (Pl. a Barokk Út, amely összekapcsolja az országokat!) Tartalmazza az identitást, a kulturális kölcsönhatásokat, a határokon átnyúló együttműködést, az interdiszciplináris munkát stb., amellel módszer arra, hogy az európai értékeket terjesszük. A kulturális turizmus hosszú és nyitott folyamat, amely kölcsönösségre épít. Ha el akarunk adni egy autentikus terméket, olyat, amelyik tiszteletben tartja a különféle egyezményeket és chartákat, valamint az embereket, akkor nyitottnak kell lennünk, nem pedig etnikumközpontúnak. Ha fenntartható módon akarjuk fejleszteni a turizmust, akkor ez a folyamat hosszú

90  
K É K

és költséges, ami nagy kihívás. Ez az oka, ami meggyőzte az Európa Tanács parlamenti közgyűlését tizenhárom évvel ezelőtt arról, hogy elfogadja az Európai Kulturális Utak tervét. A program még most is fut és sikerült ahhoz a kampányhoz igazítani, amit a múlt évben kezdtek, és ami a következő évben fog lezárulni. Az „Európa egy közös örökség” összefoglaló címet viselik olyan utak, mint Szent Jakab zarándok út, Santiago út, a holland út, a Selyem út, a népvándorlások útja, városok, parkok, természeti szépségek útja stb.

*Emil R. van Brederode*, member of ICOMOS International Scientific Committee of Cultural Tourism:

### **The role of Cultural and Built Heritage in Tourism**

On behalf of Secretary General on International Council of Monuments

## Konferencia

and Sites, ICOMOS, I would like to thank the organizers for the invitation to participate in this conference.

The Secretary General, Mr. Jean-Louis Luxen, is very sorry not to be here in person.

Therefore he asked me to represent him.

I'm grateful that you have accepted me to give this contribution to your Conference. I'm happy to be here, because the relation between the cultural heritage and tourism is a subject that interest me very much. I have been working in the Dutch Touring Club about ten years, I have been director of the National Contact Monuments, an umbrella organization for Dutch NGO's working in the field of the cultural heritage. In both organizations I have had the opportunity to work on the relation between the tourism and the heritage sector. For instance, more than fifteen years ago I had the pleasure of introducing the responsible officers for tourism in the Dutch ministries of economics and culture to each other. They had been working in the field of tourism for many years, but they didn't know each other. That is one example a NGO can do, maybe more easily than governmental bodies.

ICOMOS is since 1965 the pre-eminent worldwide organization, which brings together conservation specialists from all over the world. There are National Committees in about 105 countries, providing the individual and institutional members with a forum of discussion and exchange of information. There are also 21 International Scientific Committees. They are responsible for developing conservation theory and techniques in their specific areas, bringing together experts with worldwide reputations. They deal with a wide variety of sub-

jects. The International committees concern themselves with building materials, special techniques, heritage categories, conservation policies etc.

Examples are committees for Historic Towns and Villages, Vernacular architecture, Stone, Wood, Archaeology, Training and Cultural Tourism, of which I am an active member.

One important activity of ICOMOS is the adaptation of international charters in the various fields we are working in. The best known is the "Venice Charter".

One of the oldest ICOMOS Charters was the 1976 Tourism Charter. It will not surprise you that the Charter has become a little out of date, because of the booming development of tourism, but also because of the evolution of practices of heritage conservation. During the ICOMOS General Assembly in 1996 in Sofia the ICOMOS ISC on Cultural Tourism was asked to prepare a new Charter. We worked three years on that new charter; in discussions in our committee with representatives from different parts of the world (also a representative from Hungary took an active part in it) in discussions with other organizations and international conferences. There was also an intensive written consultation of all national and international committees of ICOMOS. Finally the General Assembly in Mexico adopted the 8<sup>th</sup> draft of the International Cultural Tourism Charter, in October 1999.

I have structured my contribution in accordance with the six principles of Cultural Tourism Charter. I shall present them to one by one, explain their meaning and share my feelings about them.

#### • Principle 1

Since domestic and international tourism is among the foremost vehicles for cultural exchange, conservation should provide responsible and well managed opportunities for members of the host community and visitors



to experience and understand that community's heritage and culture at first hand.

I can not resist quoting the Charters Ethos: „ Heritage is broad concept and includes the natural as well as cultural environment. It encompasses landscapes, historic places, sites and built environments, as well as biodiversity, collections, past and continuing cultural practices, knowledge and living experiences. It records and expresses the long processes of historic developments, forming the essence of diverse national, regional, indigenous and local identities and is an integral part of modern life. It is a dynamic reference point and positive instrument for growing and change.

The particular heritage and collective memory of each locality or community is irreplaceable and an important foundation for development both now and into the future.”

As far as ICOMOS is concerned our objectives are to preserve the cultural heritage in all its rich diversity: towns and villages, cultural landscapes, historic buildings and sites, archaeological remains, and so on.

An important question is, however, why we do preserve these values? What is the meaning of preservation if nobody knows about it, and nobody can access to it? How can we expect society to support the preservation of the cultural heritage if they are not aware of it? This approach was thoroughly discussed within ICOMOS and our conclusion was that, on the one hand, we have the duty to protect the cultural heritage, but on the other hand we have to provide possibilities for access. The society has the right to experience and understand the heritage significance. That means a certain form of access for the local population and also visitors from the country itself and from abroad. However, the access must be responsible and well managed. That means that it can not always be full physical access. It could also mean access an intellectual, spiritual or

## Konferencia

virtual way by using printed or audio-visual materials, information centers or contemporary forms of education, media and technology. For instance a sensitive archaeological site could be shown from a platform or explained in a visitor centre with a model and an audio-visual presentation.

- Principle 2

The relation between heritage places and tourism is dynamic and may involve conflicting values. It should be managed in a sustainable way for present and future generations.

It is in the interest of both conservation and tourism that the cultural heritage should be managed in a sustainable way. Tourism is a very fast growing industry and the cultural heritage is an important course on the menu of the tourist. Too many visitors or a badly managed site can cause serious damage to the cultural heritage. Some places and even cities became so overcrowded that the authorities decided to stop the promotion or even to close the site. Too many visitors can be a danger for the heritage values, can disturb the host community, but can also minimize the attraction from the site for the visitor.

Before heritage places are promoted or developed for increased tourism, management plans should asses the values of the resource.

They should the establish appropriate limits of acceptable change, particularly in relation to the impact of visitor numbers on physical characteristics, integrity, ecology and biodiversity of the place, local access and transportation systems, and the social, economic and cultural well being of the host community. If the likely level of change is unacceptable the development proposal should be modified.

Good planning is very important, not only for World Heritage and other

major sites and cities, but also for small historic buildings.

If, for example, the opening of a historic building for the public is being considered, it is wise to investigate all aspect of the plan before making the decision. This is an interdisciplinary process; heritage experts usually have no tourism expertise and tourist experts are not conservationists. So they have to learn to work together. If this is not the case, it can go wrong in two ways. If there are too few visitors your investments are lost, and if the opening is too big success, you are then in the trouble as well. Perhaps you need more parking places and

91  
K É K

other facilities, but are there possibilities for them?

- Principle 3

Conversation and tourism planning for heritage places should ensure that the visitor experience will be worthwhile, satisfying and enjoyable.

This principle is concerned with how we present the cultural heritage to the visitor and how we tell the story behind it. Heritage places are not just another place to drop tourists. If we give access to an historic site or building or invite tourists to visit an historic town then we should provide them with a high quality information to optimize their understanding of the significant characteristic of the place. It is important that heritage experts are involved, or at least consulted, about the way the history of the place will be presented or interpreted to visitors.



This principle also stressed that the appropriate facilities for the comfort, safety and well being of the visitor should not damage the cultural or ecological quality of the site.

### • Principle 4

Host communities and indigenous peoples should be involved in planning for conservation and tourism.

Tourist development can affect the quality of life for the host community, in a negative as well as in a positive direction. The rights and interests of the host community and property owners should be respected. They should be involved in the planning, in

rest of the local population. Hotels and restaurants, the management of facilities, the production and sale of local crafts, all can provide employment. However, tourism development can also have a negative impact; it can make the price of houses unaffordable for local people. It can transform the shops for daily needs into souvenir shops. There can be problems with parking facilities for the local community, waste disposal, etc.

A significant proportion of the revenue specifically derived from tourism programmes concerning heritage places should be allotted to the protection and conservation of those places. I know that is not an easy question. To enjoy the scenery of an historic city is free. The entrance fees for historic buildings normally do not cover the costs of restoration and maintenance. The tourist spends his money for hotels, restaurants and so on in one place, but often visits historic places in another. The profit from the tourism industry goes not seldom to national and international enterprises. For all those reasons it is not easy to re-allocate the revenues of tourism to the conservation of the cultural heritage. Nevertheless, it must be in the interest of the tourism industry and government to find a solution for this problem. In the Netherlands a macro-economic study has shown that the profit for the government (taxes and so on) as a result of cultural tourism is much higher than the total budget for the conservation of the cultural heritage.

Tourism programmes should encourage the training and employment of local guides and site interpreters. The authentic knowledge of local people can contribute enormously to the experience of the visitor. For instance, tourists in Amsterdam can choose to be guided by retired people who give not the standard tourism tour, but authentic information based on their

own experience, having lived in that particular part of town.

### • Principle 6

Tourism promotion programmes should protect and enhance natural and cultural heritage characteristics.

The heritage significance should be promoted and managed in ways, which protect their authenticity and enhance the visitor's experience. It is important that tourism promotion programmes should create realistic expectations and responsibly inform potential visitors of the specific heritage characteristics of the place of host community.

That means that, for instance, a Disney World location must not be promoted as a historic site and that a sensitive historic place is not advertised as an attraction for mass tourism. In both cases the tourists will be disappointed, and in the second case the cultural values could be damaged.

I remember a case where tourists from a seaside location were pushed to visit an archaeological site in the hinterland, just as a break from their beach activities. Those tourists were not at all happy at that particular boring site. And the other visitors, who came especially to experience the characteristics of that historic site, were also not happy with those busloads of uninterested tourists.

### Till so far the Charter itself

What does ICOMOS want to achieve with this Cultural Tourism Charter? What are the objectives?

In the first place we want to facilitate and encourage those involved with heritage conservation and management, to make the significance of that heritage accessible to the host community and visitors.

In the second place we want to facilitate and encourage the tourism industry to promote and manage tourism in ways that respect and enhance the heritage.

establishing goals, strategies and protocols. If the host community is involved in the planning, and their opinion is taken into account, their attitude to tourism will be more positive and the visitors will feel more welcome.

### • Principle 5

Tourism and conservation activities should benefit the host communities.

It is important that a tourism development is not only in the interest of tourism, but that conservation management and tourism activities also provide equitable economic, social and cultural benefits to the men and women of the host or local community through education, training and creation of employment opportunities.

Tourism can contribute to a better living standard in a community. Improvement of roads, public transport and shops can also be in the inte-



The third place we want to stimulate the dialogue between conservation interest and the tourism industry about the importance and fragile nature of heritage places collection and living cultures including the need to achieve a sustainable future for them.

In the fourth place we want to encourage those formulating plans and policies to develop detailed measurable goals and strategies for the preservation of the cultural heritage and tourism development.

The Charter also supports wider initiatives by ICOMOS itself.

For example to formulate detailed guidelines. ICOMOS published already in 1993 „The Site Manager's Handbook for Tourism at World Heritage Cultural Sites”, but this has to be updated and there is also a need for similar guidelines for smaller sites and buildings.

The International Committee for Cultural Tourism is also developing a consistent methodology for evaluating the relationship between conservation and tourism at historic places and heritage sites, using the principles and guidelines of the Charter. Just last Friday ICOMOS Netherlands organized a workshop in an historic town to test this methodology.

### **Összefoglaló:**

Az ICOMOS 1960 óta rendkívül jeles, világméretű szervezet, amelynek az a feladata, hogy a műemlékvédelemmel kapcsolatos szakértőket az egész világról összefogja. Kb. 105 országban van nemzeti bizottsága a szervezetnek és egyedi individuális és intézményi tagokkal rendelkezik.

Számukra fórumot biztosít a vitára és információcserére. 21 nemzetközi tudományos bizottsága működik különböző szakterületeken.

A nemzeti bizottságok foglalkoznak olyan témákkal, mint például az építőanyagokkal, építési technikákkal, a kulturális örökséggel, a műemlékvédelem-politikával stb. Például történelmi

## **Konferencia**

városok és falvak bizottsága, a helyi építészet, a köépítészet, faépítészet, régészeti bizottsága stb. Az ICOMOS egyik legfontosabb tevékenysége, hogy a nemzetközi chartáknak, egyezményeknek a különböző rendelkezéseit próbálja meg alkalmazni.

Ezek közül az egyik legismertebb a Velencei Charta. Az egyik legrégebbi ICOMOS Charta az 1976-os turizmus charta, ami egy kicsit már idejét múlt.

Új charta készült a modern igények kielégítésére Mexikóban 1999 októberében, ez a nyolcadik kulturális turizmus charta.

Ennek hat alapelve:

– a hazai és a nemzetközi turizmus cseréje, kulturális eszmecsere, műemlékvédelem;

– a kulturális értékek fenntartható fejlődése, menedzselése;

– a látogató számára folyamatosan magas színvonalú élmény és szolgáltatás biztosítása;

– a vendéglátó közösség életének harmonikus fejlesztése a kulturális örökség programjával együtt;

– a kulturális turizmus gazdasági eredményei segítése és a vendéglátó közösségek támogatása;

– a kulturális turizmus promóciós programjainak védelmeznie és tudatosítani kell a természeti és kulturális örökségek fontosságát, egyediségét, az élmény-nyújtás és befogadás hatásmechanizmusát, jelentőségét az egyén életében.

Az ICOMOS célja a kulturális turizmus chartával segíteni és bátorítani azokat, akik a kulturális örökség megőrzésével és vezetésével foglalkoznak, ugyanakkor hozzáférhetővé tegyék ezt az örökséget a vendéglátó közösségek, illetve a látogatók számára.

Emellett a turizmus támogatása, méghozzá oly módon, hogy ezáltal tiszteletben tartsa és fokozza az örökséget, ennek az értékeit. Ösztönözni

kell a dialógust a különböző érdekek között. Pl. a műemlékvédelem és a turizmus, mint szektor érdekei között. Végül bátorítani kell azokat, akik a terveket és az egyes politikákat megalkotják, hogy dolgozzanak ki részletesebb, jól mérhető célokat és stratégiákat a kulturális örökségek megőrzése érdekében. A charta további támogatást biztosít magának az ICOMOS-nak saját kezdeményezései számára...

93  
K É K

*Dr. Schiffer János*, Budapest Főváros önkormányzata, főpolgármester-helyettes:

**A kulturális turizmus jelentősége egy város életében; gyakorlati tapasztalatok, a fejlesztés lehetőségei**

...Korunk kiemelt turisztikai célpontjai elsősorban a nagyvárosok. Mégpedig azok a nagyvárosok, amelyeket multikulturalitás jellemez. Budapest egy ilyen város. Komoly turisztikai vonzerővel bír. Nemcsak az európai, de a tengeren túli látogatók tekintetében is. Nem véletlen, hogy akik Magyarországra jönnek, azok 55%-a Budapestre látogat csak, s azok, akik Magyarországra látogatnak, azok jelentős része legalább egy napra eljön Budapestre. A turisztika által termelt GDP-nek a 40%-a Budapesten realizálódik. Mindez természetesen egy kiemelt felelősséget ró a városra. Nagyon fontos,



## Konferencia

hogy mit tudunk nyújtani, mi az, amivel megszólítjuk a hozzánk érkezőket. A turizmus sikere ugyanakkor nem egy, hanem nagyon sok ágazatnak az együttműködéséből adódik össze. A közlekedés, a közbiztonság, a környezeti állapot, a kereskedelem, az idegenforgalom struktúrája, amely jelentős intézményeken és szolgáltatásokon keresztül egészen a közigazgatásig fejti ki hatását. Például azért van szükség a Nemzeti Színházra is, mert egy új kulturális intézmény lehet, ami valami újat nyújthat a meglévőhöz képest. De ezért van szükség egy konferencia, esetleg több konferencia-központ megépítésére, mert igazán multi-

más, speciális közönséget, de nagyon fontos közönséget vonz őszi fesztiválon. Itt, az őszi fesztiválon 17 nap alatt 35 helyszínen 80 rendezvényre került sor... A hajógyári, korábban diáksziget, ahol majdnem 400.000 ember, gyerek tölti el az idejét augusztusban. Nemcsak a rock meg egyéb zenével, hanem itt nagyon fontos programokra kerül sor, színházi előadástól kezdve filozófusi vitákig, performancek és egyéb találkozásokra. Augusztus 6-án Guinness rekord is megdőlt itt, mert 1592 pár csókolózott ugyanazon az estén, ugyanabban az időpontban. Ennek a 400.000 embernek most már közel a 30%-a külföldi fiatal, a hátizsákos turista, aki nem most, bár most is nagyon fontos. Ugyanúgy vásárol ajándékot, ugyanúgy fogyaszt, elmegy intézményeket meglátogatni, tehát nagyon fontos. Még fontosabb, hogy egy rész biztosan vissza fog jönni, ha jól érezte itt magát, vissza fog jönni akkor, amikor már szállodába fog menni, mikor már megemlékezik arról, hogy milyen jó volt fiatalnak lenni itt Budapesten. De mondhatom a Budapesti Búcsút, ami most már hagyományosan nagy rendezvénye a városnak, vagy a Lánchíd napja, a nyári Operas és Balett fesztivál, ami direkt az idegenforgalmi szezonra célozza meg, a Zene Ünnepe, a Zsidó Nyári Fesztivál, a Mesterségek Ünnepe augusztusban, a Duna-parti Vigaszágok, ami ugyancsak augusztusban fogadja a belföldi turistákat és a külföldieket is. Az Operett Fesztivál, a Karácsonyi Hegedűgála, most már hagyományossá kezdenek válni a Karácsonyi és az Újévi rendezvényeink is. A WTO adatai szerint a nemzetközi forgalomban fokozatosan nő azoknak a száma, akik a kulturális turizmust helyezik előtérbe a tömegturizmussal szemben. A Magyar Turizmus Rt. adatai szerint a Magyarországra látogató briteknek 85 %-a, az olasz, spanyol és japán turistáknak több mint 85 %-a azzal a céllal érkezik ide, hogy kulturális célt fogalmaz meg magának.

lehet a látogató számára. Tehát ennél több kell.

Mi az a több, amit egy város adhat? Természetesen az időnek a minél hosszabban való eltöltését. Ez a diszleteken túl elsősorban a kulturális szolgáltatásokat jelenti. Ilyenek például – a teljesség igénye nélkül: az utóbbi 5–6 évben több mint 100 múzeum, kiállítóterem nyílt Budapesten, ami nagyon izgalmas, nemcsak azért, mert a kortárs művészetekkel lehet találkozni, a Merlin Színházban angol nyelvű színház van, az IBS angol nyelvű színház, nem véletlen, hogy az Operettszínház német nyelvű operett-fesztivált rendez, mert közös érdeke mindannyiunknak. Azt mondom, hogy nem csak azt jelenti, hogy 2 millió ember megy színházba, talán meglepő, ha azt mondom, hogy 92 olyan hely van, ahol színházat játszanak Budapesten.

Lehetne folytatni, hogy a globalizáció hatására természetesen nálunk is gyönyörű nagy (idézójelben volt a gyönyörű) bevásárlóközpontok épülnek, nagyon nagy multiplex mozikkal. Egyik oldalról látjuk azt, hogy megszűnnek azok a hagyományos mozi helyek, amelyek a századforduló után épültek, de ugyanakkor büszkén mondhatjuk azt, hogy több mint 15 olyan művész mozink működik Európában egyedülállóan, ahol a filmművészetet összes nagy klasszikusai elérhető. Itt van a szobor park, ami ugyancsak izgalmas lehet külön programként, de mondhatom a Vasúttörténeti Parkot, de... a Szépművészeti Múzeum Gyűjteményéből, pl. egy Miro-t, vagy a Városligeti tó vizén egy kortárs szobor kiállítás volt 24 alkotással... Az elmúlt 6–7 évben elértük azt, hogy Budapestre azt mondhatjuk, fesztiválváros. A Tavaszi Fesztivál, ami a legnagyobb, 1980 óta kerül megrendezésre. Ebben az évben 60 helyszínen 231 esemény volt, ez alatt a nem egész két hét alatt. Mondhatnám a most zárult őszi fesztiválra is, amelyek egy

94  
K É K

funkcionális konferencia-központ még Budapesten nem épült meg, pedig ez a piac egyik legnagyobb lehetősége a közeljövőben. De ugyanígy szükség van egy koncertteremre, mert Budapesten még csak egy koncertterem épült, a Zeneakadémia nagyterme stb. A városnak a feladata ennek a teljes infrastruktúrájának a működtetése. Nem csak egyszerűen a működtetése, hanem tartalommal a megtelítése. Budapest fő attrakciója és amivel vonzani tudunk az, hogy nagy város. Kialakult egy nagyon érdekes építészeti eklektika Budapesten, amivel talán egyedülállóak vagyunk a világban. Találjuk az említett római romokat, de találjuk a török fürdőt, középkori épületeket és a monarchiát idéző palotákat és az ugyancsak a századfordulót jellemző nagy sugárutakat és nagy körutakat. Egy jól tervezett városnézéssel azért egy, másfél nap alatt meg lehet nézni, ami építészetiileg érdekes



**Bozzay Andrásné**, a Gazdasági Minisztérium turisztikai helyettes államtitkárságának főosztályvezetője:

### Előadásvázlat

#### • A kultúra szerepe

A kultúra feladata ma: értékmegőrzés, fenntartás bemutatás, a tapasztalatok átadása, örökséghez való hozzáférés lehetőségének a megteremtése, ennek eszköze a turizmus

#### • Szabadidő turizmus – kulturális turizmus 1.

- Utazási motivációk
- A kulturális turizmus intellektuális jellege miatt különbözik a szabadidő turizmustól, a kettő azonban a turistáknál összekapcsolódik, kiegészítik egymást
- A kulturális turizmus hazai célterületei szűkek
- Nem megoldott a nemzetközi kiajánlásra érdemes kulturális események időpontjának előzetes rögzítése
- Nem ismertek a szóba jöhető célcsoportok, hiányoznak az ennek megfelelő marketing eszközök

#### • Szabadidő turizmus – kulturális turizmus 2.

- Sajátos fogyasztás
- A kulturális örökség méltó turisztikai hasznosítása bevételi forrássá csak akkor válik, ha kielégíti az értékesíthető termék fogalmát
- A turisztikai terméket piacra kell tudni vinni és ott versenyképesnek kell lennie

#### – Marketing

#### • Turizmus közvetítő szerepe

- *Mire alapozhatjuk optimizmusunkat? 1.*
- A nemzetközi turizmus általános növekedési tendenciája
- Az idősebb korosztály (kultúra-érzékeny) utazásainak növekedése Európában
- Élénkülő kereslet az évenként többszöri, rövid időtartamú utazások iránt
- Az európai kulturális központok (Budapest) szerepének erősödése

## Konferencia

#### – *Mire alapozhatjuk optimizmusunkat? 2*

#### – „Kíváncsiság-turizmus”

#### – Kulcs tényezővé válik a minőség

#### – Belföldi turizmus ösztönzése előtérbe kerül

#### – Nő az oktatás, továbbképzés szerepe

#### – Örökségturizmus

#### – Kultúra iránti igény előtérbe kerül

#### – Önképzés „holtig tartó” formája

#### • A turizmus elvárásai 1.

#### – Élményt nyújtson, komplex termék legyen

#### – Amennyiben nem helyszínen mutatja be az értékeket, a szituációt igyekezzék a leghihetőbb mértékben rekonstruálni (legyen meg a „story” is)

#### – A technika és a társművészetek eszközeivel fokozza az élményt (multimédia)

#### – Teremtsen lehetőséget a racionális költségre

#### – Professzionális idegenvezetés

#### – Interaktív eszközök alkalmazása a kulturális örökség bemutatásában

#### • A turizmus elvárásai 2.

#### – A múzeum legyen rendezvényhelyszínnek is alkalmas (előadó, technikai berendezések, infrastruktúra)

#### – Kiegészítő szolgáltatások léte (kávézó, ajándékbolt, gyermekfoglalkoztató stb.)

#### – Legyenek megújuló események, újdonságok

#### – Természeti és kulturális örökségünket lehetőség szerint integrált módon mutassa be

#### – Kezeljük értékükön kincseinket, és ez mutatkozzon meg az árpolitikában

#### • Az együttműködés célja

#### – A gazdaságilag érdekelt, vállalkozói szféra – az épületek műemlékvédelmi szempontoknak megfelelő hasznosításával – valamint a kultúra hatékony együttműködése

#### – A kulturális örökséghez való hozzáférés lehetőségének biztosítása

#### – A helyi közösség érdekeinek szolgálata (természetvédelem, műemlékvédelem, munkahelyteremtés, infrastruktúra, helyi kézművességek felelevenítése)

#### – Jobb életminőség biztosítása

#### • A kulturális turizmusban érdekeltek köre, partnerség 1.

#### – A múzeum legfontosabb partnere a látogató, a vendég (látogatóbarát környezet, szolgáltatások)

#### – Kormányzati érdekeltségek és kompetenciák (gazdaság, foglalkoztatás, kultúra, művelődés, tudomány, infrastruktúra, igazgatás)

#### – A problémakör kormányzati szinten is összetett

95  
K É K

#### • A kulturális turizmusban érdekeltek köre, partnerség 2.

#### – A helyi közösségek (önkormányzatok) részönkormányzatok

#### – (A turizmus nem az értékeinek felélője, fogyasztója, hanem annak mind szélesebb körben való közvetítője)

#### – civil szervezetek

#### • A kulturális turizmusban érdekeltek köre, partnerség 3.

#### – Beruházók, vállalkozók, a kulturális örökség életre keltői

#### – Az adott intézmény alkalmazotti köre, erkölcsi és anyagi motiváltságuk

#### • GM felelőssége

#### – A kulturális turisztikai termék létrehozása vagy közvetítése?

#### – Termék piacra vitele (marketing szerepe – MT Rt.)

#### – Partnerségi viszonyok elősegítése

#### – Támogatások rendszere

#### – Csak GM



- Társtárccákkal közös programok (GM, NKÖM, OM)
- *Támogatások 1.*
- Kutatások, turisztikai hasznosítási projektek kidolgozása
- Kulturális tematikájú látogatócentrumok (téma-parkok) létesítése
- Kastély és várturisztikai programok
- Rendezvények, fesztiválok
- *Támogatások 2.*
- Marketing (célcsoport-politika, termékfejlesztés, promóció, marketingkutatások)
- A természeti örökség „múzeumi”, a nemzeti parkok turisztikai hasznosítási programjai
- Regionális Idegenforgalmi Bizottságok

# 96

## K É K

- Közvetlen kapcsolat
- Szervezés
- Promóció
- *GM 2001. évi támogatási elképzelései*
- Világörökségi helyszínek fogadási feltételeinek, marketingjének javítása
- Vallási turizmus fejlesztése
- Országos vonzerővel bíró rendezvények támogatása.

**Hervé Barré**, program specialist, UNESCO, Sector for Culture  
**Tourism as a Cultural Policy for Development**

It is a great pleasure and a great honour for me to represent UNESCO at this International Conference on Culture and Tourism organised by the Hungarian authorities and, in particular, the Hungarian National Commission for UNESCO. I should like to congratulate the organisers of the Conference which deals with a subject

## Konferencia

that is so important for the future of our cultures and our landscapes, for local and national development, and I should like to thank them for their warm welcome. These biennial meetings – I have already had the pleasure of participating in the first Conference in 1998 – have become a major international forum for international debate and cooperation.

Yesterday and this morning, I participated in different workshops and I must say that I have learned a lot on cultural tourism in Hungary. The contributions both in plenary and in the workshops were very rich and pertinent. I hope it would be possible to work with Hungarian National Commission for UNESCO prepare a concrete project for the next biannual programme of the Organisation. In a first part, I will present UNESCO's views on culture, as a source of identity and of development.

In a second part, I will propose some principles of action that combine the objectives of economic development and safeguarding of the cultural and natural heritage.

Culture, a source of identity and development.

As we move into the new century, and societies must face the challenges of peace and development in the new context of globalization, the relationship between culture and development emerges as one of the key issues.

UNESCO has endeavoured in recent years to promote awareness within the international community of the cultural dimension of development. This means recognising that the cultural heritage and cultural creativity provide the basis for flourishing economic activities and represent an economic potential stimulated by strong demand on part of a public with an insatiable appetite for knowledge, discovery and emotion. This awareness must be complemented by an acknowledge-

ment of the fact that culture represents the very foundations of each individual's identity and sense of belonging, that it shapes attitudes towards work and also behaviour patterns which inspire community actions and thus represent a powerful factor of enrichment and motivation for development in the broadest sense of the term, in other words development which includes economic, social, cultural and educational dimensions... A strong correlation has been observed between repressed identities and cultures, ill-conceived uneven development and situations of conflict, economic decline and destruction of the cultural heritage. In other words. UNESCO upholds the idea that sustainable development and eradication of poverty are closely linked with self-fulfilment and greater emphasis on culture.

Thus, in UNESCO's view, tourism, if correctly conceived, can be a tremendous development tool and an effective means of preserving the cultural diversity of our planet.

The Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development, which met on the initiative of Sweden and UNESCO in Stockholm from 30 March to 2 April 1998, adopted an Action Plan encouraging Member States to „design and establish cultural policies or review existing ones in such a way that they become one of the key components of endogenous sustainable development”. The Action Plan also requested Member States to „ensure that tourism is respectful of cultures and of the environment and that the income it generates is also used for equitably preserving heritage resources and for strengthening cultural diversity”. The international conference which was held in Florence from 4 to 7 November 1999 on the joint initiative of the World Bank, the Italian Government and UNESCO, had, as a sequel to the Stockholm Conference, the objective of strengthening dialogue between two worlds of



finance and culture in order to elaborate „new strategies for culture in sustainable development”.

The importance of these matters may be measured by current scale of tourism, which shows strong, sustained growth and which spreads each year into new areas, catering for ever increasing numbers of tourists. In this respect, Hungary and the other countries of Central Europe still have a strong potential for growth as they process a cultural and natural heritage of exceptional richness and variety.

Against this background, what can be done to improve the contributions of tourism to sustainable development, that is to say, the kind of development which achieves a harmonious combination of the objectives of economic development and the safeguarding of the cultural and natural heritage?

The following examples of UNESCO's can be seen as a contribution to this objectives.

Examples of UNESCO's action:

As part of its programme, UNESCO endeavours to promote tourism strategies which are consonant with the Organisation's objectives of protecting the cultural and natural heritage and compatible with the demands of a competitive, sustainable form of tourism that preserves the human, cultural and natural resources upon which it is founded. I shall quote the following projects as examples.

- the programme of UNESCO Chairs in cultural tourism for peace and development, which involves the establishment of a university network offering training to future decision-makers in the principles of sustainable cultural tourism;
- a project for integrated development and safeguarding of the cultural heritage by the local communities in Asia and Pacific;
- a project for implementation of strategies for sustainable development of tourism in the Sahara;

## Konferencia

- a project on tourism management in historic cities of Europe and the Mediterranean region, which consist of a network for exchanges of experience with a view to developing urban tourism policies;
- a project for enhancing heritage related to historic memory, such as the Slave Route project;
- a project involving specific approaches linked to the local cultural context: gastronomic traditions and cultural tourism in Mexico; integrated village tourism in Gabon; museums and cultural tourism in Peru; cultural heritage and regional development in Moscow;
- the organisation of an participation in seminars at national and international levels, and publications on the theme of „culture, tourism and development”.

Drawing on its experience, which was built up through dialogue and cooperation with many public and private bodies concerned with development, including the intergovernmental organisations such as the World Tourism Organisation and the World Bank, and also through its implementation of many projects in the field, UNESCO is in a position to make a number of observations and suggest principles for action response to the question raised above.

• First principle:

Towards a global, integrated approach.

We must begin by recognising that tourism has become a complex process in recent years, with unprecedented economic, social and cultural dimensions, one that opens up new opportunities for development but also constitutes a challenge – involving both risks and opportunities – for the cultural heritage and the cultural identities upon which its spectacular expansion is based. It is therefore important to recognise that a clearly

understood policy of cultural tourism must be closely linked with action to safeguard the cultural and natural heritage and to enhance the tourist value of that heritage so that the local populations can enjoy not only the economic spin-off but also the associated cultural and social advantages.

Hence the ability of the present generations to transmit the cultural heritage to future generations will depend on the extent to which cultural policies based on the enhancement of that heritage are properly integrated in the global development process. Such integration is achieved largely through cultural tourism, for this

97

K É K

activity creates links between the following objectives:

- The safeguarding of the cultural heritage and cultural identities, which are the basic resources of tourism;
- Recognition by tourists of cultural diversity and the experience of cultural interaction. The latter concerns both the relationship between visitors and hosts, and the interaction between visitors and cultural properties visited, whether they be museums, sites, historic cities, cultural landscapes or regions known for their gastronomy, crafts or live performances;
- A contribution to the economic, social and cultural development of local population through the creation of jobs, the enhancement of cultural identity and a whole range of skills linked to arts, crafts or even agriculture and industry – tourism acts as a spur to various economic activities. One of the spin-offs is that the local commu-



nities concerned forge new links with their cultural heritage and are proud to see that it represents something of universal importance for the visitors who come from far away to look at it and understand its significance.

- Second principle:

Priority for the safeguarding of the cultural heritage.

The cultural heritage, which is tourism's main resource, is fortunately spread far and wide throughout all the regions of the world and represents an immense opportunity for tourist development, particularly for the most deprived countries.

The special feature of the cultural

- Third principle:

Strengthening the partnership between public and private partners.

In order for the development of tourism to become the fulcrum of a development strategy, harnessing the new communication technologies, an ambitious policy of partnership between tourist agencies and governments must be launched. The goals of such co-operation should be, on the one hand, to transfer high technology skills and training in the field of tourism and, on the other hand, to ensure that the local communities living in the area surrounding the sites derive greater benefit from the spin-offs of tourism, in the form of business creation and income generation.

These partnerships should also help to evaluate the costs of maintaining protecting and managing the site and to co-ordinate the sharing of those costs among those involved in tourism – local authorities, businesses and tourists themselves. Particular attention should be paid to the level of site entry fees which should include those costs, and to the level of the salaries paid to employees of companies in the tourist industry, particularly hotels, in the tourist-destination countries.

Such co-operation should lead to arrangement ensuring that the concern to preserve one's identity through a preserved and authentic heritage is compatible with the legitimate aim of offering cultural tourism services which are competitive in an increasingly competitive global market. In choosing destinations, the tourists' main criteria are naturally the price and quality of the services, but also – and above all – the quality and the preserved authenticity of the towns, landscapes, cultural identities and multiple expressions of culture.

With regard to partnership with the private sector, so important to tourism, Kofi Annan, Secretary-General of the United Nations in an address given to the World Economic Forum, held in Davos, Switzerland, in January 1999, asked business leaders both in their individual corporate practices and by supporting appropriate public policies, to embrace and ensure respect for a series of shared values and practices concerning human rights, working conditions and the protection of the environment in the broad sense, including the cultural heritage. He suggested that the private sector and the United Nations conclude a „global compact” based on shared values and principles which would give a human face to globalization. We endorse this proposal for a global compact, which would make all the difference in the tourism sector where the private sector plays the principal role.

- Fourth principle:

The commitment of civil society in tourist-destination countries and in tourist-generating countries.

Tourism must first of all be seen as a factor in local development. It is certainly the activity through which the inhabitants of a region, those active in its economic and cultural life, and the local institutions best express their development projects and also the identity of their territory. Faced with the threats of globalization and urbanisation, the capacity to offer safeguarded and human settings will surely constitute a major issue in the near future and an opportunity for places that have managed to enrich and affirm the diverse aspects of their identity. The region's past and present, the native soil, the old historic quarter, contemporary cultural events, crafts, as resources that can be shared – these should be the focus of the host communities. Tourism then becomes the ideal way for peoples to peacefully proclaim their cultural diversity.

heritage is that it can not be removed from its site and tourists are obliged to travel in order to visit it. Another feature of this resource is its great fragility.

Top priority must therefore be given to implementing the principles embodied in the 1992 Convention for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, the 1970 Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer Ownership of Cultural Property in the Event of Armed Conflict, in addition to the other international instruments adopted under the auspices of UNESCO.

The International Cultural Tourism Charter adopted by ICOMOS and the Global Code of Ethics for Tourism drawn up by the World Organisation also constitute useful references for high-quality tourism policies.



One example of the involvement of local communities I would like to mention involves the mayor of an historic town inscribed in the World Heritage List, who explained that the development of tourism in his town had nothing to do with economics but was the result of the respect, of the care that the town's population put into protecting and promoting its cultural heritage and of its commitment to that task. Thus the – tourist – functions related to the safeguarding and enhancement of the heritage were not incompatible with economic functions such as transport, communication and trade or with functions linked to the daily life of the inhabitants such as education, health and leisure activities. This example testifies to the importance of the political will of the local authorities and of local democracy in the implementation of tourist policies of high quality.

At the same time, we must accept the idea that the protection of the heritage can no longer be the exclusive responsibility of experts and that civic awareness of the matter must be developed both within host communities and among tourists, so that they can become involved in this task. In a similar vein, programmes to increase awareness – in schools, in airplanes, at pre-departure meetings for tourists – should be developed. Let us take the example of the municipality of Campeche, in the Yucatan peninsula in Mexico, which set up a programme to raise awareness of children through educational handbooks and guided visits of the town.

As a conclusion, I would advocate for a joint international action on "Tourism, culture and development" issue.

Tourism, culture and development: towards joint international action.

We are convinced that the question about the kind of tourism that would generate development, both economic and cultural, can be answered through an interdisciplinary, global

## Konferencia

approach, through the implementation of a policy for tourism viewed as a cultural policy for development.

We must be convinced that there is no inevitability about the kind of poorly designed tourist development that has harmful consequences for the environment, the cultural heritage and society and that makes an inadequate contribution to development. The success of tourist policies that are economically effective and respectful of culture depends in large on the political will of the elected authorities, the wisdom of investors and managers, and the professionalism and motivation of the individuals working in the businesses and services concerned.

This ambitious enterprise will be easier to manage when we, citizens and travellers, move gradually from a passive attitude of respect for the heritage, as consumers of the heritage, to an active approach as individuals responsible for the preservation of a lifestyle and a region which does not belong to the communities living there today but also to the rest of humanity, present and future.

This kind of approach to tourism can help humanise the process of globalization, reduce poverty and cultural tensions and build the world where the growing cultural interactivity – owing to tourism particular – fosters the diffusion of values shared by all humanity, including respect for human rights and acceptance of the multiculturalism of societies as a treasure.

UNESCO is willing to co-operate with other intergovernmental organisations, with States – Hungary in particular – with businesses and with associations on projects designed to win support for the kind of tourism that brings with it cultural expansion, economic development and peace.

## Összefoglaló :

Amint az új század beköszöntött, s amint a társadalmaknak szembe kellett néznie a globalizáció új kontextusában a béke és a fejlődés kihívásaival, a kultúra és annak fejlődése közötti kapcsolatrendszer az egyik legfontosabb kérdéssé vált. Az utóbbi években az UNESCO azon dolgozott, hogy a nemzetközi közösségben elterjessze a fejlesztés kulturális dimenziójának gondolatát. Ez azt jelenti, hogy felismerjük, a kulturális örökség és a kulturális kreativitás adják az alapot, ami szükséges a virágzó gazdasági tevékenységhez és így gazdasági poten-

99

K É K

ciált is képvisel, mely ama teljes igényből táplálkozik és a nagyközönségnek az a kimeríthetetlen vágya is tetést ólt benne, ami a tudásra, a felfedezésre és az érzelmre hat. Ezt a tudatosságot ki kell egészíteni azzal, hogy a kultúra az az alap, amelyre minden egyes személy hovatartozása épül, ez formálja az attitűdöket a munkával, a szabadidővel kapcsolatban, valamint a viselkedési mintákban, amelyek a közösségi cselekvést lehetővé teszik. Szoros a kapcsolat az elnyomott identitás és az elnyomott kultúrák, a rosszul előkészített és egyenetlen fejlődés és a konfliktushelyzetek, a gazdasági hanyatlás, valamint a kulturális örökség megsemmisülése között. Más szavakkal, az UNESCO azt a gondolatot képviseli, hogy a fenntartható fejlődés és a szegénység megszüntetése szorosan kapcsolódik az egyén kiteljesedéséhez és a kultúra sokoldalú „használatához”.



## Konferencia

Az UNESCO 1988-as cselekvési terve a belülről jövő és fenntartható fejlődésről megkívánta a tagállamoktól, hogy a turizmus nagyobb mértékű támogatásával párhuzamosan tartsák tiszteltben a kultúrákat, a környezetet. A bevételeket arra használják fel, hogy az örökség erőforrásait megőrizzék, méghozzá egyenlő szinten, és erősítsék a kulturális sokszínűséget. 1999-ben Firenzében tartottak egy nemzetközi konferenciát a világbank, az olasz kormány és az UNESCO együttes szponzorálásával, ami tulajdonképpen a stockholmi konferencia megismétlése volt. Célja, hogy erősítsük a dialógust a pénzügyi világ, vala-

kulturális turizmus alapelveire; vagy egy integrált fejlesztési és kulturális örökség megóvási projektje, ami Ázsia és a Csendes-óceán térségében folyik, a helyi közösségek szintjén; vagy a Szaharában megvalósítandó fenntartható turisztikai fejlesztés; az európai és a földközi régió történeti városainak turizmus-menedzsmentjét célzó projekt, ahol a cserekapcsolatok erősítését tartjuk fontosnak annak érdekében, hogy a városfejlesztési projektek a turizmus fejlesztési politikáit jobban meg tudják határozni. Emellett van egy projektünk, ami az ún. Történelmi emlékezethez kapcsolódik, pl. az ún. Szláv út. De vannak különféle helyi kulturális értékkomplexumok is, pl. a mexikói konyha; integrált falusi turizmus Gabonban; múzeumok és kulturális turizmus Peruban; kulturális örökség és regionális fejlesztés Moszkvában. Országos és nemzetközi szintű szemináriumokat is szervezünk, és jelen vagyunk, támogatjuk a publikációk kiadását a kultúra, a turizmus és a fejlődés témakörében.

Az UNESCO olyan pozícióban van, hogy megfigyelései nyomán alapelveket tud kidolgozni és előterjeszteni, amelyek segítségével a fenti kérdéseket meg lehet válaszolni. Az első alapelv egy globális integrált megközelítés, vagyis annak a felismerése, hogy az egyes nemzeti kulturális politikákat össze kell kapcsolni olyan lépésekkel, amelyeket a kulturális és természeti örökségek megőrzéséért teszünk és ezzel az örökségek turisztikai értékét is emeljük...

A második: a turisták megismerik a kulturális sokszínűséget és a kulturális kölcsönhatások tapasztalatait. Az utóbbihoz tartozik a látogatók és a házigazdák közötti kapcsolatrendszer, vagy a látogatók és a meglátogatott kulturális javak közötti kapcsolat – legyenek ezek múzeumok, régészeti helyszínek, történeti városok, kulturális tájképek, régiók stb. A helyi népesség gazdasági, társadalmi és kulturális fejlesztéséhez való

hozzájárulás a munkahelyteremtésben, a kulturális identitás erősítésében, valamint a művészeti, kézműves vagy akár a mezőgazdasági és ipari képességek kifejlesztése területén mutatkozik.

A turizmus fejlesztéséhez és ahhoz, hogy a turizmus a fejlődési stratégiák középpontjává válhasson, szükség van arra, hogy az új kommunikációs technológiákat kihasználjuk és ambiciózus partneri politikát alakítsunk ki a turizmus résztvevői, illetve a turizmusképzés számára az egyik oldalon, a másik oldalon pedig biztosítsuk azt, hogy a helyi közösségek nagyobb előnyöket élvezzenek a turizmus hatásaiból, üzletek vagy cégek alapításából, valamint a plusz jövedelemképződése szempontjából. Ezek a partnerkapcsolatok segíthetnek abban is, hogy a történeti helyszínek fenntartásának, megvédésének és menedzselésének a költségeit értékelni tudjuk és a költségmegosztást koordinálhassuk a helyi hatóságok, a vállalkozások, valamint a turisták között. Különleges figyelmet kell szentelni a belépődíjak megállapításának, amelyeknek fedezni kell az összes költséget.

Amikor a turisták úti céljukat meghatározzák, a fő kritérium elsősorban az ár és a szolgáltatás minősége, de emellett a városok, a természeti tájkép, a kulturális identitás minősége és megőrzött hitelessége, valamint a kultúra sokszínű kifejeződése lehet.

A civil társadalmat is be kell vonni a turista-kibocsátó és a turista-befogadó országokban. A turizmust elsősorban a helyi fejlesztés tényezőjének kell tekinteni, amin keresztül a régió lakói, akik a gazdasági vagy a kulturális életben részt vesznek, valamint a helyi intézmények a lehető legjobban ki tudják fejteni fejlesztési terveiket, és identitásukat. A globalizáció és urbanizáció veszélyével szembeülvén alapvető kérdés lesz a közeljövőben az a képességünk, hogyan tudunk biztos és emberi alapokat teremteni a turizmus lehetőségeinek fokozottabb kihasználásával. A különféle régiók múltja és jelene, a hazai talaj, a történelmi belvá-

100  
K É K

mint a kultúra között annak érdekében, hogy új stratégiákat dolgozzunk ki a kultúra számára a fenntartható fejlesztésben. E tekintetben Magyarország és a többi közép-európai ország még mindig erőteljes növekedési potenciállal rendelkezik, ugyanis különleges gazdagsággal és változatossággal megmaradt kulturális és természeti örökséget képvisel. Ennek részeként az UNESCO segíteni szeretne olyan turisztikai stratégiák kialakításában, amelyek megfelelnek a szervezet célkitűzéseinek, tehát hogy megvédjék a kulturális és természeti környezetet. Ugyanakkor kompatibilisek a versenyképes, fenntartható turizmus követelményeivel is, amely az ember kulturális és természeti erőforrásainak megővására szolgál. Az UNESCO Kulturális Turizmus a Békéért és Fejlődésért programjában pl. egy egyetemi hálózatot hozunk létre, ami a jövőbeli döntéshozókat képezi ki a fenntartható



ros, a kortárs kulturális események, a kézművesség, mind olyan erőforrások, melyeket meg lehet osztani és ezeknek a befogadó közösség fókuszába kell kerülniük. Ha ez megvalósul, a turizmus ideális módszer lesz arra, hogy az emberek békésen hirdethessék kulturális sokszínűségüket.

Javasolnám, kezdjünk egy nemzetközi együttműködést a turizmus, kultúra és fejlesztés kérdéskörében.

**Dr. Tardy János**, helyettes államtitkár, Környezetvédelmi Minisztérium:

### **Kultúra és turizmus a természetvédelemben**

...Ma általában divatos idehaza azt mondani, hogy majd a Nyugat, majd Európa. Tessék megkérdezni a hón áhított Nyugat-Európát, bizonyos szempontból mennyire irigykedve néznek arra a régióra, ahol a romantikát, új utakat, bizonyos kikapcsolódási lehetőségeket, a turizmusnak egészen speciális ágazatait találják, anélkül, hogy Thaiföldre, Malajziába, Ausztráliába és más területekre el kellene menniük.

Nincs ökoturizmus a tömegturizmus helyett, ugyanakkor egészen más a feltevérendszer mindkettőnek. Még nincsenek meg azok a félelmetes konfrontációk, mint általában a fenntartható fejlődés jegyében másutt, de itt az ideje, az utolsó pillanat, hogy mindkét típusú turizmusra a maga nagyságrendjében próbáljunk koncentrálni. A világ nemzeti park-turizmusára általában az jellemző, hogy az összterület egy, maximum két százalékára építik ki a turisztikai, idegenforgalmi infrastruktúrát. Az ökoturisztikai fejlesztés az egészen más dolog, nem tévesztendő össze a falusi turizmussal, meg sok minden egyébbel, meg zöld turizmus különböző ágazatai. Ha jól tudom 60, vagy 70 különböző kifejezéssel illetik az ökoturizmus eddigi megközelítéseit, tény az, hogy másfajta infrastruktúrát, másfajta megközelítést igényel, de a világ

## Konferencia

ügynevezett pénzes látogatóinak, turistáinak jelentős része ezt az ágazatot kedveli igazán. Mire nyújt lehetőséget Magyarország e téren? Itt a természet és a természetvédelem elég szorosan összefügg. Pl.: Ornitológiai turizmus.

Gyógy-turizmus. Nem élünk vele súlyának és lehetőségének megfelelően. De mondhatom a másik ágazatot, ami egy kevésbé ismert, de egyre inkább elismert terület, a barlanggyógyászatban rejlő lehetőségek sorát. Magyarország olyan hidrotermális barlangokkal bír, mint a világon nagyon kevés ország. Ha ehhez hozzáteszem Izraeltől Dél-Afrikáig, hogy mit kezdnek ősemlék barlangjaikkal a kulturális örökség és a természeti örökség összekapcsolásának lehetőségével.

Kalandturizmus. Teljesen kihasználatlan és komoly lehetőségekkel bíró perspektíva ez. Vadászati turizmus stb. A természetvédelem és annak intézményrendszerének kiépítése – ezt jelen időben mondom, mert a múltra alapoz és meg van a jövőképünk és holnap is leosztunk újabb pénzeket, hogy legyenek megfelelő tanösvényeink, hogy legyenek megfelelő bemutatóhelyeink, olyan turisztikai, idegenforgalmi, természetvédelmi infrastruktúránk, ami a letéteményese mindennek, amiről itt beszélünk. A kérdés két szempontból vetődik föl. Kinek a kötelessége ez ma Magyarországon? Ez az ország többletértékeket visz Európába és ez a műfaj azon nagyon kevés ágazatok egyike, ahol a nacionalizmus valódi hazafias patriotizmusra nevelésnek, érzelmi töltettel bíró helyszíne.

Illyés Gyulát idézve:

„Reménytelen minden reform, amíg nem azok sürgetik és készülnek föl a végrehajtására, akiknek szükségük van rá, akár a levegőre. A reform nem egy törvényjavaslat, hanem készenlét. Jelszavak nem teremtenek sereget, de sorba állíthatnak. A felesleges szószaporítás helyébe lépő felvilágosítás az ország helyzetének gyors ütemű tuda-

tosítása, a népnek az új szellemiségbe való bekapcsolása friss erőt duzzaszthat a zsilipek elé, működésbe hozhatja a magyarság örök rezervoárjait, ezzel bukunk vagy állunk.”

**Verécsi Gábor**, a WTO Turizmus Fenntartható Fejlesztése Részleg program koordinátora:  
**Turizmusfejlesztés fenntartható módon kulturális helyszíneken: alapelvek és módszerek**

„Turizmusfejlesztés fenntartható módon, kulturális helyszíneken: alapelvek, módszerek” címmel a WTO a kö-

101  
K É K

zelmúltban egyfajta jóslást, modellezést alapján egy előrejelzést készített a világturizmus tendenciáiról 2020-ig. Eszerint majdnem megháromszorozódik a turista érkezések száma és eléri majd-hogynem az egybillió és hatszázmilliót. A másik vonatkozását a turizmusnak az országon belül kell keresnünk. Ez nagyon nehezen mérhető jelenleg, csak becsléseink vannak. A becsléseink szerint mintegy tízszerese a belföldi érkezések száma a nemzetközi érkezéseknek és ez a jövőben tovább nőni. Nagyon érdekesek ezeknek az előrejelzéseknek a kvalitatív vonatkozásai. Először is meg kell említenünk a célterületek diverzifikációját. A turisták egyre változatosabb és egyre különbözőbb helyeket fognak felkeresni. Nem véletlenül van legfőképpen a klasszikus tengerpart és napfény turizmus, jelenleg a legjelentősebb szegmense a turisztikai tevékenységnek – a jövőben is ez lesz –, de mögötte felzárkózik és



egyre nagyobb ütemben fog növekedni a sport turizmus, a kaland, a természeti, vagy más szóval ökoturizmus, a kulturális turizmus, a városi és a falusi turizmus. A tengerjáró hajók turizmusa, a tematikus parkok szerepe a turizmusban, valamint a megbeszélések, találkozók és a konferenciák turizmusa is nagyon fontos lesz. Ezek ráadásul kombinálódni fognak egymással. Másik fontos, érdekes tendencia még, hogy a turizmus valószínűleg aktívabb lesz. Tehát minél több ember a szegmensek függvényében keres majd aktív kikapcsolódási formát, az idős generáció is egyre többet fog majd utazni és egyre több lesz majd a szabadidő.

# 102

## K É K

Mit jelent ez? Először is – ha tesszük, ha nem – a turisztikai tevékenységek tovább fognak szakosodni, és folyamatosan fognak növekedni. Ez a következménye a demográfianövekedésnek, a nemzetek és állampolgáraik életszínvonal-emelkedésének, a közlekedés fejlődésének, valamint a növekvő szabadidőnek. Másodsorban nagyon fontos jelzés az, hogy az egyre növekvő számú turisták okozta terhelés is nőni fog az egyes célterületeken. Problémák jelentkezhetnek a természetes környezetre, illetően a társadalmi szerkezetekre és a gazdaságra nézve, ha a turizmus-tervezés nélkül és spontánul fejlődik. A kulturális turizmus területén a nem megfelelően tervezett és menedzselte turizmusnak hasonlóan vannak veszélyforrásai a növekvő turistaáradat miatt. Ilyen környezeti hatások lehetnek a víz- és levegőszennyezés, a zaj, a műemlékek, az épített örökség állagának a romlása, a közlekedési, megközelíthe-

tőségi problémák. Gazdasági problémák jelentkezhetnek például az árak emelkedésében – ez főleg a helyi lakosság számára inflációgerjesztő, az ingatlanokat és a fogyasztási cikkeket tekintve, esetleg a gazdasági tevékenységek is átalakulnak, egysíkúsdhatnak. A társadalmi hatásokat említve problémák adódhatnak a helyi kulturális identitás és a tradíciók elvesztése miatt, a hagyományos életformák átalakulása miatt, helyi lakosok viszonya a turistákhoz változhat, a bűnözés szintje növekedhet. Ezek negatív példák, de a fenntarthatósági alapelvek és eszközök betartásával mind kivédhető és biztosítható a kulturális és egyéb turisztikai tevékenység területén, hogy a célterületek és a természeti és kulturális örökség hosszú távon megmaradjon. Eugenia Lunis úr, a WTO Fenntartható turizmus fejlesztése részlegének a vezetője szerint: „A turisztikai érkezők számának folyamatos emelkedése többé már nem a fő szempont. Inkább egy olyan receptre van szükség, amivel védjük a környezetet, biztosítva azt, hogy a turizmus gazdasági, társadalmi előnyökhöz juttatja a helyi közösségeket és segíti megőrizni a fogadó területek kulturális örökségeit.” A WTO a tevékenysége egy új fázisba érkezett az elmúlt időkben. Most már a fenntartható fejlesztés a fő szempont, a hosszú távra való tervezés és ez jelentkezik a WTO minden tevékenységi területén is. Itt meg szeretnék említeni egy-két tevékenységi terület, ami kötődik a kulturális turizmushoz. Teljesen közvetlenül a kulturális turizmus témában a WTO számos nemzetközi regionális tevékenységet folytat. Konferenciákat szervez a témában, pl. 1999-ben, Üzbegisztánban volt egy ilyen konferencia. Kooperál más nemzetközi szervezetekkel, az UNESCO-val az ICOMOS-szal is. Pl. az ICOMOS-szal közösen jelentette meg *A turizmus a világ kulturális örökség helyszínein* című kiadványt. Ezen kívül oly sok szó esett

már a tematikus útvonalokról, kulturális útvonalokról ezen a konferencián, a WTO is kiveszi ezekből a részét. Nagyszabású nemzetközi útvonalakon, útvonal-projekteken dolgozik, ilyen pl. a Selyem Út, ami a középkori kereskedelmi útvonal téma köré csoportosított turisztikai csomagok és turisztikai fejlesztésnek az elősegítése, mintegy 15 országot foglal magában, Kínától egészen Európáig. Egy újabb kori projekt a rabszolga útvonal, ami pedig Afrikát köti össze az új világgal, a gyökerek keresése révén. A WTO aktívan közreműködik az ökoturizmus területén is. Az ökoturizmust itt, a Kultúra és Turizmus Konferencián azért tartom fontosnak megemlíteni, ugyanis az ökoturizmus nem kizárólag a természeti értékek megismerését és azok élvezetét és azoktól való tanulást foglalja magába, hanem a természetes környezetben jelen lévő kulturális értékek, természetes környezetben élő hagyományos közösségek megismerését is.

Különös jelentősége van a kulturális vonatkozásoknak Európában, ahol nincsenek őserdők, nincsenek vadregényes tájak, itt inkább kultúrtájaink vannak, amelyek az emberi tevékenységnek a hatását, a bélyegeit magukon viselik, az emberi tevékenység következtében formálódtak át több ezer év alatt a különböző kultúrák egymás utánosságán. Erre számos jó példa van a magyar körökben is, pl. a Hortobágyi Nemzeti Park, amely a puszta különleges élővilága mellett bemutató helyszíne a valamikori pásztorélet és a vidéki életforma kulturális emlékeinek is. Szintén kifejezett tennivalója van a WTO-nak a falusi turizmus terén, pl. Izraelben 1996-ban a falusi turizmussal kapcsolatos szemináriumot szervezett a WTO és itt pontosan a fenntarthatósági szempontok voltak a legdominánsabbak. Mikor beszélhetünk a fenntartható turizmusról, a fenntartható fejlődésről?

Ez egy olyan alapfogalom, ami a Riói alapelveken nyugszik: a természeti, kulturális és társadalmi erőforrások oly módon történő felhasználása, mely



kielégíti a jelen igényeit anélkül, hogy veszélyeztetnénk felhasználhatóságukat, elérhetőségüket a jövő generációi számára. Ezt az alapelvet a WTO átültette és alkalmazza folyamatosan a turizmus terén. Nemcsak az alapelveket, hanem ennek a gyakorlati eszközeit is igyekszik meghatározni. Ha a turizmusról beszélünk, akkor a fenntarthatóságnak három dimenzióját különböztetjük meg. Ez a környezeti, a gazdasági és a társadalmi tényezők. Alapjában véve nagyon egyszerűen kifejezve azt célozzuk meg, hogy a turizmus természeti, történeti, kulturális és egyéb erőforrásait úgy kell megőrizni a jövőben a folyamatos felhasználáshoz, hogy közben a jelen társadalomnak is hasznot nyújtson. A környezeti tényezőkről beszélve meg kell említeni, hogy a turizmus fejlesztését úgy kell tervezni és menedzselni, hogy ne okozzon súlyos környezeti vagy társadalmi, gazdasági problémát a térségben. Sőt, az általános környezetvédelmi minőséget fenn kell tartani, ahol pedig lehet, ott pedig javítani kell. Ehhez a turizmus egy nagyon fontos eszköz lehet mind a gazdasági forrásokat, mind az emberi erőforrásokat, mind a motivációt illetően. A társadalmi tényezőknél viszont arra kell figyelni, hogy a turizmusnak a terhei, a kiadásai és a költségei egyenletes eloszlásban jelenjenek meg a társadalomban és a közösségekben. Ne csak a nagy vállalatok, a multinacionális cégek, hanem a helyi kis vállalatok is részesüljenek a bevételekből, az előnyökből, sőt nagyon fontos, hogy a közösség egészének az életszínvonala is növekedjen és fejlődjön. 1992-ben a riói csúcson létre hozták az Agenda 21 programot, ami egy akció program, az egész földkerekség, az egész emberiség számára. Ennek a turizmusban értelmezett változatát készítette el 1995-ben a WTO, a WTTC (World Trade and Tourism Council) másik két nemzetközi szervezettel együttműködve. A dokumentum két fő területre oszlik. Az egyik a prioritási területeket mutatja kormányok, nemzeti turisztikai hi-

vatalok, reprezentatív kereskedelmi szervezetek számára. A másik pedig ugyanezt a vállalatok számára. Ilyen a fenntartható turizmust elősegítő törvénykezési és önkéntes szabályozási rendszerek kapacitásának a felmérése. A képzés, az oktatás, a fenntartható fejlődés tudatosítása a közvélemény számára. A fenntartható turizmus fejlesztésének a tervezése. A részvétel lehetővé tétele az egész társadalom számára, valamint a fenntartható fejlődésben elért eredmények mérése, az együttműködések megvalósítása a fenntartható fejlesztés érdekében. Más szempontból fontos a természeti források, erőforrások kezelése, úgy általában a hulladékkezelés, energia, ivóvíz gazdálkodás, veszélyes anyagok kezelése, a szállítás, a személyzet, az ügyfelek és a közösség bevonása a környezeti kérdésekbe. Itt is nagyon fontos a fenntarthatóságot figyelembe vevő tervezés, valamint a társulások együttműködés a fenntartható fejlesztés érdekében csakúgy, mint az előzőeknél. Itt szeretném megemlíteni a magánszféra nagyon fontos szerepét... A WTO a közel múltban egy világméretű felmérésre és ezeknek az önkéntes szabályozási rendszereknek az áttekintésére vállalkozott. Jelenleg is folyik ez a projekt. Tavaly februárban Berlinben indult el az a kezdeményezés, ami utazásszervezőket érint kifejezetten. Ez pedig a Touroperators Initiative, azaz az Utazásszervezők Kezdeményezése. A támogatói és a felügyelői ennek a kezdeményezésnek a WTO mellett az UNESCO és a IUNEP, az ENSZ környezeti programja. 15 nagy utazásszervező cég írta alá és azóta egyre bővül ez a kör. Ők önként vállalják, hogy a fenntartható turizmus érdekében a szervezeti működésüket úgy alakítják, hogy ez a célterületek társadalmi, kulturális és természeti értékeinek a hosszú távú megőrzését szolgálja... Mindezek hatékony működésének alapja a tervezés. A tervezés főbb szintjei:

*Nemzetközi szint* – erre jó példa a nemzetközi kulturális útvonalak vagy a nemzetközi szervezeteknek az együttműködései.

*Nemzeti szint* – itt szeretném megemlíteni, hogy az AGENDA 21 programok nem csak nemzetközi szinten léteznek, hanem bizony nagyon sok országban vannak nemzeti AGENDA 21 programok és a turizmus területén több országban léteznek fenntartható turisztikai fejlesztési stratégiák.

*Helyi szint*. – Az régiók, önkormányzatok, nagy és kisvárosok, falvak. Nagyon fontosak, hiszen ezeken a szinteken történik tulajdonképpen a turizmus.

103  
K É K

### Szekcióprogramok

#### 1. „Kulturális turizmus: marketing, kommunikáció, médiakapcsolatok”

2000. november 6. (hétfő)

Szekcióvezető: **Szijjártó Györgyi**, a Magyar Turizmus Rt. kulturális termékmenedzsere

#### Összefoglaló a szekcióvezető beszámolója alapján:

„...Szekciónk első napi ülésén a kulturális turizmus marketingje volt a fő téma, valamint a kulturális turisztikai projektek marketingjének súlypontjai és a turisztikai útvonalak fontossága. Szó esett két jelentős kulturturisztikai projekt kutatási eredményeiről. Többen megállapították, hogy jelentős magyar projektjeink külföldi ismertsége erősebb promóciós tevékenységet igényelne. Beszéltünk a garantált



## Konferencia

programokról, melyeket nagyon hasznos lenne egy kiadványban összefoglalni. A Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának képviselőjében felszólaló kolléga előadásából kitűnt, hogy a minisztérium igyekszik együtt gondolkodni a turizmussal a kultúra ápolása érdekében. Meghallgattunk néhány gyakorlati sikeres példát is. Így a Kómonostori Erőd hadkultúra fejlesztéséről, a kapocsi rendezvényekről, valamint az első Székelyföldi Tourinform Irodáról, mely ott legalább akkora örömet okozott, mint nekünk a 100. Tourinform Iroda.

A második napon a kultúra az Interneten, a média-kapcsolatok vol-

tervének kiemelt programjai közé tartozik. Témánkhoz kapcsolódva válogatást kínáltunk az aktuális szakmai sajtóból angol és német nyelven..."

Előadók:

Gerard van Woudenberg: Turisztikai információs hálózatok

Szijjártó Györgyi: Egy kultúraturisztikai projekt marketingje

Záhonyi Tamás: Kiemelt jelentőségű rendezvények turisztikai hatása - tanulmányok primer kutatások tükrében

Pertik Tamás: Turisztikai programok eladhatósága, garantált programok

Varga István és Takácsné Csordás Katalin: A komáromi Monostori erőd hadkultúra központ fejlesztése, különös tekintettel a CD-re és a honlapra

Kolumbán Imola: Sikeres kezdeményezés a turizmus terén Székelyudvarhelyen

Szabó Ildikó: Kultúra és turizmus fejlesztése.

**2000. november 7.**

Szekcióvezető: **Szijjártó Györgyi**, a Magyar Turizmus Rt. kulturális termékmenedzsere

Előadók:

Márta István: A kulturális turizmus gazdaságélénkítő szerepe egy 470 lelkes település és környéke életében

B. Hegedűs Katalin: Kultúra és turizmus az Interneten

Budai László-Szitnyai Jenő: Értékmenedzselés a kultúrában, turizmusban, médiában Kárpát-medencei példák bemutatásán keresztül

Elek Lenke: Kulturális turizmus és a médiakapcsolatok

Dr. Z. Karvalics László: Turizmus, élményipar, kultúra. Az információs korszak iparági szerkezetváltása, az átalakuló tevékenység-háztartás és életminőség. Szemléleti és fogalmi alapvetés – tapasztalatok – trendek, kilátások

Dr. Ádám Katalin: Helyhez kötött információk, és információkhoz kötött helyek

Asztalos Zoltán: Informatikai fejlesztések a magyar turizmus információs szolgálatában.

**2. „A kulturális örökségek és hagyományok szerepe a turizmusban”**

**2000. november 6. (hétfő)**

Szekcióvezető: **Dr. Szabó Géza**, a Falusi Turizmus Országos Szövetségének alelnöke

Levezető elnök: Sarkadi Eszter, Pécs Megyei Jogú Város idegenforgalmi referense

**Összefoglaló a szekcióvezető beszámolója alapján:**

„...Az első napon a múzeumokról, kiállításokról szövegtünk, amelyek modern módon, de mégis hagyományokat őrizve egészen komoly turisztikai attrakciókká alakultak. Ezeknek a menedzseléséről, fejlesztéséről, illetve örömeiről értékes referátumokat hallottunk. A második napon a kultúra turizmus-fejlesztésben betöltött szerepéről beszélgettünk. Olyan terveket, programokat mutattak be az előadók, amelyek valamely város vagy kistérség fejlesztéséhez kapcsolódnak, és ebben a kultúrának és a kulturális turizmusnak igen jelentős szerepe lehet.

Ilyen volt például: a vidéki térségek örökségének védelme, hasznosítása. Úgy tűnt ebben a szekcióban, amely erősen kötődik a falusi turizmushoz, határon túli példákat láttunk arra, hogy Kárpátalján vagy éppen Erdélyben milyen összefogással és milyen eredményeket tudtak elérni a legutóbbi két évben. A szekció munkája során többször megfogalmazódott, hogy a kulturális értékeknek, a kulturális vonzerőknek a felfogását némileg szűknek érezzük a hazai vonzerő felosztásban: természeti, kulturális örökség és a speciális vonzerő a táj, a látkép, a panoráma, a kultúrtáj, az is kulturális vonzerőként fogható fel. A speciális vonzerők között a bor és a

104  
K É K

tak a legfőbb témák. Közülük kettő foglalkozott a médiakapcsolatokkal. Egy idegenforgalmi újságíró arról beszélt, hogyan lehetne még eredményesebbé tenni az együttműködést a kulturális szaksajtó képviselőivel. A Duna Televízió és a Magyar Rádió fő munkatársa közösen előadást tartottak az értékmenedzselésről a kultúrában, a turizmusban és a médiában egy Kárpát-medencei példával illusztrálva, valamint a turizmus társadalmi és gazdasági felzárkóztató szerepéről.

Végül az információs korszak iparági szerkezetváltásáról, az átalakuló tevékenység-háztartásról és életminőségről, ezen belül pedig a turizmus újszerű megközelítéséről az élményiparon belül. Megismerkedtünk a magyar művelődési hálózat információs rendszerével, melyhez csatlakozni lehet. Előadást hallottunk a magyar turizmus informatikai rendszeréről, melynek fejlesztése a Gazdasági Minisztérium Széchenyi



gasztronómia egyértelműen egy olyan kulturális turizmus alap, amiről még a szekcióban is hosszabban beszélgetünk, hiszen igen jó programok működnek már ebben a témakörben Magyarországon.

Megállapítottuk, hogy önmagában a műemléki értékek a védelme, annak rekonstrukciója, hasznosítása a helyi lakosság bekapcsolása nélkül nem igazán működőképes.

Az AVEC programról is hallottunk beszámolót, ez az Európai Kulturális Városok Szövetségének Európai Unió támogatással működő programja, amely ma is folyik még.

Négy területen jelölték meg a teendők:

1. promóciós tevékenységek,
2. pedagógiai programok,
3. mi az az örökség, hogyan kell megőrizni,
4. miképpen lehet hasznosítani. Szó esett a szakemberképzésről, a koordinációs tevékenységekről, amelyek a fontosak olyan szempontból, hogy nemcsak egy város vagy egy önkormányzat felelős azért, hogy az értékeit, a műemlékeit vagy világörökség listás értékeit hasznosítja.

A kulturális rendezvényeknek érdekes és egyben fontos szerepét is tapasztaltuk a szekcióüléseken, méghozzá azt, hogy egyes hagyományok nélküli településeinken, hogy „csinált városainkban”, iparvárosainkban, miképp lehet kulturális rendezvényekkel, fesztiválokkal egy image-váltást, egy belső kohéziót létrehozni, a helyi lakosság számára megadni az élményét annak, hogy a települése szép és büszke lehet arra, hogy azon a településen él.

A konferencia záró részében a vidéki értékek, kulturális értékek és a turizmus találkozási pontjaként a falusi turizmusnak külhoni, pontosabban határon túli példáit láttuk.

Támogatást várnak és kérnek olyan témakörökben, melyekben bizony már nálunk komoly tapasztalatok vannak, oktatásban helyi szintjén, illetve a szervezők, a menedzserek számára.

## Konferencia

Az Országos Szövetségnek teendője, hogy megteremtse a Kárpát-medencén belül a falusi turizmus tapasztalatainak átadását...

Előadók:

Sarkadi Eszter: Épített és kulturális örökség védelme és turisztikai hasznosítása történelmi városokban.

Gürkan Mehmet: A turizmus hatása a kulturális és természeti örökségre

Dr. Kovács Dezső: UNESCO Világörökség: áldás vagy átok? Egy kutatás eredményei és dilemmái két világörökség faluban Hollókőn és Vlkolincen

Dr. Poroszlai Ildikó: A kulturális örökségek és hagyományok szerepe a turizmusban a százhalombattai Régészeti Park („Matrica Múzeum”) példáján

Dr. Vásárhelyi Tamás: A kulturális örökség őrzése a Magyar Természet-tudományi Múzeumban

Kabai Róbert: Kert és hagyomány - a vendégfogadó falusi porták kialakítása.

**2000. november 7. (kedd)**

Szekcióvezető: **Dr. Szabó Géza**, a Falusi Turizmus Országos Szövetsége alelnöke

Előadók:

Dr. Szabó Géza: A borászati és gasztronómiai hagyományok hasznosítása a vidéki turizmus fejlesztésében.

Szigetvári József: Hagyományörzés-hagyományteremtés egy hagyományok nélküli iparvárosban, Százhalombattán

Dózsa György: Kulturális események hatása a városfejlesztési koncepcióra Nyírbátorban

Kozma Boglárka: A kulturális örökség marketingje

Csizmár Sarolta: Kultúra és falusi turizmus Kárpátján.

### 3. „Természet és turizmus”

**2000. november 6. (hétfő)**

Szekcióvezető: **Lingauer János**, a KGI Természetvédelmi Intézetének igazgatója

**Összefoglaló a szekcióvezető beszámolója alapján:**

„...A szekció eredményesen működött, mert tagjai egyetértettek a következő idézet tartalmával: „Az egyre fejlődő kultúra hadat üzen a természetnek minden felé. Az ember a természet gazdasági kiaknázásával megzavarja az ál-

105  
K É K

lat- és növényvilág békés fejlődését, s hovatovább megfosztja a természetet legszebb diszeitől. Különösen a legutóbbi században, éppen a természettudományok korában nyúlt bele erőszakosan az ember önző céljainak kedvéért az állat- és növényvilág életébe, és folytat kíméletlen harcot a természettel az egész világon. Ez a harc sok tekintetben a természet ősi jellegének megváltoztatásával, pusztulásával végződik. ...Az őstermészet kincseinek megvédésére alakult intézmények csak kisebb földterületek, többnyire egyetlen természeti tárgy védelmére keletkeztek, míg egyes jellemző, nagyobb terjedelmű tájképeknek, az ősi tájjellegnek egész állat- és növényvilággal együtt történő megőrzése a természet erőinek hosszú időkre terjedő szabad kifejlése csakis úgy érhető el, ha gondoskodásunk számottevő nagy területre, és a természet minden alkotására és nyilvánulására terjed ki, és szigorúan őrködünk, hogy a területek a



jövőben is minden emberi beavatkozástól távol maradjanak." Szól utána arról, hogy a természet megvédése és a nemzeti park intézménye Amerikában találtatott ki, majd folytatja azzal, hogy „mai mező- és erdőgazdaságunk, amely minden talpalattnyi föld intenzív kihasználására törekszik, sokféle iparunk, mely egyenesen gyilkos hatása a természet ősi életére, kérlelhetetlenül pusztítva tör előre. Teljes mértékben elismerjük a gazdasági érdekeknek fontosságát, de ennek a mindnyájunknak drága hazai földnek legalább kis darabját, vagy egyes kis pontjait szeretnénk megővni az ember zavaró munkájától, hogy a természet minden élő és élettelen jelen-

## Konferencia

park létesítése. Közgazdasági jelentőséget is tulajdoníthatunk ez intézménynek. A hely kijelölésében ugyanis szem előtt kell tartani, hogy a választás olyan természeti értékekben gazdag területre essék, amelyet eddig kevésbé, vagy egyáltalán nem ismertek..." Íratott mindez *A természet védelme és a nemzeti parkok* (Bp. Pesti Lloyd Társulat Könyvsajtója, Dr. Décsi Mór, a Magyar Tudományos Akadémia tagja, 1912-ben) című munkában. Mindaz, amit Décsi Mór leírt, úgy gondoljuk, ma is érvényes.

A 6 előadásból 3 konkrétan azzal foglalkozott, hogy a nemzeti parkoknál a természetvédelem intézményrendszerében mit teszünk a kulturális örökség és a természeti örökség összhangjának megteremtéséért és ezek megővéseért. A másik 3 előadás közül egy az öko-turizmusról, egy a Balaton-felvidéki Nemzeti Park bemutatási lehetőségeiről, egy pedig mindenki számára nagyon érdekes témáról, egy nemzeti park és egy kis település egymásrautaltságáról, együttéléséről szólt. Lényeges eleme volt valamennyi előadásnak a szemléletformálás, a nevelés szerepének, az emberek és az intézmények céljainak, lehetőségeinek összehangolása, ezen elemek fontosságának a hangsúlyozása. A természetvédők és a turisztikai szakemberek munkája kiegészíti egymást: az a cél, hogy ki-ki a saját területén elkötelezetten, szakszerűen végezze el a feladatát..."

Előadók:

Magyarics Gábor: Ökoturizmus és kismesterségek a nemzeti parkokban

Kopek Annamária: Természetvédelem és turizmus a Balaton-felvidéki Nemzeti Parknál

Berecz Béla: Népi kultúra szerepe az Aggteleki Nemzeti Park turisztikai-ökoturisztikai kínálatában

Juhász István: A kultúrák egymásra rétegződése a tájban (a helyi természeti és kulturális örökség turisztikai értéke)

2000. november 7. (kedd)

Szekcióvezető: **Lingauer János**, a KGI Természetvédelmi Intézetének igazgatója

Előadók:

Duhay Gábor: Ökoturizmus a védett természeti területeken

Martonné Erdős Katalin: A turizmus és természetvédelem konfliktusai és együttműködési lehetőségei.

## 4. „Kultúra és turizmus határok nélkül”

2000. november 6. (hétfő)

Szekcióvezető: **Némethné Kemenes Mária**, Matur Kulturális Tagozat

## Összefoglaló a szekcióvezető beszámolója alapján:

6 előadás hangzott el, alapvetően a nemzetközi turizmus számára kínált kulturális lehetőségekről, illetve új hazai kezdeményezésekről. Tapasztalatainkat 5 pontban foglaltuk össze:

1. Európa számára a legfontosabb turisztikai vonzástényező a kultúra, annak minden változata, ez számíthat csak a világ turizmusának vonzására, hiszen a kulturális múlt egy valós, megtörtént valami, tehát igaz.

2. Ebből Magyarországnak és a Közép-Európai régióknak együtt kell részt vállalni. Ez egy nemzeti turisztikai kulturális PR feladat, végrehajtásában a nemzetközi együttműködés is fontos.

3. Csak valós, hiteles, egyedi kulturális örökségre szabad kulturális utakat szervezni, amely akkor tud tartalmában fennmaradni, és igazán európaivá lenni, ha konkrét téma vagy személyiség köré épül.

4. Hiába dolgozzuk ki a legjobb útvonalat, ha a továbbvitelben nem partner a turizmus. Ez csak központi támogatással, nemzeti PR ügyként lehet megvalósítani, hiszen ez egy országarculat-teremtő feladat, és azt alakító munka. A korábbi előadásokban is elhangzott, hogy a turizmus bevétele részben legalábbis a kulturális örökség

106

K É K

ségével a maga harmonikus egészében háborítatlanul fennmaradjon. Minden késedelem végzetes. Az, amit a mai napon még meg lehet menteni, egy év, vagy néhány hónap múlva már menthetetlenül elveszett. Természetudósaink, botanikusok, zoológusok fel fogják sorolni hazánk faunájának és flórájának eltűnt, kipusztult fajait és veszteségeink máris pótolhatatlanok. Meg kell indítani a mentés munkáját. Felállítani Magyarországon első nemzeti parkját. A hivatottak dolga, hogy kijelöljék az erre leginkább alkalmas területeket és megállapítsák a természetvédelem szervezetét hazánkban. Nem reméljük és nem is tartjuk lehetségesnek, hogy magánúton, magánosok, vagy a társadalom áldozatkészségével előteremthetők egy nagyszámú terv megvalósításának eszközei. A kormány hivatása a nemzeti park gondolatát életre kelteni. Végül, nagyon tanulságos, de nemcsak tudományos tekintetben kívánatos a nemzeti



megőrzésének az egyik forrása kell, hogy legyen.

5. A kultúra átlépi a politikát, a nemzetek közti politika gyártotta ellentéteket. A művészetek nyelve egyetemes, ezért hatékonyabb sokszor a diplomáciánál, le tudja a falakat, a határokat bontani, humanizmusra, toleranciára tanítva a fiatalokat, az örökségünk továbbörzöit.

Előadók:

Dr. F. Petres Éva: A közép-dunántúli régió római kori emlékei: kulturális örökség – kulturális program

Némethné Kemenes Mária: Szilveszter útja – Európa útja

Tóth Istvánné: Csatlakozás az európai kultúrákhoz. A „Barokk útja” magyar szakaszának megvalósítása

#### 2000. november 7. (kedd)

Szekcióvezető: **Némethné Kemenes Mária**, Matur Kulturális Tagozat

Előadók:

Gülsen Kahraman: Vallási turizmus és Anatólia egyedülálló öröksége

Gömöri János: „Borostyánkő út – Időutazás egy római kori kereskedelmi úton”. CD-Rom bemutató

Kraiciné dr. Szokoly Mária: Idegenforgalmi animátorok képzése Magyarországon

Patrick Sciaratta: Kulturális turizmus a béke és a kultúra évében

#### 5. „Kulturális program – turisztikai termék”

2000. november 6. (hétfő)

Szekcióvezető: **Zimányi Zsófia**, a Budapesti Tavasz Fesztivál igazgatója

## Konferencia

### Összefoglaló a szekcióvezető beszámolója alapján:

„...A 8 előadás pezsgő hangulatú vitára adott alkalmat, utalnék itt arra a művészre, aki a saját vállalkozásáról, művészetéről beszélt és azt kérte, hogy a jövőben az idegenforgalmi irodák – akik közül nagyon sokan képviseltették magukat – jobban illesszék bele a terveikbe az olyan helyszínek bemutatását, ami az általános, mindennapi turisztikai kínálatban ma még nem eléggé elfogadott.

Szóltak arról, hogy kis települések hogyan hívhatnák fel magukra a figyelmet, hogyan adhatnák el saját magukat, mint turisztikai érdekességet. Szó volt a világörökségről, kortárs művészeti alkotások bemutatathatóságáról.

Ezzel összefüggésben az állami, önkormányzati és a civil szervezetekkel kialakítandó kapcsolatokról.

Többen hangsúlyozták a tervezés fontosságát és a megvalósítás rugalmasságának szerepét a sikeres rendezvényeknél...”

Előadók:

Földiák András: Megnyitó beszéd

Dr. Marosi Ilona: Kultúra – Idegenforgalom – Turizmus

Bitskey Kata: Pilisi Dunakanyar Kultúr-Park, Duna Party térségi esemény-, és rendezvénysorozat

Jáki Mónika: Keszthely – Hévíz kistérség ARMOS programjának tapasztalatai és eredményei

Jenei Zsolt: „Légy a Világörökség része!” – egy új kínálati elem a hazai garantált programokban.

2000. november 7. (kedd)

Szekcióvezető: **Zimányi Zsófia**, a Budapesti Tavasz Fesztivál igazgatója

Előadók:

Puczkó László: Tematikus utak – termékek, vagy eszköz?

Dr. Poroszlai Ildikó: Kulturális program – turisztikai termék; Máglya a Duna felett című szertartásjáték a Százhalmbok történetéről

Fenyvesi Ferenc: Kortárs képzőművészet – galériák – turizmus

Protovinné Zsilinszky Erzsébet: Kultúrával a turizmusig.

107  
K É K

#### Dr. Rubovszky András zárszava:

Örökössei vagyunk az előttünk járó sok-sok nemzedéknek, az épített és a természetes környezetünknek, nemzeti és Kárpát-medencei és Európai kultúránknak. De nemcsak örökösiei vagyunk, hanem egyben örök hagyók is. Az eljövendő nemzedékek rajtunk fogják számon kérni azt, hogy miként gazdálkodtunk azzal az örökséggel, amit eleink ránk hagytak és dicsérimi vagy kritizálni fognak azért a kultúráért, azért a környezetért, amit mi hagyunk rájuk. Ez a konferencia erről a felelőségről, és ennek a munkának a lehetőségeiről szólt.



# Summary

## *Culture and Tourism 2000 II. International Conference and Trade Show Final Report*

The *Culture and Tourism 2000 International Conference and Trade Show* was held for the second time on 6-8 November, 2000 at Budapest University of Economic Sciences.

The aim of the event was to evaluate the common activity of culture and tourism, to discuss possibilities for further cooperation, develop new fields of activity and forms of cooperation in order to meet special market requirements, promote building relationship between experts in cultural tourism.

Representatives of the field of tourism and culture were present in about equal number. Out of the 300 participants 60 arrived from abroad from the following countries: Croatia, Czech Republic, France, the Netherlands, Poland, Romania, Spain, Slovakia, Slovenia, Turkey, Ukraine, USA.

On the plenary session participants could hear talks by representatives of culture and tourism from Hungary and abroad. Welcome speech was given by Dr Béla Katona, Chairman of Tourist Committee, National Assembly of Hungary.

On the plenary session on Monday talks were given by the two co-chairpersons of the conference (Dr. Zoltán Budai, Deputy State Secretary in charge of tourism and Dr. Zsolt Visy, Deputy State Secretary in charge of culture), Alain Bothorel, representative of the EU, Michael Thomas-Penette, from European Cultural Routes and Emil R. van Brederode from Cultural Sector of ICOMOS.

During the rest of the day, just like on Tuesday morning there were sectional meetings. Participants could choose among 5 workshops on different topics:

### **1. Cultural Tourism: Marketing, Communication, Media Connections**

(Section Leader: Ms. Györgyi Szijjártó, Cultural Program Manager of Hungarian National Tourist Office)

### **2. The Role of Cultural Heritage and Traditions in Tourism**

(Section Leader: Dr. Géza Szabó, Vice-President of Hungarian Federation of Rural Tourism)

### **3. Nature and Tourism**

(Section Leader: Mr. János Lingauer, Director for Institute for Nature Conservation)

### **4. Culture and Tourism**

(Section Leader: Dr. Márton Lengyel, President of Hungarian Society of Tourism)

### **5. Cultural Program - Tourist Packages**

(Section Leader: Ms. Zsófia Zimányi, Director of the Budapest Spring Festival)

On the sectional meetings about 60 talks could be heard all of which were held very interesting by the section leaders.

For the second day of the conference the following lecturers were invited: Andrásné Bozzay, Ministry of Economics,

Dr. János Schiffer, Deputy Mayor of the Local Government of Budapest and Dr. János Tardy, Deputy State Secretary, head of Authority of Nature Conservation. Participants could hear about very interesting abroad experiences from Hervé Barré, Program Specialist UNESCO, Sector for Culture and Gábor Veréczki from WTO, who was talking about the role of sustainable tourism. After the summary given by the section leaders Dr. András Rubovszky, from Hotel Association of Hungary gave the closing speech of Culture and Tourism 2000 Conference.

On the Trade Show open till Wednesday, 50 firms were present offering their cultural touristic products.

In connection to the event exclusive cultural programs were offered to the participants. They could look at the exhibition in the National Museum, "Central Europe at the turn of the Millenium" or visit the Synagogue in Rumbach Sebestyén street. The successful event was closed with a very exciting optional program, an excursion to Ópusztaszer.

Both according to the feedback and in our opinion the conference was very successful. This clearly shows the need for such an event. Both the participants and the lecturers agreed that cooperation between the fields of culture and tourism needs to be negotiated. Problems need to be discussed and solutions found. Quality tourism can only be based on the common development of the two fields. Both natural and built cultural heritage has to be preserved.

An important question was how local governments, civilians and entrepreneurs could be more deeply involved in the planning of regional tourism. Culture could be a major touristic attraction for each country, including Hungary. From experience we know that the importance of individual and small group tourism is growing. Thus program itineraries suiting individual demands are getting more and more important.

Among the official supporters of the event there were a number of international associations, like: European Cultural Routes, ICOMOS, UNESCO and WTO. The financial supporters were: Ministry of Economics Affairs, Ministry of Environment, Ministry of Cultural Heritage, Budapest Chamber of Commerce and Industry, "Új kézfogás" Foundation, Carpathian Foundation, ICOMOS Hungarian National Committee.

The event was followed by the media. Several articles were published in professional periodicals and newspapers calling attention before the conference and evaluating the professional work afterwards. The Directorate of Regional and Minority Programs of the Hungarian Radio broadcasted three one-hour-long programs, but there were several shorter ones in Kossuth and Petőfi Radios. There were news about the conference on MTV1, Duna TV, Budapest TV, Fix Pont TV, and the regional TVs of Százhalombatta and Eger.



## KIÁLLÍTÓK:

ANWB (Hollandia)  
Budapest In Your Pocket  
Budapesti Turisztikai Hivatal  
Camp Counselors USA & Work  
Experience USA (Szentendre)  
Cartographia (Budapest)  
Conference Tours Kft. (Budapest)  
Dél-Pest Megyei Önkormányzatok  
ECB Hungária Koncert Kft. (Bp.)  
Filharmónia Budapest Kht.  
Gödöllői Királyi Kastély  
Gönczi Ferenc Általános Művelődési  
Központ (Zalaegerszeg)  
Győr Megyei Jogú Város  
Határon Túli Magyarok  
Heti Turizmus  
Hollókői Udvarház Bt.  
Hotel Aranybika (Debrecen)

Hotelinfo (Budapest)  
Hunguest Hotels  
Káni Üdülőfalu  
Kapolcsi Kulturális és Természetvé-  
delmi Egylet  
Kárpátok Alapítvány  
Kastélyainkért Egyesület  
Korona Étterem (Szentendre)  
Kult-Turist Kft. (Budapest)  
Lengyel–Magyar Barátság Háza  
(Balatonboglár)  
Magyar Kultúra Alapítvány – Hotel  
Kulturinnov (Budapest)  
Magyar Művelődési Intézet  
Magyar Természetudományi Múzeum  
Magyar Turizmus Rt.  
Makó Város Önkormányzata  
Mosonmagyaróvár – Szigetköz  
Művészetek Háza Szombathely

Népszabadság  
Nyugat-Balaton Téréség Marketing  
Közhasznú Társaság.  
Ópusztaszeri Nemzeti Történeti  
Emlékpark Kht.  
Pécs Megyei Jogú Város  
Szárnyas Sárkány Kulturális Vállalko-  
zás (Nyírbátor)  
Százhalombatta Városi Önkormányzata  
T.T.T. Üdülőfalu (Hegyszentmárton)  
Talentum Művészegyüttes Rajkó zkr.  
Tanyacsárda (Lajosmizse)  
Tapolca Város Önkormányzata  
Tourinform Eger  
Tourinform Gyöngyös  
Tourinform Szentendre  
Városi Művelődési Ház (Fonyód)  
Városi Művelődési Ház és Könyvtár  
(Balatonlelle)

## RÉSZTVEVŐK:

Agoston Szilvia Lingvisit Kft  
Antalóczi Györgyné Magyar Turizmus Rt  
Árkiné Gombás Edit Solide –2000 Idegenforgalmi Marketing  
Centrum  
B. Nagy Ágnes Ópusztaszeri Nemzeti Történelmi Emlékpark  
Bajzách Judit Magyar Természetudományi Múzeum  
Bakai Viktória Győr 2000 Idegenforgalmi Közalapítvány  
Baksa Kálmán Krúdy Gyula Középiskola  
Balaskó Adrienn BM Duna Palota és Kiadó – Szimfonikus Zenekar  
Balázs Alexandra Noémi Makó Város Önkormányzata  
Bálint Zoltán MISZ  
Bánhidai Csilla MATURE  
Barkó Boglárka Kult-Turist Kft.  
Barré, Hervé UNESCO  
Báttonyi Viola EU Magyarországi Képviselő  
Bedő Károlyné Bécs – Idegenforgalmi képviselő  
Bencsik Ildikó Chorus Matricianus Baráti Kör  
Bércesi Győző Fővárosi Művelődési Ház  
Berecz Béla KGI Természetvédelmi Intézet  
Berkecz Mária Millenáris Kht.  
Bitskey Kata Quo Vadis Consulting Kft.  
Bokor Béla Baranya Megyei Önkormányzat  
Bokor Erika Orosháza Térségi Önkormányzat  
Borsányi Géza Kult-Turist Kft.  
Borsos Éva Kult-Turist Kft.  
Bosák Károly Csemadok  
Bosák Margit Csemadok  
Bothorel, Alain Európai Unió Magyarországi Nagykövetsége  
Brachna János Magyar Szálloda Szövetség  
Brederode, Emil R. van ICOMOS  
Budai László Hungária Televízió Közalapítvány  
Czenki Zsuzsanna Művészetek Háza Szombathely  
Csekő Anita Tanyacsárda Kft.  
Cserép László Balatonfüredi Polgármesteri Hivatal  
Csillag András Csemadok  
Cszimadia László dr. Kereskedelmi, Vendéglátóipari és  
Idegenforgalmi Főiskola

Cszimár Sarolta Ukrajnai Falusi Turizmus Szövetség  
Csörgő Tünde Millenáris Kht.  
Csurák Erzsébet Petőfi Sándor Városi Művelődési Központ  
Darabos Ferenc Győr Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala  
Deme Péter dr. Pulszky Társaság – Magyar Múzeumi Egyesület  
Devics László Eurosi Utazási Iroda  
Dobos Ágnes Matrica Múzeum, Régészeti Emlékpark  
Dobos András Új Kézfogás Közalapítvány  
Dózsa György Szárnyas Sárkány Kulturális Vállalkozás  
Duhay Gábor Környezetvédelmi Minisztérium  
Dukay Péter Hotelinfo Kft.  
Erdélyi Ernő Városi Művelődési Ház Fonyód  
Fábián Emília Nyugat-Balaton Téréség Marketing Kht.  
Faragó Hilda dr. Magyar Kongresszusi Iroda  
Fekete László Budapesti Turisztikai Hivatal  
Fenyvesi Ferenc Művészetek Háza  
Fodor Ágnes Gazdasági Minisztérium  
Földiák András Magyar Művelődési Intézet  
Förster Anita Lingvisit Kft.  
F. Petres Éva dr. Fejér Megyei Múzeumok Igazgatósága  
Gál Odón Romániai Magyar Gazdák Egyesülete, Székelyudvarhely  
Területi Szervezete  
Gallai Ditta Kult-Turist Kft.  
Gáti Imre Pécsi Tudományegyetem FEEFI  
Gédra Katalin Szárnyas Sárkány Kulturális Vállalkozás  
Gelléné Zsoldos Natália Balatonfüredi Polgármesteri Hivatal  
Gergely Éva Pécsi Kulturális Központ  
Gömöri János Scarbantia Társaság  
Gresiczki Péter Magyar UNESCO Bizottság  
Gubányi István vállalkozó  
Gürkan, Mehmet Türkiye Ministry of Culture  
Gyetzainé Zováth Anikó Hotel Ventura  
Győri Anikó Kult-Turist Kft.  
Gyűge Péter Makó Város Önkormányzata  
Halmos Erzsébet Club Hotel Ambró  
Hamvasné dr. Füredi Judit Szépművészeti Múzeum  
Heckó György Vizhibu  
Hegedűs Katalin Magyar Művelődési Intézet  
Heincz László Cartographia Kft.



Holczerné Szentirmai Ágnes Hon-info Utazási Iroda  
 Horányi László Esztergomi Várszínház  
 Horváth Attila dr. Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Művelődési és Ifjúsági Ház  
 Horváthné Kemecsei Anikó Szárnyas Sárkány Kulturális Vállalkozás  
 Hosek, Rostislav Ministry for regional development of the Czech Republic  
 Huszár Judit Falusi Turizmus Vas Megyei Szövetsége  
 Igric György Filharmónia Budapest KHT  
 Ihász Kata Gerbeaud  
 Ivánné Ági Mária Corvin Hotel Budapest Kft.  
 Jáki Mónika Quo Vadis Consulting Kft.  
 Jenei Zsolt Budapesti Turisztikai Hivatal  
 Juhász István Gazdasági Minisztérium Turisztikai Együttműködési Főosztály  
 Juhász Katalin Új szó  
 Kabai Róbert Szent István Egyetem Tájékoztató Tanszék  
 Kahraman, Gülsen Dogus University  
 Kajtor Pavel Mezőgazdasági Szövetkezet PD.  
 Karikás György Hunguest Hotels Rt.  
 Katona Béla dr. Magyar Országgyűlés Idegenforgalmi Bizottság  
 Katona Győr Zsuzsa Pécsi Kulturális Központ  
 Kenderesy Nadin Budapesti Turisztikai Hivatal  
 Kepe Lili Magyar Nemzetiségi Művelődési Intézet  
 Keszei Balázs Győr 2000 Idegenforgalmi Közalapítvány  
 Kincs Gábor Négyhatár Vállalkozók Szövetsége  
 Király Elvira Nagytétényi Kastély Múzeum  
 Király István Kult-Turist Kft.  
 Király Mária Torockó  
 Király Péter Corvin Hotel Budapest Kft.  
 Kisfalusi Márta Tourinform Szentendre  
 Kiss Barbara Országos Széchenyi Könyvtár  
 Kiss János Heves Megyei Önkormányzati Hivatal  
 Kissné Pálfi Ildikó Bajai Polgármesteri Hivatal  
 Koczás Anikó Magyar Kongresszusi Iroda  
 Kocsis Lászlóné Ópusztaszeri Nemzeti Történelmi Emlékpark  
 Kolumbán Imola Székelyudvarhely Tourinform  
 Kopek Annamária dr. Balaton-Felvidéki Nemzeti Park Igazgatóság  
 Koterly László Hotelinfo Kft.  
 Kovács Andrea Makó Város Önkormányzata  
 Kovács Árpád Polgármesteri Hivatal Sopron  
 Kovács Dezső dr. Szent István Egyetem, Vidéki Turizmus Tanszék  
 Kovács Erzsébet dr. ICOMOS Magyar Nemzeti Bizottság  
 Kovács László Környezetgazdálkodási Intézet Természetvédelmi Intézete  
 Kovács Sándor Kárpátalja  
 Kozma Boglárka BGF KVIF Kar  
 Köles Sándor Kárpátok Alapítvány  
 Köves Edina Talentum Kulturális Fórum  
 Kraiciné dr. Szokoly Mária ELTE Tanító- és Óvóképző Főiskolai Kar  
 Lackerné Brückler Andrea Pécsi Kulturális Központ  
 Lakatos Zsuzsa Torockó  
 Lengyel Mária LM Travel  
 Léránt Alexandra Hunguest Hotels Rt.  
 Ligeti Noémi Orosháza Térségi Önkormányzati Társulás  
 Linczényi Endre Budaventura Travel  
 Lingauer János KGI Természetvédelmi Intézet  
 Liszkay Zsuzsanna Hollókői Udvarház Bt.  
 Lombosi Gábor Magyar Szállodaszövetség  
 Lőrinczy Gábor Padma Kft.  
 Lőrinczy Zoltán Dokkum SRL  
 Lukovics András Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetsége  
 Maga Ferenc Új szó  
 Magyarics Gábor Környezetgazdálkodási Intézet Természetvédelmi Intézete  
 Mányi Aranka Magyar Kulturális Szövetség  
 Markusová, Kristina Pamiatkovy Ustav Regionále Sredisko Kosice  
 Marosi Ilona Art+Bau Kft.  
 Márta István Kapolcsi Kulturális és Természetvédelmi Egylet  
 Martonné dr. Erdős Katalin KLTE Alkamazott Tájékoztató Tanszék  
 Massányiné Csermely Zsuzsa Rekord Tours Kft.  
 Máté Ágnes Szlovákia  
 Mayerné Hancz Lidia Transdanubien Touristik Team Kft.  
 Mitchell, Mike Camp Counselors  
 Moldovai Viktor Hungarofest Kft.  
 Molnár Éva Magyar Rádió  
 Mosonyi Ilona LM Travel Kft.  
 Mucsi János BM Duna Palota és Kiadó Duna Művészegyüttes  
 Nagy Éva dr. Budapesti Gazdasági Főiskola  
 Nagy László dr. ELTE Kulturális Menedzserképző Program  
 Nagy László Ópusztaszeri Nemzeti Történelmi Emlékpark Kft.  
 Nagy Zsuzsanna Eurosi Utazási Iroda  
 Németh Gabriella Heti Turizmus  
 Némethné Kemenes Mária Matur Kulturális Tagozat  
 Nyáradyné Olasz Imola Tourinform Szeged Iroda  
 Oláh Tünde Civis Hotels Rt.  
 Ökrös Ferenc dr. Orosháza Térségi Önkormányzati Társulás  
 Ötvös Ida, Ötvös Sándor Zöld Falusi Turizmus Szövetség  
 Pálfi Gábor Magyar Művészeti Fesztiválok Szövetsége  
 Pap István Békés Megye Képviselő Testülete Megyei Művelődési Központja és Kézműves Szakiskolája  
 Pappné Törő Katalin Liberty Travel  
 Parti János Országos Idegenforgalmi Munkaadók Szövetsége  
 Pataki Sándor Tarcsl Város Polgármesteri Hivatal  
 Penkőferné Panyhó Mária Ukrajnai Falusi Turizmus Szövetség  
 Pereszteginé Szabó Júlia Gönczi Ferenc Általános Művelődési Központ  
 Pertik Tamás ECB Hungária Koncert  
 Pethő Tünde Tundérlek  
 Poroszlai Ildikó dr. Matrica Múzeum  
 Puczkó László BKÁE Turizmus Kutatócsoport  
 Pushás Ágnes BM Duna Palota és Kiadó  
 Román András dr. ICOMOS Magyar Nemzeti Bizottság  
 Rózsa András Országos Idegenforgalmi Munkaadók Szövetsége  
 Rubovszky András dr. Magyar Szálloda Szövetség  
 Sáfány Zoltán BM Duna Palota és Kiadó-Duna Művészegyüttes  
 Ságiné Ferenczi Piroška Sokoró Ökológiai Park Alapítvány  
 Sándor Ildikó Transdanubien Touristik Team Kft.  
 Sarkadi Eszter Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata  
 Sárközy György Corvin Hotel Budapest Kft.  
 Schiffer János dr. Budapest Főváros Önkormányzata  
 Sciaratta, Patrick Friendship Ambassadors Foundation  
 Seres Zsuzsa Magyar Kultúra Alapítvány – Hotel Kulturinno  
 Simkó Éva Hotel Oktán  
 Simon Melinda Torockó  
 Siraki Ferenc Orosháza Térségi Önkormányzati Társulás  
 Sirmér Olga Magyar Turizmus Rt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Kht.  
 Soltész Jánosné Magyar Turizmus Rt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Kht.  
 Solymár Ágnes Balatonfüredi Polgármesteri Hivatal  
 Somjai Gyöngyvér Sokoró Ökológiai Park Alapítvány  
 Springer Chris Budapest In Your Pocket Kft.  
 Stenger Hajnalka BM Duna Palota és Kiadó – Duna Művészegyüttes  
 Stróbl Zsófia Cosmos Utazási Iroda  
 Sütő Andrea Polgármesteri Hivatal Nyírbátor  
 Sz. Tóth János Magyar Népfőiskolai Társaság  
 Sz. Mosoni Dóra Quo Vadis Consulting Kft.  
 Szabó Attila Régióteam Bt.  
 Szabó Béla Debreceni Kulturális és Fesztivalközpont  
 Szabó Géza dr. FTOSZ  
 Szabó Ildikó Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma  
 Szabó Virág dr. MISZ  
 Szalai Tünde Lengyel Magyar Barátság Háza  
 Száraz Szilvia Korona Étterem  
 Szarvas Éva Lidia Civis Hotels Rt.  
 Szász Zsolt Szárnyas Sárkány Kulturális Vállalkozás  
 Száva József Felső-Tiszavidéki Vállalkozók Szövetsége



Szekeres Jánosné Kult-Turist Kft.  
Szigetvári József Magyarok Öröksége Alapítvány-Százhalombatta  
Szijjártó Györgyi Magyar Turizmus Rt.  
Szitnyai Jenő Magyar Rádió Tájékoztatói Főszerkesztőség  
Szklenár Ferenc BM Duna Palota és Kiadó-Szimfónikus Zenekar  
Szobi Eszter Kultúráért és Turizmusért Társulás  
Szobi Kálmán Kultúráért és Turizmusért Társulás  
Szollár Gábor Polgármesteri Hivatal Tapolca  
Szűcs Éva Ukrajnai Falusi Turizmus Szövetség  
Szűts Gáborné Keszthelyi Polgármesteri Hivatal  
Tamás Ágnes dr. Voilà Plusz Bt.  
Tardy János dr. Környezetvédelmi Minisztérium  
Tóth Csaba Nógrád Megyei Közművelődési és Turisztikai Intézet  
Tóth Gyöngyi Budapest Főváros Önkormányzata Turisztikai  
Bizottság  
Tóth Istvánné Conference Tours Kft.  
Tóth Kálmán Művészetek Háza Szombathely  
Tóth Károly Művészetek Háza Szombathely  
Tózsér Anett Nógrád Megyei Közművelődési és Turisztikai Intézet  
Thomas-Penette, Michael Institut Europeen des Itineraries Culturels

Tuba Lajos Kultúráért és Turizmusért Társulás  
Tuske Boglárka Gődöllői Király Kastély Kht.  
Urbán Gyula Fővárosi Művelődési Ház  
Vámosi Nándor Népszabadság  
Van Woudenberg, Gerard Royal Dutch Touring Club ANWB  
Varga Alfonz Erlatur Kft.  
Vargha Magda Torockó  
Vásárhelyi Tamás dr. Magyar Természettudományi Múzeum  
Verécsi Gábor WTO  
Veres Gábor Dobó István Vármúzeum  
Vincze Kecskés István A.F. Vincze  
Virga Csaba Hunguest Hotels Rt.  
Visy Zsolt dr. Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma  
Vorlíjk, Suzanna ANWB  
Voncsem István Conference Tours  
W.-Nemessuri Zoltán Határon túli Magyarok Hivatala  
Weszely Tamás Makó Város Önkormányzata  
Zádori Judit Hunguest Hotels Service  
Zimányi Zsófia Budapesti Fesztiválközpont Kht.  
Zsuponyó Istvánné Míves Kézműves Kht.









Szále László

## Az ötletadó – Király István

113  
K É K

Sok mindent jelenthet az ősi mondás: Ha a hegy nem megy Mohamedhez, Mohamed megy a hegyhez. Elsősorban a realista gondolkodást ajánlja, azt, hogy nem kell a csodára várni, elérhető ugyanaz az eredmény csoda nélkül is: Mohamed úgy is találkozhat a hegygyel, ha odamegy hozzá. Ez akár a turisztika jelmondata is lehetne, Mohamed pedig a turisztika védőszentje – ha az iszlámnak volnának szentjei –, hisz a turisztika végsősoron nem más, mint hogy a világ kíváncsi és mozgékony

szzerű közös gondolkodás a Kult-Turist munkatársai nélkül is létrejött volna, de akkor is kellett volna hozzá egy másik Király István és egy másik csapat, akik fölismerik a két terület egymásra utaltságát, akik képesek az ügyben konszenzust teremteni ebben az ellenségeskedő, gyanakvó, rivalizáló világban. A valóságos ötletadónak viszonylag „könnyű” dolga volt. Fölismerete, kénytelen volt fölismerni, hogy a turisztikai kisvállalkozások csak akkor lehetnek életképesek, ha olyat csinálnak,

Mohamedjei odamennek a mozdíthatatlan ám csodálatos élményeket nyújtó hegyekhez, városokhoz, templomokhoz, vizekhez, hévizekhez. De szólhat ez a mondat arról is, hogy – akár így, akár úgy – Mohamed és a hegy találkozása szükségszerű. Ilyen szükségszerű volt a kultúra és a turizmus találkozása is. Szükségszerű volt, elkerülhetetlen, kézenfekvő, már-már banális, mégis kellett valami, kellett valakik, akik ennek a két önállóan is prosperáló, spontán módon eddig is együttműködő területnek a figyelmét a szervezett kooperációra irányították. Király István, a Kult-Turist vezetője, és munkatársai szervezték meg fáradságot nem kímélve, ám szerényen a háttérben maradva a két terület találkozására épülő nemzetközi konferenciát és vásárt, amelynek egyébként előbbutóbb akkor is létre kellett volna jönnie, ha ők meg se születnek. Nincsenek pótolhatatlan emberek, ez a szükség-

amit a nagyok nem. Mert sok munka van vele, mert anélkül is megy a „bolt” stb. De mi legyen az a más? Ez sem volt kérdés. E lelkes csapat tagjai a kultúra, a közművelődés felől érkeztek, természetes volt, hogy ez lehet az a plusz, amivel a Mohamedeket útra lehet csábítani. Tudták azt is, hogy Magyarországon a kultúra jó áru, a kevés világszínvonalú termékünk között van, igazi, gazdag és hiteles, tehát megmutatható és eladható. Megoldja a szezonális problémáját, hiszen a kulturális programok többsége télen-nyáron megrendezhető, és élvezhető ha esik, ha fúj, ami a balatoni fürdőzésről nem mondható el. És még valami: nemcsak a frekvenciált idegenforgalmi térségek és a fejlett régiók jöhetnek szóba, megmutatható kultúrája a legeldugottabb falvaknak is van – vagy lehet. Ezután már nem volt más dolguk, mint partnereket keresni, külföldi kapcsolatokat építeni, tapasztalatokat gyűjteni, cím-



listákat szerezni és cserélni – végül elfogadtatni a hasonló cipőben járó cégekkel, intézményekkel, nemzetközi szervezetekkel, hogy egy ilyen konferencia hasznos lehet az együttműködési módszerek megvitatására, kidolgozására. S ami talán nagyobb csoda, mint ha a hegy megindulna: mindenki segített, mindenki igent mondott a programra. Kiderült az is, hogy egy ilyen

## Portré

konferenciánál csak kettő hasznosabb. Két nemzetközi konferencia és vásár tapasztalatainak summáját olvashatja az érdeklődő ebben a kiadványban. A konferencián – elméletben – már mindenki tudja az együttműködés, a közös föllépés előnyeit, a vásáron – a gyakor-

latban – azonban a kulturális intézmény, a szálloda, az utazási iroda többnyire még mind külön mutatja, kínálja a maga portékáját. Komplex turisztikai-kulturális „csomagokat”, amelyekben minden együtt van – kulturális értékek, szállás, étkezés, utazás, egyéb programok – a két vásár még keveset mutatott. Ezért van szükség a harmadikra – 2002-ben.





Ki nem hallotta, vagy olvasta ezt a kifejezést magyar sportriporterektől, újságíróktól, a közélet ilyen-olyan rangú szereplőitől? Mondják, leírják, nem magyarázzák el mit értenek alatta, a hallgató, az olvasó ezt úgyis tudja. Hogy miként, az nem érdekes, feltételezik, hogy ugyanúgy érti, mint aki használja. Mint ahogy a „Fritzek”, vagy a „Tommyk” kifejezés használói sem fűztek értelmezést e fordulatokhoz, amikor „a németeket”, vagy „az angolokat” kívánták megnevezni. Ezt

léljük egy-egy tájegységét, melyik történelmi korban mi zajlott határain belül és körülötte. Többféle lehet, ugyanúgy, mint ahogy lakói is valószínűleg többfélék. De ezt a többféleséget fáradtságos dolog megismerni, és még fáradtságosabb mondandónkban, írnivalónkban jelezni. Mindezeket túl néha szándékunkkal is ellentétes, mert éppen azt szeretnénk elérni, hogy egy népet, vagy annak országát egyféleképpen ítélje meg hallgatónk, olvasónk, úgy, ahogy az a mi céljaink-

Diósi Pál

## Az osztrák sógor\*

115  
K É K

a magatartásmódot arra a hallgatólagos feltételezésre építik, hogy a hallgató, az olvasó úgyis tudja, milyen is az osztrák, a német, az angol ember, ezért erről nem kell beszélni. Feltételezik egy olyan közmegegyezés létét, ami szükségtelenné teszi tények számbavételét, ítéletek kimondását. Ennek alapján úgy alakítják mondandójukat, megírivalójukat, mintha az abba beleillő tények ismertek, az általuk elfogadott – vagy elfogadtatni kívánt – ítéletek tényekkel alátámasztottak lennének

Hasonló módon szokás egy-egy országról is írni, beszélni. Annak ellenére, hogy egy ország soha nem ilyen, vagy olyan, hanem ilyen is, meg olyan is, attól függően, hogy melyik környéken járunk, melyik évszakban szem-

nek megfelel. Így lehetett „az arab” lusta, „Szerbia” kutya, „a német” szorgalmas, „a lengyel” magyarbarát és még hosszan sorolhatnánk.

Mennyire élnek sztereotíp sablonok Ausztriával, ill. az osztrákokkal kapcsolatban, mennyire áll mögöttük osztatlan közmegegyezés, vagy mi tagolja az ilyen ítéleteket? Erről kutatásunk során a teljesség igénye nélkül kívántunk tájékozódni. Mivel feladatunk döntően másból állt, így csak néhány „Ausztria vonás” ítéleti elterjedtségét kereshettük. Hasonlóképpen szűkre kellett szabnunk azoknak a látványoknak a körét is, amelyek esetében a fénykép alapján történő azonosítást, az ismertséget figyeltük, ill. a fénykép alapján jellegzetesen ausztriai helyszínt feltételezését vizsgáltuk. Mindezt „az

\*Ez a fejezet része a Diósi Szociológiai Kutató és Tanácsadó Iroda (DIÓDATA) által 1992-ben, az Osztrák Idegenforgalmi Iroda megbízásából készült tanulmánynak. A szerző és munkatársai 600 fős mintán (Budapest, Győr, Pécs, Szeged, Debrecen, Miskolc) személyes kikérdezéssel végeztek standard, kérdőíves felvételt.



## Budapest

osztrákok” néhány „tulajdonságáról” kialakított ítélet vizsgálatával egészítettük ki. Ahol „az osztrákok”, ill. „Ausztia” sajátosságairól szóló ítélet volt a kérdésben, ott ugyanezeket az ítéleteket megnéztük „a magyarok” és „Magyarország” kapcsán is.

Kezdjük néhány tárgy fénykép alapján történt azonosításával. Kiválasztottunk két, magyarok által sűrűn látogatott és egy kevésbé gyakran felkeresett környéket. Ezeknek egy-egy idegenforgalmi szempontból is érdekes, sokak által látogatott helyszínéről mutattunk fényképet a megkérdezés során. Bécsből a Práter Óriáskereke, Salzburgból a Vár, és Klagenfurt mel-

Nézzük, hogyan alakult az 598 megkérdezett válaszainak szerkezete a három kép nyomán:

A korábbi adatok alapján gyakrabban „magyar járta” helyszínek tárgyait inkább ismerősnek tartották, jobb volt közülük a valóságnak megfelelően tájékozottak aránya és ez tendenciaszerűen azzal is együtt járt, hogy inkább a helyszínen szerzett ismerettel kapcsolódott össze a felismerési kísérlet.

A megkérdezettek egészében felismerhető, jelzésértékű tendencia nyomába szegődve megkereshettük az ismert szocio-demográfiai tényezők, ill. az utazások tényei-tervei közül azt, ami a legerősebben befolyásolja a képen látott tárgyak ismeretét. Mindhárom felvétel esetében igaz, hogy a hagyományosan „kemény adatnak” számító független változók közül az iskolázottság befolyásolja legerősebben a

felismerési kísérletek arányát és a valóságnak megfelelő helyszín+tárgyismeretet is. A felsőfokú végzettségűek felismerési kísérletének és valós ismeretének adatait közöljük mindhárom bemutatott fotóhoz.



A práterbeli óriáskerek az egyetem-főiskolát végzettek közül 80% számára tűnt ismerősnek és ebből a 86 személyből 89% tudása helyes volt.

116  
K É K

lől a Mini-Mundus egyik Ausztriára jellemző épülete, a Stephans Dóm – az arányok érzékeltetése miatt embe-ekkel körülvett – makettje fotóit mutattuk külön-külön. Azt kérdeztük, hogy ismerik-e a látványt, majd – ha ismerősnek vélték –, hogy mi ez, meg tudnák-e mondani, hogy hol látható, ill. azt, hogy honnan ismerős, amit felismerni vélték. Itt megadtunk válaszlehetőségeket: járt ott; filmen, képen látta; más forrásból.



A Salzburgi Várat ugyanebben a körben 48% vélte felismerni és az 52 vállalkozó kedvű diplomás 48%-a ismerete jól a helyszínt és a képen látható várat. A Karinthia tartománybeli Klagenfurt közelében lévő Mini-Mundus parkban készített felvétel alapján a felsőfokú végzettségűek 33%-a gondolta, hogy ismeri ezt a látványt és a 36 személyből csupán 39% tudása bizonyult helyesnek.

1. táblázat. A felismerés, a helyes ismeret és az ismeretforrás a három fotó nyomán (% , N = 598, majd soronként változó)

A felvételen látható tárgy és helye	Ismerni vélte	ebből a helyet és a tárgyat is tudta	Ismeretforrás	
			ott járt	filmen, képen látta
Óriáskerek a bécsi Práterben	53 n=314	81	49	34
a Salzburgi Vár	21 n=124	43	59	24
Mini-Mundus Klagenfurt mellett	18 n=108	21	33	31





Mini-Mundus

2. táblázat. Felismerés, helyes ismeret és ismeretforrás a Práter óriáskereke kapcsán a Bécsben jártak, a diplomások és az összes megkérdezett körében (% , N = soronként változó)

A felvételen látható tárgy és helye	Ismerni vélte		ebből a helyet és a tárgyat is tudta	ismeretforrás	
				ott járt	filmen, képen látta
járt Bécsben	n=282	68 n=190	92	72	17
diplomás	n=108	80 n= 86	89	73	15
összes megkérdezett	n=598	53 n=314	81	49	34

3. táblázat. Felismerés, helyes ismeret és ismeretforrás a Salzburgi Vár kapcsán a Salzburgenlandban megfordultak körében (% , N = soronként változó)

A felvételen látható tárgy és helye	Ismerni vélte		ebből a helyet és a tárgyat is tudta	ismeretforrás	
				ott járt	filmen, képen látta
járt Salzburgenlandban	n=117	51 n= 60	71	95	2
diplomás	n=108	48 n= 52	48	65	23
összes megkérdezett	n=598	21 n=124	43	59	24

4. táblázat. Felismerés, helyes ismeret és ismeretforrás a Mini-Mundus kapcsán a Karinthiában jártak, a diplomások és az összes megkérdezett körében (% , N=soronként változó)

A felvételen látható tárgy és helye	Ismerni vélte		ebből a helyet és a tárgyat is tudta	ismeretforrás	
				ott járt	filmen, képen látta
járt Karinthiában	n= 59	49 n= 29	50	48	21
diplomás	n=108	33 n= 36	39	61	17
összes megkérdezett	n=598	18 n=108	21	33	31

Az iskolázottsághoz erősen kapcsolódó német nyelvtudás esetében azt láttuk, hogy a legalább folyékonyan beszélők 41 személyes kis csoportja egy kevéssel a diplomások feletti arányban véli felismerni mindhárom felvételt, és a helyes helyszín+tárgyismeret is magasabb néhány százalékkal. Ezt még nem tekintjük eltérésnek az iskolai végzettség befolyásoló szerepéhez viszonyítva.

Az ausztriai utazás ténye, ill. terve alapján képeztünk egy tény-terv index nevű mutatót (t/ti), amely négy metszetben rendezte el a megkérdezetteket.

Ezek az Ausztriában járt és utazást tervező; a járt, de utazást nem tervező;

117  
K É K

a nem járt, de utazást tervező; végül a nem járt és utazást nem is tervező csoportok.

A t/ti eloszlása mentén erős eltéréseket találtunk a három felvételt ismerni vélők és a helyes tudásúak arányaiban. Az Ausztriában járt és oda visszatérni szándékozók kevésbé voltak bátrak a felismerési kísérletekben, mint a felsőfokú végzettségűek, de a vállalkozó kedvűek tudása a két legismertebb felvétel esetén 2–2, a Mini-Mundusnál 12%-kal magasabb arányú volt náluk. A 2%-os eltérésnek nem tulajdonítunk jelentőséget, de a harmadik adat arra figyelmeztet, amire a táblázat. Az utazások során, személyesen szerzett tapasztalat szerepére.

Ennek hatását a t/t indexnél is közvetlenebbül akkor vizsgálhatjuk, ha azt kezeljük elkülönítve, hogy a Bécsben, Salzburgenlandban, ill. Karinthiában járt megkérdezettek milyen arányban vélik felismerni az onnan száрма-



## Budapest

zó felvételeket, és mennyire bizonyul valósnak „tudásuk”.

Bécs látogatói nem annyira magabiztosak, mint a diplomások, de még így is lényegesen több vállalkozó kedvű ismeretének helyességét követhették körükben, mint a felsőfokú végzettségűek között. A saját élmény azonos szintje mellett a helyes tudás azonos szintjét látjuk. Ennél a felvételnél ez az élmény a minta egészéhez képest nagyarányú növekedés mellett is csak kismértékű emelkedést jelentett a helyes ismeretben.

Ennél erősebben hatott ugyanez a tényező a Salzburgi Vár felismerésére.

A tartományban jártak csoportja jelentéktelen mértékben „bátrabb” a diplomásoknál, de a látványt felismereni velők lényegesen magasabb arányban rendelkeznek pontos tudással. A Salzburgi Várban (vagy a Várra kilátást nyújtó helyen) úgyszintén nagyobb hányaduk fordult meg. Itt a saját tapasztalatok megugrása együtt jár a biztos tudás hirtelen növekedésével.

A Mini-Mundus esetében már min-

den oszlopban jól érezhető a környék felkeresésének hatása.

A környéken megfordult kérdezettek magabiztosabbak vélt ismereteikről és valós tudásuk is biztonságosabb, mint a diplomásoké. A felsőfokú végzettségűek ez esetben gyakran a Stephans Dómról meglévő emlékképekre hagyatkoztak és nem hittek a saját szemüknek. A fél katedrális magasságú látogatók, a bécsi környezettől lényegesen eltérő háttér ellenére is rutin tudásuk nyomán válaszoltak, míg a közel sem ilyen tanult, de a helyszínen megfordult megkérdezettek engedték meggyőzni magukat a látvány és saját tapasztalatuk egybecsengésétől.

Mindössze három tárgy fényképfelvételeiről való felismerése érdemel-e ennyi értelmezést, részletelemzést? Meggyőződésünk, hogy igen, mert adataink éppen arra mutatnak meggyőző erővel, ami a külföldi utakról hazahozható ismeretöbbit legkriti-

kusabb mozzanata. A feltételezhetően közismert dolgok körüli konkrétumok bizonytalanságára, a félig, vagy egyáltalán nem alátámasztott tudásra. Amelyekre ítéletek épülnek, amelyek alapján egy-egy országot-népet az „én már csak tudom” magabiztosságával nézetrendszeréhez illeszt az emberek többsége.

Hasonló okok miatt vettük át G. Schweiger kutatásából annak a fényképsorozatnak egy részét, amellyel az Ausztriáról kialakult sztereotip vélekedéseket vizsgálta. Az általunk használt öt felvétel közül kettő abból a sorozatból való, amely az „Ausztria a hegyek és a szép tájak országa” nézet meglétét aszerint elemezte, hogy mennyire tartják jellemzőnek Ausztriára, ill. Németországra és Svájcra a bemutatott képeket. Adataink bemutatásakor megadjuk az 1985-ös magyarországi eredményeket is. (Günter Schweiger, Österreichs Image im Ausland, Norka Verlag, 1988., 84. p.)

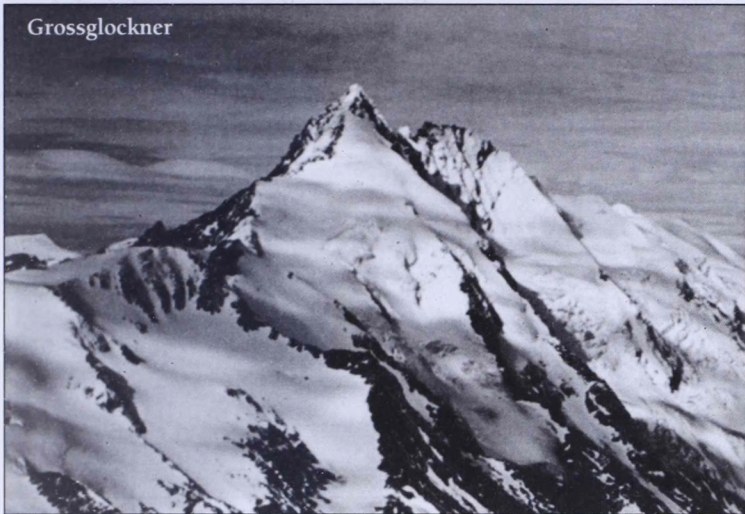
A hófölte Grossglockner látványát a kérdezettek 61%-a tudta Ausztriáról

5. táblázat. A „Grossglockner” és az „Alpesi ház” felvételek jellemzők-e Ausztriára, Németországra, ill. Svájcra, az ausztriai utazások, az iskolai végzettség és a t/t index szerint (% , N=598, ill. 1985-ben 50) (N=50)?

	„Glossglockner”				„Alpesi ház”			
	A	D	CH	egyikre sem	A	D	CH	egyikre sem
Ausztriában nem járt	55	17	68	13	59	20	50	11
egyetlen út	56	17	71	7	62	28	64	5
2-5 út	69	22	73	4	76	28	60	4
6-10 út	71	13	84	–	84	27	62	–
10 feletti út	77	17	94	–	80	20	69	–
8 ált. alatt	51	17	59	21	53	17	38	2
8 általános	50	19	57	14	52	22	55	–
szakiskola	62	18	77	8	61	30	60	–
szakmunkásképző, közéiskola	62	16	81	5	76	21	59	–
főiskola, egyetem	76	19	81	1	81	27	62	–
Ausztriában járt, tervez utazást	67	17	75	4	71	22	62	3
járt, nem tervez utazást	65	21	80	4	78	35	64	4
nem járt, tervez utazást	63	20	72	4	70	21	54	1
nem járt, nem tervez utazást	52	16	66	16	54	19	44	14
összesen	61	18	72	8	67	24	57	7
1985-ös felvétel	68	4	50	6	42	8	60	8



Grossglockner



Alpesi ház



kialakult elképzeléseivel egyeztetni. Ettől az Ausztriában alig megfordult, az oda utazást még csak nem is tervező, és az alig iskolázott megkérdezettek esetében láttunk számottevő negatív eltérést.

A völgyhajlatba épített, jellegzetes stílusú alpesi ház, háttérben a havas csúcsokkal 67% esetében jellegzetes ausztriai látványt jelentett. A három bemutatott dimenzió változói az előbb látotthoz hasonló hatásúak. Az iskolázatlanabbak, az Ausztriában nem, vagy csak néhányszor járt kérdezettek és az ilyen utat nem tervezők kevésbé tartották tipikus osztrák látványnak a képet.

Mindkét esetben azt láttuk, hogy a  $U/I$  index kettéosztja a minta tagjait.

Három változata mentén (akik vagy reális, vagy elképzelt ausztriai utazásról beszéltek) egymáshoz közeli véleményeket találtunk, míg a nem utazó,

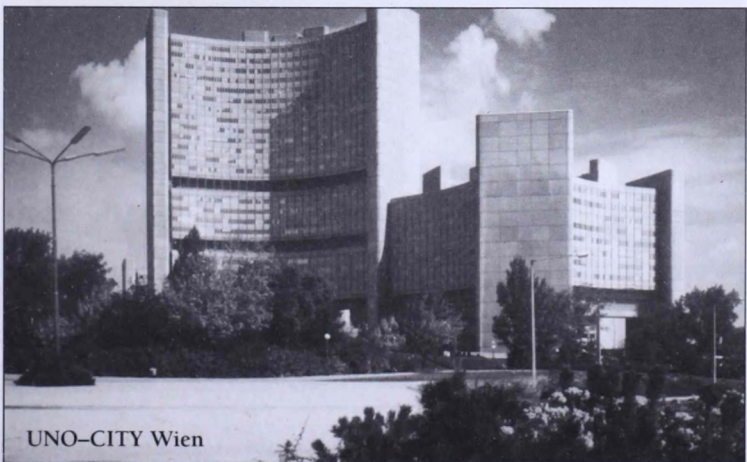
utazást nem is tervező kör éles különvéleményt hordoz. Ezt a réteget (206 személy), „Ausztria ügyben” érintetlennek tekinthetjük. A további felvételek kapcsán ezt a különválást kísérjük figyelemmel.

Az 1985-ös felvétel alacsony elemszáma miatt kevés megjegyzést igényel. A válaszok tendenciája hasonló karakterű, mint a mi kutatásunkban. A „hegyek országa” sztereotípiát akkor is felidézte Ausztria és Svájc kapcsán a Grossglockner képe. Az alpesi ház inkább Svájcot idézte, mint Ausztriát. Feltételezhetjük, hogy azért, mert akkor a ma is kevesek által felkeresett, Magyarország határaitól aránylag távol

119  
K É K

eső környék tipikus építkezésmódját igen kevesen láthatták. De ez végképp óvatos hipotézis, hiszen az akkori kis minta utazásairól semmit sem tudunk.

A sajátosan osztrák művészeti és kulturális mozzanatokhoz kötődő képek közül a bécsi Hofreitschule fehér lipicai lovakon bemutatott parádéjánál igazán nehéz lett volna „ausztriaiabb”



UNO-CITY Wien



témát választanunk. Az osztrák nemzeti színekkel díszített háttértől az egyenruhában feszítő lovasok zászlájáig minden Ausztriát idézi. Milyen mértékben asszociáltak ennek láttán Ausztriára, ill. a másik két országra, ezt mutatja be következő táblázatunk.

Ezt a felvételt a t/t index valamennyi változata mentén és a minta egészében is tipikusan Ausztriára jellemzőnek vélték. A Svájcra, Németországra asszociálók sehol sem érték el a 25%-os szintet. Ugyanakkor azt is észre kell vennünk, hogy az ausztriai utazások igazi érintettjeitől távolodva egyre nagyobb a bizonytalanok, „az egyik országra sem jellemző” választ adók aránya.

6. táblázat. Jellemző-e Ausztriára, Németországra, ill. Svájcra a Hofreitschule, a t/t index szerint. (% , N=598, ill. 1985-ben 50)

Ausztriában	A	D	CH	egyikre sem
járt, tervez utazást	74	15	10	6
járt, nem tervez utazást	73	15	9	15
nem járt, tervez utazást	63	23	10	17
nem járt, nem tervez utazást	48	18	17	27
összesen	63	17	12	16
1985-ös felvétel	58	12	18	6

7. táblázat. Jellemző-e Ausztriára, Németországra, ill. Svájcra a Weinprobe, a t/t index szerint. (% , N=598, ill. 1985-ben 50)

Ausztriában	A	D	CH	egyikre sem
járt, tervez utazást	73	34	8	7
járt, nem tervez utazást	65	43	13	13
nem járt, tervez utazást	58	34	9	18
nem járt, nem tervez utazást	46	35	14	23
összesen	60	36	11	15
1985-ös felvétel	58	34	12	8

8. táblázat. Jellemző-e Ausztriára, Németországra, ill. Svájcra az UNO-CITY, a t/t index szerint. (% , N=598, ill. 1985-ben 50)

Ausztriában	A	D	CH	egyikre sem
járt, tervez utazást	40	32	16	21
járt, nem tervez utazást	41	38	22	21
nem járt, tervez utazást	25	42	31	24
nem járt, nem tervez utazást	20	31	27	35
összesen	32	34	23	26
1985-ös felvétel	22	44	40	12

120  
K É K

A bortermelőként ismert Ausztria sajtós témáit ábrázoló fotók közül, kutatásunkhoz a borkóstolót megőrkítő felvételt választottuk. A magyarországi szőlészeti és borkultúra hátterén alig eltéveszthető jelenet melyik országot idézi fel a megkérdezettek számára?

Ez a felvétel, ha nem is olyan karak-

teresen tűnt ausztriaiának, mint a Hofreitschule, mégis hasonló tendenciájú asszociációkat váltott ki. Domináns módon osztrák jelenetet láttak a felvételen, egy kissé németnek is tekintették, de csak alig svájcinak. Azt látjuk, hogy a közmegegyezés jellegű válaszszerkezetből kissé itt is kilógnak

azok, akik még terveikben sem gondolnak ausztriai útra. Nem azért, mert más országra inkább jellemzőnek tekintik ezt a képet, hanem elbizonytalanodásuk miatt. A megkérdezettek egészében is mind magasabb az „egyikre sem jellemző” válasz megjelenési aránya, ahogyan eltávolodtunk a „hegyek országa” sztereotípiától.

Utolsóként az „Ausztria egy modern ország” gondolatkörhöz kapcsolódó képek egyikét választottuk. A helyszín ismét a magyarok által gyakran felkeresett Bécs, de a főváros hagyományos építészetétől igencsak eltérő ENSZ város, amely a Duna-szigeten egy TV-tornyot is magába foglaló parkban épült fel. A környezet egészében kedvelt helyre a bécsieknek és a külföldi turistáknak is. Maga a felvétel olyan látószögből készült, amely keveset árul el a látvány hovatartozásáról. A képkivágás döntően az épületet fogja be, az előtérben bokrok,



Hofreitschule





több színben is nyíló virágok, a háttér alig felhős égbolt.

A modern épületegyüttes a megkérdezetteknek csupán harmada szerint osztrák jelenség. Legalább annyira lehet németországi fotó, mint ausztriai, önhetnek szóba a válaszmegoszlás üzenetét. A  $t/t$  index itt szorosabban zár, mint azt megszoktuk. Akiaknek nincs ausztriai útiélményük, azok inkább tekintik német, vagy svájci felvételnak a fotót, mintsem Ausztriára asszociálnának. A közmegegyezésben élő Ausztria-képbe ez a felvétel alig illeszthető. Így a személyes benyomások nélkül ítélkezők ez esetben óhatatlanul felülnek a közzsájon forgó, hagyományos ítéletalkotásnak. A közvetlen tapasztalat ezt képes felülírni, még akkor is, ha a megkérdezett járt ugyan Ausztriában, de a felvétel helyszínén nem fordult meg. Erről ugyan nincs adatunk, de annyi biztos, hogy Ausztria felkeresése önmagában elegendő a korszerű építkezés gyakoribb jellegzetes ausztriai jelenségeként elfogadásához.

Az öt kép alapján azt is el kell mondanunk, hogy az Ausztriában domináns módon szemlélődő, kevés programon résztvevő magyar utazók feltehetően inkább keresik a hagyományos Ausztria-képhez közeli látványokat. A természeti szépség mellett a dualizmus korszakához kapcsolódó „békebeli” hangulatokat és kevésbé ismerik meg a korszerűsödő Ausztria nem rit-

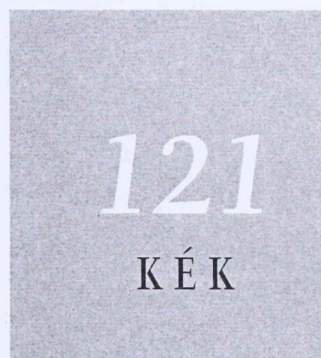
kán meghökkentő valóságát. Aki nem vásárolni, hanem látni érkezik, az sem nagyon jut el a bokrokkal tagolt teraszos építésű városnegyedekbe, vagy az autóforgalom elől zárt módon megépített, négy-öt szintes házakból álló, játszóterekkel, árkádokkal kialakított lakótelepekre. Inkább múltba forduló, nosztalgia-túrákra indul, és ezek kevéssé módosítják a hagyományos ítéleteket.

Van az ítéleteknek egy olyan köre, amely az eddigi asszociáltató kérdés-móddal nehezen megközelíthető, a verbális kérdéses technika alkalmasabb a vizsgálatára. Azokra a sztereotíp tulajdonságokra, karakterjegyekre kell gondolnunk, amelyekkel egy-egy országot, vagy annak lakóit oly sommásan szokás jellemezni. Ilyen állításokból álló soro-

zatot kínáltunk fel mérlegelésre a megkérdezetteknek. Azt kértük, hogy öt fokú skálán „osztályozzanak” Ausztriára, ill. Magyarországra nézve azonos tartalmú kijelentéseket. Majd egy hasonló sorozatot kellett ugyanilyen skálán elhelyezniük az osztrákok, ill. a magyarok megítéléséről.

A skálaértékek jelentése mindkét esetben az alábbi módon alakult:

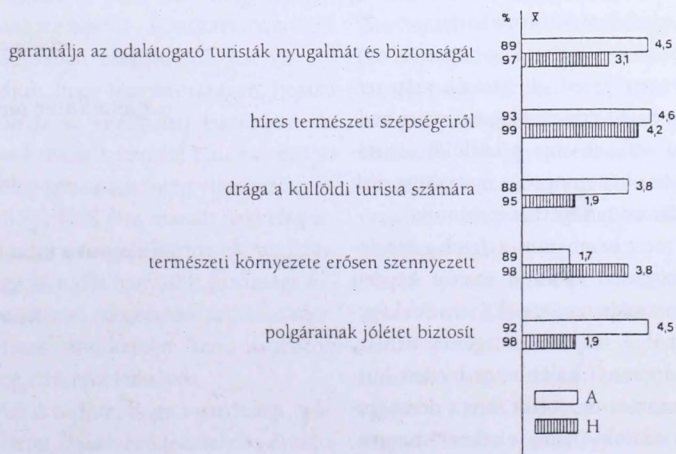
- 1 – egyáltalán nem jellemző
- 2 – alig jellemző
- 3 – közepesen jellemző
- 4 – eléggé jellemző
- 5 – teljesen jellemző



A válaszok gyakorisága alapján számított súlyozott átlag ( $\bar{x}$ ) egyetlen mutatóval képes jellemezni akár az összes megkérdezett, akár egyes csoportjaik vélekedését, emellett összehasonlíthatóvá teszi a két országról, ill. a két néphez tartozókról vallott felfogást is.

### 9. ábra. Mennyire jellemző Ausztriára és Magyarországra?

( $\bar{x}$ , N=598, %=válaszolt 598 személyből)





Elsőként a két országról mutatjuk be eredményeinket:

A mintánkhoz tartozók mindkét országról úgy vélekednek, hogy természeti szépségeik közismertek. A magas átlagértékkel elismert vélekedés közel azonos a két ország esetében. Ausztriát lényegesen magasabban értékeli látogatóinak biztonsága, természeti környezetének védettsége és polgárainak jóléte szempontjából. Magyarország ezekben a kérdésekben elmarad, viszont kifejezetten olcsónak tartják a külföldi turisták számára.

Ha ezeket az ítéleteket egyetlen mondatba kívánjuk sűríteni (ezt senki

## Budapest

sem a lakóhely, iskolázottság, foglalkozás szerint, sem az ausztriai utazások-útitervek eltéréseihez rendelve nem találtunk. Eltekintve a nyolc osztálynál alacsonyabb végzettségűek csoportjának a többiekétől enyhébb ítéletét a hazai jólétről és a külföldiek itthoni biztonságáról. E két állításhoz 0,4, ill. 0,5 pontértékkel kedvezőbb a vélekedésük a minta egészénél.

A részadatok bemutatása után sem mondhatnánk mást, ezért beérjük a következtetéssel: a két ország megítélésének előbb ismertetett szerkezete igen erős közmegegyezésre támaszkodik. A sztereotípiák ilyen háttérrel hosszú életűek, megváltoztatásukhoz külső eszközök kevésbé alkalmasak. Gyakran a létrejöttüket, elterjedésüket kiváltó tények megváltozása után is sokáig tartják magukat. Erre láttunk példát, amikor a bécsi UNO-CITY fényképe alig illett a kérdezettek Ausztria-képébe.

Meg kell említenünk, hogy Magyarországról a kérdezettek biztonságosabban formáltak véleményt, Ausztria esetében 6-9%-kal alacsonyabb volt a válaszadásra vállalkozók köre. Ez arra utal, hogy Ausztriát nem tekintik olyan ismertnek, mint Magyarországot. Kutatásunk korábban ismertetett

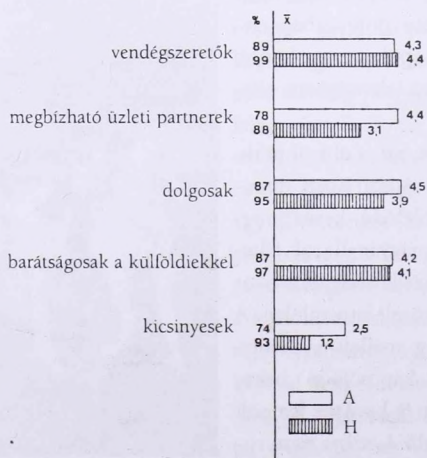
eredményei alapján ezt indokoltnak is tarthatjuk.

Az ítéletalkotásban látott tartózkodó magatartás kifejezetten óvatossá vált, amikor az osztrákok, ill. a magyarok jellegzetességeiről kértük a minta tagjainak véleményét. Az osztrákokról 8-19%-kal kevesebb megkérdezett mondta el ítéletét, mint azonos kérdésben a magyarokról. Ez azt jelzi, hogy a kutatás során vizsgált városi népesség Ausztriát inkább ismertnek tekinti, mint magukat az osztrákokat. Más adataink alapján már leírtuk, hogy a gyakran Ausztriába utazók is alig kerülnek érintkezésbe az ország lakóival, nyelvtudásuk és utazási motivációik sem segítik elő az osztrákokkal való ismerkedést. Nézzük, hogyan vélekedtek a válaszadásra hajlamosak:

Közel azonosan magas szinten tartják vendégszeretőnek, ill. a külföldiekkel barátságosaknak az osztrákokat és a magyarokat. Az osztrákokat mintegy fél skálaponttal dolgozósnak tekintik, és lényegesen megbízhatóbb üzleti partnernek, mint a magyarokat. A megkérdezettek véleménye egy szempontból jelentősen jobb saját országuk lakóiról: alig tartják őket kicsinyesnek, míg az osztrákokat közepes mértékben ilyennek tekintik.

A minta ítéleteit ismét csak közmegegyezésen alapuló, erősen beépült sztereotíp vélekedéseknek kell tartani.

10. ábra. Mennyire jellemző az osztrákokra és a magyarokra?  
(x, N=598, %=válaszolt az 598 megkérdezettből)



nem tette meg a felvétel során kérdezettek közül, de igen érzékletes, ha mi elvégezzük), akkor Ausztriát, ill. Magyarországot így lehet leírni:

A polgárainak kiemelkedő jólétet biztosító, természeti szépségeiről is híres Ausztria, alig szennyezett természeti környezettel, meglehetősen magas árakkal várja a külföldi turistákat, akiknek nyugalmtól és biztonságtól alig zavarja valami otlétük során.

A lakóinak jólétét alig biztosító, erősen szennyezett, de híresen szép természeti adottságú Magyarország kedvező árakkal várja a külföldi turistákat, bár biztonságot és nyugalmat csak korlátozottan ígérhet a számukra.

A most bemutatott ítéletek a szociodemográfiai változók szerint képzett csoportokban szinte alig térnek el egymástól. A súlyozott átlagérték néhány tizedpontos különbsége mellett kirívó szórású csoportot sem a demográfiai adatok (nem, életkor) mentén,



## Budapest

nunk. Az iskolai végzettség mentén találhatunk két esetben is említésre méltó különvéleményt. A magyarok jellemzésekor a megbízható üzleti partnerek állítást a 8 osztály alatt iskolázottak 3,7 x mértékben fogadták el, a diplomások pedig 2,8 x szinten. Ezt a keményebb ítéletet látjuk a „dolgosak” állításnál, ahol a vélekedésük 3,7 x mértékű, míg az alig iskolázottak 4,4 x szinten fogadták el a minősítést. Elmondhatjuk, hogy a felsőfokon végzettek a munkában, üzleti kapcsolatokban szigorúbb, az iskolázatlanok pedig elnézőbb bírái saját nációjuknak, mint ahogy mintánk egészében ítélték.

9. táblázat. Ismeri az „osztrák sógor” kifejezést, iskolai végzettség szerint (% , N=598)

legfeljebb 8 általános	48
szakiskola, szakmunkásképző	68
középiszkola	80
egyetem, főiskola	93
összesen	70

10. táblázat. Jól körülhatárolható, elmagyarázható jelentésű iskolai végzettség szerint. (% , N=416)

legfeljebb 8 általános	37
szakiskola, szakmunkásképző	44
középiszkola	49
egyetem, főiskola	57
összesen:	48

A megkérdezettek együtt szemlélt vélekedései nyomán pedig azt kell kiemelnünk, hogy az osztrákokról – bár kevésbé ismerik őket – a realitások, a hétköznapi világában fontos tulajdonságok esetében, és az „ünnepnapi archoz” tartozó vonások kapcsán is egészen jó képet alkotnak.

A magyarokat magasra értékeli az inkább „ünnepi” alkalmakkor fontos tulajdonságok kapcsán, és a napi praktikumban alapvető karaktervonásokban megjelennek az elmarasztaló mozzanatok, méghozzá nem is elhanyagolható mértékben. Miután a választárányok szerint ismertebbnek tekintik a magyarokat, a kemény ítéletet azzal a megjegyzéssel is fogadhatnám, hogy „ők tudják”.

Valószínűleg kiváltanám vele a „magyarellenes”, „kozmpolita” minősítéseket, amelyeket csak-csak elviselnék. A szakmaiság alapján ítélezők viszont joggal elnagyolt, egyszerűsítő közelítésnek tekintenek, ami okkal bántana. Ezért itt még időzzünk egy keveset.

Valóban „tudás” az, ami a szigorúbb ítéleteket megalapozza? Vagy csupán a mintában elterjedt balítélet nyomán tartják kevésbé dolgosnak és lényegesen megbízhatatlanabb üzleti partnernek a magyarokat az osztrákoknál?

kus és gyakori állami beavatkozás miatt hosszú távra régóta nem beláthatóak. Ez napjainkra sem változott gyökeresen és emiatt a rövid megtérülés, a gyorsan lefölezhető nyereség felé fordul a gazdálkodók jelentős részének figyelme. Az alakulófélben lévő üzleti életet „muszáj Herkulesek”, kényszerből vállalkozóvá lett emberek sokasága jellemzi. Ők pedig vagy hősiiesen elvéreznék, vagy a feltételekhez idomulva kiszámíthatatlanná válnak. Esetleg tudatosan is ezt választják.

Ilyen körülmények között szerezték azokat a tapasztalatokat a megkérdezettek, amelyek ítéletüket formálták. Ez pedig – ha közvetett úton is –

123  
K É K

amellett szól, hogy ők bizonyára tudják, miért ítélnék a megismert módon.

Az osztrákokkal kapcsolatos vélekedések jellegét egy – kiinduló hipotézisünk szerint közismert – kifejezés, az „osztrák sógor” ismeretének, tartalma megítélésének vizsgálatával zárjuk. A kifejezést – amelyet fejezetcímként kölcsönvettünk – közmegegyezéses módon kezelik-e akik ismerik, vagy a tartalmáról alkotott nézetek megosztják a megkérdezetteket? Ennek áttekintése – egyetlen szófordulat értelmezésével – felvillanthatja, milyen alapszerkezete van egy sztereotípiának.

A kifejezés ismeretét és a tartalmára vonatkozó alapvető ítéletet az iskolázottsággal érdemes egybevetni.

Ismét ismeret-jelenséget vizsgáltunk, ismét az iskolázottság erőteljes meghatározó szerepét láttuk. Az alig iskolázottaknak közel fele találkozott a korántsem iskolai karakterű ismerettel, míg a felsőfokú végzettségűek körében



praktikusan nem beszélhetünk olyanokról, akik nem ismerik e kifejezést.

Az ismeret korántsem jelenti azt, hogy mindenki számára mond is valamit e szókapcsolat. Van olyan ismerője, aki üres kifejezésnek, kedélyes kiszólásnak tekinti, míg mások szerint jól körülírható, elmagyarázható jelentése van. Ez utóbbi álláspontokat újra az iskolázottság mentén tekinthetjük át.

A kifejezés ismerőinek nem egészen fele gondolja, hogy megmagyarázható jelentésű ez a szókapcsolat. A többiek kedélyes kiszólást, valójában üres verbalizmust vélnek felfedezni benne. Legalábbis akkor, ha joggal arra gondolnak, hogy aminek tartalmat tulajdo-

működik, hogy „ügyis tudja” szavaink értelmét akihez szólunk, ezért felesleges tisztázni, mit is gondolunk. És így gondolhatjuk akár a semmit is.

Az „osztrák sógor” esetében – a diplomások kivételével – így van ezzel a kifejezés ismerőinek többsége, legyen bármilyen az iskolai végzettsége. Ez a tény mindenestre jól rávilágít, milyen hézagos történelemismerete lehet a megkérdezettek zömének, hiszen elsősorban történelmi hivatkozásokra épül a kifejezést tartalmaznak tekintők közelítősmódja.

Azt is érdemes megemlítenünk, hogy a kifejezés ismertségét jobban befolyásolja az iskolai végzettség, mint azt, hogy tartalmat tulajdonítanak neki, vagy sem. Ez utóbbi kérdésben már közelítünk a közmegegyezés felé.

A kifejezés tartalmát mindenkivel elmondattuk, aki szerint van körülírható jelentése. A nyitott kérdés válaszait első lépésben aszerint kódoltattuk, hogy a kifejezés körülírásában megjelennek-e a történelmi hagyományokra, a két ország történetének közös korszakára vonatkozó mozzanatok.

A kifejezés jelentésének magyarázatában már minden csoportnál domináns volt a közös történelemre hivatkozó körülírás. Ezt, a válaszmegoszlás

ismeretében, már kialakult közmegegyezésnek tarthatjuk. Természetesen csak azok körében, akik nem tartották üres kifejezésnek, tehát az iskolázottabb csoportokat magasabb arányban magába foglaló 199 személy között. A vizsgált sztereotip fordulat 143 megkérdezettnél függ össze a történelmi kapcsolatokkal. Megközelítőleg a minta negyedrésznél. Annak ellenére, hogy valószínűleg ez a legelterjedtebb sztereotip fordulat az osztrákokkal kapcsolatban.

A jelentés magyarázatát egy másik dimenzióban is kódoltuk. Azt figyeltük, megjelennek-e pozitív, vagy negatív ítéletek, esetleg az összetartozás jegyei a magyarázatokban, vagy távol-ságtartó objektivitással értelmezik a kifejezést. A tárgyilagos és az értékelő személyes elemek megoszlását a 12. táblázat mutatja.

A kifejezést domináns többséggel objektív jelentéssel értelmezték. Ezek mellett számottevő a kölcsönösség – pozitív értékeléssel társuló – jelentés-tartalmának előfordulása. A személyes elkötelezettség, ill. a negatív értékelő mozzanatok elvéve fordulnak elő.

A jelentés magyarázatainak két dimenzióját együtt szemlélve azt mondhatjuk, hogy az „osztrák sógor” a közös történelmet felidéző, többnyire semleges, ritkábban pozitív értékelő mozzanattal társuló utalás, amelynek értelmezését a szófordulat használója rábizza a hallgatókra, az olvasókra. Megteheti, hiszen azok ritkán értelmezik más dimenziókban, legfeljebb sehogyan sem értik.

A kérdés innen kezdve már nem az, hogy lesz-e szélesebb körben, egységesebb jelentése ennek a fordulatnak. Számomra sokkal inkább az a kérdés, hogy lesznek-e az osztrák embereket sokszínűen jellemző, esetleg szállóigévé váló új kifejezések nyelvhasználatunkban. Ennek egyik alapfeltételét abban látom, hogy lesznek-e nagyszámban olyan magyarok, akiknek élő, ismétlődő kapcsolatai vannak osztrákokkal. Mert az utazások karaktere ezt egyáltalán nem hozta létre mindmáig.

## 124 K É K

nítanak, annak tartalmát azonnal meg is kérdezzük tőlük. Ez persze nem zárja ki annak lehetőségét, hogy más alkalommal akár használják is. Hiszen a köznapi beszédhelyzetek többségében éppen az a hallgatólagos feltételezés

11. táblázat. A történelmi hagyományok megjelenése a kifejezés jelentésében, iskolai végzettség szerint. (% , N=199)

legfeljebb 8 általános	58
szakiskola, szakmunkásképző	67
középiskola	78
egyetem, főiskola	75
összesen:	72

12. táblázat. A tárgyilagoságtól az értékelő mozzanatokig (% , N=199)

1. objektív, tárgyilagos értelmezésmód	58
2. összetartozás, pozitív értelmű sorsközösség a magyarázatban	29
3. személyes, pozitív elkötelezettséget tartalmazó motívum a magyarázatban	7
4. akár az osztrákokkal, akár a magyarokkal kapcsolatos ironia, lekezelés, alárendelődés, aszimmetrikus viszonyt kifejező jelentéselemek a magyarázatban	3
egyéb, besorolhatatlan elemekből álló válaszok	3



## *A tanító-művelődésszervező szakos képzés története Esztergomban*

Esztergomi Tanítóképző Főiskola  
1985 – Vitéz János Római Katolikus  
Tanítóképző Főiskola 1998.

### *Bevezetés*

A főiskola történetében a közművelődési szakemberképzésnek két nagyobb átfogó korszaka volt. A főiskolai szintű

A következő évek már a rendszerváltás utáni képzésfejlesztő tevékenység fontosabb állomásait foglalják magukba, amelyek végén a tanító-közművelődés szakot a Magyar Akkreditációs Bizottság, jó minősítéssel, 1998-ban akkreditálta.

Képzéstörténeti tanulmányunk a történeti előzmények vizsgálatától a Jászberényi Tanítóképző Főiskolával közösen lefolytatott képzésfejlesztési kísérleten át az akkreditációig foglalja össze a tizegynéhány év képzésfejlesztési

Győry Csaba

## Képzésfejlesztési kísérlettől az akkreditációig

125  
K É K

tanítóképzés keretében a népművelési, könyvtári szakkollégiumé, valamint a 4 éves közművelődési szakos képzése, amelyhez kapcsolódóan Esztergomban, az országban elsőként indult meg 1987-ben a 4 éves tanítóképzés.

Az első korszak a merev központi tantervek időszaka volt, a második a tantervi irányelvek alapján a szabadabb, saját elképzeléseket lehetővé tevő kísérletek, s a képzést megújító, önálló profilok kialakításáé. Ennek eredményeként a tanárképző főiskolákat is megelőzve a Művelődési és Közoktatási Minisztérium közigazgatási államtitkára 40.734/1991. XII. sz. határozata alapján egy tanítóképző főiskola, az Esztergomi Vitéz János Tanítóképző Főiskola adott ki először, 1991-ben, művelődésszervező szakos diplomát. Ezzel a minisztérium azt a tartalmi korszerűsítést méltányolta, amit a képzésfejlesztő kísérlet addigi eredményei igazoltak.

tesí tevékenységét. Nem tanszéktörténet tehát, hanem a képzésfejlesztés története, amely végig a tantervfejlesztésre, tantárgyfejlesztői munkára koncentrált.

### *I. A kezdetek*

Az 1974/75-től főiskolává váló tanítóképzésbe szakkollégiumként integrálódott a népművelés, megszüntetve a korábbi szakos képzést. Figyelemre méltó, hogy a tanítóképző főiskolákon egységesen, mindenhol létrejöttek a közművelődési tanszékek, ellentétben az egyetemek és tanárképző főiskolák gyakorlatával. Az önálló tanszéki keretek növelték a közművelődés szakmai súlyát a pedagógusképzésben, erősítették a szakmai kapcsolattartást. A felsőfokú szakos népművelőképzés elemeit variálva, a tanárképző főiskolák tantervével is rokon képzésük, te-



ret adott a helyi sajátosságoknak megfelelő sokszínű gyakorlati képzésnek. Fontos, hogy a szakkollégiumi pedagógusi diploma egyenlő munkavállalási esélyt biztosított a tanárképző főiskolai szakos diplomával.

Ezeknek az éveknek, és a főiskolai képzések megjelenésének és kiteljesedésének jelentősége, hogy a két egyetemen évente végzett néhány tíz közművelődési szakember mellett a főiskolákon végeztek, nagyságrenddel nagyobb mennyiségükkel, magát a szakmát teremtették meg...

Nemcsak formai jelentőségű, hogy ezekben az években vált a népművelés közművelődéssé, s az ezzel járó szem-

emberképzésen belül a helyi szakmai orientációkból kialakuló specializáció igénye.<sup>1</sup>

### II. A képzésfejlesztési kísérlet előkészítése

#### Az előkészítés eseménytörténete

Előjáróban – dokumentumaink alapján – összefoglaljuk a képzésfejlesztési kísérlet eseménytörténetét, mert ez jól jellemzi a felsőoktatás egy szeletét a nyolcvanas évek második felében.

A tanítóképző főiskolákon folyó közművelődési, könyvtárosi szakkollégiumi képzés szakos képzéssé való továbbfejlesztésének gondolata a közművelődési tanszékek oktatóinak 1985. januári esztergomi tanácskozásán került a szűkebb tanszéki megbeszélésekből nyilvánosabb fórumra.

Az 1985. június 28-án a főiskola középtávú fejlesztési tervének előkészítését tárgyaló főiskolai tanácsülés anyagában szerepelt először az óvodapedagógusi és a közművelődési szakos képzés felé történő nyitás terve. Nagy Lajos főigazgató előrelátó indoklásában a „több lábbon álló” intézmény modelljének kialakítását szorgalmazta.

Ennek alapján indult meg a munka tanszékünkön, amelynek írásos dokumentuma az 1986. jan. 9-én kelt javaslat a szakos képzés bevezetésére, amit a főiskola megküldött az illetékes minisztériumi főosztálynak.

Ők azt javasolták, hogy a hasonló elképzelésekkel foglalkozó jászberényi és sárospataki főiskolákkal vegyük fel a kapcsolatot, és készítsünk közös, egyeztetett tervet a szakos képzés bevezetésére.

Időközben intézményünk főiskolai tanácsa – 1986. januári 29-i ülésén – középtávú tervében elfogadta az óvodapedagógiai és közművelődési szakok beindítását azzal, hogy ez utóbbi „oly módon integrálódjon a pedagógusképzéssel, hogy annak tantervi

koncepcióját ne bontsa meg, ugyanakkor mindkét szak kölcsönösen nyerve a folyamat párhuzamosságából.”

1986. febr. 18-i dátummal elkészült a másik két főiskolával összehangolt közös javaslat, melynek egy változatát mindhárman kutatási pályázatként is beadtuk.<sup>2</sup>

A kutatásban az esztergomi főiskoláról az alábbi kollégák vettek részt:

Abai Ilona főiskolai adjunktus, Bartus László főiskola tanársegéd, Masler Jenő főiskolai adjunktus a közművelődési tanszékről, és Tóth Sándorné dr. főiskolai docens a neveléstudományi tanszékről.

A Tudományszervezési és Informatikai Intézet igazgatója (200.076/1986. sz. levelében) értesített bennünket, hogy közös kutatási tervünket elfogadták, s biztosítják az igényelt támogatást a kísérlet lebonyolításához.

Ezt követően a három főiskola képviselői 1986. dec. 3-án Esztergomban tartott megbeszélésén elhatározták, hogy az 1987/88-as tanévben előkészítik és elindítják a kísérletet (Esztergomban csak tanító-közművelődési szakon) a tanárképző főiskolák érvényes tanterve alapján. A kísérlet előkészítésére a kutatási tervek újragondolását, jobb összehangolását, valamint a költségvetések átdolgozását határozták meg.

1987. febr. 6-i dátummal már új elemeket tartalmazó, közös tervtanulmányt írtunk az előkészületeket koordináló pedagógusképző osztály, Dr. Szövényi Zsolt osztályvezető számára, a kísérlet elindítását támogató alapos bibliográfiával. A beadvány részét képezték az egyes főiskolák sajátos elképzeléseit összefoglaló egyedi kutatási tervek 1987. jan. 14-i dátummal. Ez a kutatási terv képezte aztán az esztergomi képzésfejlesztés alapját.

Ezután két irányban folyt tovább a munkánk. Az egyik a kísérleti tanterv elkészítése, a másik magának a kísérletnek a megszervezése, elindítása.

Az 1986/87-es tanév végén készítettük el a 4 éves tanító-közművelődési szakos képzés kísérleti tantervét, s vele

léletváltozás jobb feltételeket jelentett az általánosabb kultúráközvetítői tartalmak önállósodásához.

Mindezeket összevetve, a hetvenes évek végére kialakult a népművelési/közművelődési szakemberképzés háromszintes intézményrendszere, az egyetemi, a tanárképző és a tanítóképző főiskolai, s ez lefelé egyre csökkenő mértékben, minden szinten hordozott általános kultúráközvetítői képzési tartalmakat.

Képzésfejlesztési kísérletünk megindulásakor, 1986-ban két egyetemen, öt tanárképző főiskolán, s a tanítóképzéshez kapcsolódva 13 intézményben folyt közművelődési szakemberképzés.

Jellegzetessége, hogy minden szinten a pedagógusképzéshez kapcsolódik, annak pszichológiai, pedagógiai alapjait használja fel a kultúráközvetítő tartalmak kifejtéséhez.

Megjelenik a közművelődési szak-



együtt a 4 féléves specializációk tervét, valamint a tantárgyi programok terveit. Ezt a főiskolai tanács 1987. június 29-i ülésén elfogadta.

Mivel az új szakpárosítás a felvételi tájékoztatóban nem jelent meg, a főiskolára jelentkezett hallgatóknak tájékoztatót küldtünk a kísérleti tanító-közművelődési szakról, ahová 92 fő jelentkezett és 27 fő nyert felvételt.

1987 szeptemberében a szakkollégiumi csoport helyét elfoglaló szakos csoporttal megkezdtük a kísérletet.

### A képzésfejlesztési kísérlet műhelymunkájának főbb tartalmi kérdései

A népművelőképzést, a közművelődési szakemberképzést megindulásától kezdve viták kísérték, annak célját, tartalmi irányultságát illetően. Ezekben közvetlenül is tükröződtek a magyar társadalom változásai, a tudományos élet előbbtől sem független útkeresései és a szűkebb szakma által megfogalmazott kihívásai. A képzés igyekezett reagálni mindezekre, s többé-kevésbé követte is a változásokat, amit az említett helyi szakmai orientációk is bizonyítanak. De csak a nyolcvanas évek második felében, a központi tanterveket felváltó tantervi irányelvek tették lehetővé a rugalmasabb, gyorsabb reagálást, az önállóbb tartalmi irányultságot és a specializálódás kérdését...

A nyolcvanas évek közepének vitái megerősítettek bennünket abban, hogy a tanárképző főiskolákon létrejött népművelőképzés/közművelődési szakemberképzés felel meg legjobban céljában és tartalmi irányultságában az adott időszak igényeinek. A képzés elég tág – az intézményi népművelési, majd közművelődési gyakorlatról a középszintű közművelődési vezetésig húzódó – alkalmazási területet célt meg, magát a szakmát teremtette meg és terjesztette el az ország egész területén.

Positív hatásának egyik tényezője az volt, hogy kisebb kiugazításokkal igye-

## Felnőttnevelés

kezett alkalmazkodni a népműveléstől a közművelődésig tartó gyakorlat változásaihoz. Emellett megmaradt a szakkollégiumi képzés is elég nagy volumenben, de csak a tanítóképzés kiegészítőjeként, a tanárképző főiskolák szakos képzésének hasonló struktúrájú, óraszámában erősen csökkentett változataként.

Az akkoriban tervezett középfokú képzés – korábbi és mai véleményem szerint is – átmeneti és pótló funkciójú, s zömében arra szolgált, hogy a már pályán dolgozó, és a felsőoktatásba be nem került népművelőknek biztosítsa a munkahelyükhöz való jogot.

A közművelődési gyakorlat szempontjából meghatározónak tűnt, hogy a tanárképző főiskolák kipróbált, hatékony szakos képzésének átvétele, bővítése, a későbbiekben felfrissítése, megújítása vált a legjárhatóbb úttá...

A kísérlet előkészítésekor aktuális kérdése volt a közművelődési szakemberképzésnek, hogy általános típusú népművelőt, vagy speciális munkakörök betöltésére alkalmas szakosított népművelőt igényel-e a közművelődési gyakorlat. Közművelődésünk akkori fejlettségét tekintve, mindkettő reális igénynek látszott, jóllehet az akkori évek szakmai elképzeléseiben a specializáció egyértelműen nagyobb súlyt szerezelt.

Sokan a szakma presztízsének a megújítását várták attól, hogy gyorsan reagálva a társadalmi élet legújabb, a képzés történeti hagyományaitól távoli területeken jelentkező szükségleteire, a felsőoktatásban a képzés átalakításával válaszoljanak. Ennek voltak éppen eredményei, mert a közművelődési gyakorlat mindig felvállalt ilyen pótló feladatokat, de ezek többségére főként az országos és megyei módszertani központok képeztek át, vagy képeztek ki embereket.

Egy erőteljes, viszonylag állandó alapképzésre épített specializáció azonban csak az akkori képzés struk-

túrájának jelentős átalakításával volt elképzelhető...

A másik fejlesztési elgondolásunkhoz az első lépésben nem tartottuk feltétlenül szükségesnek a szerkezeti változtatást, miután még nem léptek életbe a tantervi irányelvek. Az esztergomi januári tanácskozásokon szóban már korábban megismerhettük a változtatások jellegét, de Szövényi Zsolt cikke és a tantervi irányelvek csak 1987-ben jelent meg.<sup>3</sup>

Fejlesztésünk megvalósítása elképzelhető volt az akkori, központi tanárképző főiskolai struktúrába foglalt tantárgyi keretek között is, erősebb tartalmi súlypont-eltolódással.

127  
K É K

A makro-társadalomra vonatkozó szaktudományi ismeretek mellett a mikro-társadalom megismeréséhez szükséges elméleti felkészítés biztosítását jelentette néhány vizsgálat<sup>4</sup>, amely:

1. a makrotársadalomra vonatkozó ismeretek mellett (nem helyett), a helyi társadalom megismerésére és befolyásolására ösztönözte elméletileg és módszertanilag a közművelődési szakembereket;

2. a makrotársadalom állami intézményrendszere helyett, a helyi társadalom művelődési folyamataira képezte a szakembereket (akik megtanulták az állami intézmény eszközrendszerét is használni);

3. a művelődési közösségek „vezetése” helyett a közösségek részvételén alapuló animálására készítették fel a szakembereket;

4. a közművelődési és a tanítóképzés egy szakpárban való összekapcsolása a



két társintézménnyel közösen végzett képzésfejlesztő kísérlet keretében, mely kísérlet előkészítésében mind-egyik intézmény sajátos hangsúlyokkal és tartalmi megfontolásokkal vett részt.

A mi közös hipotézisünk az volt, hogy a 3 éves tanítóképzés és a 4 éves tanárképző főiskolai közművelődési szakos képzés összekapcsolása magasabb szakmai szintre emeli mindkettőt.

A másik két partnerintézmény a „néptanító modell” korszerűsítésében kereste a megoldást, a mi felfogásunkban a hangsúly inkább a közművelődési szakember szakmai kompetenciájának kiszélesítésére (helyi társada-

## Felnőttnevelés

A kísérlet előkészítése idején már jelen volt a 4 éves tanítóképzés távoli célja, s előkészítés alatt volt a központi tantervek átnövése a tantervi irányelvek által ígért rugalmasabb képzésfejlesztésre, tantervfejlesztésre. Hozzájárult ehhez a minisztérium pedagógusképző osztályának támogatása, és a három, majd később a két főiskola vezetőinek egységes fellépése.

Mindezek és az akkori, az adott kereteket óvatosan tágitani, szétfeszíteni készülő társadalmi légkör juttatta el a szándékot a megvalósításhoz, egy kutatási pályázat révén a képzésfejlesztési kísérlet megindításához.

### A kísérleti tanterv elkészítése és a tantervfejlesztő munka

#### *A kísérleti tanterv*

A tanterv készítésekor az alábbi fő szempontokat tartottuk szem előtt:

1. A két képzés, a 3 éves tanítóképzés és a 4 éves tanárképző főiskolai közművelődési szak összekapcsolása mindkettő viszonylagos önállóságának (óraszám, tantárgyi struktúra) megtartásával történjék. Ilyen értelemben tervezett képzésünk hasonlít a tanító és az egyszakos tanár szakpárhoz. A két képzés integrációjának lehetőségét az egymásra építés, az egymásra vonatkoztatás adja. Ez a rugalmas összekapcsolási mód már az előkészítés során nem várt hasznot hozott. Ugyanis felkészülés közben változott meg a tanítóképző főiskolák tanterve, s a változást a kísérleti tanterven különösebb nehézség nélkül keresztülvezettük. Elvileg ugyanígy keresztülvezethető lett volna már akkor is a tanárképző főiskolák esetleges új tanterve is.

2. Az első lépcsőben nem volt célunk sem a közművelődési szakemberképzés, sem a tanítóképzés megújítása, mert új minőséget a két képzés összekapcsolásától vártunk.

A tanítóképzésre építve adaptáltuk a tanárképző főiskolák akkori központi tantervét.

Az adaptálás azonban nem zárta ki a tartalmi és strukturális módosításokat, s elképzeléseink szerint alapja lehetett egy radikálisabb újításnak is.

Lényeges strukturális módosításnak nem az egyes tárgyak elhelyezését tartottuk, bár ebbe is igyekeztünk a tanítóképzéshez kapcsolódó rendszert vinni, hanem a modul elemekként beépülő, nagy óraszámú specializációk bevezetését, amit a 3 éves és a 4 éves összekapcsolódása tesz lehetővé. Ezt tartottuk kísérletünk első eredményének, újításának.

A tartalmi változások kezdetben csupán az egyes tárgyak keretein belül a hangsúlyeltolódások, vagy kisebb tárgyrészek beiktatásában merültek ki. Ugyanis valamennyi erre alkalmas tantárgyban igyekeztünk érvényesíteni a helyi társadalom, a lokalitás szempontjait, az intézményre való képzés helyett a művelődési folyamatokra való képzést és a közösségek alapvető szerepét hangsúlyoztuk.

3. Formai tekintetben főiskolánk tantervét kellett szemünk előtt tartanunk, s ez meghatározta a szakpár közös tantervének tagolását, cél és feladat megjelölését és egyéb formai jegyeit.

#### *Az óra és vizsgaterv*

Az óra és a vizsgaterv mutatja az első tantervünk képzési struktúráját. A két szak összekapcsolása úgy történt, hogy a közművelődési szakos képzés a szakkollégiumi sávban indul, s egyre szélesedik. A tanító szak sávja a kiváltódó általános tárgyak, azaz a két képzés azonos, általános alapozó tárgyai miatt egyre szűkül, s a negyedik évben szinte megszűnik, a kettő közötti kialakuló sávot elfoglalja a specializáció.

Az óra és vizsgatervből kitűnik, hogy az első négy félévben erőteljesen koncentrált és integrált alapképzés folyik mindkét szakon. Az V-től a VIII. félévig a pedagógiai tantárgyak, ill. a módszertan, a gyakorlati képzés és a specializáció tárgyai kerülnek sorra.

128

K É K

lom, speciális szakismeretek) helyeződött a permanens művelődés elve alapján.

Az összekapcsolást predesztinálta az is, hogy a tanítói volt az egyetlen felsőfokú képzés, amely a gimnáziumi érettséginel magasabb általános műveltséget ad (ma is az egyetlen), s nem csak ad, hanem szakmaiságának anyaga is ez, persze a pedagógusi mesteriség elméleti és gyakorlati elemeivel együtt.

Az akkori elképzeléseinkben két szak összekapcsolásának kulcskérdése az integráció volt. Azt vizsgáltuk, hogy milyen mértékben, milyen szinten és mely szakterületeken lehetséges és hatékony az integráció?

A modularitás elve erőteljesen jelen volt 1985 és 1987 között a felsőoktatási szakirodalomban. Az egyes konkrét intézményi leírások mellett egy általunk is feldolgozott összefoglaló tanulmányra hivatkozhattunk.<sup>5</sup>



Szembetűnő a magas, de egyenletes heti óraszám. Ennek fő oka az, hogy az első változat még a csökkentett óraszámú tanítóképzős tanterv szerint készült, s az új tantervben emelkedtek az óraszámok. A másik ok az, hogy a két új, még kipróbálatlan tanterv esetében nem mertünk élni az integrációs törekvések óraszám-csökkentő hatásával. Az óraterhelés mérséklésének lehetőségeit megvizsgáltuk, de az ún. tömbösítést nem alkalmaztuk.

A vizsgaterhek a tanítóképző főiskolák tanterveinek keretében maradtak, alkalmazkodtunk a szakos képzés eredeti elképzeléseihez. Vizsgaszám csökkentést jelentett, hogy az integrálható tárgyakból közös szigorlatot tettek az első évfolyam hallgatói: *művelődélmélet-művelődésszociológia*, a *pedagógia szigorlatba* beépítettük az *andragógia* tartalmát, a pszichológiába az akkor még meglévő közművelődés pszichológiája tárgyat. Ez az út csak részben bizonyult járhatónak. A *filozófia-filozófiatörténet* bevált, a művelődélmélet-művelődésszociológia túl nagy anyagnak bizonyult kézenfekvő kapcsolata ellenére, a *pedagógia-andragógia* a két tanszék szemléleti különbségei miatt nem volt jó megoldás, nem is alkalmaztuk. A *pszichológia* integrált szigorlatára, bár itt elvi akadályai nem voltak, nem is került sor a tanterv megváltozása miatt.

#### A tantárgyak rendszere

1. A tanítóképzés tantárgyi rendszere annyiban változott, hogy tárgyai formálisan 4 évre húzódtak el. Az ennél nagyobb mértékű beavatkozást lehetetlenné tette a szaktárgyak, az azokhoz kapcsolódó pedagógiai tantárgyak, gyakorlatok rendszere, s az a praktikus ok, hogy minden csoportbontás többletköltséggel, teremigénynyel járt. Az alapképzésben a tanító szak néhány tantárgyát integrációs kapcsolatok fűzik a közművelődési szak tárgyaihoz. A közművelődési szak tantárgyi rendszere lényegileg azonos az adaptált rendszerrel, csak

## Felnőttnevelés

két tárggyal bővült. Részben a tárgyak logikai sorrendje, részben a két szak összekapcsolása s maga a kísérlet is indokolta egy bevezető stúdium tartását. Főiskolánkon új tantárgy volt az akkori években a filozófiatörténet, integrációs kapcsolatban állt a dialektikus és a történelmi materializmus tárgyakal.

Fő funkciója a történelmi és elméleti tárgyak megalapozása.

Kísérletünk egyik első eredménye, hogy az első félévek tapasztalatai alapján az akkor még marxizmus-leninizmus tanszék a tanítóképzésbe is bevezette a tárgyat, nyilván nem függetlenül a rendszerváltás előszeleitől Filozófia, filozófiatörténet néven. A természettudomány kérdései kiválódtak a tanítóképzés nagyobb óraszámú természetismeret tárgyával.

Ettől elkülönülő kérdés volt a specializációk modul elemekként való beillesztése a tanító-közművelődési szakpár kereteibe.

Ennek oka, hogy ne elsősorban intézményekre, hanem közművelődési folyamatokra képezzen szakembereket. Ebbe az elképzelésbe illeszkedik bele, hogy egy adott típusú folyamatot egészen részletesen ismerjen meg a hallgató az általános alapképzésre épülő szaktudományi, módszertani, gyakorlati stúdiumok által.

Ebbe a rendszerbe a modulok egész sora illeszthető be. A tantervbe választott filmterjesztési és könyvtár-könyvterjesztési modulokon kívül foglalkoztunk azokban az években a múzeum-pedagógia (múzeumi népművelés), drámapedagógia bevezetésének tervével is.

Végül azért döntöttünk a filmhez és a könyvhöz, könyvtárhoz kapcsolódó folyamatok mellett, mert ezek szorosabban kapcsolódtak mind a tanítói, mind a népművelői tevékenységhez, s nem utolsó sorban, feltételeik akkor még minden településen megtalálhatóak voltak.

## A tantervfejlesztő munka és a második, harmadik kísérleti tanterv

Az 1988/89. évi tantervi változás alapja a szakmai képzés tudományos és elméleti tartalmainak és az integrációs lehetőségeinek átgondolása volt. Lényege, hogy az az általunk fontos tartalmakat (makrotársadalom mellett a helyi társadalom, intézmény helyett művelődési folyamatok, vezetés helyett animálás, az általános szakmai képzés mellett igazi specializáció) nemcsak hangsúlyoztuk az adaptált tanterv tárgyaiban, hanem rendszerre építettük ki.

129  
K É K

Az általános alapképzésbe vont, a tanító szakkal közös tárgyak blokkja a következő alaptudományokat (Filozófia, Filozófiatörténet, Művelődéstörténet, Etika, Általános szociológia, Politológia), a pszichológiai stúdiumok (Fejlődés és személyiségpszichológia) ismertették meg a hallgatókkal. Csak a pedagógiai stúdiumok maradtak alaptudományi ismeretek nélkül a neveléstudományi tanszék sajátos tantárgycsoportjában (A pedagógia alapkérdései, Társadalom és iskola, stb.).

A közművelődés szakos képzés elméleti tárgyai is alaptudományok szerint alkottak egységes stúdiumcsoportot (Művelődélmélet, Művelődésszociológia, Szervezetszociológia, Szociálpszichológia, Vezetés és szervezéselmélet, Andragógia, Kommunikációelmélet, Esztétika – ennek a helye a általános alapképzés blokkjában lett volna, de a tanítók nem tanultak esztétikát –, Művelődésgazdaságtan, Mű-



velődéspolitikai). Ezek a tárgyak tartalmazzák az adott tudomány történetét, rendszerét, tudományrendszertani helyzetét, tudományközi kapcsolatait, a tudomány fő területeit.

A közművelődés szakos képzés módszertani, gyakorlati stúdiumainál is elhagytuk a differenciálatlan *módszertan* tárgyat és a *gyakorlatokat*. Önálló órakerettel bíró sajátos gyakorlati tárgyakra bontottuk őket, s ahol lehetett, a gyakorlatot önálló elméleti alapokkal oktattuk. (Médiatechnikai, Kommunikációs, Közösségépítési gyakorlatok; Bevezetés a közművelődés elméletébe és gyakorlatába, a Kulturális animáció elmélete és gyakorlata, a

## Felnőttnevelés

tóival (Filmfőigazgatóság, Filmtudományi Intézet, Könyvterjesztők Egyesülete) egyeztetve alakítottuk ki.

A Filmfőigazgatóság és a Komárom megyei Moziüzemi Vállalat anyagi támogatásával egy 35 mm-es, két gépes normál mozit alakítottunk ki a főiskolán. A filmterjesztő képzés megindításának alkalmából, 1989 augusztusában háromnapos Szóts István szemináriumot szerveztünk a rendező jelenlétével, nagyszámú filmszakmai résztvevővel, jó sajtóvisszhanggal.

A filmterjesztő képzésben a szaktudományokra épülő tantárgyak: Egyetemes filmtörténet, Magyar Filmtörténet, Filmszociológia, Filmpszichológia; Gyakorlati, módszertani tárgyak: Filmelemzés alapjai, Filmelemzési gyakorlatok, Filmelemzés kiscsoportokban, Filmklub vezetési gyakorlat.

Hasonló ehhez a könyvtár-könyvterjesztő specializáció tanterve. A szaktudományokra épülő tantárgyak: Könyv- és könyvtártörténet, Olvasápszociológia, Olvasápszichológia-olvasáspedagógia; gyakorlati, módszertani tárgyak: könyvtári szaktárgyak, könyvszakmai tárgyak.

### IV. A kísérlet értékelése, a tanterv „véglegesítése”

Az 1990. októberi beszámoló és műhelyvita fordulóponttá vált a kísérlet történetében. Mindkét tanszék alapos dokumentációkkal, beszámolóval készült erre. Az Esztergomban 1990. okt. 12-én keltezett beszámoló értékelte a kísérleti időszakot, különösen az 1988. évi nagy beszámoló utáni tevékenységet.

Önkritikusan megállapítja, hogy a tanszék legtöbb energiáját a kísérlet megszervezése, a tantervfejlesztés mellett az oktató munka és tapasztalatainak primer elemzése, a szükség szerinti korrekciók végrehajtása foglalta le.

Évről évre új évfolyamok indítását kellett előkészíteni a kifutó szakkollégiumi csoportok mellett. Ez nemcsak a tanszék óraterheit növelte, hanem mindig új és új tárgyak programjainak kipróbálását, az integrációs törekvések átgondolását, összehangolását, a már egyszer tanított tárgyak szükség szerinti korrigálását jelentette.

A specializációk iránti külső érdeklődés kielégítésére (mint utólag kiderült), szabálytalanul iskoláztunk be jó néhány hallgatót, nem kevés gondot okozva magunknak is. Ezt korrigáltuk később az áthallgatás és a posztgraduális képzés szabályainak kidolgozásával. Eredményes, és az oktatók, hallgatók szerint sikeres kezdeményezésünk a nyári gyakorlatok tartalmi megújítása volt.

Az első helyismereti, társadalomismereti tábort 1990 nyarán, a Borsod-Abaúj-Zemplén megyei Göncruszkan rendeztük meg. Célja, hogy a tanulókat szembesítse egy adott település mindennapaival.

„A falukutatás hagyományainak kialakítása is ilyen aspektusból indult ki a göncruszkai tábor megszervezésével. A néprajz, a szociológia, a szociálpszichológia, a falutörténet, a kommunikációelmélet adaptálásával a falu társadalmának megismerését elősegítő feladatokkal és módszerekkel látta el a hallgatókat.

A múlt–jelen–jövő dimenziók megfigyelésekkel, dokumentumok áttanulmányozásával, mélyinterjúkkal, résztvevő megfigyelésekkel kerültek feltárára. Az egyhetes göncruszkai tartózkodás olyan tanulmányútként fogható fel, ahol a tudatos értelmiségi, analízáló gondolkodásmód kialakítását a napi feladatok megoldásának összegzésével, míg az értelmiségi kifejezőkészség fejlesztését a dolgozatok írásával kívántuk kialakítani.

A göncruszkai tábor nemcsak a falu társadalmának megismerését segítette, hanem az évfolyam öndefinícióját is alakította.”<sup>6</sup>

A négyhetes intézményi gyakorlat helyszínének megválasztása érdekes

130

K É K

Kulturális menedzsment elmélete és gyakorlata). Egy fontos gyakorlat kiemelt integráló szerepet kapott a képzésben, amelyben célunk szerint majdnem minden elméleti tudás, gyakorlati képesség, készség kipróbálása lehetővé vált: a magyar falukutató mozgalom hagyományaira épülő helyismereti táboré. Egyéni vagy közös kutatási téma választása után a tábor előkészítésére, több tárgy oktatójának közreműködésével egy féléves szemináriumot/gyakorlatot szánunk. S ugyancsak egy félévet tapasztalatainak feldolgozására, értékelésére, a kutatási beszámoló megírására, és záróakkordként a helyi mentorok jelenlétében nyilvános előadására.

Az 1988/89-es tanév jelentős volt abból a szempontból is, hogy elkészültek a specializációk a könyvtár-könyvterjesztő és a filmterjesztő specializáció tantervei és tantárgyi programjai. Ezt a képzés szakmai támoga-



adalekkel szolgált a pályorientáció szempontjából. A hallgatók majdnem fele, a specializációk lehetséges intézményei közül választott gyakorlóhelyet. A döntő többség a saját lakóhelyének intézményeit részesítette előnyben, aminek anyagi okai voltak, mert a főiskola nem tudott biztosítani ösztöndíj-kiegészítést. De már az első évfolyamból is többen mentek a könyvtérjesztés és filmforgalmazás intézményeibe. A gyakorlat alapján közel egyharmaduknak ajánlottak fel munkahelyet.

### Néhány általános észrevétel:

– Számos konkrét probléma mögött meghúzódó kérdés: a tanítóképzés és a közművelődés szakos képzés különbözőségének érzékelése a főiskola tanári körében, ami a hallgatókat is megosztotta. Ez részben természetes, hiszen a tanítóképzés egy zárt iskolarendszerben folyó beszabályozott pedagógiai munkára készít fel. A kísérleti közművelődés szakos képzésünk még csak nem is egy intézményrendszerre, hanem egy jóval tágabb, s a változások miatt a jövőben még nehezebben körülhatárolódó területre képzett.

– Keserű tapasztalataink voltak arról, hogy a tantervi, tantárgyi integráció még olyan formája is, mint amit mi terveztünk, nem technikai kérdés. Legyen bár a tantervben, a tantárgyi programokban legjobban feltárva az egymásra vonatkoztatás lehetősége, az integráció kérdése két vagy több pedagógus együttműködésének függvénye. Az integrációs törekvések nagyon nehezen érvényesülnek, ha a képzők munkája diszharmonikus.

Az alaposan dokumentált beszámolónk és az értékelő vita alapján „véglegíthetők” kísérleti tantervünket.

A nyíregyházi főiskola előzetes szakmai egyeztetés után javasolta a közművelődési szak művelődésszervező szak néven való újjáalapítását. Az 1991. január 16-án tartott előkészítő ülésre a kísérletben résztvevő tanítóképző főiskolák is meghívást kaptak.

## Felnőttnevelés

A Felsőoktatási Főosztály mellett működő Közművelődési Szakmai Bizottság döntése alapján intézményünk főiskolai tanácsa 7/1991. /II. 14./ sz. határozatában a képzésfejlesztő kísérlet eredményeire való tekintettel jóváhagyta az önálló szak megindítását és nevének művelődésszervező szakra való változtatását.

### V. A kísérlet összegzése

A kísérlet befejezése, a tanterv „véglegesítése” után is folyamatosan változott a tantervünk, de alapelveit, struktúráját, arányait máig megtartotta. Ezek a módosítások megint csak a társadalmi, szakmai kihívások vonalát követték, céljuk a művelődésszervező diploma használhatóságának megőrzése.

Mégis a 1986–1991 közötti, közös képzésfejlesztési kísérlet keretében kísérleti tantervet és képzést tartjuk eredeti, önálló alkotásnak. A többi változtatást egy lépéssel előbb, vagy egy lépéssel utóbb, de a kultúráközvetítő képzés mozgásával együtt tettük meg.

Ebben a sárospataki, jászberényi főiskolákkal együtt kezdett kísérlet segített, mivel a tanítóképző főiskolákon a tanító szakhoz kapcsoltuk a tanárképző főiskolák 4 éves közművelődési szakát. Ezzel magasabb szintre emeltük a közművelődési szakemberképzést, modellt szolgáltatunk a kétszakos tanítóképzéshez, és elsőként az országban 4 évre emeltük a tanítóképzést is.

### Irodalomjegyzék

Böhm Antal–Pál László (Összeállította és szerkesztette): *Helyi társadalom I. Hipotézisek – kutatási módszerek*. Budapest: MSZMP Társadalomtudományi Intézete, 1983. 197. o.

– *Helyi társadalom II. Régiók – kistájak*. Budapest: MSZMP Társadalomtudományi Intézete, 1984. 235. o.

– *Helyi társadalom III. Strukturális viszonyok a helyi társadalomban*. Budapest: MSZMP Társadalomtudományi Intézete, 1985. 205. o.

– *Helyi társadalom IV. Enyedi György: Település és társadalom*. Budapest: MSZMP Társadalomtudományi Intézete, 1986. 106. o.

– *Helyi társadalom V. A helyi hatalom működése*. Budapest: MSZMP Társadalomtudományi Intézete, 1987. 149. o.

Báthory Zoltán: *Tantárgystruktúrák*. OPI 1984. (kézirat)

Csoma Gyula: Az integrált tananyag-szerkezet kialakítása a dolgozók iskolájában. *Pedagógiai Szemle*, 1979/5.

131  
K É K

Durkó Mátyás: *Az andragógiai képzés alakulása a Debreceni Kossuth Lajos Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karán*. Debrecen: Kvalitás, 1995. 174. o.

Dr. Fónai Mihály (szerk.): *„Népnevelőtől” a kulturális menedzserig. Innovációs tervek és törekvések a közművelődési szakemberképzésben*. Nyíregyháza, 1991. 185. o.

Dr. Fejős Csaba–Dr. Gyaraki Frigyes: *A moduláris- és tananyagstruktúrák kialakításánál alkalmazható két egzakta eljárás. I-II. Felsőoktatási Szemle*, 1985/9.; 1985/10.

Gálos Júlia: *A tantárgyi integráció néhány elméleti kérdése a felnőttnevelésben. Andragógia*, 4. 1986.

Homonnayné dr. Jób Klára: *Még egyszer a közművelődési szakkollégiumi képzésről. Felsőoktatási Szemle*. 1983. 7–8.

Homonnayné dr. Jób Klára: *Fordulópont előtt áll-e a közművelődési szakkollégiumi képzés? Felsőoktatási Szemle*. 1985. 11.



Pápai Zsuzsa (szerk.): *Helyi hatalom – helyi társadalom*. Művelődési Minisztérium Vezetőképző Intézete, 1987.

Dr. Soós Pál: *A közművelődési szakemberképzés helyzete és korszerűsítésének néhány problémája*. Debrecen 1986. (kézirat)

Szövényi Zsolt: *Tartalmi korszerűsítés és a tantervi irányelvek*. *Felsőoktatási Szemle*, 1987/9.

*A tanítóképző főiskolák tanterve*. Az 1980–81-es tanévtől. Szerk.: Szövényi Zsolt. Oktatási Minisztérium 1980.

*A tanárképző főiskolák tanterve*. Az 1980–81-es tanévtől. Oktatási Minisztérium. 1980.

*A tanítóképzés tantervi irányelvei*. Művelődési Minisztérium. 1987.

## Felnőttnevelés

2. Emlékeztető a tanító-közművelődési szakos képzési kísérlet 1986. december 3-i megbeszélésén létrejött megállapodásokról. Esztergom, 1986. december 3.

3. Az Esztergomi Tanítóképző Főiskola Kutatási pályázata. A kutatási téma címe: *Tanító – közművelődési szakos képzési kísérlet a tanítóképző főiskolákon*. Esztergom, 1987. január 14.

4. A közművelődés szakos képzés óra és vizsgaterve 1987/88.

5. A tanító-közművelődési szak óra és vizsgaterve 1988/89.

6. A 4 éves tanító-közművelődés szakos képzés tantervi struktúrája 1988/89.

7. Bartus László–Masler Jenő: *Rekrutációs vizsgálatok az Esztergomi Tanítóképző Főiskola tanító-közművelődési szakos hallgatóinál*. Esztergom, 1987–1988.

8. Pozsonyi Gabriella: *A 4 éves képzési idejű tanító-közművelődési szakos hallgatók iskolai gyakorlatának néhány tapasztalata*. Esztergom, 1990. okt. 1.

9. Pifkó Péterné: *Az általános iskolai közművelődési gyakorlat értékelése*. Esztergom, 1990. okt. 10.

10. Dr. Szilágyi Erzsébet: *Kísérlet az értelmiségi gondolkodásmód kialakítására*. Göncruszkai tapasztalatok. 1990. okt. 13.

11. *Az első művelődésszervező évfolyamon végzett hallgató levélrészlete* 1992.

### Jegyzetek

1. Dr. Soós Pál: *A közművelődési szakemberképzés helyzete és korszerűsítésének néhány problémája*. Debrecen 1986. (kézirat)

2. A pályázatok felelősei: 1. Homonnayné dr. Jób Klára főiskolai docens, tanszékvezető, Comenius Tanítóképző Főiskola, Sárospatak; 2. Dr. Harmat Mária főiskolai adjunktus, tanszékvezető, Jászberényi Tanítóképző Főiskola; 3. Győry Csaba főiskolai adjunktus, tanszékvezető, Esztergomi Tanítóképző Főiskola

3. Szövényi Zsolt: *Tartalmi korszerűsítés és a tantervi irányelvek*. *Felsőoktatási Szemle*, 1987/9. 513-519 p.

*A tanítóképzés tantervi irányelvei*. Művelődési Minisztérium. Bp. 1987. 36 p.

4. *Helyi társadalom I-V*. Összeállította és szerkesztette: Bóhm Antal – Pál László. MSzMP KB Társadalomtudományi Intézete Bp. 1983–87.

5. Dr. Fejős Csaba – Dr. Gyaraki Frigyes: *A moduláris- és tananyagstruktúrák kialakításánál alkalmazható két egzakt eljárás*. I-II. =Felsőoktatási Szemle 1985/9. 546-554 p. =Felsőoktatási Szemle 1985/10. 594-603.p.

6. Dr. Szilágyi Erzsébet: *Kísérlet az értelmiségi gondolkodásmód kialakítására*. *Göncruszkai tapasztalatok*. 1990. okt. 13. (kézirat).

132

K É K

### Képzéstörténeti dokumentumok jegyzéke

1. A Művelődési és Közoktatási Minisztérium közigazgatási államtitkárának 40.734/1991.XII. sz. határozata a közművelődési szak megnevezésének művelődésszervező szakra való változtatásáról.



## I. Közművelődés szakkollégium és közművelődési tanszék

gusképző intézményekben közművelődési tanszékeket hoztak létre.<sup>3</sup>

### 1.1. Előzmények

A Magyar Népköztársaság Elnöki Tanácsa 1974. évi 13. sz. törvényerejű rendeletében mondta ki, hogy a „bajai, a budapesti, a debreceni, az esztergomi, a győri, a jászberényi, a kaposvári és a sárospataki tanítóképző intézetet – változtatlan képzési feladattal – fokozatosan Tanítóképző Főiskolává kell átszervezni”. A Budai Képző 1975-ben 106. tanévét Budapesti Tanítóképző Főiskola néven kezdte meg.<sup>1</sup> A minisztérium

A tanítóképzés 1976. évi központi tanterve<sup>4</sup> a 2731 összóraszámából 822 órát két kötelezően választandó szakkollégium számára foglalt le, amelyek elvégzéséről a tanítói oklevélhez csatolt betétlap adott igazolást. A képzés során tehát minden hallgató kötelezően választott egyet-egyet a következő szakkollégiumi csoportok közül:

I. szakkollégiumi csoport: pedagógia, népművelés, könyvtár;

II. szakkollégiumi csoport: orosz nyelv, ének-zene, rajz, technika, testnevelés.

Kraiciné

dr. Szokoly Mária

# Közművelődési szakemberképzés a Budapesti Tanítóképző Főiskolán

133  
K É K

1976-ban – a tanítóhiány enyhítése érdekében – megduplázta a nappali tagozatos tanítói képzési keretszámot, továbbá döntést hozott a speciális tagozat indításáról, ami egy év nappali tagozatos és két év esti tagozatos képzést jelentett. A fejlesztés eredményeként a hetvenes évek végén a főiskola hallgatói létszáma 2000 fölé emelkedett.<sup>2</sup>

A főiskolai szintű képzés idejére datálódik a szakkollégiumok – közöttük a közművelődési és könyvtár szakkollégium – létrejötte. Politikai előzményének tekinthető az MSZMP KB 1972. júniusi közoktatás-politikai és az 1974. márciusi közművelődési határozata, amelyek nyomán a pedagó-

### 1.2. A közművelődés szakkollégium és a Közművelődési Tanszék megalakulása a Budapesti Tanítóképző Főiskolán

Az új tanterv szellemében, az 1976/77. tanévben jött létre a Budapesti Tanítóképző Főiskola Közművelődési Tanszéke Z. Fodor József, majd Bánki László vezetésével.<sup>5</sup> Az új szervezeti egység az alábbi képzési feladatokat látta el a nappali, az esti és a speciális tagozaton:

- népművelés szakkollégiumi képzés a tanító szak nappali, majd az esti és a speciális tagozatán: művelődéstörténet, művelődéstudomány-művelő-

#### 1. táblázat.

	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.
I. szakkollégium	45	60	60	90	90	66
II. szakkollégium	45	60	60	90	90	66
Félévi összóraszám	450	450	495	510	450	286



déspolitikai, általános és szakasztétika, gyakorlati képzés és módszertan c. tárgyak oktatása;

- könyvtár szakkollégiumi képzés a tanító szak nappali tagozatán: könyvtár, könyvtári tájékoztatás, könyvtári gyakorlat c. tárgyak oktatása;
- könyvtárhasználati ismeretek és a oktatáspolitikai c. tárgyak oktatása a tanító szakon.

### A képzés központilag meghatározott célja és óraszám

A szakkollégiumi képzés központilag megállapított célja kezdetben az volt,

134  
K É K

hogy a végzett tanítók – általános iskola alsó tagozatán végzendő tanítói munkájuk mellett – képessé váljanak speciális, közművelődési és könyvtári feladatkörök, szabadidős pedagógiai feladatok ellátására.

Az 1976-os tanterv – a két szakkollégium bevezetésével – jelentősen csökkentette a tanítóképzés óraszámát, azaz az osztálytanítói feladatokra történő felkészítés lehetőségét. A felmerülő nehézségekre a minisztérium tantervi módosításokkal reagált. 1980-ban már csak egy szakkollégium választását írta elő s a felszabaduló óraszámot a korábban megszüntetett tanítói „kézségtárgyak” és a gyakorlati képzés óraszámának emelésére fordította. Az 1986. évi tanterv a képzés célját a következőképp határozta meg: „olyan hivatását értő és szerető tanító képzése, aki a közművelődést is feladatának tekinti, a közművelődés gyakorlatához eredményesen alkalmazha-

tó szaktudással rendelkezik, és képes a közoktatás és a közművelődés együttműködésének eredményes szolgálatára, a művelődési viszonyok fejlesztésére.”<sup>6</sup> E tanterv új diszciplinák bevezetéséről döntött (andragógia, vezetési ismeretek), s a képzés feladatául az alábbiakat jelölte meg: „a szakkollégium biztosítson olyan alapvető művelődéspolitikai felkészítést, amelynek birtokában a hallgató megismerheti az önművelés és a közösségi művelődés, valamint a kapcsolatteremtés hatékony módszereit; főfoglalkozású vagy tiszteletdíjas munkakörben képes legyen közművelődési folyamatok elindítására, irányítására. Erősítse a szakkollégium a marxista társadalomszemléletet, mutassa be a kultúra keletkezésének és fejlődésének legfontosabb törvényszerűségeit, társadalmi szerepét, az alapvető társadalmi folyamatok és a művelődés kapcsolatrendszerét.

Ismertesse meg a művelődésszociológia főbb kutatási eredményeit. Alakítsa ki a hallgatóban a tanítói és népművelői hivatásukat egységnek tekintő szociológiai szemléletet.

Mutassa be a közművelődési intézmények és a társadalmi szervezetek tevékenységét, az élenjáró gyakorlatot.

Ismertesse meg a felnőttkor, jellemzőit, a közművelődési tevékenység pszichológiai és andragógiai sajátosságait. Alakítsa ki olyan szemléletet, amelynek alapján a hallgató a felnőttnevelés, a művelődés, az oktatás feladatait a permanens nevelés rendszerében és összefüggésében látja.

Készítse fel a hallgatót a művelődési folyamatok és azok gazdasági feltételeinek megtervezésére, a tervek alapján a tevékenység megszervezésére és irányítására; alapozza meg a gyermek és a felnőtt művelődő csoportok, közművelődési intézmények vezetői feladatainak ellátását.

Mutassa be az életmód és a kulturális igények, az ezeket befolyásoló tényezők vizsgálatának módját, a köz-

művelődés módszereit, formáit, szervezeti kereteit.

Nyújtson olyan elméleti ismereteket, amelyek birtokában a hallgató képessé válik az önálló esztétikai értéktételek megfogalmazására, a műalkotások elemző értékelésére, a művészet és a valóság kölcsönhatásának megítélésére.

Az elméletben tanult alkalmazásával készítsen fel a közművelődés gyakorlatára, adjon lehetőséget az egyes részfeladatok végrehajtása gyakorlására.”<sup>7</sup>

### A közművelődés szakkollégium arculata a BTF-en

A szakkollégiumok szervezését, létszámát és működését a BTF-en a tanterv, valamint „a munkáltató főváros igényei, a spontán választást hitelesítő hallgatói alkalmasság (képesség, felkészültség), a hádergazdálkodással kialakított oktatói állomány, a gyakorlati lehetőségek együttesen” határozták meg.<sup>8</sup>

A BTF-en folyó népművelés szakkollégiumi képzés célja nem elsősorban a felnőttek művelődésének segítésére történő felkészítés volt, hanem a gyermekek tanórán- és iskolán kívüli művelődési színtereinek, és a szabadidős foglalkoztatás gyakorlatának megismertetése, hiszen a főváros alapvetően mást várt el a közművelődés szakkollégiumot végzett tanítóktól, mint a vidék. Ez a BTF-en folyó közművelődési szakemberképzés vonatkozásában azt jelentette, hogy az elméleti tárgyak oktatását tartalmilag a központi tantervnek megfelelően, a közművelődés egészét figyelembe véve valósítottuk meg, a hangsúlyt a közművelődés alapvető kérdéseire, területeinek és intézményeinek megismerésére, a kultúra, a kulturális élet, a művelődés elvi és gyakorlati problémáinak tanulmányozására helyeztük. A gyakorlati képzés és a módszertan c. tárgyak tananyagában viszont a gyermek- és ifjúsági munkára és intézményrendszerre helyeztük a hangsúlyt. Így hallgatóink fel készültek az iskolai tanórán kívüli kulturális foglalkozások szervezé-



sére, vezetésére, továbbá működési engedélyt nyerhettek iskolán kívüli, egyéb feladatkörök ellátására is, elsősorban a klubvezetés és az öntevékeny művészeti mozgalom területén.

A BTF Közművelődési Tanszéke a fővárosi igényeknek megfelelően az 1980-as óra- és vizsgatervet is átdolgozta, s az új változatot az Művelődési Minisztérium hozzájárulásával 1982-től, kísérletképpen bevezette. Az új típusú tanító-népművelő képzés célja az volt, hogy a változó társadalmi feltételekhez és igényekhez igazodva olyan széles látókörű, korszerű oktatás- és közművelődés-politikai szemléletű tanítókat képezzünk, akik elméleti és gyakorlati ismereteik birtokában hatékonyan tudnak részt venni az egész napos iskolai és iskolán kívüli nevelési folyamatban, alkalmasak a tanórai munka mellett a tanórán kívüli nevelés szakképzett ellátására, szabadidős gyermekfoglalkoztatások vezetésére.

Hasonlóképpen módosítottuk az 1986. évi központi óra- és vizsgatervet, az óraszám meghagyása mellett emeltük a követelményeket. Így a IV. félév végén a művelődéstudományi tárgyakból (művelődéelmélet, művelődéspolitikai, szociológia) aláírás helyett szigorlatot, az esztétika c. tárgy esetében aláírás helyett kollokviumot írtunk elő. A közművelődés szakkollégium sajátos intézményi céljai, valamint a BTF tanító szakán nagy óraszámú, magas színvonalon megvalósuló pszichológiai képzés lehetővé tette, hogy az óra- és vizsgatervben meghatározott pszichológiai, andragógiai, valamint vezetési ismeretek c. tárgyak óraszámát a gyakorlati képzés tartalmi gazdagítására, színvonalának emelésére fordítsuk. Így „intézményesülhettek” a tantervben a korábbi években kidolgozott és fakultációs keretben bevált drámajáték, kézművészeti foglalkozások, illetve bevezethettük a bábjáték c. tárgyat, amelyre történő főiskolai képzés a kezdő szakasz pedagógiájában és az iskolán kívüli munkában egyaránt – a mai napig

## Felnőttnevelés

is – hiányterületnek számít. E három területet a hallgatók félcsoportos formában kötelezően választható tárgyként hallgatták.<sup>9</sup>

A tanszék nagy hangsúlyt fektetett a tananyagok feldolgozására, gyakorlóhelyek kutatására és a gyakorlat rendszerének kidolgozására, a szakmai tapasztalatok, és a hazai és nemzetközi szakirodalom tananyagba történő beépítésére. A gyakorlati képzés rendszerének kiépítése azt jelentette, hogy hallgatóink a közművelődési és gyermekintézmények megismerésén kívül szakosodtak a gyermekfoglalkoztatás valamennyi területére (kézművesség, drámajáték, játszótér-hagyományismeret). A gyakorlati képzés sikerét igazolta az a tény, hogy a hallgatók közül évente mintegy tíz fő szerzett C kategóriás szakkörvezetői engedélyt a Népművelési Intézetben. A gyakorlati képzés „gyakorlattá” válását jelentette az 1983/84. tanévben a gyakorlóiskolában megindított gyermek klubfoglalkozások rendszere.

Bár a közművelődés szakkollégium megalapítása és megerősödése, „főiskolai szervülése” szempontjából nem volt szerencsés az a tény, hogy a szakkollégium létrejötté a tanítóképzés óraszámának markáns csökkentésével esett egybe, illetve, hogy a szakkollégiumot az óraszámhiánnyal küzdő speciális és esti tagozaton is nagy létszámmal hirdették meg.

A képzés iránti érdeklődés és a végzett hallgatók bevétele mégis bizonyította, hogy Budapesten a nagy létszámmal megindított közművelődés szakkollégiumi képzés valós társadalmi igényekre épült, és a közművelődés, valamint a könyvtár szakkollégium hamar megtalálta a helyét a Budai Képzőben, jól illeszkedett a főiskolává váló intézmény követelményrendszeréhez.

A 80-as évek végére a közművelődés szakkollégiumi képzés volumene lecsökkent, tartalma változatlan célok

mellett átalakult, neve közművelődésről szabadművelődésre változik.

Az 1990–95 közötti időszakban – a társadalmi változásoknak megfelelően – további tartalmi és formai változásokon ment át. Módosult, korszerűsödött az elméleti alapozó tárgyak anyaga, ami a tantárgyi programokban, a feldolgozott szemináriumi szemelvények anyagában és a kötelező és ajánlott irodalom jegyzékekben volt tetten érhető.<sup>10</sup>

Alapvető formai és tartalmi változást jelentett 1993-ban a képzési idő három félévre (IV., V., VI.) történő zsugorítása, amely alapjaiban rendítette meg a korábban a tudományos disz-

135  
K É K

ciplinák egymásra épülésére alapozott, kiegyensúlyozott elméleti és gyakorlati ismeretrendszerű képzést. A képzés IV. félévben történő indítása miatt kiesett az I. évfolyamon végezhető alapozó nevelőmunka, a népművelői szemléletformálás lehetősége, az alacsony óraszám pedig csak a tömörített elméleti anyag elsajátíttatását és számonkérését tette lehetővé. Elmaradtak a feldolgozó, értelmező jellegű szemináriumi foglalkozások. Elveszett a korábban a képzés profilját jelentő kézműves, dráma, báb, néptánc tartalmú gyakorlati foglalkozások meghirdetésének lehetősége, amit – a finanszírozási lehetőségek arányában – még egy ideig fakultációk formájában igyekeztünk pótolni.

Ezen időszak sikereként tartjuk számon azonban, hogy a szakkollégium művelődéstörténet című kurzusát általánosan kötelező tárgyként bevezették a tanítóképzésbe, oktatását, fej-



lesztését a Társadalomtudományi Tanszék végezte és végzi.

## 2. A közművelődés szakkollégium megszűnésétől – a művelődésszervező szak indításáig

1991. július 1-jén a BTF Tanácsa jogutód nélkül megszüntette a Közművelődési Tanszékét, feladatait a tanszéki jogállású Továbbképzési és Szabadművelődési Központ vette át.<sup>11</sup> A Központ létrehozásának az volt a célja, hogy gyorsan változó, a tartalmában és szervezeti kereteiben megújuló ok-

## Felnőttnevelés

fővárosban és vonzáskörzetében, igény szerint a határon túl élő tanító és óvodapedagógusok továbbképzése.

- Konferenciák szervezése.

A négyéves tanítóképzés bevezetése kapcsán, 1994-ben megszűnt a szabadművelődési és a könyvtár szakkollégium, ugyanakkor megnőtt a továbbképzések jelentősége a főiskolán. A Közművelődési Tanszék, a Szabadművelődési Tanszék, és a Továbbképzési és Szabadművelődési Központ utódjaként, 1994-ben tiszta továbbképzési profillal jött létre a **Továbbképző Központ**, amely az 1994–95. tanévtől a kimenő rendszerű szakkollégiumi képzéssel kapcsolatos alapképzési feladatait átadta a Társadalomtudományi Tanszéknek, a szakkollégium oktatói a Társadalomtudományi Tanszék oktatóiként folytatták tevékenységüket.<sup>12</sup>

A közművelődési szakemberképzésben érdekelt oktatók számára már a kilencvenes évek elején nyilvánvalóvá vált, hogy a NAT megszületése, a négyéves tanítóképzés terve, a szakkollégium óraszámának, létszámának, következésképp jelentőségének csökkenése miatt a közművelődés és vele együtt a könyvtár szakkollégiumi képzés leszálló ágba kerül. Ekkor a BTF Továbbképző Központja – a kifutó szakkollégiumi képzéssel párhuzamosan – a képzési hagyományok és az oktatási infrastruktúra fenntartása érdekében „előre menekült”: – a Janus Pannonius Tudományegyetem konzultációs és vizsgaközpontjaként – bekapcsolódott a főiskolai szintű művelődésszervező szakos képzésbe. A széles spektrumú, konvertálható ismereteket nyújtó szak országosan igen keresett képzési formává vált a 90-es évek közepére.

A szabadművelődés szakkollégium oktatói a húsz év alatt felhalmozódott tapasztalatok és eredmények, az ak-

kortájt a szak képesítési követelményeiről folyó szakmai viták alapján kidolgozták a főiskolai szintű nappali és levelező tagozatos művelődésszervező szak alapítási és indítási dokumentációját. A Budapesti Tanítóképző Főiskola az új szakon a képzést 65 fős nappali tagozatos (40 fő államilag finanszírozott és 20 fő költségtérítéses hallgató) évfolyammal az 1998/99. tanévben kezdte meg.

## 3. Művelődésszervező szak

### 3.1. A szak szerepe az intézmény szervezetében és képzési rendszerében

A művelődésszervező szak megalapítása és indítása fordulópontot jelentett a Budapesti Tanítóképző Főiskola életében, hiszen e hagyományos pedagógusképző intézmény először adott helyet falai között nem pedagógus szaknak, bár a tanító és közművelődési szakemberképzés hagyományosan összekapcsolódik a magyar oktatásügy történetében.<sup>13</sup> Meggyőződésünk szerint a művelődésszervező szak a BTF-en, illetve az utódintézményben, az ELTE TÖFK-on is jól egészíti ki az övő- és tanítóképzést, mert

- bővíti a képzési-, kutatási profilt, a főiskola fejlesztési stratégiáját,
- gazdagítja hazai és nemzetközi kapcsolatrendszerét,
- új irányba terelheti, gazdagíthatja az oktatók szakmai érdeklődését, új oktatók megjelenését hozza magával,
- keresettségénél fogva enyhítheti a főiskola pénzügyi gondjait,
- lehetővé teszi a személyi és tárgyi feltételek jobb kihasználását,
- a művelődésszervező szakos hallgatók aktivitásukkal fellendíthetik a főiskola kulturális- és közéletét.

### 3.2. A szak célja

Olyan felsőfokú szakemberek képzése, akik a magyar kultúra és a közmű-

136

K É K

tatási rendszer igényeinek megfelelően, egy rugalmas, új szervezeti egység foglalkozzon a főiskolán azokkal az újszerű, innovatív jellegű képző, továbbképző feladatokkal, amelyek bizonyos értelemben elkülönülnek a szaktanszék tevékenységétől. Így a Továbbképzési és Szabadművelődési Központ hármas feladatkört látott el.

Tanszéki feladatok:

- a szabadművelődés szakkollégium működtetése;
- a könyvtár szakkollégium működtetése, a *könyvtárhasználati ismeretek* c. általánosan kötelező tárgy oktatásának biztosítása;
- a Technika Tanszéki Csoport munkájának irányítása;
- a Játék-tanszer Stúdió működtetése.
- Továbbképzési feladatok: a (diplomamegújító, a kiegészítő, a tanúsítványt adó) posztgraduális tanfolyamok, illetve pedagógiai szolgáltatások rendszerének kiépítése, a



velődés iránt elkötelezett, alkotó és szolgáltató szakértelmiségivé kívánnak válni, akik a kultúra eredményeinek, javainak és eszközeinek birtokában felkészültek az egyetemes és a magyar kulturális értékek közvetítésére. Múltányolják és érvényesítik az egyéni és társas szellemi kezdeményezéseket, az alkotások létrehozóit, szellemi és létformáló erőit, alkalmasak a humán stratégiák felhasználásával az emberierőforrás-fejlesztés általános és speciális feladatainak megoldására.

### 3.3. A szak feladatai és követelményei

A szakban megfogalmazott képzési követelmény egy szellemiségében és szerkezetében egyaránt korszerű képzési rendszert jelent, amely sok hasonlóságot mutat a napjainkban kidolgozott országos bölcsészképzési követelmények részét jelentő művelődés-szervező szak anyagával.

Feladata olyan tudás formálása, amely fejleszti a személyes adottságokat, a szervező és kooperációs képességet, biztossá teszi a helyi társadalomban a valós kulturális szükségletek felismerését, elősegíti az informáló, a képző, a cselekvő és a művelődési kezdeményezések megvalósulását.

Olyan közművelődési szakemberek képzése, akik:

#### *jártasak*

- a tudományosan megalapozott kultúraelméleti, történeti és politológiai ismeretekben, a kultúra és a művelődés társadalmi, politikai, gazdasági közegében való eligazodásban;
- a kulturális jogok és a kulturális igazgatásügyi eljárások alkalmazásában;

#### *képesek*

- a kultúra- és közösségfejlesztési folyamatok animálására;
- a felnőttképzés speciális módszereinek tudatos alkalmazására, a rétegproblémákból származó hátrányok tudatos, a kultúra eszközeivel történő csökkentésére;

## Felnőttnevelés

#### *rendelkeznek*

- alapos kultúraelméleti – kultúrátörténeti –, esztétikai tudással, a társadalmi folyamatok felismeréséhez és befolyásolásához elengedhetetlen szociológiai és művelődéspolitikai ismeretekkel, legyen tájékozott a pedagógia, andragógia, alkalmazott pszichológia, a kommunikáció és az animáció elméletében és gyakorlatában, ismerje a vezetés és a szervezetejlesztés módszereit, jogi és közgazdasági alapelemeit;
- fejlett kommunikációs képességgel;
- a művészetek és a tudományok korszerű eljárásokkal történő közvetítésének ismeretével;
- a kulturális vállalkozások mechanizmusának ismeretével;
- vállalkozói attitűddel a kulturális piac törvényszerűségeinek felismeréséhez;
- a mikro- és makrotársadalmi folyamatok elemzéséhez és kulturális fejlesztésükhöz szükséges stratégiával, és ezek megoldási képességeivel.

### 3.4. A szak struktúrája

A képzés időtartama: négy tanév, 2845 óra nappali tagozatos alapképzésben.

Az oklevélben megnevezett szakképzettség: művelődésszervező, a specializáció elvégzését az oklevél betétlapja igazolja.

Az oklevél – a közalkalmazottak jogállásáról szóló, többször módosított, 1992. évi XXXIII. tv., valamint az egyes kulturális munkakörök betöltéséhez szükséges képzési és egyéb feltételekről szóló 2/1993 (I.30.) MKM rendelet alapján – az alábbi munkakörök betöltésére jogosít: a közalkalmazotti törvényben rögzített, főiskolai végzettséghez kötött kulturális munkakörök; az állam, ill. az önkormányzatok által fenntartott intézmények szakértői munkakörei (kulturaközvetítő, közösségfejlesztői, animatori fel-

adatok ellátása), az iskolai és iskolán kívüli kulturális nevelőmunka koordinálásával, irányításával, a népfőiskolák, egyesületek létrehozásával és működtetésével, a helyi médiák kulturális szakértői feladatainak ellátásával kapcsolatos feladatkörök.

Az alapképzés az oklevél megszerzéséhez szükséges tanulmányok összességét magába foglalja. Ezek a következők:

#### *Művelődés- és kultúratudományok*

⇒ Művelődéstörténet, Magyarország története a XX. században, A pszichológia alapjai, Művelődéslelektan, Szociológia, Művelődésszocio-

137  
K É K

lógia, Helyi társadalom: Budapest, Film- és tömegkommunikáció.

⇒ *Rendszerelméleti alapok:* Filozófia, Művelődésfilozófia, Esztétika, A kulturaközvetítés elmélete, Kulturális kommunikáció, A természet-tudományok kultúrája.

#### *A pedagógia és az andragógia alapjai*

⇒ Pedagógia, Humán stratégiák, Andragógia, Oktatásszervezés, Munkaerő-piaci képzés, Közösségfejlesztés, Kulturaközvetítés és a hátrányos rétegek.

#### *Menedzsment ismeretek*

⇒ Elmélet: Bevezetés a közgazdaságtanba, Művelődésgazdaságtan, Művelődési és közigazgatási jogi ismeretek, A kulturaközvetítés intézményrendszerei, Marketing, PR, etikett, protokoll, Általános és kulturális szervezés és vezetéselmélet.



⇒ Gyakorlat: Kutatás- és tanulásmódszertan, Számítástechnika, Kulturális menedzsment, Szociokulturális animáció, Az intézményvezetés, a gazdálkodás elvei, és gyakorlata.

Az idegen nyelvi képzés, a specializáció (regionális médiamenedzser; idegenforgalmi animátor; ifjúságsegítő animátor), a fakultáció, a szakdolgozati konzultáció és a gyakorlat.<sup>14</sup>

### A tananyag-építkezés sajátosságai

A tantárgycsoportokon belül az egyes tantárgyak egyrészt követik a sajátos

## Felnőttnevelés

Óraszám és követelmény:

- 180 óra (6x30 óra) kötelező tantárgyi blokk a specializáció óraszám keretében;
- 190 óra (3x30, 1x100 óra) kötelező csoportos, egyéni és terepgyakorlat az 5., 6., 7., 8. félévi gyakorlat keretében;
- 90 óra (4x30 óra) kötelezően választható gyakorlati tárgy a választott specializáció területén az 5., 6., 7. Félévben;
- 60 óra (2x30 óra) kötelező fakultáció a 4. félévben.

### 3.6. A gyakorlati képzés

A szűken értelmezett gyakorlati órák száma: 460. Ezen a csoportos, az egyéni és a terepgyakorlatok óraszámát, illetve a specializáció keretében végzett gyakorlatokat értjük.

*A gyakorlati képzés jellemzői*

- A feladatok minden gyakorlattípusnál valóságosak, azaz a hallgatók „éles” körülmények között figyelnek meg, majd oldanak meg feladatokat.
- A feladatok műhelymunka jellegűek, a hallgatók kezdetben szakképzett művelődésszervezőkkel teammunkában oldanak meg feladatot, először irányítással, majd önállóan, később önállóan vezetett teamben.
- A gyakorlat kezdettől igényli valamennyi kompetencia (személyes, szociális, módszertani) meglétét, nagyban hozzájárul kialakulásukhoz, fejlődésükhöz.
- Kezdetben támogatjuk, majd igényeljük, hogy a hallgatók önállóan szervezzék gyakorlatukat, tartalmi, formai vonatkozásban legyenek innovatívak. Támogatjuk, hogy a hallgatók különböző félévekben esedékes gyakorlatukat azonos intézménynél végezzék. Ezzel segítjük a művelődésszervezői munka folyamatelemzésének lehetőségét, a csoportos értékelések feltételeinek

megteremtődését, a munkahelyteremtés lehetőségét. Az elméleti tárgyak oktatásánál elvárjuk, hogy hallgatóink folyamatosan reflektáljanak a gyakorlaton szerzett tapasztalataikra. Ösztönözzük továbbá, hogy tudatosan építsék szakmai-emberi kapcsolataikat, gyűjtsék össze a gyakorlólhelyeken megismert dokumentumokat, eszközöket és módszereket. Ezeket elemezzék, értékeljék, rendszerezék, ismertessék meg csoporttársaikkal.

A Közművelődés Tanszék, a Társadalomtudományi Tanszék, illetve a Művelődéstudományi Munkacsoport hagyományosan szoros és bensőséges tanár–diák viszonyt épített ki végzett hallgatóival. A folyamatos szakmai és emberi kapcsolattartásra a Főiskolai Napok, a hallgatói klubdelutánok és szakmai nagyrendezvények biztosítanak szinte évente kínálkozó alkalmat. Végzett hallgatóinkat bevonjuk a művelődésszervező szak oktató-, nevelő munkájába. Jelenleg egy volt hallgatónk főállású oktatóként, két fő óraadó oktatóként vesz részt a képzésben, további hat volt hallgatónk gyakorlatvezetőként segíti a szak munkáját.

*Óraszám: 460 óra*

(180 óra csoportos gyakorlat, 120 óra egyéni gyakorlat, 130 óra terepgyakorlat, 90 óra gyakorlati tárgy)

Közművelődési gyakorlati blokk II. III. IV. félév: csoportos és egyéni gyakorlati képzés a közművelődés területén.

*A gyakorlat célja:* ismerkedés a közművelődés és a választott terület (idegenforgalom, média, ifjúságsegítés) színtereivel, gyakorlatával.

A közművelődési gyakorlati blokkban (II.–IV. félév) a hallgatók 120 órát töltenek max. 12 fős csoportokban a hat intézményi csoport szervezeteinél (intézményenként 10 óra), majd egyéni választás szerint 60 órát töltenek egy egyénileg választott intézményben.

A csoportos forgószinpadszerű látogatások intézménycsoportjai:

138

K É K

tudományterületek logikáját, másrészt sorrendjüket meghatározza az a tudatosan választott képzési koncepció, hogy időben az alapozó jellegű tárgyak kerüljenek előre, ezeket követik a gyakorlati képzéssel párhuzamosan futó, a módszertant bevezető elméleti jellegű tárgyak (pl. Andragógia). A képzés végére kerültek egyrészt a művelődésszervezői praxist szolgáló tantárgyak (pl. Humán stratégiák, Szociokulturális animáció), másrészt egy-egy olyan szintetizáló jellegű elméleti tárgy, amely valamennyi megelőző tárgy ismeretanyagára épít (pl. Politológia).

### 3.5. A művelődésszervező szak specializációs rendszere

*Választható irányok:*

- Idegenforgalmi animáció
- Regionális média-menedzsment
- Ifjúságsegítő animáció



## A gyakorlati képzés rendszere

I. félév	II. félév	III. félév	IV. félév	V. félév	VI. félév	VII. félév	VIII. félév
nincs	60 óra gyakorlati j. csoportos	60 óra gyakorlati j. csoportos és/vagy egyéni	60 óra gyakorlati j. csoportos és/vagy egyéni	60 óra gyakorlati j. csoportos specializáció területén	60 óra gyakorlati j. egybefüggő egyéni gyakorlat a spec területén	60 óra gyakorlati j. egybefüggő egyéni gyakorlat a spec területén	100 óra gyakorlati j. terepcsakorlat spec területén
	60 óra	60 óra	60 óra	30 óra aláírás választható spec. gyakorlati tárgy 60 óra	30 óra aláírás választható spec. gyakorlati tárgy 60 óra	30 óra aláírás választható spec. gyakorlati tárgy 60 óra	100 óra

- az Országgyűlés szervezete, szervezete a plenáris munka a gyakorlatban;
- az önkormányzatok művelődés-igazgatási tevékenysége;
- a közművelődés klasszikus alapintézményei: művelődési házak és könyvtárak, levéltárak;
- elektronikus és írott médiumok: sajtó, rádió, televízió. A lap-, a könyv- és a lemezkiadás;
- művészeti intézmények: színházak, mozik, galériák, múzeumok, könyvtárak, színházak;
- kulturális civil szervezetek, a kulturális szféra privát vállalkozásai, reklámügynökségek.

### A hallgató feladata a gyakorlat során:

A művelődési intézményekben folyó munka tanulmányozása, elemzése, elsajátítása és gyakorlása. Együttműködés az intézmény dolgozóival, kapcsolatteremtés az intézmény látogatóival, partnereivel, az intézményben működő csoportok valamelyikével.

### Követelmény:

Csoportos gyakorlat: látogatási napló vezetése.

Egyéni gyakorlat: írásos beszámoló készítése. Az elkészített dolgozatot a gyakorlat helyi vezetője, valamint a főiskola gyakorlati képzéssel megbízott oktatója ellenőrzi.

*A félévek zárása:* A félév gyakorlati jeggyel zárul, feltétele a felsoroltak teljesítése. A gyakorlati jegyet a gyakorlat vezetőjének javaslata alapján a főiskola oktatója adja.

*Specializációs gyakorlati blokk:* V. VI. VII. VIII. félév: csoportos, egyéni, terepgyakorlat és gyakorlati specializációs tárgyak a választott specializáció területén.

### Gyakorlóhelyek és külső gyakorlatvezetők

A képzés gyakorlatorientált jellege miatt igen nagy hangsúlyt fektetünk a gyakorlóhelyek kijelölésére és a gyakorlatvezetők személyére. A főváros kiterjedt, professzionális kulturális intézményekkel való ellátottságának köszönhetően a hallgatók nagy múltú intézményekben, a szakma magasan kvalifikált kiválóságaitól tanulhatják a művelődésszervező szakma gyakorlatát. A gyakorlattal kapcsolatosan csupán a gyakorlati képzés anyagi háttérének hiánya, s újabban a váratlan intézménymegszüntetések okoznak gondot.

### 3.7. A szak irányítási mechanizmusa

A szakon folyó oktató, fejlesztő munka, s a már korábban is folyó kutatá-

sok elsődleges színtere a Társadalomtudományi Tanszék, amelynek keretén belül 1999. végén megalakult a *Művelődéstudományi munkacsoport*. Feladata – más tanszékek közreműködésével és külső előadók bevonásával – a szakon folyó munka koordinálása, a gyakorlati képzés és a specializáció személyi, tárgyi feltételeinek megteremtése, a szak fejlesztése, a hallgatókkal történő – e szakon különösen fontos – személyes kapcsolattartás. A tanszék a Szervezeti és Működési szabályzat szerint a főigazgató és a főigazgató-helyettes felügyeli, a képzés tartalmát az Oktatási Bizottság által előterjesztett és a Főiskolai Tanács által elfogadott tanterv szabályozta 1999. decemberéig.

A Budapesti Tanítóképző Főiskola 2000. január 1-jétől – a felsőoktatás egészét érintő integrációs folyamat részeként – az **Eötvös Loránd Tudu-**

# 139

## K É K



mánygyetem Tanító- és Óvőképző Főiskolai Karaként folytatja munkáját.

### 3.8. A szak fejlesztési elképzelései

Az ELTE TÓFK-on folyó fejlesztő munka legfőbb célja, hogy megteremtjük a karon folyó művelődésszervező szak sajátos arculatát és filozófiáját, megalapozzuk és megőrizzük – a relative alacsony hallgatói létszámból adódóan – a képzés személyes jellegét, szakmai igényességet, megteremtjük az oktató-, nevelő-, kutatómunkában egyaránt hatékony, együttműködni

## Felnőttnevelés

- oktatói és hallgatói közös kutatásokkal, társadalmi és tudományos szervezeti tagságokkal, és feladatvállalásokkal, publikációkkal segítjük a szak jó hírnevének megalapozását;
- közreműködünk a művelődésszervező szakma akkreditált tanfolyami továbbképzési rendszerének kialakításában.

#### Hallgatói ösztöndíjak

A tanszék figyelmet fordít arra, hogy az egyes területek iránt különösképpen érdeklődő vagy kiugró tehetségű hallgatókat a gyakorlati képzés keretében eljuttassa azokhoz az intézményekhez, ahol mentor segítségével képességeiket kibontakoztathatják. Ennek érdekében folyamatosan támogatókat keresünk, akik anyagi, erkölcsi támogatással vagy a képzés térítésmentes biztosításával segítik céljaink megvalósulását. Az 1999–2000. tanévben az ISM támogatásának köszönhetően 300.000 Ft értékben tudunk pályázatot kiírni hallgatói kulturális célfeladatok ellátására és kiugró teljesítmények jutalmazására.

### 3.9. A szak minőségpolitikája

Megállapítható, hogy az ELTE TÓFK-on indított nappali tagozatos képzés iránt igen nagy az érdeklődés, a 45 államilag finanszírozott helyre az első évben mintegy 600 fő, a második évben mintegy 760 fő, a harmadik évben 960 fő jelentkezett. Ez jó beméreti minőségbiztosítási feltételeket jelent és megfelelően előképzett csoportok indítását teszi lehetővé. Ezt a három tanéves képzési tapasztalat, illetve a hallgatók eddigi tanulmányi eredményei is alátámasztják.

A képzési folyamat minőségbiztosítási szempontjai a következők:

- az elméleti tárgyak oktatásához minősített, nagy szaktudású és oktatási tapasztalattal rendelkező oktatók

kiválasztása (szabad tanárválasztásra kari szinten nincs lehetőség);

- az irodalmi szemelvények kiscsoportos szemináriumi feldolgozása;
- évfolyam- és szemináriumi dolgozatok követelménye, az értő szakirodalom-olvasás és -feldolgozás gyakorlatának megkövetelése, ezáltal felkészítés a szakdolgozat elkészítésére, publikálásra;
- magas követelményeket támasztó szóbeli vizsgák, amelyek személyes hangvételű, szakmai beszélgetéssel végződnek;
- valamennyi oktatónál érvényesülő oktatói és vizsgáztatási igényesség, azonos követelmények támasztása;
- a gyakorlati képzés szervezésében minőségi követelmény a gyakorlati képzés anyagának egymásra épülése, rendszerszemlélet kialakítása; magasan kvalifikált gyakorlatvezetők és nagy nevű és múltú gyakorlóléhelyek kiválasztása; a hallgató egyéni képességeinek, igényeinek figyelembe vétele;
- összességében: tanulás- és tevékenység-központú, a tudás tiszteletén, a hallgató segítségével alapuló demokratikus tanár-diák viszony kialakítása.

### 4. Közművelődési munka a budapesti tanítóképző főiskolán

A megalakulás pillanatától a tanszék feladata volt a főiskola kulturális életének irányítása, szervezése, a tanszék gondozásában szerveződő kulturális munka koordinálása. E munkát a tanszék oktatói a Közművelődési Bizottság koordinálásával végezték, amelynek munkája a Közművelődési Tanszék megalakulásával felélénkült. A Bizottság kiemelt feladatának tekintette a hallgatók önművelési és közeleti igényének kialakítását, az állami ünnepek, évfordulók megünneplését, akcióprogramok végrehajtását.

A tanszék megalakulásával fellendült és szakmaibbá vált a főiskola kulturá-

140  
K É K

képes belső és külső oktatói gárdát.

Ennek érdekében

- folyamatosan fejlesztjük a szak tanszékét és tananyagait;
- lépéseket teszünk a könyvtár művelődéstudományi irodalommal való bővítésére, korszerű magyar és idegen nyelvű tanszéki letéti könyvtár létrehozására;
- közreműködünk a szak bölcsész képzési követelmények részét képező képzési követelményeinek elfogadtatásában és kredit rendszerének kidolgozásában;
- igyekszünk megteremteni a változó kulturális gyakorlatnak megfelelő specializációs és gyakorlati képzést;
- törekszünk arra, hogy hallgatóink a főiskolai kar épületében – a többi szak bevonásával – kifejhessék kulturális aktivitásukat, ezáltal napi szakmai gyakorlatra tegyenek szert;



lis élete, magas színvonalú öntevékeny művészeti mozgalom, aktív klubélet alakult ki. Hallgatónk kezdeményezői, animálói voltak a főiskolai diáklklubnak, továbbá kapcsolatépítésük eredményeként közös programokat szerveztek más, elsősorban műszaki főiskolák diáklklubjaival (Rudas Klub).

Ide sorolható az értelmiségivé, közéletivé nevelés országos hírű formája, a Népművelési Intézet és az ELTE Kulturális Titkársága által szervezett téli népművelési gyakorlat (TNGY), amely az új, reformgondolkodású fiatal értelmiség iskolájának volt tekintendő. A BTF-et évente átlagosan öt közművelődés szakkollégista hallgató képviselte, közülük többen a TNGY keretében éveken át folytattak kutatásokat, végeztek önkéntes munkát. Ebből a körből kerültek ki azok a hallgatók is, akik a Zsámbéki Nyári Szabadegyetemen, illetve a hozzá kapcsolódó – a Soros Alapítvány által is támogatott – határon túli barangolásokon is részt vettek. A különböző felsőoktatási intézmények hallgatói között kialakult kapcsolatok hatására a tanítóképzés nyitottabbá vált.

Hasonlóképp említést érdemel a 80-as évek elején a szakkollégista hallgatók körében megszervezett TIT főiskolai csoport működése. Hallgatónk évente 30–50 TIT előadást tartottak, főként budapesti általános iskolákban.

Hallgatónk aktív részesei voltak a közösség-szervezésnek és a könyvterjesztésnek. A főiskola hallgatói és oktatói évente 35.000 Ft értékű színházjegyet, 10.000 Ft értékű hangversenyjegyet, 120.000 Ft értékű könyvet vásároltak a 80-as évek elején. A generá-

## Felnőttnevelés

ció házi könyvtárát alapozta meg a rendszeres főiskolai könyvvásár, ahol a hallgatók igen kedvezményes áron juthattak társadalomtudományi, szépirodalmi és művészeti könyvekhez.

A szakkollégiumi hallgatók aktív részesei voltak a *Tani-tani* címmel, 1978-tól évente három számmal megjelenő főiskolai hallgatói lapnak. A diák főszerkesztők közül kiemelendő Bankó András neve, akinek 1984–86 közötti munkássága alatt a lap kiemelkedő színvonalat ért el.

Ugyancsak kezdeményezői és szervezői voltak a szakkollégisták a két-háromévente megrendezett Főiskolai Napoknak, amelynek célja volt – se regszemle jelleggel – a bemutatkozás lehetőségét nyújtani a főiskolai művészeti köröknek, szakköröknek, aktívizálni a még be nem kapcsolódott hallgatókat. A rendezvények éve: 1982, 1984 (125. évforduló), 1988, 1992, 1996, 1999.

### JEGYZETEK

1. „Ezekkel a rendelkezésekkel intézetünknek, a Budapesti Tanítóképző Intézetnek, az 1974/75. oktatási évvel egy korszaka ismét lezárult. 1975 szeptemberétől a Budapesti Tanítóképző Főiskola elnevezéssel jogilag is főiskolaként kezd meg, illetve folytatja munkáját.” Írja bevezetőjében a Budapesti Tanítóképző Főiskola 1971–75. évi Évkönyve bevezetője. Budapest: BTF, 1976. 14. o.
2. Panyik Ilona: A Budapesti Tanítóképző Főiskola. In: Mészáros István (szerk.): *Iskolák a múltból sorozat*. Budapest: Tankönyvkiadó BTF, 1991.

3. A közművelődés helyzete és fejlesztésének feladatai – az MSZMP KB határozata In.: *Szocialista közművelődés – szvgv*. Kossuth 1980. 106. o.
4. I. m. 118. o.
5. „Az 1976/77. oktatási évben – a közművelődési tanszék létrehozásával – új szervezeti egységgel is bővült a főiskola. Az új tanszék feladata a népművelés és a könyvtár szakkollégium hallgatói speciális tantárgyainak, valamint a többi hallgatók esetében a „Könyvtárhasználati ismeretek” és a „Közoktatáspolitikai” elnevezésű tárgyak oktatása”. A Budapesti Tanítóképző Főiskola Évkönyve 1976–1977. Budapest: BTF, 1978. 3. o.
6. A tanítóképzők tantervi irányelvei MKM. Bp. 1986.
7. u.o.

141  
K É K

8. A Budapesti Tanítóképző Főiskola Évkönyve 1977–1978. BTF., 1979. 6. o.
9. ELTE TÖFK Továbbképző Központ irattár.
10. Uo.
11. A Budapesti Tanítóképző Főiskola Évkönyve 1989/90–1993/94. 130. o.
12. A Budapesti Tanítóképző Főiskola Évkönyve 1994–1999. 140. o.
13. T. Kiss Tamás: *A népművelőtől a kulturális menedzserig*. Budapest: Új Mandátum, 2000.
14. A művelődésszervező szak alapítási dokumentuma. 1995. BTF. ELTE TÖFK TK irattár.



# Helyreigazítás

A Szerkesztőség szövegváltoztatás nélkül közzéteszi Sárkány Mihály professzor új helyreigazítást kérő levelét.

Tibori Timea főszerkesztőnek  
Kultúra és Közösség  
Budapest, Országház u. 30.  
1014

Kedves Timea!  
Mint telefonon már elmondtam Magának, roppant elkeserített, amikor megláttam a KÉK kulturális antropológiai különszámát és benne a saját írásomon ejtett sebeket. Oly biztatóan hangzott, amikor Bindorffer Györgyi

114. o. „Mindössze arra szeretném felhívni a figyelmet, hogy nem vezet királyi út egy jobb jövő társadalmába. Az iskolai nevelés ugyan segíthet a kikövezésében, de a közöket a kultúra egyéb elemei töltik ki, közöttük a játék, és utóbbinak sajátosságai a kultúra különböző tartományai közötti összhang hiánya éppen ama a kulturális különbségek fenntartásához járulhat hozzá, amelyek eltüntetését célozza az iskolai oktatás, amikor társadalmi kiemelkedést ígér.”

Eredeti kézirat:

16. o. „Mindössze arra figyelmeztetek, hogy nem vezet királyi út egy jobb jövő társadalmába. Az iskolai nevelés ugyan segíthet a kikövezésében, de a közöket a kultúra egyéb elemei töltik ki, közöttük a játék, és utóbbiak sajátosságai a kultúra különböző tartományai közötti összhang hiánya éppen azoknak a kulturális különbségeknek a fenntartásához járulhat hozzá, amelyek eltüntetését célozza az iskolai oktatás, amikor társadalmi felemelkedést ígér.”

Én még életemben nem írtam le azt a fölösleges szószaporítást, hogy „szeretném felhívni a figyelmet”. Három mondatnál tovább egyébként olvasható a szövegben, ahogyan ezzel a fordulattal élek: „Nem akarom túldimenzionálni a felvetett problémát Kelet-Afrikára nézve, amikor a játék jelentőségére hívom fel a figyelmet.” Már csak ezért sem akartam megismételni a fordulatot. Írhattam volna más igét, például figyelmeztetek helyett az inkek is állhatna, épp csak az nem, amit a szerkesztő belecsempesztett. Aki nem tudja úgy látszik azt sem, hogy kiemelkedni és felemelkedni nem azonos jelentésű igék.

115. o. 4. jegyzet: „Csupa olyan elem ez, ami aligha érvényes, mondjuk a csecsemő és a kisgyermek „játékára”, amely eredményeként izmaink és tagjaink mozgatása „céltalan kapálódzásból pontosan koordinált mozgásfolyamatokká” állnak össze...”

Eredeti kézirat:

3. o. 4. jegyzet: „Csupa olyan elem ez, ami aligha érvényes, mondjuk a csecsemő és a kisgyermek „játékára”, amely eredményeként izmaink és tagjaink mozgatása „céltalan kapálódzásból pontosan koordinált mozgásfolyamatokká” áll össze...”

„...mozgatása... állnak össze...” – vajon odafigyelt a szerkesztő arra, amit olvasott? Azt ugyanis nem feltételezem, hogy ne tudna alanyt és állítmányt egyeztetni.

A csapások nem csak a szöveget érték, hanem a képeket is, amelyeket, a szöveghez hasonlóan lemezen és kinyomatva is eljuttattam a szerkesztőnek. Kilenc képet, amelyekből nyolc jelent meg. A legszebb, egy Korániskolában olvasni tanuló kislányt ábrázoló, nem. Színes nyomást reméltem, mert van kép, amelyből semmi sem látszik fekete-fehérben, arra nyilván anyagi okokból nem válkozhatott a Kiadó, így viszont fölösleges

kép lenyomata is látható. A fő gond azonban nem ez. Mellékeltem a képek sorrendjét is, amit a szerkesztő önkényesen felcserélt, így azok nem a mondandó menetét követik.

Mindezekből kénytelen voltam azt a következtetést levonni, hogy kontármunka volt ez a szerkesztés, amit a kiadvány sok más részén is tapasztalhat az olvasó, és kíváncsi vagyok arra, hogy mennyire érzi magáénak így az a Műhely, amely a Kultúrakutató jelzőt viseli.

Kérem, hogy leveletem teljes terjedelmében tegye közzé a folyóirat következő számában.

Budapest, 2001. május 18.

Sárkány Mihály

\*\*\*

A KÉK előző számában megjelent „A csere nem piaci formáiról a gazdaságantropológiában” című cikkem több helyen át lett alakítva a szerkesztőség által. Egy helyen (p. 71) a rövidítés miatt félreérthető lett a szöveg, egy kritikát is kaptam ezért. Abban a kéziratban, amelyet a szerkesztőség számára eljuttattam, ez állt:

„Marcel Mauss Somló könyvét a későbbiekben felhasználta, amikor saját művét írta hasonló tárgyban; érdekes, hogy a témához a későbbiekben oly jelentős mértékben hozzájáruló Polányi Károly is – akit egyébként Somló az egyetemen tanított – csak Mauss lábjegyzete nyomán jutott el egykori professzora írásához...”

Ez alapján egyértelmű, hogy állításum szerint Polányi nem ismerte Somló munkásságát, mikor elméletét kidolgozta, csak később fedezte fel egykori tanára írását; azaz Somló nem volt közvetlen hatással Polányi munkásságára.

Pálkás János

142  
K É K

felvetette a szám ötletét, és azt a gondolatot is, hogy fóruma lehetne ez a folyóirat a kulturális antropológiának a továbbiakban is, hogy örömmel adtam oda egy nekem kedves írásmat. Azt azonban álomban sem képzeltem volna, hogy van Magyarországon szerkesztőség, amely bele mer nyúlni mások agyszüleményeibe, és teszi ezt úgy, hogy még csak az érintettek hozzájárulását sem kéri a „javításokhoz”. Az időzjel sajnos indokolt, mert a javítások egy része, sajnos rontásnak tekinthető. Mint gyakorló szerkesztő tudom, hogy tökéletes kézirat nem létezik. Az enyém sem lehetett az. A szerző megkérdése nélküli szövegrontás azonban aligha követendő gyakorlat.

Sorolom az eseteket:

Megjelent szöveg:

114. o. „Még a céltudatos emberi tevékenység is tulmutat közvetlen célján, mégis így van ez a nem mindig határozott céllal végzett játék esetében.”

Eredeti kézirat:

15. o. „Még a céltudatos emberi tevékenység is tulmutat közvetlen célján, még inkább így van ez a nem mindig határozott céllal végzett játék esetében.”

A megjelent mondatnak semmi értelme nincs, az eredetinek, úgy vélem volt.

Megjelent szöveg:



*Turizmus és kommunikáció* címmel jelent meg az a konferencia-kötet, amely Fejős Zoltán és Szijártó Zsolt szerkesztésében egy 1999-es pécsi elméleti tanácskozás előadásait tartalmazza (Tabula Könyvek 1., Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék, Budapest–Pécs, 2000).

A recenzens itt egy valamással tartozik, mielőtt a kötet hihetetlenül gondolatgazdag anyagáról egy szót is szólna: romantikus elvagyódás és üzletszerű látványkiárúsítás esetén találkozásának

ismeretszerzést, nosztalgiát, helyváltotatást, kalandokat, be- avagy kikapcsolódást, egészséget vagy szórakozást, élményeket vagy emlékeket kínáló (még hozzá világszerte a legjövendősebb) iparág éppen a vele kapcsolatos esztétikai, tudásfogyasztási, identitás-kínáló, másság-kereső kollektív rituálék szervezője lett /Fejős Zoltán/, éppen az autentikusság és „eredeti másság” generálója lehet a látogató-közvetítő-helybeli lakos kapcsolatban /Wilhelm Gábor/, s adott

A. Gergely András

## Turizmus és antropológia

143  
K É K

véltem a turisztikai ipar reneszánszát, a modern társadalmi mozgásminták manipulálásának, avagy olyan fogyasztási örületnek, amely gasztronómiát és bővli-árusítást, egzotikumot és szexualitást, napolaj-folyamokat és papírfényképezőgépet egyaránt a szállítási és szolgáltatási szektor gazdagodásának rendel alá, még hozzá drágán és önként megfizetett szabadság látszataként.

Nos, ehhez az alapálláshoz képest ebben a kötetben a kunpusztai etnikai-regionális konvenciók – pusztatoposz – és a tanyasi turizmus /Peterdi Vera–Szojka Emese, Borbély Éva, Kürti László írásai/ mellett az ökoturizmus /Gráfik Imre/, az egészségturizmus /Mayer Péter/, a szenthelyekre irányuló turizmus /Korpics Márta/, az etnikai turizmus /Szeljak György/, a kulturális turizmus /Fejős Zoltán/ éppúgy helyet kap, mint a városi turizmus /Niedermüller Péter/ vagy a revitalizáló típusú élményturizmus /Szijártó Zsolt/. S az

esetben éppen az elszegényedő kultúrák idealizáló újraalkotásában is szerepet játszik /Szeljak György/, vagy olyan utazás-szabadság-élmény konstrukciók panoptikumát teremti meg, amilyen például a Sziget Kulturális Fesztivál /Havasréti József/.

Hihetetlenül szerteágazóak és izgalmasak a kötet „vágyak és valóság” közötti törésvonalakat megvilágító írásai: a női magazinok utazási ajánlatait /Formádi Katalin/, a városi és vidéki valóság-képzeteket reprezentáló levelezőlapokat /Csillag Gábor/, vagy a zárandoklat-utakra vállalkozók elégedettséget és kiábrándulást, kommunikatív-élményt vagy szakrális-rituális élményeket tükröző utasleveleit /Pusztai Bertalan/ valójában mind-mind egy kortárs diskurzus szereplőinek kommunikációs horizontjaként lehet fel fogni. Ha pedig a turizmus élmény-, tárgy-, és idő-fogyasztási felületeit nézzük, illetve a mozgást és vándor-



## Szemle

lást mint történeti toposzt tekintjük, akkor nem lehet elsiklani a „vándorló faj” toposza fölött, amely a zsidóság migrációs-karakterológiáját tükrözi /Takáts József/, s ha az utazás maga is a modern mítoszok egyike lesz /Hajdú Gabriella/, a városi turizmus pedig az „idegen városban otthon lenni” élménykereső magatartásáról árulkodik, akkor a mindennapi és személyes helyek mellett megteremtődnek a „nem-helyek”, amelyek a kulturális globalizációban veszélyeztetik a társadalmi és helyi kultúrák meglévő rendszerét /Niedermüller Péter/. Végül is a *szimbolikus gazdaság*, amely a társadalmi és kulturális rend láttatására épül, amely *metaforikus tájképpé* teszi az utazó, a kereskedő, a szállítmányozó, a vendég-professzor vagy a menekült tömegek számára mindazt, amivel találkoznak

/Niedermüller/, narratívákban beszél el vagy spektakulumban tálalja a felfedezés élményét meg a bizonytalanságát, a rejtettséget meg a látványosságot is, bizonyos értelemben aligha más, mint egyfajta „globális nomadizmus” kifejezője.

A *turista*, mint polgári-hétköznapi léte szabadság-hiányos élményét időlegesen „kötetlen mozgásra” („szabadságon létre”) vagy (természetbe, tengerre, „máshová”) menekülésre cserélő egyén, aki egyik énjével (ki- vagy el)szabadulni vágyik, másik énjével kicsapongani, rombolni, megsemmisíteni, elorozni, lepusztítani szokott természeti vagy gazdasági perifériára került városokat, tájakat, értékeket, helyi

kultúrákat és morált is, valahol mégis része egy elsajátítási folyamatnak, kulturális érintkezésnek, fikció és valóság viszonyváltozásának /Szijártó Zsolt/. Ez a más viszony a „mássághoz” éppen az üzletszervezőnek, az utaztatónak, a máshogyléte másholléttel ígérő turisztikai iparnak kedvez, s minél globálisabban be vannak zárva a társadalmi tömegek a maguk lokális világába, annál inkább...

Nincs itt már hely ennél többet zengedezni a kötet írásairól...! Fontos könyv, meg kell szerezni! Ha a Tabula-kötetek ezután is ilyenek lesznek, érdemes volt az új folyóirat mellett a Néprajzi Múzeumnak.

S ha (valamiért netán) kevesen feledeznék fel fontosságát, még mindig ott vannak vásárlóként a turisták is.

## Szerzőink

- DIÓSI PÁL 1942. Budapest, Szociológus  
A DIÓDATA Szociológiai Kutató és Tanácsadó Iroda tulajdonosa, közművelődési és ifjúsági témában számos publikációja jelent meg.
- A. GERGELY ANDRÁS 1952. Budapest, Politológus.  
Széchenyi Professzori Ösztöndíjjal az ELTE BTK Kulturális Antropológia Tanszékén oktat.
- BARKÓ BOGLÁRKA 1976. Debrecen. A Kultúra és Turizmus (Kult-Turist Kft.) Konferencia rendezvénysorozat felelőse.
- GYÓRI CSABA 1941. Budapest. A Vitéz János Rk. Tanítóképző Főiskola közművelődési tanszékének vezetője.
- KISS GABRIELLA 1946. Óriszentmihály. Docens (Debreceni Egyetem). Munka- és szabadidő-szociológiával foglalkozik.
- KNOCH LÁSZLÓ 1968. Pincehely. a PTE FEEFI egyetemi tanársegédje, PH D-hallgató.
- KRAICINÉ DR. SZOKOLY MÁRIA 1945. Vác.  
ELTE TÓFK, főiskolai docens
- NÉMETH ISTVÁN 1959. Budapest. Szerkesztő, kiadó, lapunk főszerkesztő-helyettese, PH D-hallgató.
- RICHARDS, GREG A nemzetközi turizmus tekintélyes szakembere, eddig öt kötetnyi szakmunka szerzője-szerkesztője. Tilburg University, Hollandia.
- SZÁLE LÁSZLÓ 1943. Ráckeve. Népművelő, újságíró. A Magyar Hírlap rovatvezetője.
- TIBORI TÍMEA 1950. Békéscsaba. Szociológus.  
Lapunk főszerkesztője.









ISSN 0133-2597



9 790133 259005