

Kulturális javak védelme a Corvinuson

Oktatás, kutatás, publikációk és rendezvények

Dr. Jászberényi Melinda - Márkus Zita
2020.10.14.

Tartalom

1. A kultúra fontossága és szerepe	2
2. A kulturális javakkal kapcsolatos munkák bemutatása.....	4
2.1. Publikációk.....	4
2.2. Egyetemi kurzusok és szakirányú továbbképzések.....	7
2.3. Szakmai konferenciák	12
3. Összegzés	15

1. A kultúra fontossága és szerepe

„A történelem során a kultúra mindig képes volt kreatív válaszokat adni az aktuális kihívásokra.” – emelte ki Audrey Azoulay, az UNESCO vezérigazgatója (UNESCO, n.a.). Ez az idézet is jól szemlélteti a kultúra fontosságát és jelentőségét a mindennapi életünkben is. Ehhez az elvhez kapcsolódva jelen összefoglalónk célja, hogy bemutassuk az általunk végzett tevékenységeket a kultúra területén, melyek annak megőrzéséhez és fejlesztéséhez járulnak hozzá.

Az UNESCO (2001) meghatározása szerint a kultúra a társadalom vagy egy társadalmi csoport megkülönböztető szellemi, anyagi és érzelmi jellemzőinek összessége, amely nemcsak a művészeteket és az irodalmat foglalja magába, hanem az életmódot, az együttélés módjait, az értékrendeket és a hagyományokat is. A kultúra tehát kulcsszerepet játszik a világ társadalmainak működésében, illetve számos területét befolyásolja a mindennapoknak, egészen a szabadidős tevékenységektől kezdve a szakmai tevékenységekig. A kultúra fejlődésben játszott szerepe egyre inkább felerősödik (UNESCO, 2009). Az ENSZ által 2015-ben (UNESCO, n.a.) elfogadott *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development* című keretrendszerben kijelölt fenntartható fejlődési célokhoz (SDG – Sustainable Development Goals) a kultúra is nagymértékben hozzá tud járulni. Az SDG által elérni kívánt legfőbb hatások a következők: a szegénység felszámolása, az egyenlőtlenségek csökkentése és a klímaváltozás problémájának kezelése. Összességében az ENSZ az alábbi 17 területen (KSH, 2018) fogalmazta meg céljait:

- | | |
|---|---|
| 1. A szegénység felszámolása. | 11. Fenntartható városok és közösségek. |
| 2. Az éhezés megszüntetése. | 12. Felelős fogyasztás és termelés. |
| 3. Egészség és jóllét. | 13. Fellépés az éghajlatváltozás ellen. |
| 4. Minőségi oktatás. | 14. Óceánok és tengerek védelme. |
| 5. Nemek közötti egyenlőség. | 15. Szárazföldi ökoszisztémák védelme. |
| 6. Tiszta víz és alapvető köztisztaság. | 16. Béke, igazság és erős intézmények. |
| 7. Megfizethető és tiszta energia. | 17. Partnerség a célok elérésében. |
| 8. Tisztességes munka és gazdasági növekedés. | |
| 9. Ipar, innováció és infrastruktúra. | |
| 10. Egyenlőtlenségek csökkentése. | |

A tagállamok határozottan elismerik a kultúra szerepének fontosságát az Agenda 2030 céljainak elérésében. A kultúra az a híd, amely a globális ambíciókat a nemzeti és helyi valósággá képes alakítani: a társadalmi befogadástól az éghajlatváltozás kezeléséig, az élelmezésbiztonságtól a konfliktusokat követő közösségek újjáépítéséig, az egész életen át tartó tanulástól az erős intézményrendszerig. A fentebb felsorolt SDG célok megvalósulásához a kultúra az alábbi módokon tud hozzájárulni:

1. A kultúra segít felszámolni a szegénység társadalmi és gazdasági vonatkozásait.
2. A helyi tradicionális ismeretek elősegítik a fenntartható mezőgazdasági gyakorlatokat és az élelmezésbiztonságot.
3. A kultúra erősíti a betegségek megelőzését szolgáló kommunikációt és tájékoztatást.
4. A művészeti oktatás és a nyelvi sokszínűség ösztönzi az interkulturális párbeszédet, felkészítve a fiatalokat a világpolgárrá válásra.
5. A kulturális részvétel elősegítése elősegíti a nemek közötti egyenlőséget és a nők szerepvállalását.
6. A kulturális és természeti örökség megőrzésében való közösségi részvétel javítja a vízzel kapcsolatos ökoszisztémák fenntartható fejlődését.
7. Az energiafogyasztási szokásokat a kulturális magatartás hajtja.
8. A kulturális és kreatív ipar a helyi valósághoz és igényekhez igazodó munkalehetőségeket kínál.
9. A kulturális infrastruktúra és a kreatív szakemberek ösztönzik az innovációt és diverzifikálják a gazdaságot.
10. A kulturális sokszínűség tiszteletben tartása pozitív párbeszédet és társadalmi befogadást eredményez.
11. A kreativitás és a kulturális örökség áll az emberi-erőforrás alapú stratégiák középpontjában a fenntarthatóbb városok és közösségek létrehozása tekintetében.
12. A kultúra megváltoztathatja a viselkedési mintákat a fenntarthatóbb fogyasztás és termelés irányába.
13. A hagyományos ismeretek és készségek ellenálló képességet építenek a természeti katasztrófák és az éghajlatváltozás hatásainak ellensúlyozására.
14. A tengeri örökség védelme hozzájárul az egészséges és termékeny óceánok megtartásához.
15. A kulturális sokféleség és a biodiverzitás közötti kapcsolat megerősítése elősegíti az ember és a természet közötti fenntarthatóbb kapcsolatot.

16. A kulturális sokszínűség tiszteletben tartása - a kifejezés és alkotás jogától a kulturális élethez való hozzáférés elősegítéséig - elválaszthatatlan az emberi jogok tiszteletben tartásától
17. A művészek, a kulturális szakemberek és a politikai döntéshozók az innovatív partnerségek mozgatórugói.

A kultúra szerepe az SDG célok megvalósításában nagy szerepet játszik, amiből látszik az is, hogy ápolása, fejlesztése kiemelkedő fontosságú. A kultúra fontosságát is jelzi az, hogy a kulturális és kreatív iparág 2250 milliárd dollárral járul hozzá a globális gazdasághoz, ami a GDP 3 %-át teszi ki. Ezenkívül világszerte 29,5 millió főt foglalkoztat, köztük a legtöbb 15-29 év közötti fiatal. Az UNESCO Világörökségeket tartalmazó listáján 1121 helyszín szerepel, köztük 50 óceáni terület összesen 37 ország területéről. A kulturális turizmus pedig a világ turisztikai bevételeinek nagyjából a 40 %-át teszi ki, amely megalapozza a következőkben bemutatásra kerülő munkák létjogosultságát (UNESCO, n.a.).

2. A kulturális javakkal kapcsolatos munkák bemutatása

Az alábbi fejezetben szeretnénk bemutatni azokat az eseményeket, publikációkat, könyveket és kurzusokat, amelyek a kultúrához kapcsolódnak, annak a megértéséhez, megőrzéséhez, fejlesztéséhez járulnak hozzá.

2.1. Publikációk

A kultúra területén végzett munkák közül elsőként a könyveket szeretnénk bemutatni. Jászberényi Melinda szerkesztésében 2014-ben megjelent A kulturális turizmus sokszínűsége című könyv a Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó gondozásában. A könyv összesen 24 szerző közös munkájának eredménye, ami miatt egy szakmai értelemben is rendkívül sokszínű és tartalmas könyv, ahogy azt a Dr. Michalkó Gábor által írt ajánló is összefoglalja:

„A kötet hiánypótló, szellemisége, szakmai mondanivalója teljes mértékben megfelel a legkorszerűbb turizmológiai, kultúra- és menedzsmenttudományi elvárásoknak. Szerzőgárdája - a témához illeszkedően sokszínű - egyrészt a kutatói, oktatói oldalt, másrészt a kultúra és a média területét reprezentálja. Az egyes fejezeteket olyan szakemberek neve fémjelzi, akik hitelesen, a turizmus modern,

transzdiszciplináris fogalomrendszerében gondolkodva adják közre a turizmus és a kultúra szimbiózisának egy-egy szegmensét. A feldolgozott témák izgalmasak, a turizmuskutató és a turizmusipar fő áramlatához tartoznak, a szövegezés stílusa a tudományosság és a közérthetőség kritériumának egyaránt megfelel.”

A kötet bevezetőjében Horváth Gergely, akkor még a Magyar Turizmus Zrt. turisztikai vezérigazgató-helyettese kiemeli: *„Jellemző tendencia, hogy a kultúra fogalma kitágul: már nem csak a hagyományos értelemben vett művészeti ágak és örökségek tartoznak a kultúrához, hanem az életstílus, divat, design, kortárs művészetek (köztük a fotózás, film) is. A kulturális látnivalók szélesebb rétegeket vonzanak, növekszik az igény a kulturális és egyéb turisztikai termékek komplex igénybevételére.”* (Jászberényi, 2014). Ez egybehangzik azzal a tendenciával, ami az UNESCO már korábban is említett definíciója mond, tehát a kultúra fogalmának és értelmezésének a kibővülése figyelhető meg minden téren.

A másik könyv, amelyet a témában szeretnénk kiemelni a Fesztiválturizmus címet viseli, és Jászberényi Melinda két társával – Zátori Anitával és Ásványi Katalinnal – közösen szerkesztette. A kötet 2016-ban az Akadémiai Kiadó gondozásában jelent meg, tartalmáról a szakmában elismert szakemberek így nyilatkoztak:

„A fesztiválok, a fesztiválturizmus talán nem túlzás, a turisztikai kínálat csúcseseményei. Magyarország, amely Fesztivál-nagyhatalommá nőtte ki magát, turisztikai vonzereje jelentős, de regionális összehasonlításban nem tartozunk az élmezőnybe. Azért dolgozunk, hogy Magyarország vitán felül a Régió turisztikai központjává váljon pár éven belül. Ehhez kiváló, vonzó, innovatív és nem utolsósorban társadalmi, gazdasági szempontból hasznot hozó fesztiválok is kellenek. Vigyék hírünket a nagyvilágban és adjanak maradandó élményt magunknak és vendégeinknek. Dr. Bienert Gusztáv turizmusért felelős kormánybiztos”

„A tanulmánykötet a turizmus és a kultúra határán elhelyezkedő, napjaink szabadidő eltöltésében meghatározó szegmenst képező, korszerű témát tárgyal. A munka széleskörűen hasznosítható a magyar nyelvű felsőoktatásban, különösen a turizmus- vendéglátás, turizmusmenedzsment és a legkülönbözőbb kulturális tanulmányokat felölelő szakokon. A kötet megközelítésmódja rendkívül transzdiszciplináris, a tanulmányok ismereteken átívelő, az eredmények tárházát több dimenzióban (társadalom, gazdaság, környezet) felvonultató szemléletűek.

Michalkó Gábor tudományos tanácsadó, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem Marketing és Média Intézet”

„A Magyar Fesztivál Szövetség elnökeként, Kapolcs és egyéb fesztiválok alapítójaként - de zeneszerző-előadóművészként is - örülök a kötetnek, amely igényes olvasata" a sokunkat érintő fesztiválvilágunknak. Elemzései, esettanulmányai nem csak tudományos ismereteket, száraz áttekintést, de izgalmas betekintést, színes élményt nyújt szervezőnek, szakembernek, sőt a fesztiválok iránt érdeklődőnek egyaránt. Sűrű köszönet a létrehozóknak. Márta István Magyar Fesztivál Szövetség elnöke”

„Egy-két évtizeddel ezelőtt ösztönös mozdulatokkal indítottuk el fesztiváljainkat, amelyek sikertörténetek lettek, ezzel is mutatva, hogy jó érzékkel tapintottunk rá egy közösségi igényre. Ha tizenöt évvel ezelőtt már létezett volna ez a könyv, akkor a fesztiválok előtt ezzel kezdtem volna, de az is biztos, hogy minden fesztiválszervezőnek kötelező olvasmánná tenném. Rókusfalvy Pál kommunikációs szakember, fesztiválszervező” (Ásványi, Jászberényi és Zátori, 2016)

A témában számos cikk jelent meg (például: Ásványi et al. 2019), itt azonban szeretnénk kiemelni a Turizmus Bulletinben megjelent Bodnár D., Jászberényi M. és Ásványi K. (2017) által írt *Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban* című tanulmányt. Ebben a kultúra közvetítésében kiemelt szerepet játszó múzeumok vizsgálták, különlegessége, hogy a projekt megvalósulásába hallgatók is bevonásra kerültek:

„A tanulmány egy 2016-os kutatás eredményeit foglalja össze, ami 15 különböző méretű budapesti múzeum és kiállítás bevonásával készült. A kutatás többek között a múzeumok vezetőivel lefolytatott mélyinterjúkat és az intézmények kiállításainak megfigyelését foglalja magában. A kutatás aspektusai közé tartoznak a célcsoportok, az interpretációs módszerek, az interaktivitás, a marketing, az önkéntesek bevonása, stb.. Az eredmények alapján feltételezhető, hogy a látogatókat befolyásoló négy legfontosabb faktor a következő: központi elhelyezkedés, a múzeum történelmi épülete, a bemutatott téma általános jellege, valamint az interaktivitás szintje. Az eredmények elemzése az új muzeológia keretrendszerét vette alapul, egy olyan új paradigmát, aminek a szempontjait a múzeumok üzemeltetése és fejlesztése kapcsán minden vezetőnek figyelembe kellene

vennie. A múzeumok felelősek a társadalom érzékenyítéséért a falaik között tárgyalt jelentőségteljes témák és az ott tárolt örökség értékét illetően. Amennyiben nem fogadják el a fiatal generációk igényeihez és a XXI. század felgyorsult élettempójához igazodó szemléletmódot, úgy nem lesznek képesek a fenntartható működéshez és a céljaik eléréséhez megfelelő számú (bevételek generáló) látogatót vonzani.”

2.2. Egyetemi kurzusok és szakirányú továbbképzések

A Budapesti Corvinus Egyetemen számos formában foglalkozik a kultúra kérdésével. Az alábbiakban három kurzust és egy továbbképzést szeretnénk bemutatni: Kulturális turizmus, Örökségturizmus menedzsment, Kulturális és turisztikai projektek, illetve Kulturális turisztikai menedzser szakirányú továbbképzés.

Elsőként a Kulturális turizmus című alapszakos számára meghirdetett kurzus céljait, a kultúra népszerűsítésében játszott szerepét szeretnénk bemutatni. A kurzus általában 12 hétig tart, és heti egy szemináriumot és előadást foglal magába, amit alapszakos hallgatók, mint kötelezően választható tárgyra jelentkezhetnek. A tárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék a turizmus és a kultúra összefüggéseit, lássák és értsék azok kölcsönhatását, valamint képesek legyenek a kultúrát, mint a turizmus egyik meghatározó erőforrását szemlélni. Fontos, hogy felismerjék a kultúra értékmentő szerepét és legyenek tisztában a turizmus lehetőségeivel ezen a területen. Másfelől fontos, hogy megismerjék a kulturális turizmus keresleti trendjeit, gazdasági alapját. A megszerzett tudás tekintetében fontos a kulturális intézmények és a turizmus szektor együttműködését segítő ismeretek és technikák elsajátítása. A hallgatók felismerik kulturális turizmus szolgáltatóinak gazdaságra gyakorolt multiplikátor hatását, megértik a kulturális termékek sajátosságait, valamint a fenntarthatóság és társadalmi szerepvállalás fogalmakat.

A kurzus során a hallgatók a kulturális intézmények valós projektjeibe kapcsolódhatnak be, ami aktív, kreatív, önálló munkavégzést igényel. A turizmus egészének kontextusában el tudják helyezni a kulturális projekteket, esettanulmányok és best practice példák elemzése során képesek felismerni a kulturális intézmények és attrakciók szerepét a turizmusban. Képesek konstruktívan hozzászólni és véleményezni kulturális projektek sikerességét vagy sikertelenségét. A kurzus mindezen képességek és tudás fejlesztésére helyezi a hangsúlyt, és nemcsak az elméleti oktatásra fókuszál. Példaként szeretnénk kiemelni, hogy a kurzusprojektek keretén belül 2017-ben a hallgatók megismerkedhettek a Nemzeti Kastély-és Várprogrammal,

majd ehhez kapcsolódóan javaslatokat fogalmaztak meg a kulturális örökség részét képező kastélyok és várak újszerű turisztikai hasznosítására. A projektmunkák során a hallgatók kiscsoportokban dolgoztak. Lehetőségük volt konzultációra a felelős turisztikai menedzserekkel, illetve ellátogattak a projektek konkrét helyszíneire is. „A nagycenki Széchenyi kastély esetében például központi tematikának a reformkori mindennapokba való betekintést választották a hallgatók, a Széchenyi család bemutatásán keresztül. A konkrét attrakcióelem javaslatok között szerepelt például a szabaduló szoba létrehozása, vagy akár egy korabeli kaszinó berendezése a kastély egyik termében.” (Krajczár – Bódi, 2017) A kurzus résztvevői minden félévben változatos programokon vehetnek részt. Például 2019-ben a Kulturális turizmus tárgyat akkor felvett hallgatók ingyenes látogathattak el a Parlament épületébe, ahol idegenvezető vezetésével ismerték meg az épület történelmét és hagyományait. A program nagy népszerűségnek örvendett, a hallgatók igen nagy számban vettek részt azon és rendkívül örültek a lehetőségnek, hiszen sokan még nem vagy már nagyon régen jártak itt.



1.kép: A kulturális turizmus című tárgy keretén belül 2019-ben a hallgatók ellátogattak a Parlamentbe (forrás: saját kép)

Másodikként az Örökségturizmus menedzsment című kurzust szeretnénk bemutatni, amely mesterszakos hallgatók számára kerül meghirdetésre. Az örökségturizmus egyike a 21. század dinamikusan fejlődő turisztikai területeinek, hiszen az állandóságot képviseli, ezért egyre nagyobb vonzerővel bírnak változó világunkban. A tárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék a turizmus és örökségek összefüggéseit, lássák és értsék azok kölcsönhatását, valamint képesek legyenek az örökségeket, mint a turizmus egyik meghatározó erőforrását szemlélni. A kurzus során kiemelt hangsúly van az örökségturisztikai helyszínek, intézmények és a turizmus szektor együttműködését segítő ismeretek és technikák elsajátításán. A gyakorlati tapasztalatok gyűjtése rendkívül fontos a kulturális intézmények látogatása és a projektfeladat elkészítése során. A projektekben hallgatók a hazai és nemzetközi szakirodalomból tanulmányokat és cikkeket gyűjtenek és elemeznek, áttekintik a hazai és nemzetközi best practice esettanulmányokat, mélyinterjúkat készítenek szakemberekkel. Ezután javaslatot tesznek ipari örökség hasznosításra: létesítmény és annak környezetének bemutatása, milyen új funkciót kaphat a létesítmény, fejlesztési terv, célcsoport, marketing terv. A projekteket az alábbi témákban lehet elvégezni: meglévő ipari örökség, barnamezős, turisztikai szempontból releváns beruházások. A legutóbbi félévben a kurzus résztvevői a Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeumba látogattak el. A kurzus során az alábbi témák kerülnek feldolgozásra:

- Kulturális- és örökségturizmus tipológiája
- Örökségturisztikai helyszín látogatása
- Örökségek turisztikai hasznosítása - nemzetközi tapasztalatok
- Ipari örökségek turizmusa
- Szentendre skanzen
- Tematikus utak itthon és a határon túl
- Hagyományőrző fesztiválok hasznosítása
- Az örökség, mint brand
- Szocializmus öröksége és turisztikai hasznosítása
- Örökségturizmus és város rehabilitáció
- Tematikus parkok

A Kulturális és turisztikai projektek című tárgy célja, hogy elsősorban gyakorlatorientáltan átfogó képet adjon a kulturális- és fesztiválturizmus alapfogalmairól, keresleti és kínálati oldalának jellemzőiről és a jövőbeni trendekről. A tárgy során ismertetjük a magyarországi,

illetve a nemzetközi turisztikai piac vonatkozásában meghatározó kulturális attrakciók kategorizálási szempontjait és az ezzel összefüggő turisztikai termékképzés lehetőségeit. A hallgatók ezentúl betekintést kapnak a hazai- és nemzetközi kulturális turisztikai termékek és projektek márkázási és piacraviteli lehetőségeibe. Konkrét példákon és esettanulmányokon keresztül a tárgy keretében kitérünk például az olasz piacon megvalósított, best practice-nak tekinthető kulturális turisztikai fesztiválok és a kapcsolódó marketingeljárások gyakorlatába, valamint a kulturális turisztikai termék- és brandképzés folyamatába. A hallgatók a kurzus elvégzése után képesek lesznek a kulturális események és fesztiválok menedzsmentjének megszerezésére, a fenntarthatóság kihívásainak értékelésére. Ezenkívül a kurzus fókuszál még az események és fesztiválok szervezéstudományi és gyakorlati ismereteinek az elsajátítására, illetve a kapcsolódó kreatívfejlesztésre is. A tárgy keretein belül az alábbi témák kerülnek feldolgozásra:

- A különleges események társadalmi szerepe
- Kulturális események és fesztiválok kategorizálása
- A fenntarthatóság kérdései: az események és fesztiválok gazdasági, társadalmi és környezeti hatásai
- Stratégiai tervezés az eseménymenedzsmentben
- A vidéki fesztiválok kihívásai
- A kulturális események és fesztiválok jelentősége a helyi közösségek számára
- Kulturális események és fesztiválok közönségének szegmentációja
- Audience development
- Közösségi média, digitális marketing és a művészeti fesztiválok
- Esettanulmány: Az olaszországi Artusi-gasztró fesztivál
- Esettanulmány: Budapesti Zsidó kulturális fesztivál
- Esettanulmány: Történelmi fesztiválok
- Esettanulmány: Film fesztiválok

Végül szeretnénk bemutatni a Kulturális turisztikai menedzser szakirányú továbbképzés által kínált lehetőségeket. A továbbképzés a kulturális turizmussal, a kulturális projekt- és intézménymenedzsmenttel kapcsolatos korszerű, átfogó ismeretanyagot közvetíti a hallgatók felé. Az oktatásban egyaránt részt vesznek a Budapesti Corvinus Egyetem oktatói és az érintett szakterületek legkiválóbb szakemberei. A képzés két féléves, levelező munkarendű, amely

során kéthetente péntek délután és szombaton, blokkosított rendszerben folyik az oktatás. A szak felelőse Dr. Jászberényi Melinda egyetemi docens, a BCE oktatója. A képzésen lehetőség van ösztöndíjas formában is részt venni, ami még inkább bővíti azok körét, akik hozzájuthatnak a legkorszerűbb tudáshoz ezen a területen.

A menedzserképzés kiemelt területei:

- nemzetközi és belföldi kulturális turizmus;
- kulturális támogatási rendszer, kulturális projektfinanszírozás, pénzügyi tervezés;
- kulturális marketing, kulturális promóció, médiakapcsolatok;
- kulturális intézmény- és projektmenedzsment (állami, önkormányzati, magán);
- kulturális szakigazgatás és a professzionális kulturális tevékenység keretei.

A képzés során a hallgatók megismerkedhetnek a turizmus és marketing fogalmaival, a turisztikai termékfejlesztéssel, látogatómenedzsmenttel, a kulturális turisztikai termékekkel és azok marketingjével. A hallgatóknak olyan vállalkozási és szervezési ismereteket és tudást kínálunk, amely képessé teszi őket a kulturális intézmények látogatóbarát kialakítására, sikeres pályázatok megírására. A rendezvényszervezés és a médiakapcsolatok kialakítása is fontos szerepet kap a képzésben. Ezenkívül pedig a fesztiválszervezés és fesztiválturizmus témaköre is feldolgozásra kerül.

A kulturális turisztikai menedzser szakon végzettek alkalmasak lesznek:

- települési - és intézményi kulturális szervezetek – ezen belül kiemelten kastélyok, várak, múzeumok, színházak, koncerttermek, művelődési házak menedzseri feladatai ellátására,
- különböző kulturális rendezvények, különösen fesztiválok, kiállítások menedzselésére, sajtókapcsolatok irányítására,
- települési önkormányzatok, TDM szervezetek esetében a kultúra és turizmus területén: kulturális turizmus piac kommunikációs és marketing eszközei, ezen belül az on-line marketing eszközeinek használatára, célirányos kapcsolatépítésre a médiával,
- kulturális és turisztikai projektek menedzselésére.

2.3. Szakmai konferenciák

Attrakció fejlesztés és kulturális turizmus címmel hirdette meg első szakmai konferenciáját 2017-ben a Budapesti Corvinus Egyetem Turizmus Továbbképző és Kutatóközpontja, melynek vezetője Dr. Jászberényi Melinda. A konferencia során neves szakemberek tartottak előadásokat.

Dr. Princzinger Péter a Magyar Turisztikai Ügynökség vezérigazgatóhelyetteseként a 2030-as Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia nyomán kiemelte, hogy Magyarország Közép-Európa szellemi központjává kíván válni. Kiemelte továbbá, hogy ebben az államnak nagy szerepe van, különösen az egységes kommunikáció terén. *Bánhegyi Zsófia*, a Magyar Turisztikai Ügynökség kommunikációért felelős vezérigazgató-helyetteseként elmondta, hogy Magyarország potenciális piacait tekintve az ETC (European Travel Commission) márkázási gyakorlatát követi, különösen koncentrálna a V4 országaira. Magyarország, mint márka, új kommunikációs stratégiáján belül kiemelte, hogy az online jelenlétet a korábbi 7%-os arányról 40-45 %-ra növelik. *Dr. Baán László* a Liget Budapest nevű projektről tartott előadást, amelyet Európa legnagyobb méretű kulturális projektjeként jellemezett. Budapesthez kapcsolódva, a Budapesti Fesztivál- és Turisztikai Központ ügyvezetőjeként *Bán Teodóra* bemutatta az akkori újdonságokat: például a Zenélő Budapest sorozatot vagy az egyénre szabható Budapest Kártyát. *Dr. Virág Zsolt* a Nemzeti Kastély és Várprogram miniszteri biztosaként a kastélyokhoz kapcsolódó látogatói szokásokról beszélt, illetve arról, hogy hogyan lehet meghosszabbítani a kastélyban töltött idő hosszát. Kiemelte a különböző múzeumi innovációkat, különös tekintettel a digitális tartalomfejlesztésre vagy a kastélyok új funkciójú hasznosítására (például csapatépítés helyszínei, szabadulósobák létrehozása). A kastélyturizmushoz kapcsolódva *Dr. Sári Zsolt* a Szentendre Skanzen legújabb fejlesztéseit ismertette: például az új ifjúsági szállás vagy a múzeumpedagógiai foglalkozások. A Gödöllői Királyi Kastély képviselőjeként *Dr. Ujvári Tamás* ügyvezető igazgató tartott előadást, aki kiemelte a kastély családbarát jellegének fontosságát, illetve a Sissi köré kialakított múzeumi koncepció folyamatos fejlesztését és a változó fogyasztói igényekhez való igazodását. A továbbiakban *Dr. Zsigmond Gábor*, a Közlekedési Múzeum képviselőjeként előadásában hangsúlyozta a múzeumok oktatásban betöltött szerepét, illetve a múzeum szerepét az online térrel folytatott versenyben, mely szerint a legfőbb konkurens e tekintetben az idő. *Lobenwein Norbert* a magyar könnyű zenei élet egyik kiemelkedő eseményéről, a Volt Fesztiválról beszélt előadásában: az akkor 148 ezer főt fogadó fesztivál a várost egy minden értelemben nyitott helyé varázsolta. *Fehér Zsuzsanna*, a Ludwig Múzeum kommunikációs és marketing igazgatóhelyetteseként előadásában azt bizonyította be,

hogy a kultúra a turizmus egyik legfontosabb tényezője. Ezt a Guggenheim-jelenségen keresztül ismertette, amely elsőként Bilbaóban volt megfigyelhető. Ennek eredményeképpen az Észak-Spanyolországban található iparváros a kultúra révén indult megint virágzásnak és Guggenheim Alapítvány és a város között született megállapodás révén páratlan fejlődés volt megfigyelhető. Nyúl Erika, a Violin Travel ügyvezetője kiemelte: rendkívül fontos az, hogy utazási irodaként széles termékportfóliót tudjanak kínálni, hiszen utasaik többsége a magas kultúra iránt érdeklődik. A színvonalas konferencia zárásaként Dr. Jászberényi Melinda és Simon András ismertették a Turizmus Továbbképző és Kutató Központ céljait, amelyek középpontjában az oktatás és az oktatásfejlesztés áll (Bódis, 2017).



2.kép: Dr. Princzinger Péter előadása az *Attrakció fejlesztés és kulturális turizmus* című konferencián 2017-ben (forrás: Bódis, 2017)

A kultúra egy másik, egy szintén jelentős területét járta körül a 2018-ban megrendezésre került *Fesztiválok társadalmi, gazdasági hatása és a turizmusfejlesztés* című konferencia, amely szintén a Turizmus Továbbképző és Kutató Központ szervezésében valósult meg. A konferencia egyik apropóját adta a Kulturális turisztikai menedzser szakirányú továbbképzés népszerűsítése.

Az eseményen ismételen elismert szakemberek tartottak előadásokat, illetve vettek részt kerekasztal beszélgetéseken. A köszöntőt *Szalay-Bobrovniczky Alexandra*, akkori főpolgármester-helyettes tartotta. Beszédében kiemelte, hogy az utazási trendek változékonyságára fontos a rugalmas és gyors reagálás. Ezenkívül hangsúlyozta, hogy Budapest pozícionálása esetében a minőségi kategória felé kell törekedni és azt irányt kell jobban megerősíteni. Ebben pedig a fesztiválturizmus kiemelt szerepet játszik. A következőkben *Guller Zoltán*, a Magyar Turisztikai Ügynökség vezérigazgatója emelte ki a 2030-as Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia főbb megállapításait és célkitűzéseit. Kiemelte a turisták azon típusát, akik rövid idő alatt szeretnének sok élményt begyűjteni, ami miatt érdemesebb kisebb élménypontokat kialakítani a turisztikai térségeken belül, és nem a hatalmas attrakciók létrehozására kell törekedni.

A fesztiválturizmus témáját *Princzinger Péter* vezette be előadásában, amely során elmondta, hogy a fesztiválok képesek oldani a turizmus térbeli és időbeli koncentrációját, alkalmasak egy-egy desztináció pozícionálására. Kiemelte, hogy a fesztiválok rendezése lehetőségként szolgálnak azon településeknek, ahol nincsen igazán turisztikai vonzerő, tehát ezen esetekben az élményfejlesztést kell helyezni a középpontba. Továbbá azt is hangsúlyozta, hogy a fesztiválok esetében figyelni kell a megkülönböztethezősége a sajátóságok hangsúlyozásán keresztül. A következő előadásokban, Bán Teodóra (Budapesti Fesztivál- és Turisztikai Központ) és Fiák Krisztina (Magyar Turisztikai Ügynökség) révén a fontosabb országos és budapesti fesztiválok kerültek ismertetésre. Majd Kovács Balázs, a Good Deal Consulting munkatársa, a BCE kulturális turisztikai menedzser szakirányú továbbképzésének oktatója az ausztriai Linz példáján keresztül mutatta be az osztrák turizmusfejlesztési startégia legfőbb irányvonalát. A szomszédos országban már nem a növekedésen van a hangsúly, sokkal inkább a fenntarthatóságon. Ennek a figyelembevételével mérik az egyes turisztikai események hatékonyságát is. Esetükben már nem az élményturizmuson van a hangsúly, hanem sokkal inkább azon, hogy olyan attrakciókat hozzanak létre, amelyek az élet örömteli megváltozását segítik elő.

Ezen előadásokat követően kerekasztal beszélgetések kerültek megrendezésre két szekcióban is. Ezek témája a gasztrofesztiválok, illetve feltörekvő zenei fesztiválok voltak, amelyeket társadalmi, kulturális és gazdasági szempontok mentén elemeztek a résztvevők (Szerdahelyi, 2018).



3.kép: Képmontázs a Fesztiválok társadalmi, gazdasági hatása és a turizmusfejlesztés című konferenciáról, (forrás: Szerdahelyi, 2018)

Összegzés

Az alábbi esszével célunk az volt, hogy összefoglaljuk mindazt, amit a kultúra számos területéhez kapcsolódóan tettünk. A bevezető részben meghatároztuk a kultúra fogalmát, mely szerint az a társadalom vagy egy társadalmi csoport megkülönböztető szellemi, anyagi és érzelmi jellemzőinek összessége, amely nemcsak a művészeteket és az irodalmat foglalja magába, hanem az életmódot, az együttélés módjait, az értékrendeket és a hagyományokat is UNESCO (2001). Kiemeltük, hogy a kultúra számos részterületéből hangsúlyos szerep jut a kulturális turizmusnak, hiszen a világ turisztikai bevételeinek majdnem a felét adja, ami igen jelentősnek bizonyul. Elsőként bemutattuk a kulturális turizmus területén megjelent könyveket,

amelyek aktuális tudást nyújtanak mind a már gyakorló, mind pedig a leendő szakemberek számára, ezért kiemelt fontossággal bírnak. A könyvek rendkívül gazdag betekintést nyújtanak a kulturális turizmusba, ismeretük a témában elengedhetetlen. Ezentúl pedig kiemeltünk egy szócikket is a kulturális turizmushoz kapcsolódóan, amelynek létrejöttéhez a különböző kurzusprojektek is hozzájárultak. A kulturális turizmussal kapcsolatos ismeretek egyik legfontosabb színterei a különböző kurzusok, amelyek a tudás széleskörű átadásán és elmélyítésén túl lehetőséget nyújtanak az együtt gondolkodásra, az új ötletek megszületésére. Kiemelendő a kurzusprojektek lebonyolítása, amelyeket valós környezetben, valós szakemberekkel van lehetősége a hallgatóknak kidolgozni, ezáltal értékes tapasztalatokra és kapcsolatokra tehetnek szert. Az ismeretek elmélyítésének másik fontos helyszíne a szakmai konferenciák, amelyek színvonalas megvalósulása minden esetben hozzájárul a szakmabeli emberek és érdeklődők összekapcsolásához, a gondolatok megosztásához és a turizmussal is összekapcsolható kultúra megőrzéséhez és fejlesztéséhez.

Mindazonáltal nem szabad figyelmen kívül hagynunk a jelenlegi rendkívüli helyzetet sem. A COVID-19 járvány szinte teljesen megszüntette a globális turistaforgalmat, azonban a karanténban lévő emberek milliói keresték kulturális és utazási élményeiket otthonaikból. A kultúra nélkülözhetetlennek bizonyult ebben az időszakban is, és a múzeumok, örökségi helyszínek, színházak és előadások virtuális hozzáférése iránti igény soha nem látott szintet ért el. Azonban az UNESCO Világörökség részét képező helyszínek több, mint 80% -a bezárult, kulturális szakemberek millióinak megélhetése súlyosan veszélybe került. Ha a turizmus hozzájárul a kulturális ágazathoz, azaz a mozik, a művészetek és sok más szegmens fennmaradásához, akkor meg kell erősítenie a turisztikai desztinációk kulturális identitását és márkanévét. Minden kihívás ellenére a turisztikai és a kulturális szektor előtt új lehetőségek állnak új partnerségek és együttműködés létrehozására. Kötelesek közösen kitalálni és diverzifikálni az ajánlatokat, új közönséget vonzani, új készségeket fejleszteni és támogatni a világ átállását az új körülmények között (UNWTO, 2020). Úgy gondoljuk, hogy a fentebb bemutatásra kerültek kiemelt fontossággal bírnak az UNWTO által is kijelölt cselekvések tekintetében, hiszen az általuk szerezhető tudás által a leendő vagy gyakorló szakemberek képesek lesznek a megváltozott körülményekhez alkalmazkodni, és a saját területükön gyors és hatékony lépéseket hozni a megoldás érdekében.

Jászberényi Melinda PhD

docens, központvezető, Turizmus Továbbképző és Kutatóközpont

Márkus Zita demonstrátor BCE MMI

Források:

- Ásványi K. et al. (2019): Családok fesztiválélménye – két családbarát fesztivál elemzése, Turizmus Bulletin, XIX. évfolyam 3. szám
- Ásványi K., Jászberényi M. és Zátori A. (szerk.) (2016): Fesztiválturizmus, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest
- Bódis G. (2017): Legyen Magyarország az első választás, elérhető: http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/legyen_magyarország_az_első_valasztas, letöltve: 2020.10.12.
- Bodnár D., Jászberényi M. és Ásványi K. (2017): Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban. Turizmus Bulletin, 17.
- Jászberényi M. (szerk.) (2014): A kulturális turizmus sokszínűsége, NKTK, Budapest, pp 9.
- Krajczár M., Bódi A. (2017): Kastélyprojekteken dolgoztak a kulturális turizmus tárgy keretében a BCE alapszakos hallgatói, elérhető: http://turizmusonline.hu/cikk/eles_projektfeladatokon_dolgoztak_a_kulturalis_turizmus_targy_kereteben_a_bce_alapszakos_hallgatoi, letöltve: 2020.10.12.
- KSH (2018): A fenntartható fejlődési célok és az Agenda 2030 keretrendszer, elérhető: <https://www.ksh.hu/sdg>, letöltve: 2020. 10. 08.
- Szerdahelyi K. (2018): Konferencia a fesztiválokról a Corvinuson, elérhető: <https://turizmus.com/szabalyozas-oroszmarketing/konferencia-a-fesztivalokrol-a-corvinuson-1158037>, letöltve: 2020.10.12.
- UNESCO (2001): UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity, elérhető: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, letöltve: 2020. 10. 08.
- UNESCO (2009): The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), elérhető: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc10/BG-FCS-E.pdf>, letöltve: 2020. 10. 08.
- UNESCO (n.a.): A kultúra ereje a fenntartható fejlődésért, elérhető: <http://unesco.hu/hirek/a-kultura-ereje-a-fenntarthato-fejlodesert-107285>, letöltve: 2020.10.08.
- UNESCO (n.a.): Take Action for the Sustainable Development Goals, elérhető: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>, letöltve: 2020. 10. 08.
- UNWTO (2020): CULTURAL TOURISM & COVID19, elérhető: <https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>, letöltve: 2020.10.13.