



NOVÁK IRÉN

Hogyan tegyük láthatóvá értékeinket?

Valahol Magyarországon volt egy romos vár, amelyet a helyiek szerettek, az idősek még emlékeztek rá, de a fiatalok már nem kötődtek hozzá, nem volt saját élményük róla. Lassan belepte a gaz, úgy tűnt, az enyészeté lesz. De összefogott a közösség és a település vezetői, mert szerettek volna újra büszkének lenni a múltat őrző váromra, bemutatni a fiataloknak, a távolról érkezőknek. Szerették volna újra személyes élményeket adóvá tenni a kopott falakat, ahol esküvők, majd a felszentelt várkapornában keresztelők és más családi események teszik élettel telivé a teret. Azt szerették volna, hogy a kövek újra meséljenek szerelmi történetekről, hitvesi hűségéről, emberi sorsokról, az elmúlt időkről. És ez nemcsak fizikai felújítást jelentett, elindult egy átgondolt, közösség- és értékteremtő folyamat, amelynek az élén a helyiek értékek mellett elkötelezett emberek álltak, melyből a helyiek életfeltételeit javító gazdaságélénkítő eredmények születtek.

Tanulmányom bevezetésében szükségesnek tartom annak tisztázását, mit értünk kulturális alapú gazdaságfejlesztésen. Az 1997. évi CXL törvény a közművelődési alapszolgáltatások között említi, a törvényhez kapcsolódó 20/2018. (VII.9.) EMMI rendelet részletesen leírja a fogalom tartalmát. Ezen belül határozzák meg a kulturális turizmust. A turizmus Magyarországon nemzetgazdasági érdek, a GDP tizenhárom százalékát adja, a kulturális turizmusban résztvevők aránya a teljes turisztikai látogatottság nyolc százalékát teszi ki.

Ugyanakkor a kulturális turizmust annak összetettsége miatt nagyon nehéz egyetlen egy fogalommal definiálni. Ide sorolható épített örökségünk, a világörökségi helyszínek, a nemzeti hagyományokon alapuló emlékhelyek, a szellemi örökségen alapuló vonzerő, a tematikus útvonalak, vagy akár egy fesztivál, egy koncert, egy film, egy kortárs művészeti esemény, egy kiemelt kiállítás, a hitelességgel összefüggő helyek látogatását célzó kirándulások, a hazai nemzetiségek bemutatói. Széleskörűen értelmezzük tehát a kulturális turizmust, hiszen a dizájn, az életstílus, a divat, a kortárs művészetek is ide tartoznak.



A fogyasztói igények és a trendek nagyon gyorsan változnak, utazóként ma két kattintással bármilyen információhoz hozzájuthatunk, ár-érték arányban a legjobbat keressük. A korábinál rövidebb idő alatt minél több élményhez szeretnénk jutni, máskor meg szeretnénk elvonulni, lecsendesedni. Keressük a helyi, egyedi dolgokat. Meglepő lehet, de ennek érdekében képesek vagyunk akár több száz kilométert utazni és hajlandóak vagyunk fizetni, például egy tihanyi levendulaszüretért. Pedig a kényelmet keressük az életünkben, sőt azt mondjuk, hogy ne legyen szükségünk különösebben nagy dolgokra. Ugyanakkor elemi igényünk van arra, hogy a természettel kapcsolatban legyünk. Ilyen élményt ígérnek nekünk ezek a levendulaszüretek is. Mit keres az utazó? Hitelességet, élményeket, helyi értékeket, ami csak az adott térségre vagy településre jellemző. A pandémia időszakában ezek az elvárások még tovább növekedtek.

Nemzetközi kezdeményezésből indult a Slow Food és Slow Living mozgalom, mely azt népszerűsíti, hogy legyünk kezdeményezői és részesei az ún. rövid ellátási láncolatoknak, ha van rá lehetőségünk, részesítsük előnyben és vegyük meg a szomszéd nénytől a helyi terméket, amelyet ő készít, a saját maga által termelt alapanyagokból.



Támogassuk a helyi gazdálkodást! Meglepő lehet, de ennek érdekében képesek vagyunk akár több száz kilométert utazni és hajlandóak vagyunk fizetni, például egy tihanyi levendulaszüretért. Pedig a kényelmet keressük az életünkben, sőt azt mondjuk, hogy ne legyen szükségünk különösebben nagy dolgokra. Ugyanakkor elemi igényünk van arra, hogy a természettel kapcsolatban legyünk. Ilyen élményt ígérnek nekünk ezek a levendulaszüretek is. Mit keres az utazó? Hitelességet, élményeket, helyi értékeket. A pandémia időszakában ezek az elvárások még tovább növekedtek. Néhány példával szeretnék rávilágítani a kulturális turizmus közösség- és értékteremtő erejére, mely a mindennapokra helyi szinten hat, ugyanakkor azok életét is gazdagítja, akik látogatóként érkeznek egy-egy helyszínre.

Hollókő, háromszáz lelkes palóc község, elsőik között vették fel a Világörökségi Listára, mert a 17-18. században kialakított hagyományos településformáját sikerült eredeti állapotában megőriznie. Napjainkra sem vált szabadtéri múzeumná: élő, lakott település. A helyiek jórészt 20. század előtti mesterségeket



üznek ma is, keresztény ünnepek köré szervezett programjaik pedig országos érdeklődésre tartanak számot, hisz ki ne hallott volna már a Hollókői Húsvéti Fesztiválról. A programokba már a gyermekek is bekapcsolódnak: a közösség együtt várja az érdeklődőket. Vagy gondoljunk csak a tardi asszonyokra, akik népviseletüket ma is fölveszik, de egy hozzáértő, elkötelezett és felkészült szakember kezdeményezése kellett ahhoz, hogy újra felismerjük a szépségét, sőt ismét gazdasági tényezővé váljon a matyó hímzés.

Mi látható a fenti példákban? A helyi értékek szerepe felértékelődött, fontossá vált a generációk közötti kapcsolat, az átörökítés: szeretném a nagypapától megtanulni azt, hogy milyen eljárással készül az a tokaji bor, miként ültetek a szőlőtőkét és így tovább. Ez semmivel nem helyettesíthető, sőt ezáltal a társadalom szélesebb köre számára vált elérhetőbbé a tudás. Növekszik egy-egy település turisztikai vonzereje. A helyi lakosok büszkék arra, hogy a közösség tagjai. Nem utolsó sorban elmélyíti a szőlőföld iránti ragaszkodásukat, növelve ezzel annak megtartó erejét, hosszabb távon az elnéptelenedő kis falvak egyik megmentője lehet.



Más jó példát is megfigyelhetünk hazánkban a kulturális turizmus fellendítésére, mely a helyi értékek felismerésével kezdődik. A makói hagyományra alapozták Makó idegenforgalmi vonzerejének kialakítását. Sikeres kezdet volt a Hagymatikum gyógyfürdő, majd az arculatépítés a Hagymaház és környezetének megépítésével folytatódott. A fejlesztések tervezője, szellemi irányítója a nemzetközileg elismert Makovecz Imre építész volt, munkái meghatározzák a városképet.

A Felső-Tisza vidékén létezik egy nem túl nagyméretű szilva, aminek még neve sincs, mégis értékévé vált. Szinte minden kertben termesztik. Népszerűségének több oka is van, például sokan nemhogy permetezni, még metszeni sem szokták, mégis annyit terem, hogy alá kell támasztani az ágakat. A belőle készült, „Nemtudom” nevű, ma már hungarikum lekvár és a többi élelmiszer is egyre kelendőbb, szedéskor a kereskedők versenyt futnak a limitált mennyiségű termésért. Hálózatba szerveződve, haminc-harmincöt településen ma is együtt főzik ezt a lekvárt a közösségek. Ismét egy helyi érték, amit a közösség együtt mutat meg másoknak, miközben a tudás is tovább örökítődik.



Egyértelműen meghatározhatók azok a trendek, melyek ebben az évben a kulturális turizmust érintik. Egyrészt fokozódik az új kultúrák, nyelvek megismerése iránti igény, amelyhez kapcsolva megélnékül az utazás a világ kevésbé ismert úti céljaira, ahol van mód a lelki feltöltődésre, a meditációra. Továbbá a pandémia lecsengésével újra szerveződnek a közösségi kapcsolatok, amelyek biztos támaszai is lesznek egyben az idegenforgalomnak, a gazdaságélénkítő kulturális turizmusnak is. A szélesebb, tágabb értelemben vett közművelődés óriási ereje, ma még nehezen felbecsülhető tartaléka rejlik annak a folyamatnak a segítségével, amelyben a szülőföldjéhez ragaszkodó közösség egy jó ügy, egy elhivatott ember mögé áll, aki képes az általuk képviselt helyi érték felmutatására. Hatalmas sikert lehet elérni ebben a folyamatban kitarító munkával.

A Nemzeti Művelődési Intézet értékteremtő szemlélete, szakmai törekvései, vármegyei igazgatóságainak hálózata, illetve Kárpát-medencei szinten az az értékfeltáró folyamat, amelyet az elmúlt 10 évben végeztünk, folyamatosan dolgozik ezekért az értékekért, ezeknek az értékeknek a láthatóvá tételéért. Hogy ebben a folyamatban valóban gazdaságélénkítő tényezővé váljon a helyi érték, és hogy „azt a követ” ne nője be a gaz.

Valahol Magyarországon, a korábbi várrom mára értékes, a közösség által nagy becsben tartott helyi nevezetesség. Napjainkban már nemcsak az idősebbeknek, hanem a fiataloknak és az ott vendégeskedőknek egyaránt számtalan személyes emléke kapcsolódik ehhez a rangos helyi értékhez, amely már közösséget kovácsoló ragaszkodás.

Bízom benne, hogy tanulmányommal segíték azoknak, akik még hezitálnak, akik még bátortalanok, de lenne jó ötletük. Higgyék el: ez az út a járható út, ezen érdemes tovább mennünk, közösen. Köszönöm, ha velem tartanak!



NOVÁK IRÉN

Felsőfokú tanulmányait az Eszterházy Károly Főiskola könyvtáros szakán végezte, ezt követően a Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságtudományi Karán kulturális turisztikai menedzser, majd a Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Karán kulturális mediátor mesterdiplomát szerzett. A szakirányú képzések mellett rendszeresen részt vesz készségfejlesztő tréningeken, aktív résztvevője szakmai fórumoknak, workshopoknak. Két évtizede dolgozik közművelődési területen, 2015-2021 között a Miskolci Kulturális Központ Nonprofit Kft. ügyvezetője. Vezetői munkájának köszönhetően a Miskolci Kulturális Központ Minősített Közművelődési Intézmény Címet, Látópont címet, Felelős foglalkoztató díjat, Családbarát Munkahely és Családbarát Szolgáltatóhely díjat, EFFE Label minősítést kapott. Közművelődési, kulturális és turisztikai szakember. 2022-től a Nemzeti Művelődési Intézet szakmai igazgatóhelyettese, 2023 februárjától ügyvezetője.