

OTDK-dolgozat

2025

**DEBRECENI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**



**A HAZAI KASTÉLYOK TURISZTIKAI CÉLÚ HASZNOSÍTÁSA
TOURISTIC UTILIZATION OF HUNGARIAN CASTLES**

Molnár Anna Erzsébet

Konzulens: Dr. Vargáné dr. Csobán Katalin

Kézirat lezárásának dátuma: 2024. április 22.

TARTALOMJEGYZÉK

1	Szakirodalmi áttekintés	4
1.1	Alternatív turizmusformák	4
1.2	Kulturális turizmus.....	4
1.3	Örökségturizmus	5
1.4	Kastély- és várturizmus.....	6
1.5	Kastélyok hasznosítása	7
1.5.1	Kastélysorsok a XX. századtól napjainkig	7
1.5.2	Kastélyok turisztikai célú hasznosítása	9
1.6	Az örökségturisztikai látogatómenedzsment jelenlegi trendjei.....	12
1.6.1	Digitalizáció a turizmusban	12
1.6.2	Közös élményteremtés.....	13
1.6.3	(Digitális) történetmesélés.....	13
1.6.4	Játékosítás és szórakozva tanulás (edutainment)	13
1.7	Interpretáció	14
1.8	Az örökségi épületek interpretációja.....	15
1.9	A Z generáció fogyasztói szokásai.....	16
2	Kutatási módszertan	19
2.1	Szekunder kutatás	19
2.2	Primer kutatás	19
2.2.1	Szakmai mélyinterjú.....	20
2.2.2	Kérdőíves felmérés	20
2.2.3	Internetes tartalomelemzés	21
3	Eredmények és azok értékelése	22
3.1	Kastélyok felújítása és bevonása a turizmusba	22
3.2	A kastélyszállodák tapasztalatai.....	23
3.3	A hazai kastélyhasznosítás gyakorlata	25
3.3.1	A Nemzeti Kastély-és Várprogram eredményei	25
3.3.2	A Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft. tevékenysége	27
3.3.3	Magyar Kastélyszállodák és Történelmi Épületek Szövetsége	29
3.4	A megújult hazai kastélyok kínálata	29
3.5	A kérdőíves kutatás eredményei	35
3.5.1	Általános érdeklődés a kastélyok iránt	36
3.5.2	Kastélyhasznosítás és funkcióváltás.....	39
3.5.3	Látogatási szokások és interpretáció	42
3.5.4	Marketing.....	47
4	Következtetések és javaslatok	48
	Összefoglalás.....	51
	Felhasznált irodalom és források jegyzéke.....	53
	Mellékletek.....	58

BEVEZETÉS

Magyarország igen gazdag épített örökségekben, amelyek közül kiemelkedő szépségűek a művészi igénnyel megépített kastélyok. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia szerint a kulturális turizmuson belül a várak és kastélyok esetében mutatkozik a legnagyobb fejlődési potenciál, amelyeket a hazai turizmus kiemelt termékeiként kell kezelni. Az épületek felújítását, turisztikai funkciókkal való felruházását célozza a Nemzeti Kastély-és Várprogram (a továbbiakban: NKVP). A fejlesztéseknek köszönhetően az évszázados épületek önálló utazási motivációt jelentő attrakciókká válnak és színesítik a hazai kulturális kínálatot. A kutatás célja bemutatni, hogy a kastélyok nem egy letűnt kor emlékei, jól átgondolt funkcióváltással versenyképes turisztikai termékekké alakíthatóak. A témának a jelenleg is zajló nagyszabású állami helyreálítási program eredményei és a korszerű műemléki hasznosítás törekvései adnak aktualitást.

Utazásaim során mindig érdeklődve látogattam a történelmi épületeket, amelyek közül leginkább a kastélyokat csodáltam. Turizmussal kapcsolatos tanulmányaim megkezdésekor így nem is volt kérdés, hogy ezekkel a csodás, sokszor méltatlanul elfeledett és elhanyagolt épületekkel szeretnék foglalkozni. A kastélyok történelmünk, kultúránk, örökségünk részei, és fontosnak tartom, hogy minél több épületet óvjunk meg az pusztulástól és mentünk át a jövő generációi számára. Ennek egyik lehetséges módja a turizmusba való bekapcsolás, amely által egyrészt biztosítható fennmaradásuk, másrészt a nagyközönség számára is hozzáférhetőek lesznek mint nemzeti örökségünk kiemelkedő értékei.

A kastélyok a nemzeti múlt emlékei, kultúránk, identitásunk alkotóelemei; fenntartásuk azonban komoly kihívások elé állítja a hazai műemlékvédelmet. Az óriási épületek és a hozzájuk tartozó többhektáros park karbantartása olyan anyagi terhet jelentenek, amelyek finanszírozása sokszor csak valamilyen bevételorientált tevékenység mellett valósítható meg. A kastélyok modern kori hasznosítására lehetőségként kínálkozik az épületek turisztikai funkciókkal való felruházása (múzeum, szálláshely, rendezvényhelyszín). Ennek során azonban tiszteletben kell tartani a műemléki értéket, annak autentikussága nem sérülhet a turisztikai funkció által. A korszerű műemléki hasznosítás az élményszerű interpretáció, interaktív elemek és digitális technológiák segítségével igyekszik megőrizni az örökséget és átmenteni a következő generáció számára.

A dolgozat a fentebb említett problémát járja körül; áttekinti a kastélyok szerepének, funkciójának alakulását, turisztikai hasznosításuk lehetséges formáit, helyüket a turizmus komplex rendszerében. Bemutatásra kerül továbbá a hazai kastélyhasznosítás jelenlegi gyakorlata és a magyarországi kastélyturizmus kínálati sajátosságai egy szakmai interjú eredményeire

támaszkodva. A kutatás kiemelten foglalkozik az épített örökség interpretációjának lehetőségével is. A Z generáció fogyasztói szokásaira irányuló kérdőíves vizsgálat rávilágít arra, milyen elvárásokat támasztanak a fiatalok az örökségattrakciók felé, milyen élményeket szeretnének ott átélni.

Dolgozatom célrendszerét az alábbiakban foglaltam össze, és az egyes célokhoz kapcsolódóan meghatároztam az elvégzendő feladatokat is.

1. A dolgozat célja, hogy bebizonyítsa, a kastélyok megfelelő funkcióváltással és tudatos menedzsmenttel sikeresen bekapcsolhatóak a turisztikai kínálatba, ezzel pedig elkerülhető a pusztulásuk.

Elvégzendő feladatok:

- 1.1. Szakirodalom áttekintése a kastélyok kulturális jelentőségéről, történelmi szerepéről, korábbi hasznosítási formáiról.
- 1.2. A hazai kastélyhasznosítás jelenlegi trendjeinek ismertetése a Nemzeti Kastély-és Várprogram eredményei és a Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft. tevékenységén keresztül.
2. A keresleti oldal (elsősorban a fiatalabb generációk) kastélyok iránti attitűdjének, elvárásainak, fogyasztói szokásainak vizsgálata.

Elvégzendő feladatok:

- 2.1. A turisztikai céllal átalakított kastélyok interpretációs lehetőségeinek feltárása a látogatómenedzsment jelenlegi trendjeinek megismerésével.
- 2.2. A Z generáció elvárásainak vizsgálata az örökségturisztikai attrakciók, azon belül a kastélyok interpretációjával kapcsolatban kérdőíves felmérés keretein belül.

A kutatás célrendszeréhez kapcsolódóan tehát szükséges egyrészt a témában eddig végzett releváns szakirodalmi háttér feltárása a kastélyok történelmét, turizmusban betöltött szerepét illetően, másrészt a kínálati oldal legfontosabb jellemzői és a helyreállított műemlékek iránti fogyasztói elvárások megismerése a primer forrásokból.

Dolgozatomban elsősorban arra keresem a választ, mik lehetnek kastélyok funkciói a XXI. században, van-e egyáltalán helyük napjaink turizmusában. A dolgozat az alábbi konkrét kutatási kérdésekre épül:

K1: Milyen hasznosítási lehetőségek kínálkoznak a kastélyok számára a modern korban?

K2: Hogyan lehet élményszerűen, figyelemfelkeltően bemutatni a hazai kastélyokat, hogy azok érdekesek legyenek a Z generáció tagjai számára is?

A kutatási célok megvalósításához és a kutatási kérdések megválaszolásához primer és szekunder adatgyűjtést végeztem. A szekunder kutatás során a hazai és nemzetközi szakirodalom segítségével meghatároztam a kulturális, örökség- és kastélyturizmus fogalmát, áttekintettem a hazai kastélyállomány történetét és sorsát a XX. századtól napjainkig, továbbá ismertettem az interpretáció fogalmát, külön kitérve az örökségi értékek interpretációjára és termékké alakítására. Ezt követően bemutattam a látogatómenedzsment legmeghatározóbb trendjeit és a Z generáció fogyasztói szokásait is.

Primer kutatásom során szakmai mélyinterjút készítettem, internetes tartalomelemzést és kérdőíves felmérést végeztem. Az interjú az első kutatási kérdést járta körül, vagyis arra kereste a választ, hogyan lehet hasznosítani a kastélyokat a modern korban, és a kastélyszállodák példáján keresztül ismertette a kínálati oldal kihívásait is. Ezt követően az NKVP-ben résztvevő kastélyok honlapjának tartalomelemzése következett, amelynek során bemutattam az épületek újszerű szolgáltatásait, de a kutatás kitér az NKVP eredményeire, és az épületeket fenntartó vállalat, a Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft. (a továbbiakban: NÖF Kft.) tevékenységére, szakmai munkájára is. A Z generáció kastélyok iránti attitűdjének és az örökségi érték bemutatásának (számukra is érdekes) formájának vizsgálatához kérdőíves felmérést végeztem.

1 SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

1.1 Alternatív turizmusformák

A XXI. század turizmusában a hagyományos szabadidős turisztikai termékek mellett már megjelentek az alternatív turizmusformák is, amelyekben kevesebb utazó vesz részt, akik tudatosságuknak köszönhetően csekélyebb környezeti, társadalmi, gazdasági terhelést jelentenek a desztináció számára (Puczkó – Rátz, 2005). Az alternatív turizmus tehát a tömegturizmus ellentéte, a turisták elkötelezettek a természeti környezet védelme iránt, tisztelik a helyi kultúrát és értékelik annak autentikusságát, amelynek megtapasztalása érdekében közvetlen kapcsolatba kívánnak kerülni a helyi közösségekkel (Michalkó, 2016).

A turizmusban egyre meghatározóbbá válik az élménykeresés, az utazás során átélt élmények és hangulat jelentősége felértékelődni látszik. A turisták személyre szabott, egyedi élményeket szeretnének megtapasztalni, és olyan magas minőségű szolgáltatásokat keresnek, amelyek nemcsak fizikai, de szellemi, intellektuális és kulturális igényeiket is kielégítik. Az élménygazdaság térnyerésével tehát a fogyasztói magatartás legmeghatározóbb elemévé az élmény keresése, míg a kínálati oldalon az élmény átadása vált (Michalkó – Rátz, 2005). Napjainkban a turisták egyre tapasztaltabbak, és sok esetben olyan attrakciókat keresnek, amelyek intellektuális is izgalmat jelentenek számukra (Puczkó – Rátz, 2003; Vargáné Csobán – Molnár, 2023).

1.2 Kulturális turizmus

Az átalakuló fogyasztói szokások, a tapasztalt turisták megjelenése a piacon, a természeti és kulturális örökség felértékelődése hívta életre a kulturális és az örökségturizmust (Puczkó – Rátz, 2005). Az UNESCO definíciója szerint a kultúra „mindaz, amit az emberiség a természet-hez hozzáadott” (Puczkó – Rátz, 2005, p.128), amely magába foglalja „az értékrendszereket, egyéni viselkedési jellemzőket, családi kapcsolatokat, biztonságot, erkölcsi normákat, kreativitás kifejeződését, művészeteket, kézművességet, hagyományokat, szertartásokat, közösségi életstílust, közösségi szervezeteket” (Puczkó – Rátz, 2005, p.128).

A kultúra az alábbi formákban jelenhet meg a turizmusban:

- élettelen kultúra (épületek, épületstílusok, műalkotások)
- mindennapi életben kifejeződő kultúra (szabadidős tevékenységek, életmód, viselkedési szokások)
- megelevenített kultúra (rendezvények, hagyományőrző események) (Rátz, 2011).

„A kulturális turizmus olyan turisztikai termék, amelynek központi eleme a turista legszélesebben értelmezett intellektuális igényeit kielégítő vonzerő” (Rátz, 2011). A kulturális utazásokat az „új kultúrák megismerése, kulturális eseményeken való részvétel, kulturális attrakciók meglátogatása” motiválja (Puczkó – Rátz, 2005, p.318), a központi vonzerőt pedig a desztináció egyedi kultúrája jelenti (Rátz, 2011).

A kulturális turizmus a turisztikai piac legösszetettebb termékcsoportja, amely egyaránt magába foglalja a kastély-és várturizmust, a szellemi örökségen, népi hagyományokon alapuló turizmust, de a városlátogatásokat és a művészeti turizmust is. A magyarországi kulturális utazásokban leginkább a belföldi turisták vesznek részt, hiszen ők azok, akik számára a kulturális és örökségattrakciók a közös nemzeti múlt ismeretében értéket jelentenek. A kulturális utazások legnépszerűbb célpontjai az épített örökségek és örökségi helyszínek (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030).

1.3 Örökségturizmus

A globalizálódó világban, az értékek uniformizálódásával egyre jelentősebb szerep jut az örökségturizmusnak. Az örökség Hall – McArthur (1998) definíciója szerint mindazon értékek halmaza, amelyet egy közösség megőrzésre kiválaszt és tovább örökíti azt a következő generációk számára. Az örökségi érték tárgya mindenkor szubjektív döntés, minden közösségnek mást jelent (Sonkoly, 2000), de csak „akkor válik örökséggé, ha az érintettek annak minősítik” (Gonda, 2016, p.57).

Az örökséget az egyén saját szelleme és képzelőereje által szubjektíven értelmezi önmaga számára. A múlt megismételhetetlen lenyomata segít az egyénnek visszatálcálni önmagához és kielégíti individuális vágyait (Nuryanti, 1996). Egyszerre egyedi és egyetemes, azaz egyediséget mindenki számára elérhetővé, megismerhetővé kell tenni, mert az egyén csak a használat révén tudja azt a közös múlt részeként értelmezni és értékelni (Gászné Bösz, 2021), hiszen az örökség része a közösségi identitásnak és a kulturális hagyományoknak (Nuryanti, 1996).

Az örökségturista legfőbb motivációja egy közösség, ország, régió múltjának, történelmének megismerése (McNulty – Koff, 2014), ezért olyan tevékenységekben vesz részt és olyan helyszíneket keres fel, „amelyek autentikusan reprezentálják a múlt és a jelen eseményeit, a múltban élt és a mai embereket” (Gonda, 2016, p.62). Az örökségturisztikai attrakciók lehetnek természeti vagy épített örökségek (történelmi, régészeti, ipari, kulturális, építészeti, vallási, katonai) (Husz, 2007). Általánosságban elmondható, hogy az örökségturisztikai attrakció elsősorban a belföldi turistákat vonzza, mivel a közös történelmi múlt és kultúra ismerete által ők tudnak leginkább kapcsolódni az örökségi értékhez (Nuryanti, 1996; Vargáné Csobán – Molnár, 2023).

1.4 Kastély- és várturizmus

„Kastélynak az egykori főnemesség vidéki, parkos környezetben épített, nagyszabású, összetett alaprajzú és változatos, festői tömeghatású lakóépületét nevezzük” (Koppány, 1974, p.286). Jellemzően nagy park veszi körül, kapcsolódhatnak hozzá egyéb épületek (téli kert, pálmaház, cselédlak, intézőlak, kocsiszín, istálló, raktárak stb.), a parkban gyakran halastó vagy csónakázótó, ligetek, szépen művelt kertek kapnak helyet. Az épület mint a birtok díszé tulajdonosa társadalmi rangját és vagyonát volt hivatott bemutatni, ezért a díszítésre különösen nagy figyelmet fordítottak. Egyik elsődleges funkciójuk az egyéni és a családi reprezentáció volt, ez pedig mind az épület külsejében (díszítés), mind pedig belső tereiben (előkelő berendezés, bútorzat, műtárgyak, magas műszaki felszereltség) megmutatkozott (Sisa, 2006).

A kastély olyan különleges turisztikai terméként definiálható, ahol „a termék maga a kastély, a hozzá kapcsolódó komplex szolgáltatásokkal együtt” (Husz, 2007, p.104). Gonda (2014) a kastélyturizmust a kulturális turizmus termékei közé sorolja, amelynek célcsoportja a tömegturizmus alternatíváját kereső, minőségi attrakciókat kedvelő belföldi és külföldi turisták (Gulyás, 2017). A kastélyok napjainkban már nem csupán a szabadidős utazások kiegészítő tevékenységeként jelennek meg, hanem önmagukban is képesek az utazási motiváció kiváltására (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030).

A várak a kastélyokhoz hasonlóan szintén szolgáltak lakóhelyként, azonban ezeknek az épületeknek, épületcsoportoknak a védelmi funkciójuk volt az elsődleges, nem a reprezentáció (Winkler, 2004). Hazánkban viszonylag kevés a jól feltárt és élményszerűen bemutatható vár, de akad néhány népszerű és közkedvelt attrakció (pl.: Eger, Sümeg) (Jászberényi, 2020). A kastélyok és várak a turisztikai kínálat olyan elemei, amelyek csökkenthetik a turisták időbeli és térbeli koncentrációját, mivel a kulturális attrakciók látogatása nem olyan szezonális, mint más turizmusformák esetében. Továbbá területileg is meglehetősen szétszórtnak helyezkednek el az ország minden régiójában, ezáltal pedig turistákat vonzanak a kevésbé ismert, vidéki desztinációkba is.

A kastélyok a történelmi időkben elsősorban nem lakófunkciót töltöttek be, hanem művészeti és kulturális központok (Praznovszky, 2005), politikai találkozók helyszínei voltak. Egy kiváltságos réteg, az arisztokrácia tagjain kívül azonban csak keveseknek volt bejárása ezekbe a pompás épületekbe. A kastélyok funkcióváltásánál éppen ezért fontos szempont, hogy a szélesebb közönség számára is megnyíljanak a birtokok és épületeik, ami által még inkább tudatosulhat a társadalomban a kulturális örökség védelmének fontossága. Az épített örökség történelmünk része, emellett társadalmi, kulturális és művészeti értékek hordozója, amelyeket megismerve az egyén és a társadalom is gazdagodik.

A turizmusba bevont vagy bevonni kívánt épületek örökségértéke azonban semmilyen szempontból nem sérülhet. Egyes szerzők a turisztikai hasznosítással kapcsolatban a kultúra kommercializálódásától (vagyis az örökségi érték áruba bocsátásától) tartanak, és felhívják a figyelmet az autentikusság eltűnésének veszélyére (Zhang et al., 2021). Fontos azonban tisztában lenni azzal is, hogy a tudatosan menedzselt örökségattrakciók pozitív hatásai gazdasági és kulturális szempontból is jelentősen javíthatják a desztinációban élők helyzetét (Glázer, 2022a).

A kastélyok és várak gyakran vidéki területeken helyezkednek el, ahol számos embernek biztosítanak munkát és megélhetési lehetőséget, ráadásul a multiplikálódó turisztikai bevételek a térségben realizálódnak, ezzel hozzájárulva a helyiek életminőségének javulásához (Glázer, 2022a). A kevésbé népszerű vagy ismert desztinációkba turistákat vonzó örökségi épületek ezen kívül segíthetik a túlzott területi és időbeli turisztikai koncentráció csökkentését is (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030; Vargáné Csobán – Molnár, 2023).

Jelenleg – a nagyszabású állami helyreállítási programoknak köszönhetően – a kulturális, turisztikai és művészeti funkciók mellett egyre inkább előtérbe kerül a kastélyok és várak nemzeti és regionális identitásformáló szerepe is (Kulcsár – Bodrogai, 2021). Az épített örökség ugyanis nem csupán tárgyi emlék, fizikai mivoltánál sokkal értékesebb szellemisége, egyedisége, amely a desztináció kultúráját és identitását őrzi (Lee – Chhabra, 2015). A kastélyok „a nemzet szellemi értékét tárgyasult formában is közvetítő értékek” (Katona et al., 2021, p.24), megőrzésük, korszerű hasznosításuk és a jövő generációkra való átruházásuk ezért az egész társadalom feladata és kötelessége.

1.5 Kastélyok hasznosítása

A kastélyok a magyar táj jellegzetes alkotóelemei, amelyek az idők során számos funkciót töltöttek be. Míg a történelmi időkben kizárólag az arisztokrácia élettereként szolgáltak, addig a múlt század átalakuló politikai rendszereiben, a korábbi uralkodó osztály eltűnésével párhuzamosan sok épület kastélyidegen funkciót kapott. Az elmúlt száz évben jelentős károk keletkeztek az épületállományban, helyreállításuk, a turizmus rendszerébe való integrálásuk a jelen feladata.

1.5.1 *Kastélysorsok a XX. századtól napjainkig*

A XX. század elején a kastélyok önfenntartó ereje meggyengült, a birtokok gazdaságilag már nem voltak képesek fedezni a hatalmas épületek fenntartási költségeit. Néhány arisztokrata család ezért nyugati mintára megnyitotta kapuit a fizetővendégek előtt, így alakultak ki az első kastélyszállók. A vendégfogadás azonban nem jelentett megoldást mindenki számára, ezért a

hanyatlás jelei egyre inkább kezdtek megmutatkozni (Nagy, 2013), amely a II. világháborút követően vált nyilvánvalóvá.

A háborús pusztítások következtében sok épület megsemmisült, a megmaradt nemesi hajlékok pedig kastélyidegen funkciót kaptak: a német és szovjet katonák laktanyának, istállónak, műhelynek használták őket. A háborút követő társadalmi, politikai változások következtében a korábbi uralkodó osztály tagjait elűldözték, az épületeket pedig államosították. Ekkor kezdődött el többirányú hasznosításuk (Lipták – Péter, 2017): raktárak, magtárak, szövetkezeti irodák, szerencsésebb esetben szociális vagy egészségügyi intézmények kaptak helyet bennük. A parkokat felparcellázták, a berendezési tárgyakat, bútorokat, műtárgyakat, könyvtárakat széthordták vagy elégették (Nagy, 2013).

A legkisebb kár azokban az épületekben keletkezett, amelyek közösségi funkciót láttak el (egészségügyi intézmények: kórház, szanatórium; oktatási intézmények: iskolák, kollégiumok; szociális intézmények, üdülők, irodák, hivatalok működtek bennük), mivel ezeket állandóan karbantartották a rendszeres használat miatt (Husz, 2007). Az évtizedeken át tartó méltatlan bánásmód visszafordíthatatlan károkat okozott a hazai épületállományban, hiszen a kastélyokat mint a régi feudális világ és az egykori uralkodó osztály jelképeit a szocialista rendszer ideológiai okokból spontán pusztulásra ítélte.

Míg a nyugat-európai országokban már a II. világháború után megkezdték a kastélyok helyreállítását, addig ez a keleti blokk országában (és hazánkban is) majdnem negyven évvel később következett be. Az 1960-as években néhány építészettörténetileg jelentős, akár külföldi érdeklődésre is számot tartó kastélyt ugyan felújítottak (Fertőd, Gödöllő, Nagycenk), de az országos szintű helyreállítási koncepciókra még várni kellett, az első kastélyhasznosítási programok majd csak 1981 után indultak. A kastélyok helyreállításának igényét a rendszerváltással visszatérő demokratikus értékrend emelte be újra a köztudatba, amely által múltunk méltatlanul elhanyagolt emlékei ismét felértékelődtek (Kátay, 2009).

A politikai viszonyok átalakulásával megindulhatott a korábbi birtokos réteg kárpótlása is. Az 1990-es években számos arisztokrata család leszármazottja tért vissza Magyarországra, akik megpróbálták visszaállítani birtokait régi fényét „és a visszavásárolt földbirtok köré többen új üzleti vállalkozást szerveztek. Egykori saját kastélyt, kúriát kevesen vásároltak vissza. Sokkal tipikusabbnak mondható, hogy a kárpótlási jegyekért visszavásárolt birtok közelében kisebb kúriát vagy majorsági épületet vettek, majd újjítottak fel” (Fekete J., 2019, p.120). A privatizáció során számos épület került magánkézbe, de a legtöbb kastély továbbra is állami tulajdonban maradt (Lipták – Péter, 2017).

1997-ben törvény született a műemlékvédelemről annak érdekében, hogy a kiemelkedő „építészeti, műszaki és a velük összefüggő művészeti alkotásokat” mint a nemzeti vagyon részeit „megfelelő védelemben részesítse” (1997. évi LIV. törvény a műemlékvédelemről). Négy évvel később szükségessé vált a műemlékvédelem jogszabályi hátterének bővítése. A 2001. évi LXIV. törvény a kulturális örökség védelméről úgy határozza meg a kulturális örökséget, mint „hazánk múltjának és jelenének pótolhatatlan, egyedi és meg nem újítható forrása”, amely „a nemzeti és az egyetemes kultúra elválaszthatatlan összetevője”. A törvény definíciója szerint tehát a kulturális örökség védelme közérdek, amelynek megóvása az egész társadalom feladata (Kátay, 2009).

A hazai kastélyok sorsában újabb fordulópont következett 2014-ben. Ebben az évben nagyszabású helyreállítási program (Nemzeti Kastély-és Várprogram) indult, amely uniós és állami források bevonásával újítja fel a kastélyokat és várakat, majd igyekszik őket jól értékesíthető turisztikai termékekkel alakítani.

A század első felének pusztításait (háború, államosítás, tudatos és ideológiai alapú rombolás) tehát jóvá tenni igyekezett az utolsó évtizede. A demokratikus viszonyok megerősödését követően kárpótlással, privatizációval, a műemlékvédelem és a kulturális örökség törvényi szabályozásával, állami programokkal próbálták meg helyreállítani a kastélyokat. A napjainkban is zajló Nemzeti Kastély-és Várprogram az eddigi legnagyobb állami szintű koncepció a magyar műemlékvédelemben, amely elsőként emelte kormányzati szintre a kastélyhasznosítás problémáját (Vargáné Csobán – Molnár, 2022).

1.5.2 *Kastélyok turisztikai célú hasznosítása*

A kulturális örökség a szociális és gazdasági fejlődés indikátora, az oktatás, a foglalkoztatás és a turizmus erőforrása lehet. A kulturális intézmények számára prioritás, hogy az örökséget közel hozzák a látogatókhoz, profitorientált tevékenységgel növeljék a térség gazdasági teljesítményét, és képzéssel, oktatással hozzájáruljanak a fenntartható fejlődés megvalósításához (Council of Europe, 2018). A kastélyok és várak modern kori hasznosítása által mindenki számára hozzáférhetővé és érthetővé válhat a kulturális örökség, és előtérbe kerülhet az épületek közösségépítő, identitásképző szerepe is. A kastélyok turizmusba való bekapcsolása lehetővé teszi továbbá az örökség hosszútávú finanszírozását és működését a turisztikai bevételeknek köszönhetően (Katona et al., 2021).

A turizmusban hasznosított kastélyok célja a turisták szórakoztatása, kulturális, történelmi élmény nyújtása. Az épületek kényelmet szolgáló infrastruktúrával rendelkeznek, célcsoportjukat a pihenés, szórakozás, élményszerzés céljával érkező turisták alkotják (Vargáné Gállicz – Dávid, 2023). Nagy (2013, p.65) megjegyzi, hogy a magyar épületállomány „méret-és

formagazdagsága, állapota, valamint elhelyezkedése és megközelítése miatt nem létezik bevált recept a hasznosításukra”, és a turisztikai funkcióval való felruházás is csak egyike a lehetséges alternatíváknak.

Az épített örökségek funkcióváltását övező legfontosabb kérdés, hogyan lehet olyan attrakciót létrehozni, amely az örökségi értéken alapul, de attól kissé eltávolodva a modern kor digitális és interaktív igényeit is kielégíti. Hasznosítási formák szerint megkülönböztetünk adekvát, azaz az eredeti funkcióhoz hű vagy az örökségi értéket figyelembe vevő (pl.: kastélyszálló, múzeum, rendezvényhelyszín stb.) és inadekvát, vagyis rendeltetésétől eltérő, idegen (közösségi, oktatási, egészségügyi intézmények pl.: iskola, szanatórium, faluház stb.) hasznosítást (Nagy, 2011). Mindezek közül a turisztikai célú hasznosítás szolgálja leginkább a kastélyok és várak fennmaradását, hiszen a turisztikai bevételekből (legalább részben) biztosítható működésük.

A magántőke szerepe a kastélyhasznosításban vitathatatlan, ugyanis számos épület pusztult volna el, ha a privatizáció során és később nem kerülnek magánvállalkozók vagy cégek kezébe. A saját célra fenntartott és lakóházként, nyaralóként funkcionáló kastélyok azonban nem látogathatóak, kulturális és történelmi értékük pedig nem tudatosul a társadalomban.

A kastélyokhoz kapcsolódó turisztikai funkciók az alábbiak lehetnek:

- szálláshely
- rendezvényhelyszín
- étterem
- múzeum

A turisztikai hasznosítás akkor a legsikeresebb, ha ezen funkciókat kombinálva, komplex szolgáltatáscsomagot hozunk létre (Kovács, 2002).

A hasznosítás során azonban mindenképpen figyelembe kell venni az alábbi szempontokat:

- gazdaságosság
- műemlékvédelem
- funkcionalitás
- közösségi szerep (Praznovszky, 2005)

Elsőként gondoskodni kell róla, hogy a benne helyet kapó intézmény bevételei legalább részben fedezzék a kiadásokat, mert csak így biztosítható a kastély folyamatos karbantartása és működése. A felújítás/átépítés során mindenképpen számolni kell azzal, hogy a kastély esetleg műemlékvédelem alatt áll – ekkor az építető keze meg van kötve, a lehetőségeket a

műemlékvédelem jelentősen korlátozza. A kastélynak a felújítás/hasznosítás után megfelelően kell ellátnia új funkcióját – pl.: szálláshely vagy múzeum esetén legyen elegendő a befogadó-képessége.

Mivel a kastély csak környezetével együtt értelmezhető (Bodnár – Jászberényi, 2018), hozzá kell járulnia a település és a térség jólétéhez. Működőképes turisztikai attrakcióként új munkahelyeket teremt, az odalátogató vendégek minden bizonnyal igénybe vesznek más szolgáltatásokat is, ezzel tehát a bevételeket is növeli. Közösségi és kulturális rendezvények szervezésével aktívan részt vehet a helyi kulturális életben, a társadalmi felelősségvállalás jegyében támogatásokat, kedvezményeket nyújthat a helyi lakosságnak. A kastély jelenléte növeli a helyiek büszkeségét, lokálpatriotizmusát, erősíti identitását, és hozzájárul a desztináció, a régió ismertségéhez (Glázer, 2022a).

Glázer (2022a) megállapítja, hogy a kastélyoknak kiemelt szerepük van a desztinációfejlesztésben is. kastélyok és várak gazdasági hatásaiként a következőket azonosítja:

- bevételtermelés
- munkahelyteremtés (közvetett és közvetlen)
- gazdaságélénkítő hatás
- multiplikatív hatások
- vidékfejlesztés
- területfejlesztés

A társadalmi hatások közül pedig a következőket határozza meg:

- identitáserősítés
- szemléletformálás
- nem formális oktatás helyszínei
- közösségi terek
- rekreáció helyszínei

Számos lehetőség kínálkozik a kastélyturizmus népszerűsítésére, a kastélyokat megfelelő menedzsmenttel, tervezéssel piacképes turisztikai attrakciókká lehet formálni. A kastélyok önmagukban is vonzerőt jelentenek, azonban a több kastélyt összefogó, valamilyen téma, művészeti ág köré csoportosuló tematikus utak mégis jobb lehetőségeket kínálnak, ugyanis ezáltal a különböző tematikájú attrakciók egy „menedzselte, sokszínű, mégis egységes, a piacon valóban eladható termékékké” válnak (Nagy, 2009, p.275). „A tematikus utak különböző közlekedési formák igénybevételével megközelíthető természeti és mesterséges attrakciókat fűznek fel valamilyen téma köré” (Puczkó – Rátz, 2017). Az út témája lehet valamilyen építészeti stílus

(barokk, romantika, klasszicizmus), egy régió értékei vagy akár végig követheti egy történelmi személy életútját.

1.6 Az örökségturisztikai látogatómenedzsment jelenlegi trendjei

A következő alfejezet az örökségturisztikai látogatómenedzsment legmeghatározóbb trendjeit mutatja be. Véleményem szerint ezek ismerete elengedhetetlen ahhoz, hogy megújult kastélyainkat mindenki számára érthető, élményszerű, kreatív módon lehessen bemutatni.

1.6.1 Digitalizáció a turizmusban

A turizmus egy folyamatosan változó és megújuló, dinamikus rendszer, amelybe lassan beépülnek az Ipar 4.0 (a negyedik ipari forradalom) technológiai vívmányai és új megoldásai is. Az újdonságok közül leginkább a kiterjesztett valóság (AR), a virtuális valóság (VR), és a digitalizáción alapuló, különböző élményeket kínáló szolgáltatások váltak az attrakciómenedzsment részévé. Az utóbbi években a turisztikai szolgáltatók digitális megoldásainak fejlődése tapasztalható, egyrészt reagálva a megváltozott fogyasztó trendekre (pl.: okos eszközök megnövekedett használata), másrészt pedig nyitva az újdonságok felé (Miskolczy – Boros, 2022). „Az okos eszközök és alkalmazások sosem látott lehetőségeket biztosítanak a látogatómenedzsment bővítésére, különböző korok és művészeti ágak kollaborációjára, miközben a személyre szabott élménylehetőségek a felhasználó és a kastélyt látogató kezébe korlátlan szabadságot adnak” (Köbli – Mókusné Pálfi, 2022, p.45).

A VR és AR megoldások és a mesterséges intelligencia forradalmi megoldásokat hozhatnak a múzeumok számára, a látogatók a valóság határterületén mozogva kiegészíthetik élményeiket saját sokszínű képzeletükkel (Köbli – Mókusné Pálfi, 2022). Mindemellett a magyar kastélyok és várak bemutatásának egyik fő kihívására is választ jelenthet a digitális technológiák használata. A történelmi épületek többségéből ugyanis hiányoznak a korabeli berendezési tárgyak, bútorok, eszközök, amelyeket innovatív technológiai megoldásokkal, így például holografikus vetítésekkel, interaktív eszközökkel lehet pótolni. A virtuális túrák és a 3D-modellek is színesítik a kínálatot és segítik az adott helyszín előzetes megismerését, akár otthonról is. Ezek az eszközök a fiatalabb korosztályokat is hatékonyan ösztönzik a múzeumi élmény befogadására (Köbli – Mókusné Pálfi, 2022).

A digitális technológiák jelenléte a turizmusban már a COVID-19 járvány előtt is meghatározó volt, azóta pedig jelentősen növekedett. „A pandémia alatt a desztinációk és attrakciók kihasználhatták az online platformok lehetőségeit a (potenciális) látogatókkal való kapcsolattartás, a virtuális látogatás és a későbbi utazásra való ösztönzés, a digitális élménymenedzsment terén” (Schultz, 2023, p.17). Az okos eszközök alkalmazása lehetőséget biztosít a látogatómenedzsment eszköztárának bővítésére azáltal, hogy különböző korok emlékeit ötvözi. A

teljesebb látogatói élmény eléréséhez segítséget nyújthatnak azok a digitális megoldások, amelyek új szemszögből mutatják be az örökségi értéket és lehetőséget biztosítanak a Z generáció megszólítására is.

1.6.2 *Közös élményteremtés*

A XXI. században a kulturális szektor kínálati és keresleti struktúrája is jelentős átalakuláson megy keresztül. A kulturális szolgáltatóknak (attrakcióknak, intézményeknek) egyedi versenyelőny kialakítására van szükségük. Ennek egyik eszköze a közös értékteremtés lehet, amely a kulturális szolgáltatások területén az élmény közös (vagyis a szolgáltató és a fogyasztó együttes aktivitásával való) létrehozását jelenti. Ezek az egyedi élmények a fogyasztók érzéseinek, gondolatainak, képzeletének keresztül jönnek létre, amelyek ezért személyessé is válnak (Ercsey, 2019). A közös alkotás és élményteremtés múzeumi környezetben két látogató vagy egy látogató és egy animátor/tárlatvezető között valósulhat meg, legnyilvánvalóbb formája pedig a múzeum-pedagógiai foglalkozás (Bodnár, 2019).

1.6.3 *(Digitális) történetmesélés*

Schultz (2023, p.19) a digitális történetmesélést „a kulturális örökséginterpretáció személyre szabott, antropomorf digitalizációjának eszközeként” definiálja, amely lényegében egy innovatív digitális kulturális szolgáltatás az oktatás, kultúraközvetítés és a turizmus szolgálatában. A személyes történeteken keresztül a látogatók jobban bele tudnak helyezkedni a történelmi alakok szerepébe, érzéseik és gondolataik megismerése emberközelibbé teszi őket a befogadó számára. A történetmesélés lehetőséget teremt a kulturális színtérből (attrakció) való kilépésre és a mindennapi élet bevonására, továbbá új informális tanulási környezetet biztosít (Schultz, 2023).

1.6.4 *Játékosítás és szórakozva tanulás (edutainment)*

A játékosítás (gamification) lényege, hogy a munkában vagy az oktatásban a játékra jellemző szabályokat és technikákat alkalmazzák egy kívánt cél elérése érdekében. A múzeumi gyakorlatban ez leginkább az interaktív táblák használatát jelenti, de ide sorolható például a szabadulószoza módszere is (Jókuthy, 2018).

Az edutainment a szórakozás és a tanulás keveréke, amelynek célja, hogy „egy sikeres és ösztönző környezetet biztosítson a tanulás számára” (Bodnár, 2019, p.22). A múzeumokban gyakran alkalmazzák ezt a módszert, hiszen a látogatók számára így sokkal érdekesebb és könnyebb a kapott információk befogadása, feldolgozása, amelyet interaktív eszközök bevonásával egészítenek ki és tesznek számukra még élvezetesebbé. A szórakozva tanulás „gazdagítja és átalakítja az élményt” (Bodnár, 2019, p.23) vizuális és játékos elemek, a narratív előadásmód, a történetmesélés, az interaktivitás stb. eszközeivel élve.

Az ebben a fejezetben ismertetett trendek a látogatók figyelmének felkeltését, az attrakciók élményígéretének növelését és új élménydimenziók megnyitását szolgálják. Alkalmazásuk, múzeumi gyakorlatba való integrálásuk a XXI. században már egyfajta elvárás a látogatók részéről, ezért mindenképpen fontosnak tartom, hogy az örökségturisztikai attrakciók (kastélyok) tisztában legyenek a legújabb trendekkel.

1.7 Interpretáció

Az örökség és a turizmus az interpretáció eszközével kapcsolható össze, amely érthető, kreatív, innovatív módon, az érzelmekre hatva tárja fel a mély összefüggéseket és adja át az örökség megértéséhez szükséges ismereteket (Nuryanti, 1996). Feladata, hogy oktasson, szórakoztasson, bemutasson, informáljon és élményekkel gazdagítson (Knudson et al., 1995). Puczkó – Rátz (2017) meghatározása szerint az interpretáció „művészet, illetve tudomány és technikák összessége, amelyek egy attrakció bemutatásáért kapcsolódnak össze, azt kézzelfoghatóvá téve.” Habár a kulturális örökség a turisztikai fejlesztések révén elérhetővé válik a nyilvánosság számára, nem mindegy, hogy hogyan kommunikálják azt a látogatók felé: az interpretáció feladata, hogy segítsen az egyénnek a látottakat az identitásához kapcsolni (Kulcsár – Bodrogai, 2021; Vargáné Csobán – Molnár, 2023).

„Ahhoz, hogy egy kiállítás üzenetei célba érjenek, többszintű interpretáció megvalósítására, valamint az eltérő célcsoportok igényeire és jellemzőire építő technikákra van szükség” (Bodnár et al., 2017, p.47). Az interpretáció eszköztára egyirányú (kiállított tárgyak, feliratok, audio guide-ok) és kétirányú kommunikációra (tárlatvezetés, digitális eszközök) épül. Az interpretációs eszközök lehetnek statikusak vagy dinamikusak. A statikus eszközök nem végeznek mozgást, kizárólag formai megjelenésükön keresztül segítik az interpretációt (pl.: kiállított tárgyak, információs táblák). A dinamikus eszközök a statikusoknál többet képesek nyújtani (pl.: hangot, mozgást, fényeket), amelynek következtében hatékonyabban tudják átadni az üzenetet (pl.: digitális eszközök, a személyes bemutatás módszere, a látogatók aktív bevonása) (Puczkó – Rátz, 2017).

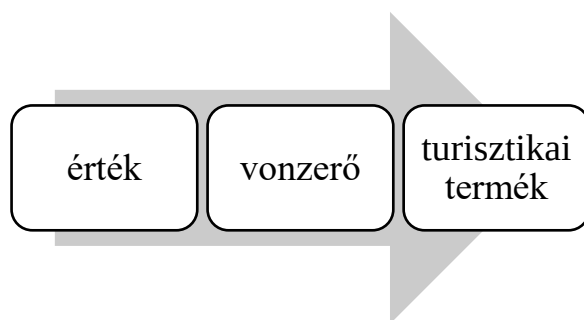
A dinamikus eszközök térnyerése egyre egyértelműbbé válik, ugyanis a múzeumok napjainkban azzal szembesülnek, hogy „a kereslet egyre gyengébb a klasszikus kulturális értékek iránt, ugyanakkor a technológiai innovációk, kulturális különbségek és extrémítások iránt jóval fogékonyabb” (Bodnár et al., 2017, p.47). A kulturális élményekkel szemben jelentős elvárás lett a fogyasztó interaktivitásra való ösztönzése, bevonása az élményteremtés folyamatába (Rátz, 2011). A fogyasztói szokások és a technológiai környezet gyors változása tehát új kihívások elé állítja az örökségattrakciók üzemeltetőit, és innovatív, önmegújító menedzsmentre sarkallja őket (Mészáros, 2020).

1.8 Az örökségi épületek interpretációja

Ahhoz, hogy egy örökségi érték attrakciót válhasson, egyrészt szükséges az infrastrukturális feltételek megteremtése, másrészt pedig az örökség megfelelő interpretálása a közönség számára, amely feltárja a természeti és épített örökség jelentését a látogatók számára tapasztalatok, tárgyak, tájak és helyszínek segítségével (Veverka, 2011). A turizmus eszköztárának egyik kiemelt eleme az interpretáció, amely által a műemléki épület eladható turisztikai termék, élménnyé alakítható (Gászné Bósz, 2021), és biztosítható „a jelen turisztikai terébe integrált múlt tér- és idősíkjai közötti élményszerű és hiteles átjárhatóság” (Gászné Bósz, 2021, p.34).

A látogatómenedzsment számára kihívást jelent, hogy az örökségattrakciók egy része (köztük a kastélyok is) nem turisztikai céllal jöttek létre (Puczkó – Rátz, 2017), ezért mindekelőtt a látogatási feltételeket kell megteremteni. Az örökségi épület önmagában nem adható el, mindenképpen szükséges azt izgalmas tematikára épülő vonzó tartalommal megtölteni és az élményszerű látogatást biztosító infrastruktúrát kiépíteni. A korszerűen üzemeltetett, modern fogyasztói igényeket kiszolgáló örökségattrakciók így a szabadidős tevékenységek egy lehetséges formáját, minőségi kikapcsolódást tudnak nyújtani (Gászné Bósz, 2021). Bodnár et al. (2017) hozzáteszi, hogy az örökségattrakciók oktatási szerepüket a szórakozva tanulás (edutainment) alapelve alkalmazásával és a jól megválasztott interpretációs módszerek használatával tudják betölteni.

A természeti, kulturális, történelmi stb. értékre épülő turisztikai termék a piacon is megkülönböztethetővé válik, egyediségét ugyanis az érték unikális volta adja. Az 1. ábra az érték-alapú turisztikai termék létrejöttét mutatja be.



1. ábra: Az értékalapú turisztikai termék létrejötte

Forrás: (Mészáros, 2020) alapján saját szerkesztés (2023)

A termék magját érték alkotja, amely alkalmas a fogyasztó érdeklődésének felkeltésére. A műemlékek bemutatása esetén a központi elem tehát a (visszaállított) eredeti állapot és annak valamiféle értelmezése az interpretáció segítségével. Az utazási szándékot azonban majd a

vonzerő fogja kiváltani, míg a fogyasztói szükségletet a turisztikai termék elégíti ki (Mészáros, 2020).

A hazai műemlékvédelemben jelentős szemléletváltás következett be az elmúlt évtizedekben, az egyszerű állagmegóvástól ugyanis eljutottak az örökség teljes, eredetiségre törekvő rekonstrukciójáig (Gászné Bösz, 2021). A kulturális attrakciók és műemléki épületek vonzereje úgy növelhető, ha az újszerű élmények mellett lehetőséget nyújtanak az örökség autentikusságának és élményszerűségének egyidejű megtapasztalására (Husz, 2016). A közönség elvárásaihoz igazított műemléki bemutatás jelenti ugyanis a kapcsolatot az örökségvédelem és a turisztikai fejlesztés között (Katona et al., 2021).

A kastélyok történelmének megfelelő interpretálása egyben reprezentálja korának művészeti, kulturális és politikai teljesítményét is (Kulcsár – Bodrogai, 2021). A múlt és jelen közötti átjárhatóságot a kastélyok esetében az interpretáció segíti, amely a jelen igényeihez igazítja a múlt egy darabját. A jó interpretáció fokozza a látogatói részvételt, vagyis aktivizálja a látogatót és bevonja az élményteremtés folyamatába, a vendégközpontú bemutatással pedig életre kelti a műemléket. Amellett, hogy élményt nyújt, tudatosítja a látogatókban az örökség (kastély) megóvásának fontosságát és értékét. Mindezeket túl pedig beazonosíthatóvá teszi, megkülönböztethetővé, egyedivé, amely az egyre több és többféle attrakciót kínáló turizmus piacán jelentős versenyelőnyt jelent (Gászné Bösz, 2021).

1.9 A Z generáció fogyasztói szokásai

A globalizált világ gyorsan változó igényei és a digitalizáció megjelenése a turizmusban kihívások elé állítják a szolgáltatókat. A kulturális turizmus fejlődése az attrakciók folyamatos megújulását, új technológiák bevonását követeli meg. A megváltozott fogyasztói igények kielégítése érdekében lépést kell tartani a legújabb trendekkel és felkészülni a folyamatosan változó látogatói elvárások kiszolgálására. A turisztikai attrakciók sikeressége nagyrészt azon múlik, milyen élményt sikerült generálniuk, miközben az innováció és megújulás a versenyképesség zálogává vált (Jászberényi, 2022).

Az örökségattrakcióknak tisztában kell lenniük azzal, hogyan tudnak a leginkább megfelelni a gyorsuló világ új kihívásainak és az átalakuló keresletnek. A kulturális- és örökségturisztikai attrakciófejlesztésben kiemelt szerepet játszik a Z generáció ismerete, hiszen ők azok, akiknek az örökséget továbbadjuk, a későbbiekben már rajtuk múlik, hogy mihez kezdenek vele. Éppen ezért fontos számukra is érthetően, érdekesen, élvezetesen interpretálni az örökségi értéket. A szolgáltatóknak versenyképességük megőrzése érdekében tehát törekedniük kell a Z generáció élményelvárásainak megismerésére és minél hatékonyabb kielégítésére, mert „e

nemzedék fogyasztói szokásai alapjaiban változtatják meg a szolgáltatók eddigi piaci stratégiáját, menedzsment és marketing politikáját” (Kulcsár – Grotte, 2018, p.5).

Az egyes generációk kor szerinti meghatározásában nem értenek egyet a kutatók, ám a legfőbb jellemzőiket tekintve konszenzus mutatkozik (Törőcsik, 2013). Egyes források szerint az 1980-as évektől, mások szerint 1995-től kell számítani a Z generációt, Reeves és Oh (2007) még későbbtől, 2000-től számítja (Törőcsik, 2013). A dolgozatban és a kérdőíves felmérésben McCrindle (2014) és Oblinger – Oblinger (2005) meghatározását vesszük alapul, miszerint a Z generáció tagjai az 1995 és 2010 között születettek.

A generációt alkotó fiatalok, a „digitális bennszülöttek” (Prensky, 2001) egy gyorsan változó, rohamosan fejlődő digitális korszakban születtek és nőttek fel, számukra a digitális eszközök használata nem jelent nehézséget. Okostelefonjukat mindenhol magukkal viszik, mindennapjaikat átszövi a közösségi média, ahol életük számos pillanatát megosztják. Tartalom- és tudásorientáltak, vágnak az információra, amelyet azonnal meg is szeretnének kapni. Élettempójuk – az online tér ingerekben gazdag környezetéhez igazodva – meglehetősen gyors, ezért alacsony a koncentrálókéességük időtartama, rövid ideig tudnak egyetlen dologra figyelni, multitasking jellemzi őket. Fogyasztói szokásaikat tekintve fontos számukra a személyes szabadság, kevésbé lojális fogyasztók, bátrak és kezdeményezők (Törőcsik, 2013).

Utazásaik során maradandó, személyre szabott élményekre vágnak, keresik az egyediséget, amelyet digitális eszközeik segítségével azonnal meg is osztanak az online térben. Kedvelik az okos megoldásokat (a szolgáltatások digitalizációját), legyen szó szálláshelyről, destinációról vagy turisztikai attrakcióról (Kulcsár – Grotte, 2018). Mivel az okostelefon és a digitális eszközök a mindennapi életük részévé vált, sok időt töltenek az online térben, ezért a leghatékonyabban internetes hirdetésekkel lehet őket elérni (Törőcsik, 2013).

Fontos számukra a játék és az interaktivitás, ahogyan az internetes játékok világában, úgy a valóságban is szórakoztató feladatokat keresnek, az élményt pedig egyszerre több érzékszervükkel szeretnék átélni (multiszenzoralitás). Igényeik azonnali kielégítésére törekcsenek, az információt rögtön meg akarják szerezni, amelyet nagyon gyorsan fel is dolgoznak (Törőcsik, 2013). Valós idejű információkat, rövid és hatásos üzeneteket várnak el, a kommunikáció során pedig előnyben részesítik azokat a csatornákat, amelyeken képekkel és videókkal lehet információt megosztani (Kulcsár – Grotte, 2018).

Az 1. táblázat a Z generáció szakirodalomból megismert fogyasztói szokásait, és azok kielégítésére szolgáló interpretációs eszközöket, technikákat mutatja be.

1. táblázat: A Z generáció fogyasztói szokásaihoz kapcsolódó interpretációs eszközök

A Z generáció fogyasztói szokásai	Az igény kielégítésére szolgáló interpretációs eszköz, technika
okoseszközök használata	visual guide applikáció, QR-kód leolvasása
közösségi média aktív használata	QR-kód leolvasásával honlapok, közösségi média profilok megnyitása, videók elérése
tartalom- és tudásorientáltság	rövid, hatásos információk
gyors élettempó	tömör információk
magas ingerküszöb	extrém élmények (szabadulószoza, virtuális valóság)
kommunikáció képekkel, videókkal	képes anyagok, filmek, hologramok
rövid és hatásos üzenetek	rövid, tömör információk az információs táblán
információ azonnali megszerzésének igénye	rövid, tömör információk az információs táblán
multitasking	hatás egyszerre több érzékszervre (hanghatások, vizuális effektek, tárgyak megérintése)
játékosság és interaktivitás	szabadulószoza, élő társasjáték, interaktív feladatok, történetmesélés (storytelling)

Forrás: (Törőcsik, 2013; Kulcsár – Grotte, 2018) alapján saját szerkesztés (2024)

A Z generáció fogyasztói szokásainak ismeretében (hiperrealitás, gyors információszerzés, magas ingerküszöb stb.) megállapíthatjuk, hogy a felgyorsult virtuális világban élő fiatalok számára már ingerszegény és érdektelen a hagyományos (múzeumi) bemutatás, megszólításukhoz egészen új eszköztárra lesz szükség (Jászberényi, 2022). Az ő elvárásait, folyamatosan változó igényeit a szolgáltatók csak új eszközök és ismeretek birtokában képesek kielégíteni.

2 KUTATÁSI MÓDSZERTAN

A kutatási kérdések megválaszolásához és a hipotézisek igazságtartalmának vizsgálatához több módszer együttes alkalmazására, szekunder és primer kutatásokra volt szükség, amelyeket az alábbiakban ismertetek.

2.1 Szekunder kutatás

A kutatás a hazai és nemzetközi szakirodalom elemzésével kezdődik, amelynek keretein belül sor kerül az alternatív turizmusformák (elsősorban a kulturális és az örökségturizmus, a kastély- és várturizmus) jellegzetességeinek ismertetésére, meghatározásra kerül a kultúra és az örökség fogalma, viszonya a turizmussal. Ezt követően bemutatom a hazai kastélyállomány múltját és jelenét, lehetséges funkcióikat és a turisztikai hasznosítás legfontosabb jellemzőit, továbbá a jelenlegi kastélyhasznosítási törekvéseket. Ezután ismertetem az örökségturisztikai attrakciók interpretációjának legújabb trendjeit, a látogatómenedzsment újdonságait, majd a modern kori örökségattrakciókkal (kastélyokkal) szemben támasztott elvárásokat és a Z generáció szakirodalomból ismert fogyasztói szokásait.

A dolgozat témájából adódóan a hazai szakirodalmi források vannak túlsúlyban, de számos esetben megjelennek a nemzetközi tudományos munkák eredményei is. A kastélyok hasznosítása során elkerülhetetlen a jogi környezet elemzése, ezért törvényekre, kormányhatározatokra és pályázatokra is hivatkozok egyes helyeken. Az általam feldolgozott irodalom jó részt folyóiratokból, könyvekből, doktori disszertációkból áll, ez adja a dolgozat elméleti, tudományos háttérét. A téma aktualitása és a kastélyok felújítását jelenleg övező erőteljes sajtóvisszhang okán azonban internetes forrásokat (cikkek, interjúk, közlemények, honlapok tartalma) is felhasználok, hogy átfogóbb képet nyújthassak az általam vizsgált kérdésekről.

A szekunder elemzés segítségével mélyebb betekintést nyerhettem a kastélyok múltjába, jelenébe, és kirajzolódott előttem egy lehetséges jövőkép számukra, amely meghatározta a primer kutatásom irányát. A másodlagos források között a korábban megjelent publikációimat is felhasználom.

2.2 Primer kutatás

Dolgozatomban a primer kutatást kérdőíves felméréssel és szakmai mélyinterjúval végeztem el. Ezen kívül számos weboldal elemzésére került sor, elsősorban az NKVP egyes helyszínei és a NÖF Kft. honlapját vizsgáltam. A szakirodalom elemzése után SWOT-analízist készítettem a hazai kastélyok jelenlegi piaci helyzetéről. A hazai és nemzetközi források

(szakirodalom és esettanulmányok) és saját javaslataim alapján összeállítottam egy táblázatot a kastélyturizmus kapcsolódási lehetőségéről más turisztikai termékekkel.

2.2.1 Szakmai mélyinterjú

Az interjú alanya Gulyás Eszter, a Magyar Kastélyszállodák és Történelmi Épületek Szövetségének társalapítója és elnöke, a röjtökmuzsaji Szidónia Kastélyszálloda marketing igazgatója volt. A szakember 2006 óta dolgozik a Szidónia Kastélyszállodában, és 2015 óta tölti be a Szövetség elnöki pozícióját, ezért számos értékes szakmai tapasztalattal rendelkezik a kastélyszállodák, de általában a kastélyok üzemeltetése és modernkori hasznosításuk területén is, ezért őt tartottam a legmegfelelőbb alannak az interjúm elkészítéséhez. A szakmai mélyinterjú kérdései a hazai kastélyok piaci helyzetére, a kastélyállomány jelenlegi állapotára, a funkcióváltás lehetőségeire vonatkoztak, de szóba került a COVID-19 járvány hatása, a fiatalok megszólításának fontossága, a műemlékvédelmi szabályok tiszteletben tartása és a modern kor igényeinek való megfelelés nehézségei is. A beszélgetésre telefonon, 2022. február 17-én került sor.

2.2.2 Kérdőíves felmérés

Kérdőíves kutatásom során arra kerestem a választ, hogyan viszonyulnak a Z generáció tagjai az épített örökséghez, ezen belül a kastélyokhoz, milyen szerepet szánnak nekik a XXI. században, illetve milyen élmények, programok érdekesek számukra, a bemutatás mely eszközeit preferálják a látogatás során. A minta elemszáma 198 fő volt, az adatfelvétel 2023. március 24. és 2023. április 12. között zajlott. A kutatás nem tekinthető reprezentatívnak.

Az online kérdőívet a Z generáció tagjai töltötték ki. A dolgozatban és a kérdőíves felmérésben McCrindle (2014) és Oblinger és Oblinger (2005) meghatározását vesszük alapul, miszerint a Z generáció tagjai az 1995 és 2010 között születettek. A kérdőív első része arra vonatkozott, hogy mely hazai kastélyokat látogatta a kitöltő, és az hogy tetszett neki. Ezután a felújítás fontosságáról és lehetőségeiről szóló kérdések következtek, majd arra kellett választ adni, milyen élményeket szeretne leginkább átélni egy felújított kastélyban. Ezt követően 5 fokozatú Likert-skálán kellett értékelni, hogy milyen információkra kíváncsi a kitöltő egy látogatás során. A következő kérdések a kastélyok marketingjére, népszerűsítésének lehetőségeire vonatkoztak. Ezután különböző, a látogatásra vonatkozó állításokat kellett értékelni 5 fokozatú Likert-skálán aszerint, hogy mennyire ért vele egyet a kitöltő.

Az utolsó rész demográfiai kérdéseket tartalmazott. A minta elemszáma 198 fő volt, a kitöltők 65,15%-a nő, 34,85%-a férfi volt. Életkor tekintetében a 21 és 28 év közötti kitöltőből volt a legtöbb (68,18%). Állandó lakóhelyüket tekintve a minta jelentős része (45,45%) megyeszékhelyen él. Szintén meghatározó a városban (35,35%) és a faluban (15,15%) élők száma,

míg a fővárosban csupán 4,04%-uk él. Régiót tekintve legtöbben az észak-alföldi (79,8%), az észak-magyarországi (9,6%) és a fővárosi régióban (4,04%) élnek. A következő demográfiai kérdés arra vonatkozott, hogy milyen képzési szinten tanulnak. A minta legnagyobb része (56,06%-a) alapképzésen tanul, de sokan tanulnak szakközépiskolában (12,12%) és mesterképzésen (10,10%) is, 2,02%-uk jelenleg semmilyen intézményben nem folytat tanulmányokat.

A kutatás során megszerzett adatokat a Microsoft Office Excel és az IBM SPSS programmal dolgoztam fel. A válaszokat a jobb átláthatóság érdekében diagramokkal szemléltettem. Az 5 fokozatú Likert-skálán mért adatokból kapott eredmények átlagát és szórását is ismertettem, amelyről ábrát is készítettem. Ezenkívül keresztábra elemzést végeztem, amelynek célja a kastélyok hasznosítási formája és a felújításuk közötti összefüggések vizsgálata volt.

2.2.3 *Internetes tartalomelemzés*

A megújult kastélyok kínálatának bemutatását kiemelten fontosnak tartom, hiszen ezzel igazolható, hogy az épületek rekonstrukcióján túl szellemi revitalizációjuk is végbement. A NÖF Kft. fenntartásában álló, már a nagyközönség számára is nyitva álló intézmények honlapjainak részletes elemzése által ismertetem a kiállításokon használt interaktív és digitális interpretációs eszközöket, a minden helyszínen elérhető egységes szolgáltatásokat.

3 EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

A dolgozat fő részét képező fejezet a kastélyokra mint turisztikai termékekre fókuszál. Ebben a fejezetben kapott helyet a hazai kastélyállomány jelenlegi helyzetének ismertetése, a hasznosításukkal járó kihívások, problémák, és az ezekre megoldást kínáló újszerű kezdeményezések, jó gyakorlatok bemutatása is. A primer kutatás alapját a szakmai mélyinterjú, a kérdőíves felmérés és az internetes oldalak tartalomelemzése adta.

A fejezet első részében az interjú eredményei olvashatóak, tematikus csoportosításban. A beszélgetés központi témája a hazai kastélyturizmus helyzete, az épületek (turisztika) hasznosításának nehézségei voltak, de mivel az interjú alanya a kastélyszállodák üzemeltetése területén is több mint 15 éves szakmai tapasztalattal rendelkezik, állításait sokszor a szállásadó funkcióval felruházott kastélyok példájával támasztotta alá. Az ismertetett gyakorlatok azonban a turizmusba más céllal bevont épületekre is érvényesek (pl.: a NKVP során megújult, NÖF Kft. fenntartásában álló kastélyokra). Gulyás Eszter gondolatait néhány esetben kiegészítettem a szakirodalmi források témára vonatkozó megállapításaival is.

A szakmai mélyinterjú eredményeinek ismertetése után a kastélyok honlapjainak tartalomelemzése következik, amelynek során bemutatásra kerülnek az itt elérhető interpretációs eszközök, az egyes helyszíneken elérhető egységes szolgáltatások és a különböző rendezvények is. Ezt követően a szakirodalmi források és saját eredményeim alapján javaslatokat fogalmaztam meg a kastélyturizmus népszerűsítésére vonatkozóan és SWOT-analízist készítettem a hazai kastélyturisztikai kínálatról. A fejezet utolsó részében a kérdőíves felmérés elemzésére kerül sor, amely a műemléki épületek modern kori bemutathatóságát, a Z generáció ezzel kapcsolatos elvárásait mutatja be.

3.1 Kastélyok felújítása és bevonása a turizmusba

Kastélyfelújításba fektetni manapság igen költséges és kockázatos vállalkozás. Mint arról korábban szó volt, a rendszerváltást követő privatizációs törekvéseknek köszönhetően számos kastély került magánkézbe. Míg az ingatlanpiacon viszonylag könnyen hozzá lehet jutni egy kastélyhoz vagy kúriához, addig a felújítás költségei meglehetősen magasak. A kastély fenntartási költségeinek előteremtésére mindenképpen profitorientált gazdasági tevékenységet kell végezni. Az ebből származó bevételek (múzeumoknál belépőjegyek, szálláshelyeknél szállásdíj, rendezvényhelyszíneknél bérleti díj) sem mindig elegendőek, ilyenkor önkormányzati vagy állami támogatásra is szüksége lehet az intézménynek. Amennyiben az üzemeltető a nonprofit működtetés mellett dönt, kezdetben akkor is szükség van bevételt generáló tevékenységre a projekt finanszírozásához (Horváth, 2020).

Gulyás Eszter megerősítette a gazdasági fenntarthatóság nehézségeit, hangsúlyozva, hogy a választott gazdasági tevékenység semmilyen formában nem károsíthatja az épületek fizikai állapotát, a működtetés során tiszteletben kell tartani a kastély magas eszmei értékét. A romos, rossz műszaki állapotban lévő épületek egyszeri helyreállítása nem elegendő, állandó karbantartásra és állagmegóvásra van szükség (Gulyás, 2022).

A turizmusba bevonni kívánt épületeknek ráadásul olyan modern technológiai elvárásoknak kell megfelelniük, (légkondicionáló berendezés, az elektromos vezetékezés, gáz- és vízvezetékezés, lift) amelyek nehezen vagy egyáltalán nem egyeztethetők össze a műemlékvédelmi szabályokkal. Az üzemi helyiségeket, konyhát, garázst úgy kell kialakítani, gépekkel berendezni, megoldani a vezetékezésüket és a szellőzésüket, hogy az épület szerkezetében semmiféle kár ne essen, és a módosítások legkisebb jelei se látszódnak.

A magas igénnyel érkező vendégekből a műemlékvédelem és a modern technológia ütközése, a kompromisszumos megoldások elégedetlenséget válthatnak ki. Gulyás Eszter elmondta, hogy a műemlékvédelmi korlátozások mellett nehéz fejlődni, újdonságokat bevezetni, a kívánt beruházások ugyanis évekig elhúzódhatnak a hivatali szabályok miatt. A vendégeknek fontos azonban tisztában lenniük azzal, hogy egy egyedi, akár többszázéves műemléki épületben szállnak meg, amelynek sajátja a helyenként alacsonyabb komfortérzet, csalódottságukat azonban más, csak ott átélhető élmények enyhíteni tudják (Gulyás, 2022).

Ahogy az interjúból is kiderült, a piaci hasznosítást tovább nehezíti, hogy az épületek turisztikai szempontból csak korlátozottan terhelhetők. A rossz szigetelés, a régi nyílászárók és nagy terek miatt az épületek fűtése nagyon drága, ráadásul a színvonal megtartása érdekében követelmény az állandó állagmegóvás, karbantartás, restaurálás is, a hatalmas park művelése. A költségek fedezése pedig csak állandó vendégforgalom mellett lehetséges (Gulyás, 2022).

A turisztikai hasznosításnál szükséges figyelembe venni a régió ismertségét is, a tényleges vendégforgalmat generáló attrakciók számát. A kastélyok általában vidéki területen helyezkednek el, gyakran elmaradott térségekben, ahol az infrastruktúra, a kereslet és a helyi vonzerőkínálat hiánya nehezíti a működőképes turisztikai attrakció kialakítását (Fekete J., 2019). Azonban az olyan attrakció, amely elég élményt és lehetőséget kínál a szórakozásra és kikapcsolódásra, sokkal kevésbé van kiszolgáltatva a desztináció vonzerejének.

3.2 A kastélyszállodák tapasztalatai

A kastélyok eredetileg nem csupán lakófunkciót tölthettek be, a szükséges szobaszám többszöröse állt tulajdonosaik rendelkezésére, hiszen gyakoriak voltak a vendégfogadások, hosszú látogatások. A vendégek és a lakók számára ellátási, vendéglátási, szórakozási lehetőséget kellett biztosítani, de a tanácskozási, kulturális és pihenési célt szolgáló helyiségek sem

hiányozhattak (Kátay, 2009). Husz (2007) megállapítja, hogy a kastélyok szállásadó funkcióval való felruházása, tehát a kastélyszállodaként való hasznosítás áll legközelebb az épület eredeti funkciójához. Az ilyen típusú szálláshelyek egyediségét a vendéglátó funkció történelmi örökséggel való ötvözése adja (Kovács, 2002; Lee – Chhabra, 2015).

Történelmi épületben megszállni felér egy időutazással, ottlétük alatt a vendégek átélhetik a legendákat, a hely sajátos hangulatát, szellemét (*genius loci*). A kastélyszállodák olyan különleges érdeklődésű látogatók igényeit igyekeznek kielégíteni, akik nyitottak az újdonságok iránt és egy különleges helyszínen szeretnének megszállni. A kastélyszállodák kínálati elemei közé tartozhatnak azok a sportok, szabadidős tevékenységek, amelyeket egykor az arisztokraták űztek. Számos hazai kastélyszálloda kínál lehetőségeket a főúri sportok (golf, vadászat, lövészet, lovaglás, úszás, tenisz) művelőinek, és nyújt egyéb, az arisztokráciához köthető szórakozási lehetőségeket (pl. billiárdszoba, kártyaszoba stb.).

Az interjúból kiderült, hogy a vendégek jellemzően magas igényekkel érkeznek, elvárják azt a luxust és az exkluzivitást, amit a kastélyhoz mint főúri rezidenciához kapcsolnak (pompa, fényűzés, gazdagság, jólét, előkelő környezet). A kastélyszálló magában hordozza mindezeket a tulajdonságokat, de már egy kevésbé merev, modern formában, lazán kezelt etikettel, inkább a jó hangulatra, családias légkörre törekedve. Gulyás Eszter elmondta, hogy a röjtökmuzsaji Szidónia Kastélyszállodában a vendégek többsége középkorú vagy idős látogató, de igyekeznek megszólítani a fiatalabb korosztályokat is, ezt tartja az egyik legfontosabb feladatuknak a köz-eljövőben (Gulyás, 2022).

Tapasztalata szerint a fiatalok elavultnak, unalmas látják a kastélyokat, ezért elzárkóznak egy ilyen utazástól, ritkán választják szálláshelyként vagy attrakcióként az ilyen típusú épületeket. Véleménye szerint ennek a rossz kommunikáció volt az oka, amely azt sugallta, hogy ezek a szálláshelyek exkluzív, fényűző helyszínek, ahol szigorú illemszabályoknak kell megfelelni. A szakember a kastélyok számára az aktívabb közösségi média jelenlétet szorgalmazza (Facebook, Instagram, TikTok), hogy „lerombolja” ezt a mítoszt, és az ifjúság számára is vonzóvá váljanak akár szálláshelyként, akár kulturális attrakcióként. Abban hisz, hogy a tradíciókat tisztelni kell, a legendákat életben kell tartani, de mindemellett szükség van a fejlődésre is, a modern technológiák pedig diszkréten beépíthetők a történelmi falak közé (Gulyás, 2022).

Gulyás Eszter elmondta, hogy a pandémia érzékenyen érintette a hazai kastélyszállodákat is, elsősorban a járvány következtében kialakult munkaerőhiány jelentett számukra problémát. Hozzátette, hogy 2020 nyarán, a COVID-19 járvány enyhülését és a lezárások feloldását követően jelentősen megnőtt a Szidónia Kastélyszállodában a belföldi vendégek száma, akik

előszeretettel választották a családi hangulatú, viszonylag kis méretű kastélyszállodát a külföldi desztinációkkal és nagyobb szállodákkal szemben (Gulyás, 2022).

A Szövetség elnökének véleménye szerint a hazai kastélyszállodák elsősorban *egymás* versenytársai, a történelmi szálláshelyek iránt érdeklődő vendégek számára nem jelent akadályt a földrajzi távolság, a nehezebb elérhetőség, ha ilyen típusú szálláshelyet kívánnak felkeresni. Meglátása szerint a kastélyturizmus piacán nem az ár az elsődleges utazási döntést befolyásoló tényező, sokkal inkább a kiemelkedő színvonalú, érdekes programokkal, a korhű hangulat megteremtésével és a személyre szabott kiszolgálással lehet versenyelőnyt szerezni (Gulyás, 2022).

A szálláshelyek legtöbbször rendezvényhelyszínként is működnek. Számos kastélyszálló használja ki a romantikus, idilli park és a kastélyépület szépsége nyújtotta előnyöket, családi és céges rendezvényeknek, baráti összejöveteleknek, konferenciáknak, esküvőknek adnak otthont. A komplex – szálláshelyként és rendezvényhelyszínként való – hasznosítás elősegíti a szélesebb rétegek megszólítását, csökkenti a szezonalitást és állandó bevételt biztosít (Gulyás, 2017).

A szakember a kastélyok turisztikai hasznosításának, ezen belül a kastélyszállodák működtetésének nehézségeit több tényező együttes hatásában látja, és azokat a következőképpen foglalta össze. Az ilyen típusú épületek jellemzően vidéki térségekben helyezkednek el, ahol esetenként számolni kell a rossz infrastruktúrával és a képzett munkaerő hiányával. A hatalmas park művelése óriási többletköltséget jelent, a rossz szigetelés, a korszerűtlen nyílászárók miatt a rezsiköltség is jelentős. A fejlesztések, beruházások, újdonságok bevezetése pedig a műemléki szabályok miatt korlátozottan vagy egyáltalán nem valósul meg (Gulyás, 2022).

3.3 A hazai kastélyhasznosítás gyakorlata

A külföldi jó gyakorlatokat alapul véve Magyarországon is megindult a pusztuló örökségi épületek (kastélyok, várak, egyéb épületek) rekonstrukciója, revitalizációja, amelynek célja, hogy megóvja az enyészettől nemzetünk pótolhatatlan kulturális értékeit és piacképes turisztikai attrakciókat hozzon létre az elhanyagolt épületekben. A következő fejezetben a Nemzeti Kastély-és Várprogram eredményei és a Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft. tevékenysége kerül bemutatásra.

3.3.1 A Nemzeti Kastély-és Várprogram eredményei

A Nemzeti Kastély-és Várprogram (a továbbiakban NKVP) mérföldkövet jelent a hazai műemlékvédelemben, hiszen segítségével az enyészettől óvhatjuk meg felbecsülhetetlen értékű, pótolhatatlan épületeinket. A programban 2014 és 2020 között 18 kastély és 12 vár újult meg: az örökségmegőrzés és a műemlékhelyreállítás mellett ezek az épületek jól értékesíthető turisztikai terméksomagokká váltak (Nemzeti Kastély-és Várprogram, 2024). A fejlesztésekhez szükséges források nagyobbik részét, 40 milliárd forintot a GINOP (Gazdaságfejlesztési és

Innovációs Operatív Program) biztosította (1773/2016. Kormányhatározat), míg a fennmaradó 20 milliárd forint kormányzati támogatásból származott (Turizmus.com, 2020).

A pályázat az alábbi tevékenységek kialakítását támogatja:

- egyedi turisztikai profil kialakítása a kastélyok számára
- örökséghelyszín eredeti funkciójának bemutatása
- élményszerű látogatást biztosító interpretációs technikák (digitális eszközök, interaktív bemutatási formák) integrálása
- többfunkciós kiállítótér kialakítása
- nemzetközi vonzerővel rendelkező, az épület történelméhez kapcsolódó rendezvények feltételeinek megteremtése
- kastélykertek parkosítása

A pályázat az alábbi általános elvárásokat támasztja a felújított kastélyok felé:

- keresleti megalapozottság, célcsoport szegmentációja
- megkülönböztethető, a vonzerő egyediségére épülő profil
- hozzájárulás a látogatószám, a turisták költségének növeléséhez, a szezon meghosszabbításához a desztinációban
- az attrakció piacra vitelét célzó marketingtevékenység folytatása
- bemutathatóságot szolgáló attrakció-elemek kialakítása
- együttműködés a helyi turisztikai szervezetekkel
- a helyszínek egységes brandhez való illeszkedése (Magyarország Kormánya, 2015)

A pályázat kiemeli a turizmus erős multiplikátorhatását, amely hozzájárulhat a helyi gazdaság élénkítéséhez munkahelyteremtés és üzleti lehetőség biztosítása által (Magyarország Kormánya, 2015). A hazai kastély- és várturizmust a program új szintre emelte (Turizmus.com, 2022a). A korhűen helyreállított, eredeti (vagy replika) bútorokkal berendezett kiállítóterekben az interaktív attrakciók és a színes kulturális programkínálat széleskörű művelődés lehetőségét nyújtja a látogatók számára (Vargáné Gálicz – Dávid, 2023).

A megújult kastélyokban a látogatók méltó fogadásának infrastrukturális fejlesztései (pl.: parkoló, kávézó, ajándékbolt stb.) mellett érdekes és figyelemfelkeltő, az intézmény egyediségét és történetét hangsúlyozó kiállítások kerültek kialakításra. A folyamatosan változó fogyasztói elvárásoknak megfelelően, és a legújabb trendekre reflektálva a kiállítások minden helyszínen az élményben való elmerülést, az aktív bevonódást és az interaktivitásra épülő feladatokat helyezték előtérbe a hagyományos múzeumi gyakorlattal szemben (Virág, 2022).

A történelmileg értékes, ám a XX. században elhanyagolt és méltatlanul mellőzött épületeket szeretnék visszaemlíteni a köztudatba azáltal, hogy új funkcióval felruházva jelennek meg a hazai és nemzetközi kulturális turizmus piacán. A turisztikai hasznosítás során az épület egyrészt visszanyeri eredeti formáját a műemlékvédelem szempontjait figyelembe véve, másrészt pedig a funkcióváltásnak köszönhetően láthatóvá, értékelhetővé és értelmezhetővé teszi a nemzeti történelmi örökséget a nagyközönség számára is. Az interaktív kiállítások, a digitális eszközök használata, a kastélyokba kihelyezett rendhagyó történelemórák és múzeumpedagógiai foglalkozások elősegítik a szórakozva tanulást, és hozzájárulnak a jövő generációjának szemléletformálásához azáltal, hogy felhívják a figyelmet az örökségi értékekre (Glázer, 2022b).

A hazai kastélyok a felújítást és a funkcióváltást követően az örökségturisztikai kínálat kiemelkedő attrakciójává váltak. A fizikai megújuláson túl az épületek szellemi rehabilitációja is végbement, amelynek során értékes, újszerű szolgáltatásokkal gazdagodtak. A hasznosítás során kiemelt szempont volt, hogy a kastélyokban helyet kapó kiállítások és programok a látogatók minél szélesebb körét meg tudják szólítani, és minden korosztály érdeklődését felkeltsék.

A felújított épületek egységes turisztikai rendszer részeként, egységes desztinációkként jelennek meg a hazai kulturális és örökségturizmus kínálatában. Mindegyik műemlékben innovatív látogatómenedzsment-rendszer kerül bevezetésre, amely az élményszerű, többretegű bemutatásért felel majd. A XXI. századi fogyasztói igényeknek és trendeknek megfelelő attrakciók kialakításánál fontos szempont volt, hogy komplex szolgáltatások nyújtásával, több bevételi forrásra támaszkodva kínálják a szabadidő tartalmas eltöltését. A kiállítások látogatásán túl lehetőség van családi és céges, akár exkluzív diplomáciai rendezvények lebonyolítására, de filmforgatás, esküvő, divatbemutató és tematikus fotózás helyszínei is lehetnek a patinás épületek.

A szimbolikus jelentőségű épületek a nemzeti kulturális örökség részei, amelyek erősítik a helyi gazdaságot és összetartják a közösségeket (Nemzeti Kastély-és Várprogram, 2024). A kastélyok felújítása éppen ezért presztízserő (Vargáné Gálicz – Dávid, 2023): minőségi, komplex rekonstrukcióval nemzetközileg is versenyképes örökségturisztikai attrakciókká válhatnak (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030).

3.3.2 A Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft. tevékenysége

A Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft. (a továbbiakban NÖF Kft.) egy tisztán állami tulajdonú cég, amely 2017 óta felel az NKVP megvalósításáért, a programba bevont épületek felújításáért és üzemeltetéséért. Célja, hogy értékeinket, a nemzeti vagyonnak minősülő kastélyokat és várakat méltó módon újítsák fel és mutassák be a nagyközönségnek. Az épületek a turisztikai funkcióváltást követően közcélú, látogatható formában biztosítják,

hogy az örökséghez mindenki egyenlően hozzáférhessen és szabadon látogathassa ezeket az intézményeket (Glázer, 2022b).

A felújítások során a történelmi épületek rekonstrukcióján túl jól értékesíthető turisztikai termékek létrehozása a cél, amelyek az attrakciófejlesztéssel mindenki számára befogadhatóvá válnak. Annak ellenére, hogy az épületek felbecsülhetetlen, pénzben nem kifejezhető értéket képviselnek, üzemeltetésük során mindenképpen szükséges a bevételorientált piaci szemlélet, amelynek segítségével az attrakciók önfenntartóvá válhatnak. Az épületeket szabadidős és MICE rendezvényhelyszínként is szeretnék pozicionálni, hogy a látogatók szélesebb körével is megismertethessék őket. Emellett fontos a komplex turisztikai kínálat kialakítása a helyi attrakciók bevonásával, amely akár tematikus utak létrehozásában is megnyilvánulhat (pl.: Rákóczi- és Esterházy-örökség) (Turizmus.com, 2020).

A hazánkban is meginduló korszerű műemlékhasználat trendje a külföldi jó gyakorlatokat követi, a történelmi épületek szellemi rehabilitációjának szükségességét ugyanis számos nemzetközi sikertörténet támasztja alá. Egységesen kommunikált, közös platformon megjelenített, kedvezménykártyákkal látogatható rendszert szeretnének kiépíteni az angliai örökségvédelmi gyakorlat (English Heritage) mintájára. Jelenleg a fertői Esterházy-kastély, a visegrádi vár, a Gödöllői Királyi Kastély és a keszthelyi Festetics-kastély vonz számottevő külföldi látogatót, de megfelelő menedzsmenttel és kommunikációval a többi helyszín is a nemzetközi turizmus látószögébe kerülhet. A külföldi piacokon való megjelenésben partnerek lehetnek a beutaztatással foglalkozó utazási irodák, akik a külföldi turisták figyelmébe ajánlhatják a műemléki épületeket (Turizmus.com, 2020).

A felújított műemlékek desztinációfejlesztő hatása is jelentős, ugyanis a kevésbé ismert desztinációkba is látogatókat csábítanak, bevételeik pedig lehetővé teszik, hogy a közeljövőben önfenntartóvá váljanak (Turizmus.com, 2022a). A közvetlen bevételek generálása mellett azonban „jelentős a munkahelyteremtő, az adott térség versenyképességét növelő képessége, a fogyasztáshoz kapcsolódó többletköltségek elérése, a kereskedelmi forgalom generálása, továbbá pozitív hatással van a tőkebefektetésekre, a turizmust kiszolgáló háttérpararra, a vidék és a térség fejlődésére” (Glázer, 2021, p.135).

A NÖF Kft. proaktív szerepet vállal a műemléki épületekkel rendelkező települések kulturális életében is. A lakosság igényeit kielégítő kezdeményezések mellett azonban elsősorban a hazai kastélyok és várak köztudatba kerülését, nemzetközi turizmusba való bekapcsolását kívánja elősegíteni (Turizmus.com, 2022b). A vállalat célja a „korszerű, valós keresleti igényeket kiszolgáló, élményalapú és fenntartható műemlékhasználat”, amely „minőségi, egyedi, értékláncba szervezett szolgáltatások” (Glázer, 2022, p.69) bevezetése által valósítható meg.

3.3.3 Magyar Kastélyszállodák és Történelmi Épületek Szövetsége

A kastélyturizmus népszerűsítésére irányuló állami törekvések (NKVP, NÖF Kft. tevékenysége) mellett kiemelten fontosnak tartom megemlíteni a hazánkban egyedülálló, egyéni kezdeményezéssel létrejött Magyar Kastélyszállodák és Történelmi Épületek Szövetségét, amely az országban működő történelmi jelentőségű épületek tulajdonosait fogja össze és biztosítja számukra az együttműködés, a közös érdekérvényesítés lehetőségét (Gulyás, 2022).

A Szövetség fő célja a szállodaként és/vagy rendezvényhelyszínként, múzeumként működő kastélyok képviselete, a kastélyturizmus köztudatba történő beemelése és népszerűsítése. Tagjai olyan, legalább százéves múlttal rendelkező kastélyok, kúriák és egyéb történelmi háttérű épületek lehetnek, amelyekben szálláshely, rendezvényhelyszín vagy egyéb szolgáltatást működik. A jelentkezőknek szigorú minőségi kritériumoknak kell megfelelniük a felvétel során, tagként azonban „értékes marketingtámogatásra [...] és a helyi kastélyturizmus fellendítésére számíthatnak” (Magyar Kastélyszállodák és Történelmi Épületek Szövetsége, 2024).

Gulyás Eszter, a Szövetség elnöke elmondta, hogy klubrendszerként fogják össze a hazai történelmi épületek tulajdonosait, akiket összeköt, hogy hasonló problémákkal szembesülnek az üzemeltetés során, olyan kihívásokkal, amelyek egy hagyományos szállodánál nem fordulnak elő. A jó közösség mellett azonban segítik is egymást, közös programokkal és rendezvényekkel igyekeznek népszerűsíteni a kastélyturizmust és felhívni a figyelmet a kulturális örökség megőrzésének fontosságára (Gulyás, 2022).

3.4 A megújult hazai kastélyok kínálata

Míg a klasszikus kulturális értékek iránti kereslet csökken, addig nő az érdeklődés a technológiai innovációk és az extrémítások iránt. A fiatalabb látogatók rövidebb ideig figyelnek egy tartalomra, hiszen a digitális eszközök folyamatos használata miatt figyelmük gyengül, ingerküszöbük nő. Az örökségattrakcióknak és kulturális intézményeknek el kell fogadniuk a fiatal generáció megváltozott igényeit, és alkalmazkodniuk kell a XXI. század felgyorsult élettempójához, hogy hosszú távon fennmaradhassanak (Bodnár et al., 2017).

A felújított kastélyok figyelemfelkeltő, nem mindennapos szórakozási lehetőséget kínálnak a látogatóknak. Az állandó kiállítások tematikája az épületek egyediségére épít, történelmi hitelességgel mutatják be az egykori lakók mindennapjait és a főnemesi életvitelt. A kastély autentikus hangulatát a modernitással vegyítve hoznak létre unikális turisztikai terméket. Az egyediség hangsúlyozásán túl azonban fontos szerepet játszik a történelmi környezet is a sikerben, amely magába hordozza az időutazás lehetőségét mint vonzó élményígéretet (Vargáné Csobán – Molnár, 2022).

A kiállítások létrehozásakor fontos szempont volt, hogy minden korosztály számára megteremtsék az élményszerű látogatás feltételeit. A legkisebbeket gyerekprogramok (kincskereső játék) és játszótér, az iskolásokat pedig múzeumpedagógiai foglalkozások (múzeumba kihelyezett tanóra) várják. Az interaktív játékok és digitális eszközök a felnőttek és a gyerekek számára egyaránt könnyen használhatók (érintőképernyős kijelzők, animációs filmek). A kiállításokon előszeretettel alkalmazzák a rövidfilmek, animációs filmek vetítését mint a látogatók bevonásának, az élményben való mélyebb elmerülés elősegítésének eszközét, de egyes kastélyokban projektorokat, érintőképernyős kijelzőket és hologramokat is használnak.

Gyakran alkalmaznak hanghatásokat is, mivel az emlékezetes élmények kiváltásának egyik eszköze a multiszenzoralitás (több érzékszervre hatás). Interaktív játékokban sincs hiány, a gyermekeknek szóló játékos feladatokon és detektív játékokon át egészen a szabadulószozáig kínálják a kastélyok és várak programjaikat. Az interaktivitás másik fontos elemeként számos tárgyat ki lehet próbálni, kézbe venni, a replika bútorokon helyet foglalni, de népszerű program a jelmezes fényképezkedés is (Vargáné Csobán – Molnár, 2022).

Habár hangsúlyos az egyes épületek egyedi profilja, működtetésük mögött egységes és tudatos örökségmenedzsment húzódik meg (a kastélyok honlapja azonos stílusú és felépítésű, mindegyik honlapról elérhető a többi felújított kastély weboldala is), amelyet a NÖF Kft. mint fenntartó lát el. A felújított helyszíneken egységes szolgáltatások érhetők el, amelyeket a 2. táblázat mutat be. Az egységes szolgáltatások egyrészt erősítik az NKVP arculatát és segítik a márkaépítést, másrészt megkülönböztethetővé teszik a helyszíneket más termékektől (Glázer, 2022a).

2. táblázat: **Egységes szolgáltatás a felújított kastélyokban**

Szolgáltatás megnevezése	Szolgáltatás részletes leírása
Legendárium	helyszínhez kapcsolódó mítoszok, legendák, híres személyek és események
Kertbirodalom	játékos szabadtéri attrakcióelemek a kastélyparkban
Minivilág	kiállítási egység és múzeumpedagógia a gyermekek számára, animáció, gyermekjátszó
Kerékpáros pont	kerékpártároló, szerviz
Lovaspont	lovas állomáspon, süvegfa, itató, etető
Kihíváspont	interaktív feladatok, interaktív társasjáték, szabadulószo
Állatbarát kert	állatsimogató, tematikus állatház, vadon élő állatok
Örökségpont	művészettörténeti információk, a feltárás és felújítás folyamata
Ajándékbolt	használati és ajándéktárgyak a helyszín tematikájához illeszkedve

Forrás: (Nemzeti Kastély-és Várprogram, 2024) alapján saját szerkesztés (2024)

A Legendárium a helyszínhez kapcsolódó híres személyeket és eseményeket jeleníti meg az egyedi tematikához illeszkedve. A történetmesélés gyakorlata kedvelt múzeumpedagógiai eszköz, a mesék, legendák által ugyanis a látogató mélyebben, érzelmi szinten is kapcsolódni tud a meglátogatott helyszínhez. A mítoszok és legendák összegyűjtése azért is fontos, mert gazdagítja a hely szellemiségét és segíti a termék pozicionálását (Glázer, 2022a). A Kihíváspont extrémebb élmények átélését, a szabadulósobák és interaktív társasjátékok kipróbálást teszi lehetővé. Ezek a tematikus játékok erős kohéziós erővel bírnak, a feladatokat ugyanis csapatban kell megoldani. A szolgáltatás célja, hogy a tipikus múzeumlátogatást mintegy megfűszerezve nyújtson maradandó élményt a látogató számára, a tematikus feladatokkal pedig segítse tudása elmélyítését, a kor és helyszín hangulatának mélyebb átélését. A Kertbirodalom, a Lovaspon, a Kerékpáros pont és az Állatbarát kert névre hallgató szolgáltatások a parkokban és kertekben kínálnak programokat az érdeklődőknek. A cél az épületekhez tartozó külső területek bevonása az élményteremtésbe a rekreáció, a feltöltődés és az aktív pihenés (kerékpározás, lovaglás, túrázás stb.) lehetőségének megteremtésével (Glázer, 2022a).

A kastélyturizmus jól kombinálható számos más turisztikai termékkel, amelyekkel komplex szolgáltatáscsomag alakítható ki. A 3. táblázat azt mutatja be, hogyan és milyen programokkal kapcsolható össze a kastélyturizmus a turizmus más termékeivel.

3. táblázat: A kastélyturizmus kapcsolódási pontjai más turisztikai termékekkel

Turisztikai termék típusa	Kastélyokban megvalósítható programok
Örökségturizmus	A kastély történetét bemutató anyag, a korábbi lakók életét, mindennapjait megelevenítő interaktív kiállítás, képgaléria archív anyagok, festmények, fotók felhasználásával, idegenvezetés a kastély termeiben.
Kulturális turizmus	Kulturális estek, koncertek, összművészeti rendezvények, színházi előadások szervezése, korabeli élet felelevenítése játékok, programok, ismeretterjesztő anyagok segítségével.
Vadászturizmus	Vadászatok szervezése, vadételek.
Lovasturizmus	Lovaglási lehetőség, lovastúrák szervezése, lovaskocsi, lovas szán.
Gasztroturizmus	Helyi fogások az étlapon, helyi termelői termékek, tradicionális receptek, korabeli hangulatot idéző műsoros vacsora régi korok ételeivel, gasztronómiai vásárok.
Borturizmus	Borospince, borkóstolás, tematikus borutak.
Ökoturizmus	Túraútvonalak a kastély körül, piknik a parkban, télikert, üvegház, botanikus kert.
Golfturizmus	Saját golfpálya, versenyek, bajnokságok szervezése.
Hivatásturizmus	A vidéki, csendes környezet ideális az elvonulásra, munkára való koncentrálásra, akár külön szárny is elkülöníthető az e céllal érkező vendégek részére.
Falusi turizmus	Aktív üdülés: kerékpárkölsöngzés, horgászfelszerelés kölsöngzése, szervezett természetjáró túrák. Falusi életmód bemutatása: gasztronómiai élmények, hagyományörző fesztiválok.
Egészségturizmus	Gyógynövények, egészséges élelmiszerek, biotermékek felhasználása, életmódprogramok, előadások az egészséges életmódról.
Rendezvényturizmus	Családi és baráti összejövetelek, céges rendezvények, konferenciák, esküvők szervezésénél előny a festői környezet, a kastély egyedisége.

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

A táblázat soraiból látható, milyen változatos programkínálattal szolgálhat egy kastély. Népszerűsítésének eszközét az igényes, komplex szolgáltatáscsomag kialakításában látom. Olyan szolgáltatásokat kell létrehozni, amelyek a kastély autentikus hangulatát megőrizve, értékeit bemutatva kínálnak lehetőséget a minőségi időtöltésre.

A történelmi épületek önmagukban is vonzerőt jelentenek, azonban a több kastélyt összefogó, valamilyen téma vagy művészeti ág köré csoportosuló tematikus utak mégis jobb lehetőségeket kínálnak, ugyanis ezáltal a különböző tematikájú attrakciók egy „menedzselte,

sokszínű, mégis egységes, a piacon valóban eladható termékeké” válnak (Nagy, 2009:275). Az út témája lehet valamilyen építészeti stílus (barokk, romantika, klasszicizmus), egy régió értékei vagy akár végig követheti egy történelmi személy életútját. A szakirodalomból megismert adatokat a hazai kastélyturizmus helyzetét illetően SWOT-analízisben foglaltam össze, amelyet kiegészítettem a primer kutatásom (interjú, internetes tartalomelemzés) eredményeivel (4. táblázat).

4. táblázat: A hazai kastélyturizmus SWOT-analízise

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• hazai épített örökség gazdagsága • üresen álló épületek bevonhatók a turizmusba • viszonylag olcsó ingatlanok • fizetőképes belföldi kereslet • jó kapcsolódási lehetőség más turisztikai termékekkel • egyedi kínálati elemként önmagában is generálhat vendégforgalmat • erős eszmei érték • imázsépítő hatás, a nemzeti identitástudat erősítése, a helyiek büszkeségének növelése • nő az érdeklődés a kastélyturizmus iránt • nyugodt, vidékies hangulat • arisztokratikus miliő, luxus környezet	• épületek rendezetlen tulajdonviszonyai • nagy tőkeigényű beruházás • beruházás hosszú megtérülési idővel jár • magas fenntartási költségek • korabeli bútorok, berendezési tárgyak szinte teljes hiánya • háborús pusztítás, tudatos elhanyagolás és rombolás miatt rossz állapotú épületek • komplex szolgáltatáscsomagok hiánya • műemlékvédelmi kötöttségek • nincs együttműködés a helyi közösséggel, vezetéssel • vidéki képzett munkaerő hiánya • kevés kastély rendelkezik nemzetközi ismertséggel • egyenetlen területi eloszlás • a kastély egyediségét nem megfelelően kommunikálják
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
• állami és uniós források bevonása • beruházások ösztönzése, vállalkozói kedv növelése • a kastélyturizmus kínálatának bővítése, összekapcsolása más turisztikai termékekkel • marketingtevékenység erősítése • kapcsolódás tematikus utakhoz • egyesületek létrehozása, hálózatosodás • kulturális rendezvények szervezése • a környék infrastruktúrájának fejlesztése • környékbeli attrakciók fejlesztése, hosszabb tartózkodási idő ösztönzése • térségi szintű összefogás • naprakész, hiteles adatbázis a kastélyállományról • csatlakozás külföldi szervezetekhez • színvonalas szolgáltatásokkal, fejlett térségi infrastruktúrával minőségi turizmus kialakítása • fiatal generációk megszólítása • turisztikai stratégia kapcsolása a nemzetközi trendekhez	• az üres, funkció nélkül álló épületek állaga tovább romlik • kis forgalom, alacsony költség miatt romlik a szolgáltatások minősége • gazdaságtalan működtetés • együttműködés hiánya • a hosszabb időre bevétel nélkül maradó kastélyok számára a csőd elkerülhetetlen • a nemzeti kulturális örökség pusztulása • rossz kommunikáció (elavult, unalmas, romos épületek) miatt nincs kereslet • műemlék identitásával össze nem férő tevékenység kap helyet az épületben • rossz értékorientáció

Forrás: (Kulturális turizmus fejlesztési stratégia, 2009; Péter, 2006; Lipták – Péter, 2017; Kulcsár – Bodrogai, 2021) és saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés (2024)

Kutatásom során a kastélyok hasznosításának legjobb módjának a turizmusba való bekapcsolást találtam, hiszen egyrészt ekkor a kastély betöltheti azokat a funkciókat, amikre eredetileg tervezve volt, másrészt pedig mint közösségi érték a nagyközönség számára is hozzáférhető lesz. A legcélszerűbbnek a komplex hasznosítást tartom, amely a kastélyokat komplex turisztikai termékként értelmezve, többféle színvonalas szolgáltatással kiegészítve formálja őket piacképes turisztikai attrakcióvá.

3.5 A kérdőíves kutatás eredményei

A következő alfejezetben a kérdőíves kutatás eredményei kerülnek bemutatásra, a kérdések tematikus csoportosításban szerepelnek.

5. táblázat: A minta demográfiai adatai

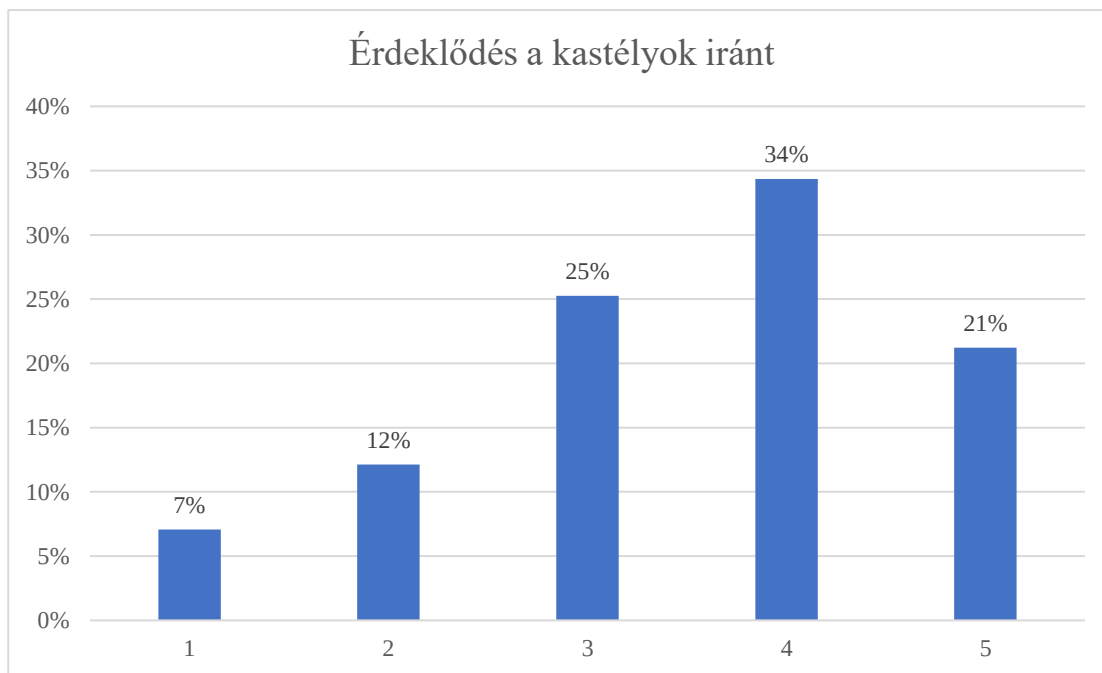
Válaszok	Darab	Százalék
Nem		
Férfi	69	34,85%
Nő	129	65,15%
Életkor		
13 év alatt	0	0,00%
13-16 év	7	3,54%
17-20 év	56	28,28%
21-28 év	135	68,18%
Település		
Főváros	8	4,04%
Megyeszékhely	90	45,45%
Város	70	35,35%
Falu	30	15,15%
Régió		
Észak-Magyarország	19	9,60%
Észak-Alföld	158	79,80%
Dél-Alföld	6	3,03%
Pest	0	0,00%
Budapest	8	4,04%
Közép-Dunántúl	3	1,52%
Nyugat-Dunántúl	2	1,01%
Dél-Dunántúl	2	1,01%

Válaszok	Darab	Százalék
Képzési szint		
Általános iskola	3	1,52%
Szakiskola	2	1,01%
Szakmunkás-képző	1	0,51%
Szakközépiskola	24	12,12%
Gimnázium	12	6,06%
Felsőoktatási szakképzés	18	9,09%
Alapképzés	111	56,06%
Mesterképzés	20	10,10%
Szakirányú továbbképzés	3	1,52%
Nem tanulok jelenleg egy intézményben sem.	4	2,02%
Legmagasabb iskolai végzettség		
Kevesebb mint 8 általános osztály	10	5,05%
8 általános osztály	9	4,55%
Érettségi	154	77,78%
Felsőoktatási szakképzés	2	1,01%
Alapdiploma	19	9,60%
Mesterdiploma	4	2,02%

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

3.5.1 Általános érdeklődés a kastélyok iránt

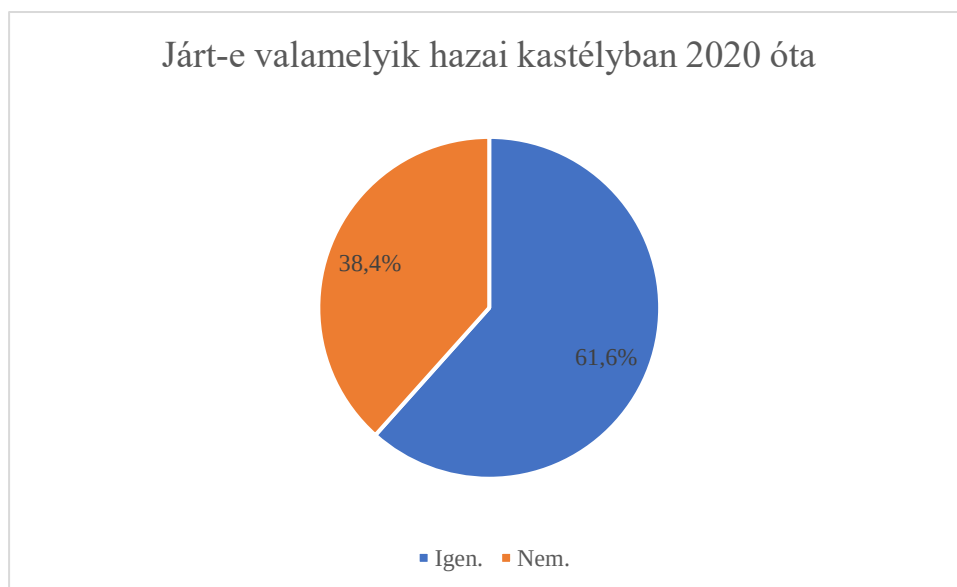
Az első kérdés arra vonatkozott, hogy mennyire érdeklődik a kitöltő a kastélyok iránt, választ pedig 5 fokozatú Likert-skálán tudta megadni (1-es: egyáltalán nem érdeklődik, 5-ös: nagyon érdeklődik. A válaszadók legnagyobb része, 34%-a érdeklődik a kastélyok iránt, míg 21%-uk nagyon érdeklődik. 7%-uk egyáltalán nem érdeklődik, 12%-uk 2-es, 25%-uk pedig 3-as értékkel válaszolt a kérdésre (2. ábra).



2. ábra: Érdeklődés a kastélyok iránt

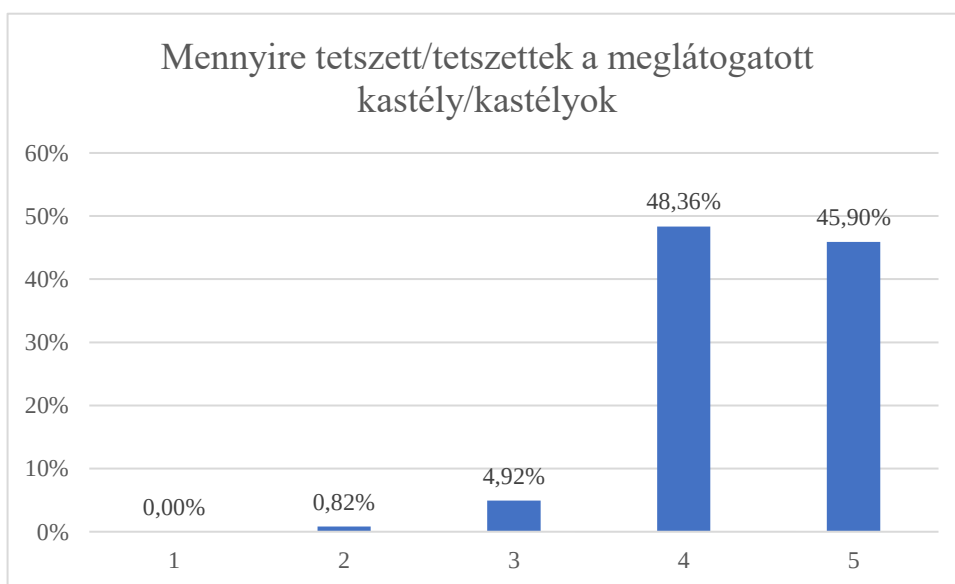
Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

A kitöltők 61,6%-a járt valamelyik hazai kastélyban 2020 óta (3. ábra), amelyet/amelyeket az 5 fokozatú Likert-skálán átlagosan 4,39-es értékre értékelték, és 48,36%-uknak tetszett, 45,9%-uknak pedig nagyon tetszett (4. ábra).



3. ábra: Járt-e valamelyik hazai kastélyban 2020 óta

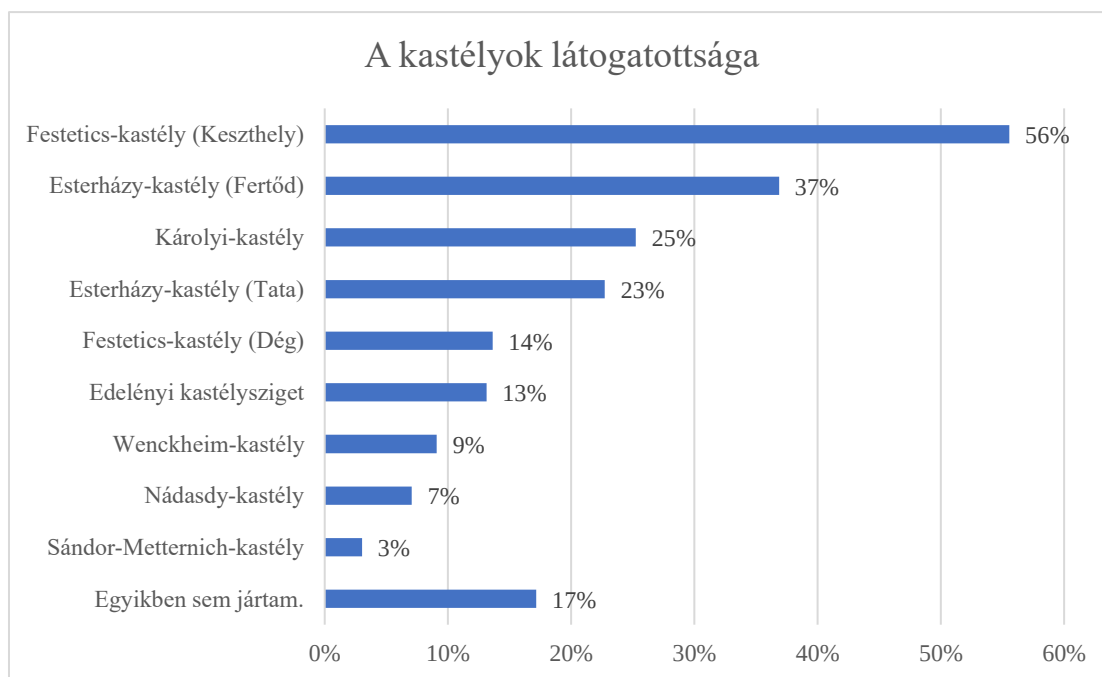
Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)



4. ábra: Mennyire tetszett/tetszettek a meglátogatott kastély/kastélyok

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

A válaszadók által leglátogatottabb helyszín a keszthelyi Festetics-kastély (56%), amelyet a fertődi Esterházy-kastély (37%) és a füzérradványi Károlyi-kastély (25%) követ. A keszthelyi és a fertődi kastély hazánk legnagyobb és legnépszerűbb intézményei közé tartoznak, ráadásul nemzetközi érdeklődésre is számot tarthatnak, éppen ezért nem volt meglepő ezen kastélyok magas látogatottsága (5. ábra).



5. ábra: A kastélyok látogatottsága

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

3.5.2 *Kastélyhasznosítás és funkcióváltás*

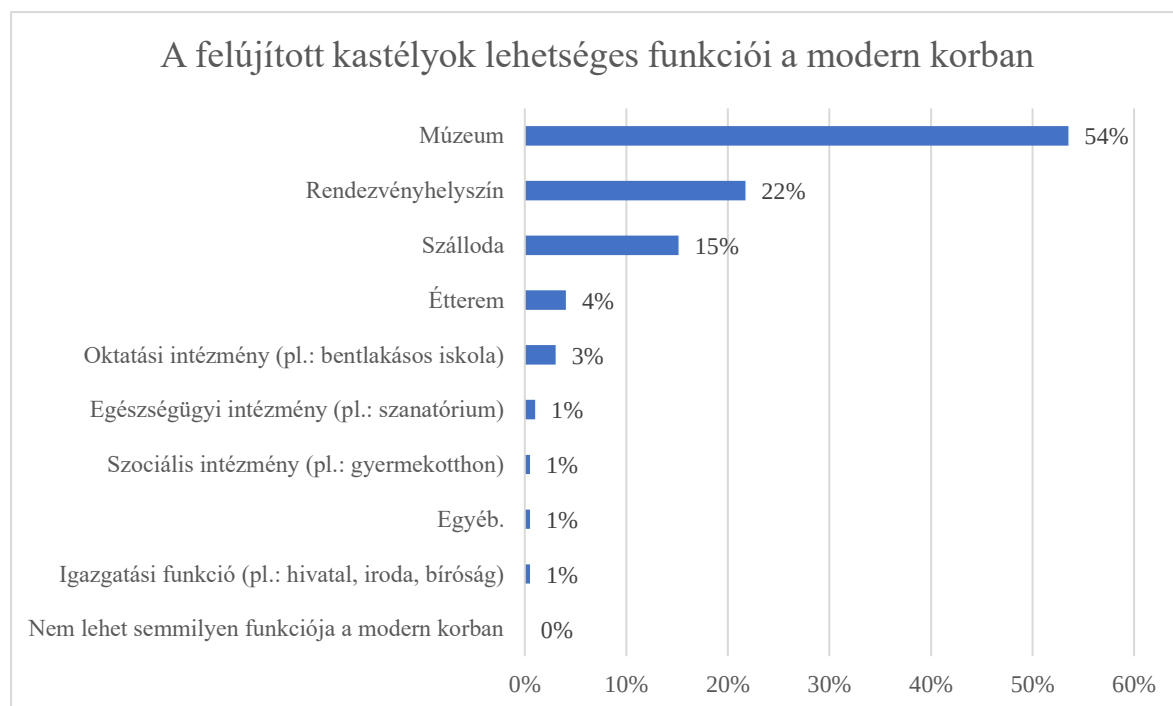
A kastélyok felújításának legfőbb okát a válaszadók többsége (66%) abban látta, hogy az örökség megőrzése kötelességünk, meg kell óvnunk ezeket az értékes épületeket az enyészettől, míg 28%-uk úgy vélekedett, hogy hasznosítani lehet őket a turizmusban (6. ábra).



6. ábra: A kastélyok felújításának célja, fontossága

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

A felújított kastélyok a válaszadók többsége (54%) szerint elsősorban múzeumként funkcionálhatnak, 22%-uk szerint rendezvényhelyszíneként, 15%-uk szerint pedig szállodaként hasznosíthatóak. Az egyéb, nem turisztikai funkciók (oktatási, egészségügyi, szociális intézmény, igazgatási funkció) betöltését csak a válaszadók 6%-a jelölte meg, míg egyéb lehetőségként egy kitöltő a lakhatási célra való hasznosítást jelölte meg (7. ábra).



7. ábra: A felújított kastélyok lehetséges funkciói a modern korban

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

A felújítás indokoltságát és az új funkció közötti összefüggéseket kereszttáblaelemzéssel vizsgáltam meg. A Khi-négyzet értéke 0,109 volt, amely azt jelenti, hogy nincs szignifikáns összefüggés az egyes változók között. A kereszttáblából azonban leolvasható, hogy a turisztikai célú hasznosítást választók (56) legtöbbször, 45%-a múzeumként hasznosítaná a kastélyokat. Hasonló eredményre jutottak azok is, akik a felújításban üzleti lehetőséget láttak (38%), illetve azok is, akik szerint az örökség megóvása (58%) miatt fontos a kastélyok helyreállítása (6. táblázat).

6. táblázat: A felújítás fontossága és a funkció közötti összefüggés vizsgálata

		A felújítás fontossága					Összesen
		Turisztikai hasznosítás	Üzleti lehetőség	Örökség megóvása	Egyéb	Nem fontos	
Funkció	Szálloda	5	2	22	0	1	30
	Étterem	3	1	4	0	0	8
	Rendezvényhelyszín	20	0	23	0	0	43
	Múzeum	25	3	75	2	1	106
	Egyéb, nem turisztikai funkció ¹	3	2	6	0	0	11
Összesen		56	8	130	2	2	198

¹ oktatási, szociális, egészségügyi intézmény, igazgatási funkció, egyéb funkció

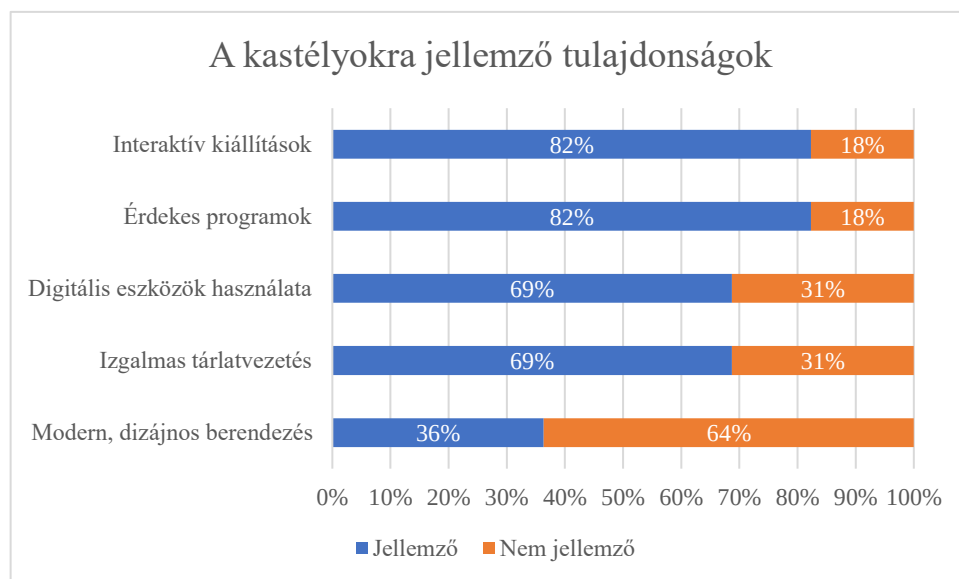
		A felújítás fontossága					Összesen
		Turisztikai hasznosítás	Üzleti lehetőség	Örökség megóvása	Egyéb	Nem fontos	
Funkció	Szálloda	9%	25%	17%	0%	50%	15%
	Étterem	5%	13%	3%	0%	0%	4%
	Rendezvényhelyszín	36%	0%	18%	0%	0%	22%
	Múzeum	45%	38%	58%	100%	50%	54%
	Egyéb, nem turisztikai funkció	5%	25%	5%	0%	0%	6%
Összesen		28%	4%	66%	1%	1%	100%

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

3.5.3 Látogatási szokások és interpretáció

A következőkben arra voltam kíváncsi, hogy a kitöltők vajon társítják-e a kastélyokhoz a látogatómenedzsment egyes izgalmas, modern eszközeit, mint például a jelmezes idegenvezetés, az interaktivitás vagy a digitális eszközök használata. Az interaktív kiállítások és érdekes programok tekintetében igen pozitívan vélekedtek a kastélyokról, mindkét esetben 82%-uk szerint ezek jellemzik a felújított létesítményeket. Ehhez hasonlóan a többség (69%) szintén azt gondolta, hogy a kastélyokban alkalmaznak digitális eszközöket, a tárlatvezetések pedig izgalmasak, figyelemkeltőek. A modern, dizájnos berendezést illetően csupán a kitöltők 36%-a gondolta úgy, hogy ez jellemzi a kastélyokat (8. ábra).

A felújítások során nagy figyelmet fordítottak az autentikusság és a modernitás összehangolására, és számos helyszínen rendeztek be egyes tereket (pl.: ajándékbolt, kávézó) modern bútorokkal. Aki szerint a kastélyokban a korabeli, eredeti berendezés látható, az vagy nem volt a felújítások óta ezekben az intézményekben, vagy azon kevés helyszínek egyikét látogatta, ahova nem kerültek be korszerű bútorok és berendezési tárgyak.

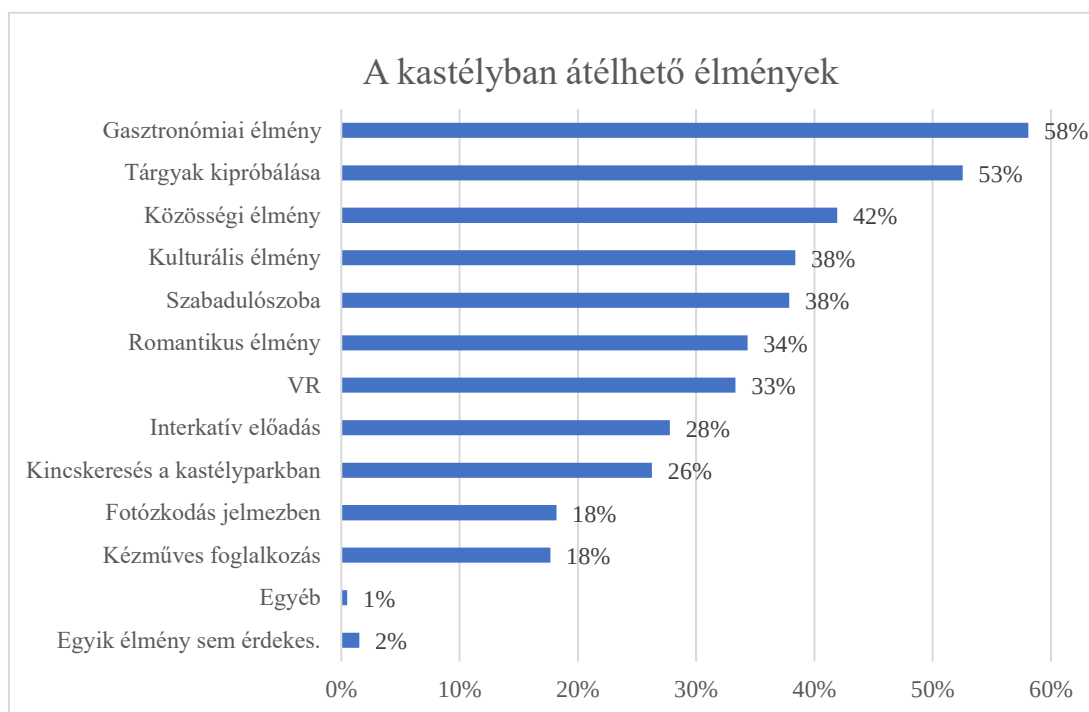


8. ábra: A kastélyokra jellemző tulajdonságok

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

A versenyképes piaci pozíció eléréséhez a kastélyoknak olyan egyedi, sajátos élményeket és programokat kell kínálniuk, amelyek egyrészt megkülönböztetik őket a többi attrakciótól, másrészt pedig jól értékesíthető turisztikai terméké válnak. A kastélyokban átélhető élmények közül legtöbbször (58%) a gasztronómiai élményt (pl.: borkóstoló, piknik) szeretnék átélni, de sokan (53%) próbálnák ki a kiállított tárgyakat, míg a válaszadók 42%-a közösségi élményt (pl.: bál, rendezvények) szeretne átélni.

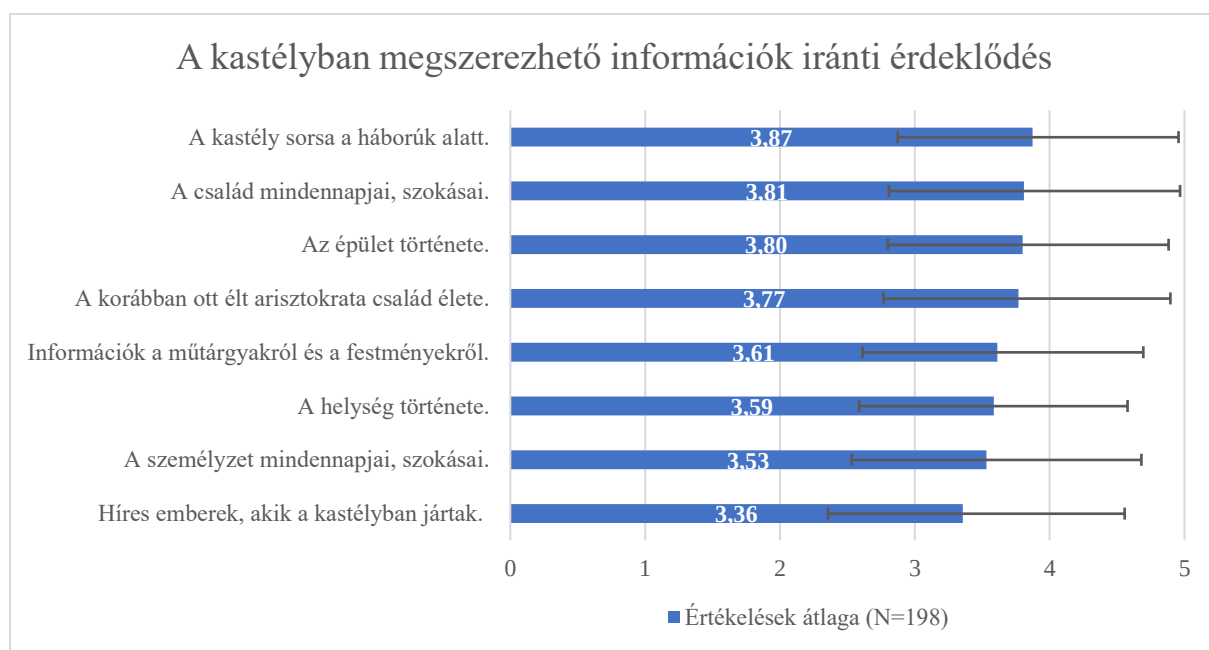
Meglepő, hogy az olyan extrémebb élményeket, mint a szabadulószooba vagy a virtuális valóság a válaszadók csupán kis számában (38% és 33%) választották. Alacsony volt az érdeklődés az olyan izgalmas programok iránt is, mint a kincskeresés (26%) és jelmezes fotózás (18%) (9. ábra).



9. ábra: A kastélyban átélhető élmények

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

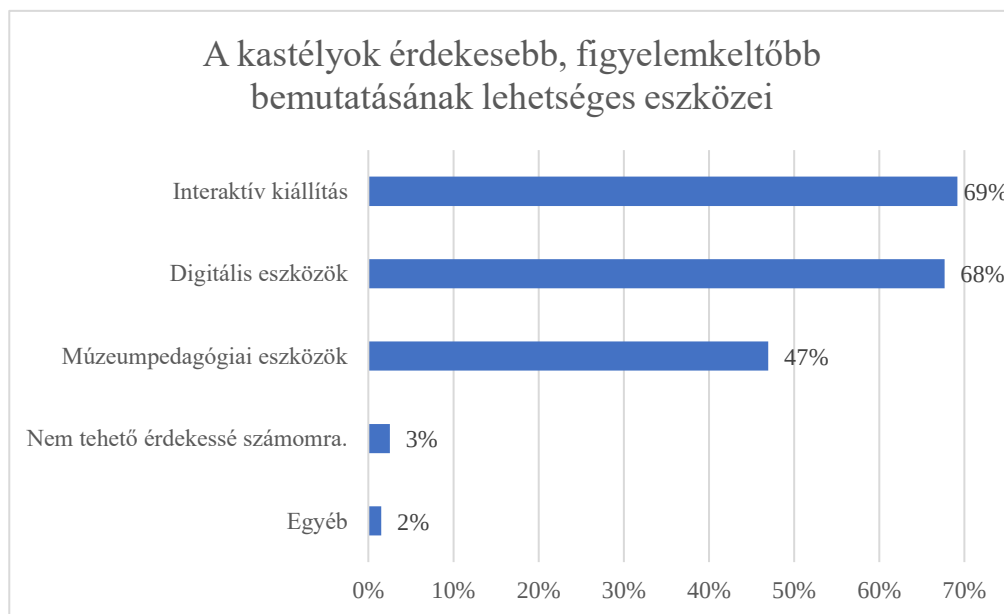
A következőkben arra kellett választ adni, hogy mennyire érdeklődik a kitöltő a látogatás során megszerezhető egyes információk iránt. Az egyes információtípusokat 5 fokozatú Likert-skálán kellett értékelni (1-es: egyáltalán nem érdekel, 5-ös nagyon érdekel). A válaszadók átlagosan a kastély háborúk alatti sorsára voltak leginkább kíváncsiak (3,87), de az arisztokrata család mindennapjai, szokásai (3,81) és az épület története (3,8) is érdekes számukra. Legkevésbé a személyzet mindennapjai, szokásai (3,53) és a kastélyban megfordult híres emberek (3,36) kelti fel az érdeklődésüket (10. ábra).



10. ábra: A kastélyban megszerezhető információk iránti érdeklődés

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

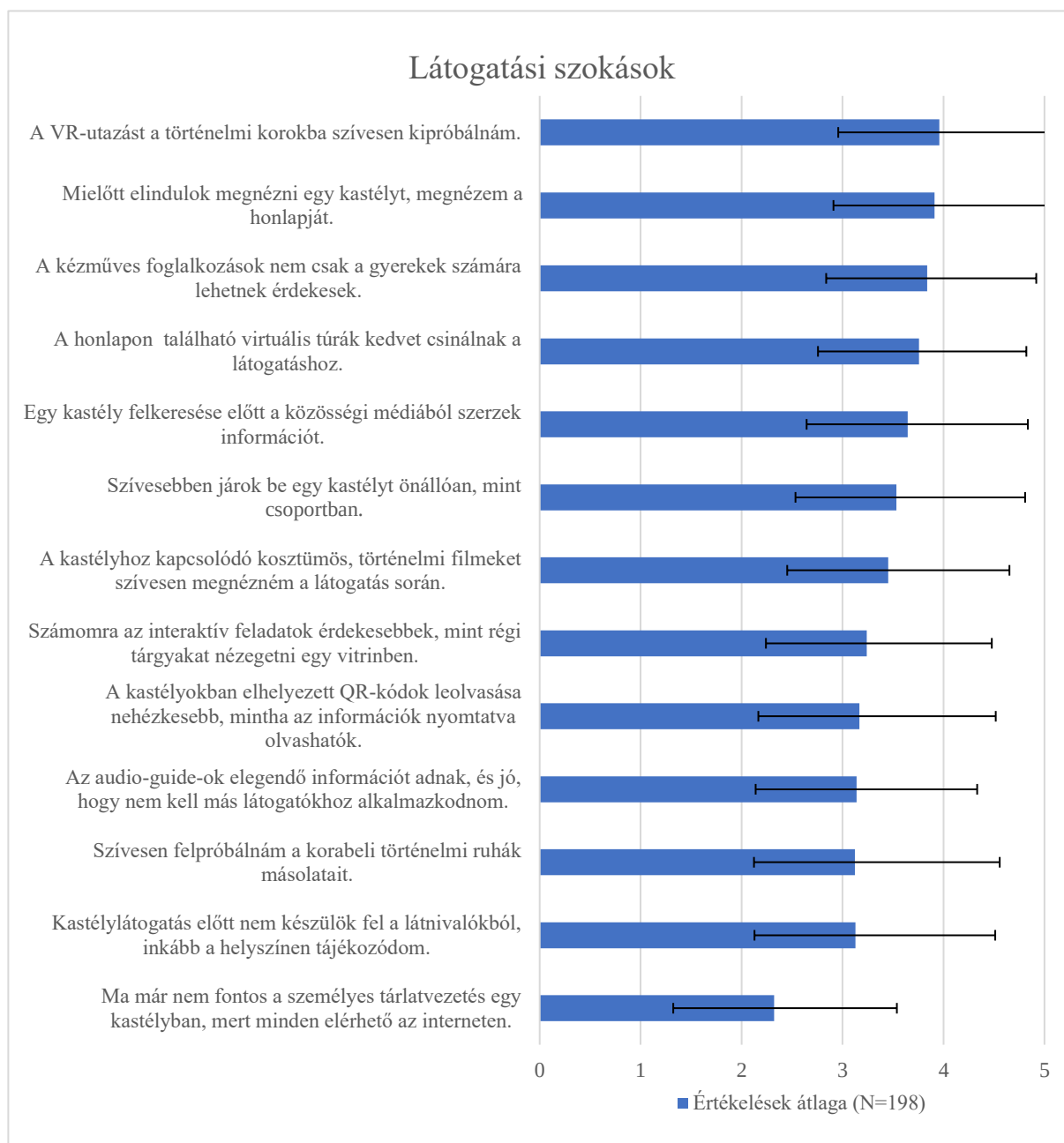
A kastélyok érdekesebb bemutatásának lehetőségét a kitöltők legnagyobb része az interaktív kiállításokban (69%) látta, de fontos szerepet kapott a digitális eszközök bevonása is (68%), míg a múzeumpedagógiai eszközök alkalmazását csupán a válaszadók 47%-a jelölte meg (11. ábra).



11. ábra: A kastélyok érdekesebb, figyelemfelkeltőbb bemutatásának eszközei

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

A következőkben a látogatási szokásokra vonatkozó állításokat kellett értékelni 5 fokozatú Likert-skálán aszerint, hogy mennyire ért egyet a válaszadó az egyes állításokkal (1-es: nem ért egyet, 5-ös: teljes mértékben egyetért) (12. ábra).



12. ábra: Látogatási szokások

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

3.5.4 Marketing

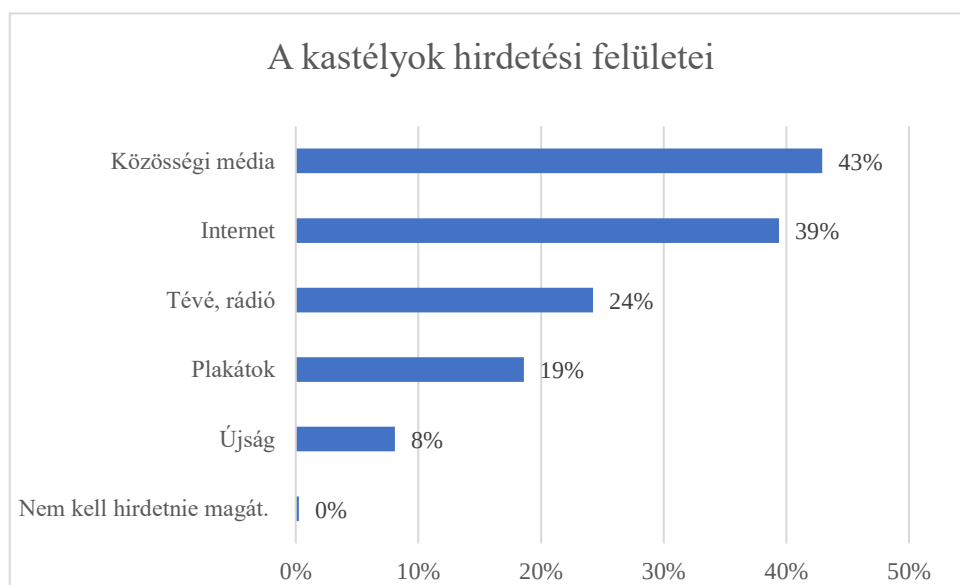
A kastélyok népszerűsítésének lehetőségét a kitöltők legnagyobb része a kommunikáció fejlesztésében (60%), az online hirdetésekben (59%) és az ingyenes programok szervezésében látja (58%) (13. ábra).



13. ábra: A kastélyok népszerűsítésének lehetőségei

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

A válaszadók egyértelműen az elektronikus csatornákon megjelenő hirdetéseket preferálták a nyomtatott sajtóval és a papíralapú hirdetésekkel szemben. A kitöltők legnagyobb része (43%) szerint a kastélyoknak a közösségi médiában kellene hirdetniük magukat. A válaszadók 39%-a szerint interneten, 24%-uk szerint pedig a tévében, rádióban is érdemes hirdetni. Ezzel szemben a nyomtatott sajtót jóval kevesebben jelölték meg: plakátok: 19%, újság: 8%). (14. ábra).



14. ábra: A kastélyok hirdetési felületei

Forrás: Saját adatgyűjtés (2023)

4 KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A szakirodalmi áttekintés segítségével bebizonyosodott, hogy a kastélyok különböző célokat szolgálhatnak, amelyhez igazodik berendezésük, infrastruktúrájuk, szolgáltatásaik. Az örökség hasznosításának azonban, bármilyen céllal is történik, feltétlenül a múltbeli örökségérték megőrzését kell szolgálnia, hogy az átadható legyen a jövő generációi számára is (Vargáné Gálicz – Dávid, 2023). Véleményem szerint a kastélyok turisztikai célú hasznosítása kívánatos egyrészt a nemzeti kulturális örökség megőrzése és átörökítése, másrészt a magyar turisztikai kínálat diverzifikálásának céljából, oly módon, hogy az semmiképpen se jelentse a kultúra és az örökségérték negatív értelemben történő áruba bocsátását (kommercializálását) és degradálását.

A XXI. század átalakuló fogyasztói szokásainak és a legújabb nemzetközi trendjeinek megfelelően a muzeális intézményekben és az örökségattrakciókban is megjelentek a digitális eszközök, amelyek elsősorban a szórakozva tanulást (edutainment) segítik. Habár a modern technológia vívmányai (hologram, érintőképernyős kijelző) idegennek hathatnak a történelmi falak között, ezek az újítások sok esetben a fennmaradás zálogának bizonyultak. Napjainkban a látogatók fókuszja a statikus eszközökről (kiállított műtárgyak, bútorok, hosszú információs anyagok) egyre inkább a dinamikus interpretációs módszerekre és az aktív élményekre helyeződik át.

Korunk örökségattrakciói csak úgy lehetnek népszerűek és sikeresek, ha komplex élményt nyújtva, a történelmi tények ismertetésén túl kreatív interpretációs módszerekkel fenn tudják tartani a látogatók érdeklődését és újabbakat vonzanak (Vargáné Csobán – Molnár, 2022). Úgy gondolom, hogy a hagyományos értékekre épülő, de újszerű szolgáltatások és az örökségek interaktív interpretációja a követendő irány a felújított kastélyok és várak üzemeltetői számára.

Az NKVP keretében felújított kastélyok sikeresen alkalmazzák a látogatómenedzsment legújabb trendjeit. Széles programkínálattal, múzeumpedagógiai foglalkozásokkal, felújított belső terekkel és parkkal, digitális és multimédiás eszközökkel állnak a látogatók rendelkezésére. Az állandó kiállítások a látogatók aktív részvételére építenek, és játékokon, feladatokon keresztül vonják be őket az élményteremtésbe. Ez kifejezetten fontos annak érdekében, hogy az épületekre ne a múlt egy elfeledett darabjaként, hanem a jelenben is értéket képviselő örökségattrakcióra tekintsenek, és átérezzék annak kulturális, történelmi és művészeti jelentőségét. Az örökségattrakciók fennmaradásának kulcsa tehát a modern kor vívmányainak beemelése a múzeumi gyakorlatba, amelyet az örökségi érték tiszteletben tartásával, azt mintegy kiegészítve kell megtenniük.

Dolgozatom fő célja a kastélyok turisztikai hasznosítási lehetőségeinek vizsgálata, a modern korban való létjogosultságuk bebizonyítása volt. A célok eléréséhez megfogalmazott kutatási kérdések végigkísérték a dolgot, amelyek most a szakirodalom és az eredmények alapján megválaszolásra kerülnek.

K₁: *Milyen hasznosítási lehetőségek kínálóznak a kastélyok számára a modern korban?*

E kutatási kérdés megválaszolását a szakirodalmi áttekintéssel kezdtem, amely egyértelműen a turizmusba való bekapcsolást jelölte meg mint legideálisabb funkciót. Egyrészt azért, mert ez áll legközelebb az épület eredeti rendeltetési céljához, másrészt mert így mindenki számára hozzáférhetővé válik az örökségi érték, amely bevételtermelő képességével szűkebb környezete és a térség fejlődéséhez is hozzájárulhat. Az NKVP eredményei igazolják azt a kormányzati szándékot, hogy a kastélyokat versenyképes attrakciókká alakítsák és bekapcsolják a kulturális turisztikai vérkeringésbe, amelyek programok lebonyolítására és minőségi szolgáltatások nyújtására egyaránt alkalmasak az örökségi érték tiszteletben tartása mellett.

K₂: *Hogyan lehet élményszerűen, figyelemfelkeltően bemutatni a hazai kastélyokat, hogy azok érdekesek legyenek a Z generáció tagjai számára?*

E kutatási kérdés megválaszolásához kérdőíves felmérést végeztem az említett generáció körében. Az eredmények alapján megállapítottam, hogy a fiatalokat elsősorban az aktív élmények, az interaktivitás és a digitális technológiák ígéretével lehet a kastélyokba vonzani. Bátrak és kísérletezők, nyitottak az extrém élmények iránt is (VR, szabadulószoja). A bemutatás során leginkább a kastély háborúk alatti sorsa és a korábban ott élt arisztokrata család mindennapjai, továbbá az épület története érdekli őket leginkább. Mivel rendszeres használói a közösségi média felületeknek, a kastélyok kommunikációját, a hirdetéseket is leginkább ebbe a térbe helyeznék át, és ez az a csatorna, ahol a legjobban el lehet érni őket.

Kérdőíves felmérésem a témában korábban végzett kutatásokkal és a szakirodalom megállapításaival hasonló eredményre jutott. Gombos (2011) az egyetemista hallgatók múzeumok iránti attitűdjeinek vizsgálatakor azt állapította meg, hogy a fiatalok szívesen látogat(ná)nak szórakoztató, interaktív és érdekes kiállításokat. Schultz – Szalók (2022) kiemeli a célcsoport igényeihez igazított, több szinten zajló interpretáció és a multiszenzorális (a több érzékszervre együttesen ható) bemutatás szerepét is. Köbli és Mókusné Pálfi (2022) az innovatív digitális módszerek (VR, saját mobilapplikáció stb.) hazai kastélyokban való megvalósítását a sikeresebb látogatómenedzsment és a versenyképesebb piaci jelenlét feltételeként határozza meg, és a külföldi jó gyakorlatok integrálását javasolja. Bodnár – Jászberényi (2018) a kastélyok és várak iránti attitűdvizsgálata során arra jutott, hogy a látogatók számára fontos a

játék és a szórakozás lehetősége, de hangsúlyozzák a legendák, mítoszok és izgalmas történetek szerepét is a látogatás során.

Primer kutatásomban ezzel összhangban azt állapítottam meg, hogy a Z generáció számára leginkább az interaktivitással, a digitalizációval és a közös élményteremtés (pl.: múzeum-pedagógiai foglalkozás) lehetőségeivel lehet érdekessé és emlékezetessé tenni az örökséggel való találkozást. Az eredmények igazodtak a már ismert nemzetközi trendekhez és elvárásokhoz, miszerint a fiatalok megszólításához a technika legújabb vívmányait felhasználó, kreatívan és újszerűen módon bemutatott modern örökségturisztikai termékeket kell létrehozni.

Nagy (2013) a kastélyszálló vendégek kérdőíves vizsgálata során megállapítja továbbá, hogy az idelátogatók elsősorban a történelmi hangulatot társítják a kastélyokhoz, és elsősorban a múzeumként való hasznosítást tartják megfelelőnek a kastélyok számára, amely a történelem felidézését szolgálja. Kérdőíves kutatásom adatai alapján hasonló eredményre jutottam, miszerint a megkérdezettek többsége (45%-a) szerint múzeumi funkcióval kell felruházni ezeket az épületeket.

Kérdőíves felmérésemből az is kiderült, hogy a kitöltők a kastélyok számára az online felületeken (leginkább a közösségi médiában) való hirdetést tartják a legcélszerűbbnek, minden bizonnyal azért, mert ők elsősorban az online térben informálódnak. Ez összhangban van a NÖF Kft. marketingtervével is, az egyes létesítményeknek ugyanis saját Facebook profiljuk van, míg a NÖF Kft. rendelkezik egy Facebook és egy Instagram profillal is. A közösségi médiában való jelenléttel lehetőség van nagyobb célcsoport elérésére, ezen belül pedig a fiatalokat megcélozni a hirdetésekkel.

A nemzetközi trendek ismeretében javaslom, hogy a magyarországi kastélyok is minél szélesebb körben használjanak digitális, elsősorban vizuálkommunikációs eszközöket. A VR és AR technológiák eddig soha nem látott lehetőséget jelentenek az attrakciók számára (Köbli – Mókusné Pálfi, 2022), segítségükkel berendezési tárgyak, bútorok, egész épületrészek vetíthetők ki, mintha a valóságban is léteznének. Javaslom a további digitális fejlődést is, amellyel vonzóbbá, érthetőbbé, kézzelfoghatóbbá tehető a Z generáció tagjai számára is az örökségi érték (pl.: erősebb online és közösségi médiában való jelenlét, digitális technológiák szélesebb körű alkalmazása a bemutatás során). A kastélyturizmus jól kapcsolható más turisztikai termékekhez is, így lehetőség van például a hagyományos szolgáltatásokat kiegészíteni más terméktípusokkal (pl.: aktív turizmus, falusi turizmus, gasztroturizmus stb.). Véleményem szerint a kastélyokban célszerű lenne komplex szolgáltatáscsomagokat kialakítani, a múzeumi szolgáltatás kiegészíthető nagyszabású rendezvények szervezésével, egyes esetekben szálláshely kialakításával.

ÖSSZEFOGLALÁS

Kutatásom arra irányult, hogy bebizonyítsam, a kastélyok olyan egyedi turisztikai értékek, amelyek megőrzése és átörökítése a társadalom egészének feladata. Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy lehet a kastélyokat hasznosítani a modern kor turizmusában, illetve hogyan lehetséges élményszerűen, figyelemfelkeltően bemutatni az örökségi értéket a fiatal generációk számára.

A kutatás elméleti háttérét az alternatív turizmusformák (azon belül a kulturális és az örökségturizmus, illetve a kastély-és várturizmus) jellemzőinek feltárása adta. A kastélyhasznosítás komplex turisztikai vizsgálatához szükség volt az épületek történelmi szerepének megismertetésére is. Ezt követően az örökségturisztikai látogatómenedzsment legmeghatározóbb trendjei és az örökségturisztikai attrakciók interpretációjának specifikus vetületei, illetve a Z generáció fogyasztói szokásai kerültek bemutatásra. A primer kutatások a fiatalabb generációk örökségi értékek iránti attitűdjét, elvárásait tárta fel, továbbá a szakmai interjú segítségével áttekintette a hazai kastélyhasznosítás gyakorlatát. Kérdőíves felmérésem rávilágított olyan tényezőkre, amelyeket a kastélyokkal kapcsolatban korábban még ilyen formában nem vizsgáltak. Kutatásom továbbá rendszerezi az NKVP keretében felújított épületek szolgáltatásait, és részletesen elemzi kínálatukat.

A fiatalabb generáció életmódja, gondolkodása és viselkedése jelentősen különbözik az idősebbektől, ez pedig a kultúrafogyasztás területén is erősen megmutatkozik. A kérdőíves kutatás feltárta a Z generáció kastélyokkal szembeni elvárásait, attitűdjét, és az eredmények alapján megállapítást nyert, hogy az interaktív, digitális eszközök segítségével interpretált örökségattrakciók a legvonzóbbak számukra. A kapott eredmények összhangban vannak a szakirodalom témára vonatkozó megállapításaival és a hazai kastélyhasznosítás jelenlegi törekvéseivel is, miszerint az érdekesen, figyelemfelkeltően, a modern kor vívmányait is alkalmazva interpretált kastélyok versenyképes, jól értékesíthető komplex turisztikai termécsomagokká alakíthatóak.

Az NKVP biztosíthatja az örökségi épületek hosszútávú és méltó hasznosítását a korszerű műemlékvédelem nemzetközi gyakorlatának hazai viszonyokra való átültetésével. A felújítások során visszaállították a kastélyok eredeti állapotát. A következő feladat, hogy az épületeket színes, érdekes és innovatív tartalommal (programokkal, tematikus kiállításokkal) töltsék meg. Az épületek látogatható, izgalmas tematikával és vonzó tartalmakkal ellátott, izgalmas attrakcióvá alakíthatóak, amelyek programok lebonyolítására és minőségi szolgáltatások nyújtására egyaránt alkalmasak az örökségi érték tiszteletben tartása mellett. A NÖF Kft. fenntartóként

kiemelkedően fontos munkát végez az örökségvédelem területén, a külföldi jó gyakorlatokat igyekszik integrálni a hazai viszonyok közé. A magyar műemlékvédelmet sikeresen kapcsolta a nemzetközi trendekhez és hozott létre a kastélyokban újszerű kínálati elemeket (kiállítás, park, szálláshely, rendezvényhelyszín).

Kutatásom során megállapítottam, hogy a kastélyok korszerű hasznosítása révén nem csupán pusztulásuk kerülhető el, de új funkcióval felruházva sikeresen bekapcsolhatóak a turisztikai vérkeringésbe. Annak érdekében pedig, hogy ezek az épületek a modern korban is vonzó attrakcióvá váljanak, sokszínű programokkal, kreatív és innovatív tartalmakkal kell megöltetni őket. A maradandó turisztikai élményhez szükséges a kínálat megújítása, hogy a turista és a programokat biztosító szolgáltató közös élményteremtése megvalósulhasson. Az eredmények értékelését követően dolgozatomban javaslatokat tettem a kastélyturizmus más turisztikai termékekhez való kapcsolódási lehetőségeire és a látogatómenedzsment trendjeinek (digitalizáció, interaktivitás stb.) múzeumi gyakorlatba való beépítésére.

A kutatás további lehetséges iránya lehet az örökségi épületek és a településfejlesztés közötti kapcsolat vizsgálata; a kastélylátogatók motivációjának részletesebb felmérése; a nemzetközi jó gyakorlatok tanulmányozása és magyarországi viszonyokra való alkalmazási lehetőségei, továbbá a kastélyturizmus kínálatának feltárása egy részletes adatbázis létrehozásával.

FELHASZNÁLT IRODALOM ÉS FORRÁSOK JEGYZÉKE

Könyvek, cikkek, tanulmányok

Bodnár D. – Jászberényi M. (2018): Felfedezésre váró "gyöngyszemek", kastélyok és várak iránti attitűd vizsgálata feltáró kutatás keretében. In: Generációk a turizmusban (Szerk.: J. Csapó – V. Gerdesics – M. Töröcsik). Pécsi Tudományegyetem, Pécs, pp. 332-341.

Bodnár, D – Jászberényi, M. – Ásványi, K. (2017): Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban. Turizmus Bulletin. 17. évf. 1-2. sz. pp. 45-55.

Ercsey I. (2019): Közös az értékteremtés a kulturális szektorban? Marketing & Menedzsment. 48. évf. 3. sz. pp. 36-46.

Fekete J. C. (2019): A magyarországi kastélyprivatizáció történeti áttekintése és a magánkézbe került kastélyok fenntartásának lehetőségei az ezredforduló két évtizedében. Architectura Hungarie. 18. évf. 4. sz. pp. 111-145.

Gászné Bösz B. (2021): Hatékony interpretáció: sikeres vár. In: Huncastle III. (Szerk.: Wirth G. – Köbli Á.). Edutus Egyetem, Budapest, pp. 33-41.

Glázer T. (2021). A Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft. tevékenységének bemutatása, 2020. In: Huncastle III. (Szerk.: Wirth G. – Köbli Á.). Edutus Egyetem, Budapest, pp. 131-135.

Glázer T. (2022a): A magyarországi kastélyok és várak szerepe, gazdasági, turisztikai és társadalmi jelentősége. In: Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban. (Szerk.: Jászberényi M. – Boros K. – Mickolczy M.) Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 44-69.

Glázer T. (2022b): Köszöntő. Műemlékvédelem. 66. évf. 4-5. sz. pp. 173-179.

Gombos S. (2011): Kultúra és marketing a 21. században - a múzeumok szerepe az egyetemista hallgatók életében. In: Felelős marketing. (Szerk.: Fojtik J.), Pécsi Tudományegyetem, Pécs, pp. 879-888.

Gonda T. (2014): A turisztikai klaszterfejlesztés régiós tapasztalatai a Dél-Dunántúlon. Modern Geográfia, 9. évf. 3. sz. pp. 1-16.

Gulyás E. (2017): A kastélyturizmusban vannak még kiaknázatlan lehetőségek. <https://kamara-online.hu/gulyas-eszter-a-kastelyturizmusban-vannak-meg-kiaknazatlan-lehetosegek/> (letöltve: 2021. 11. 01.)

Hall, M. C., - McArthur, S. (1998): Integrated heritage management: principles and practice. Stationery Office, 250 p.

Horváth A. (2020): Örökségvédelem és múzeumi attrakciófejlesztés a miklósvári Kálnoky-kastélyban. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. 5. évf. 4. sz. pp. 5-28.

Husz M. (2007): Hét fejezet a kulturális örökségturizmusról. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 309 p.

Husz M. (2016): A múzeum és a történelmi épületek szervezett felfedezésének szerepe az informális tanulás színterei között. Tudásmenedzsment 17. évf. 1. sz. pp. 245-255.

Jászberényi M. (2022): Új perspektívák a kulturális turizmusban: az innovatív vonzerőfejlesztés lehetőségei. In: Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban. (Szerk.: Jászberényi M. – Boros K. – Mickolczi M.). Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 7-18.

Jókuthy E. (2018): A marketing szerepe egy új múzeumi szolgáltatás megtervezésében. Annales Musei Historico-Naturalis Hungarici. 110. évf. pp. 5-19.

Kátay Á. (2009): Mit tanuljanak a kastélyszállók jövőbeli castellánjai? In: Örökség és turizmus. (Szerk.: Aubert A. – Berki M.). Pécsi Tudományegyetem, Pécs, pp. 225-231.

Katona J. – Gyuricza L. – Schmeller D. – Masinka K. – Karsai V. M. – Sümeghy D. (2021): A fenntarthatóság elveinek érvényesülése a kastélyok turisztikai hasznosítása során. In: Huncastle III. (Szerk.: Wirth G. – Köbli Á.). Edutus Egyetem, Budapest, pp. 23-31.

Knudson, D. M. – Cable, T. T. – Beck, L. (1995): Interpretation of Cultural and Natural Resources. State College PA: Venture Publishing Inc. 509 p.

Koppány T. (1974): A castellumtól a kastélyig. Művészettörténeti Értesítő. 23. évf. 4. sz. pp. 285-291.

Kovács V. I. (2002): Kastélyok a turizmusban és az Európai Hagyományok Konzorcium munkája. Turizmus Bulletin. 6. évf. 4. sz. pp. 2-26.

Köbli Á. – Mókusné Pálfi A. (2022): Digitális és VR megoldások az európai kulturális- és örökségturizmusban. In: Huncastle IV. (Szerk.: Wirth G. – Köbli Á.). Edutus Egyetem, Budapest, pp. 45-68.

Kulcsár, L. – Bodrogai L. A. (2021): Várak, kastélyok és a kulturális turizmus a Kárpát-medencében. In: Huncastle III. (Szerk.: Wirth G. – Köbli Á.). Edutus Egyetem, Budapest, pp. 15-22.

Kulcsár N. – Grotte J. (2018): Mit várunk a szállodáktól? avagy a legmeghatározóbb fogyasztói szegmens számára értéket jelentő tényezők a szállodákban. Turizmus Bulletin. 18. évf. 3. sz. pp. 4-14.

Lee, W. – Chhabra, D. (2015): Heritage hotels and historic lodging: Perspectives on experimental marketing and sustainable culture. Culture of Heritage Tourism. Volume 10 Issue 2, pp. 103-110.

Lipták K. – Péter Z. (2017): Kastélyok turisztikai célú hasznosítása Magyarországon, különös tekintettel az Észak-magyarországi régióra. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. 2. évf. 1. sz. pp. 54-64.

Magyar Kastélyszállodák és Történelmi Épületek Szövetsége. (2024). <https://kastelyszallodak.hu/> (letöltve: 2023. 02. 14.)

McCrindle, M. (2014): The ABC of XYZ. Understanding the Global Generation. McCrindle Research Pty Ltd, 239 p.

Mészáros B. (2020): Gondolatok műemlékek bemutatásáról. In: Huncastle II. (Szerk.: Wirth G. – Köbli Á.). Edutus Egyetem, Budapest, pp. 29-41.

- Michalkó G. (2016): Turizmológia. Akadémiai Kiadó, Budapest, 266 p.
- Michalkó G. – Rátz T. (2005): A kulturális turizmus élmény-gazdasági szempontjai. In: A magyar városok kulturális gazdasága. (Szerk.: Enyedi G. – Keresztély K.). MTA Társadalomkutató Központ, Budapest, pp. 123-141.
- Miskolczi M. – Boros K. (2022): Innovatív megoldások az attrakciófejlesztésben, a kiterjesztett valóság szerepe a látogatói élmény növelésében. In: Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban. (Szerk.: Jászberényi M. – Boros K. – Miskolczi M.). Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 20-31.
- Nagy A. (2009): Kastélytúrák Észak-Magyarországon. In Örökség és turizmus. (Szerk.: Aubert A. – Berki M.). Pécsi Tudományegyetem, Pécs, pp. 273-280.
- Nagy A. (2011): Kastélyok szerepe a Balaton idegenforgalmában. In: Geográfusok a Balatonért. (Szerk.: Bokor L. – Marton G. – Szelesi T. – Tóth J.). Publikon, Pécs, pp. 129-142.
- Nuryanti, W. (1996): Heritage and postmodern tourism. Annals of Tourism Research. Volume 23 Issue 2. pp. 249-260.
- Oblinger, D. G. – Oblinger, J. L. (2005): Educating the Net Generation. Educase. <https://www.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf>
- Péter Z. (2006): Kastélyturizmus az Észak-magyarországi régióban. Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek. 3. évf. 1. sz. pp. 69-81.
- Praznovszky H. (2005): A kastélyhasznosítás problémái Magyarországon. Turizmus Bulletin. 9. évf. 3. sz. pp. 49-60.
- Prensky, M. (2001): Digital Natives, Digital Immigrants I-II. On the Horizon. Volume 9 Issue 5. pp. 1-6.
- Puczkó L. – Rátz T. (2003): Turizmus történelmi városokban. Turisztikai Oktató és Kutató Kkt., Budapest, 111 p.
- Puczkó L. – Rátz T. (2005): A turizmus hatásai. Aula, Budapest, 494 p.
- Puczkó L. – Rátz T. (2017): Az attrakciótól az élményig. Akadémiai Kiadó, Budapest, 344 p.
- Reeves, T. C. – Oh, E. J. (2007): Generation differences and educational technology research. In: Handbook of research on educational communications and technology. (Szerk.: J. M. Spector – M. D. Merrill – J. J. van Merriënboer – M. Driscoll). Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah. pp. 295-303.
- Schultz É. (2023): A digitális történetmesélés lehetőségei. In: A turizmus válságjelenségei. (Szerk.: Szalai G. – Michalkó G. – Rátz T. Kodolányi János Egyetem, Székesfehérvár, pp. 17-31.
- Schultz É. – Szalók C. (2022): A múzeum mint vonzerő az egyetemista korosztály szemszögéből. Marketing & Menedzsment. 56. évf. 1. sz. pp. 43-53.
- Sisa J. (2006): Kastélyépítészet és kastélykultúra Magyarországon - A historizmus kora. Építés – Építészettudomány. 34. évf. 1-2. sz. pp. 165-192.

Sonkoly G. (2000): A kulturális örökség fogalmának értelmezési és alkalmazási szintjei. Regio - Kisebbség, Politika, Társadalom. 11. évf. 4. sz. pp. 45-66.

Vargáné Csobán K. – Molnár A. E. (2022): Interaktív interpretáció a kastélyturizmusban. In Új turizmus? – Lehetőségek és kihívások. (Szerk.: Tóth A. – Happ É. – Kómiás C. – Printz-Markó E.). Széchenyi István Egyetem, Győr. pp. 159-169.

Vargáné Csobán K. – Molnár A. E. (2023): "Játék a kastélyban" - interaktív programok az örökségturizmusban. A falu. 37. évf. 4. sz. pp. 5-18.

Vargáné Gálicz I. – Dávid L. D. (2023): A kastélyok hasznosításának különböző aspektusai Fejér vármegyében. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. 8. évf. 4. sz. pp. 63-77.

Veverka J. (2011): Interpretive Master Planning. Museums, Edinburgh, 395 p.

Virág Z. (2022): A Nemzeti Kastélyprogram és Nemzeti Várprogram. Műemlékvédelem. 66. évf. 4-5. sz. pp. 180-188.

Winkler G. (2004): Reneszánsz erődépítészet Magyarországon - mérnöki szemmel. Tinta, Budapest, 204 p.

Zhang, T. – Yin, P. – Peng, Y. (2021): Effect of Commercialization on Tourists' Perceived Authenticity and Satisfaction in the Cultural Heritage Tourism Context: Case Study of Langzhong Ancient City. Sustainability. Volume 13 Issue 12, pp. 1-16.

Internetes források

Bodnár D. (2019): Látogatói élmény a múzeumokban. Az eszképzizmus mint élménydimenzió elemzése a múzeumi látogatások kontextusában. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. <https://phd.lib.uni-corvinus.hu/1082/> (letöltve: 2024. 02. 15.)

Council of Europe (2018): European cultural heritage strategy for the 21st century. <https://rm.coe.int/european-heritage-strategy-for-the-21st-century-strategy-21-full-text/16808ae270> (letöltve: 2024.03.09.)

Gonda T. (2016): A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. <https://mek.oszk.hu/16600/16658/> (letöltve: 2022. 03. 15.)

Jászberényi M. (2020): A kulturális turizmus elméleti háttere. In: A kulturális turizmus sokszínűsége (Szerk.: Jászberényi M.) Akadémiai Kiadó, Budapest. https://mersz.hu/hivatkozas/m700akts_5_p6/#m700akts_5_p6 (letöltve: 2022. 04. 02.)

Kulturális turizmus fejlesztési stratégia (2009). Budai és Barta Tanácsadó Kft., Budapest. http://www.terport.hu/webfm_send/3_kulturalis_turizmus_fejlesztési_strategia%5b2%5d.pdf_%3b (letöltve: 2022.02.12.)

Magyarország Kormánya (2015): GINOP 7.1.1 – 2015 Nemzeti Kastély-és Várprogram Turisztikai célú fejlesztéseinek támogatása. <https://www.palyazat.gov.hu/doc/4503#> (letöltve: 2023. 02. 11.)

McNulty, R. – Koff, R. (2014): Cultural Heritage Tourism. Partners for Livable Communities, Washington. <https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/culturalheritagetourism.pdf> (letöltve: 2022. 04. 15.)

Nagy A. (2013): A kastélyhasznosítás regionális jellemzői Észak-Magyarországon, különös tekintettel a turizmusra. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/15078?show=full> (letöltve: 2022. 05. 11.)

Nemzeti Kastély-és Várprogram (2024): Múltunk jelen időben. <https://nkvp.hu/multunk-jelen-idoben/>

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.156

Rátz T. (2011): Kulturális turizmus. In Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. (Szerk.: Michalkó G.). Pécsi Tudományegyetem, Pécs. <http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turisztikai%20term%C3%A9ktervez%C3%A9s%20%C3%A9s%20fejleszt%C3%A9s/book.html> (letöltve: 2022. 01. 23.)

Töröcsik M. (2013): Irodalmi áttekintés a Z generációról. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. Forrás: https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pal_torocsik_irodalmi_attekintes_a_z_generaciorol_2013.pdf (letöltve: 2023. 12. 01.)

Turizmus.com. (2020): A kastélyok és várak új "gazdája" - interjú Glázer Tamással. <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/a-kastelyok-es-varak-uj-gazdaja-interju-glazer-tamassal-1169067> (letöltve: 2023. 02. 11.)

Turizmus.com. (2022a): Lejárt Virág Zsolt miniszteri biztos kinevezése. <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/lejart-virag-zsolt-miniszteri-biztosi-kinevezese-1182015> (letöltve: 2023. 02. 11.)

Turizmus.com. (2022b): Oláh Zsanett a nemzeti örökségvédelem fejlesztése élén. <https://turizmus.com/szemelyi-hirek/olah-zsanett-a-nemzeti-oroksegevedelem-fejlesztese-elen-1184547> (letöltve: 2023. 02. 10.)

Egyéb források

1773/2016. Kormányhatározat.

1997. évi LIV. törvény a műemlékvédelemről.

2001. évi LXIV. törvény a kulturális örökség védelméről.

Gulyás E. (2022) szóbeli közlése alapján.

MELLÉKLETEK

Kérdőív

A hazai kastélyok ismertsége

1. Mennyire érdeklődsz a kastélyok iránt?

Egyáltalán nem érdeklődöm irántuk. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Nagyon érdeklődöm irántuk.

2. 2020 óta jártál valamelyik hazai kastélyban?

☐ Igen.

☐ Nem.

3. Amennyiben igen, mennyire tetszett/tetszettek a meglátogatott kastély/kastélyok?

Egyáltalán nem tetszett/tetszettek. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Nagyon tetszett/tetszettek.

4. Az alábbi kastélyok melyikében jártál már?

- ☐ Sándor-Metternich-kastély (Bajna)
- ☐ Festetics-kastély (Dég)
- ☐ Wenckheim-kastély (Szabadkígyós)
- ☐ Nádasdy-kastély (Nádasdladány)
- ☐ Károlyi-kastély (Füzérradvány)
- ☐ Esterházy-kastély (Tata)
- ☐ Edelényi kastélysziget (Edelény)
- ☐ Festetics-kastély (Keszthely)
- ☐ Esterházy-kastély (Fertőd)
- ☐ Egyikben sem jártam.
- ☐ Egyéb: _____

5. Szerinted miért fontos, hogy a hazai romos állapotú kastélyokat felújítsák? Jelöld meg azt, amelyiket a legfontosabbnak gondolod!

- ☐ Kötelességünk megóvni az örökségünket.
- ☐ Üzleti lehetőség van benne.

- ☐ Hasznosítani lehet őket a turizmusban.
- ☐ Nem fontos, hogy felújítsuk őket.
- ☐ Egyéb: _____

6. Szerinted milyen funkciója lehet leginkább egy felújított kastélynak a modern korban?

- ☐ Múzeum
- ☐ Szálloda
- ☐ Étterem
- ☐ Rendezvényhelyszín
- ☐ Oktatási intézmény (pl.: bentlakásos iskola)
- ☐ Szociális intézmény (pl.: gyermekotthon)
- ☐ Egészségügyi intézmény (pl.: szanatórium)
- ☐ Igazgatási funkció (pl.: hivatal, iroda, bíróság)
- ☐ Nem lehet semmilyen funkciója a modern korban.
- ☐ Egyéb: _____

A következő kérdések azokra a kastélyokra vonatkoznak, amelyekben múzeum működik.

7. Mit gondolsz, mennyire jellemzőek az alábbi tulajdonságok a felújított kastélyokra?

Interaktív kiállítások	<i>Nem jellemző</i>	<i>Jellemző</i>
Digitális eszközök használata (pl.: telefonos applikáció, holografikus vetítések stb.)	<i>Nem jellemző</i>	<i>Jellemző</i>
Modern, dizájnos berendezés	<i>Nem jellemző</i>	<i>Jellemző</i>
Érdekes programok	<i>Nem jellemző</i>	<i>Jellemző</i>
Izgalmas tárlatvezetés (pl.: jelmezes idegenvezető)	<i>Nem jellemző</i>	<i>Jellemző</i>

8. Milyen élményeket szeretnél átélni egy kastélyban? Jelölj meg hármat az alábbi lehetőségek közül!

- ☐ VR (virtuális valóság)
- ☐ Romantikus élmény
- ☐ Kézműves foglalkozás
- ☐ Fotózkodás jelmezben
- ☐ Tárgyak kipróbálása (pl.: korabeli bútorokra leülni)
- ☐ Szabadulószo
- ☐ Kincskeresés a kastélyparkban
- ☐ Gasztronómiai élmény (pl.: borkóstoló)
- ☐ Interaktív előadás
- ☐ Kulturális élmény (pl.: irodalmi est, koncert)
- ☐ Közösségi élmény (pl.: találkozó, bál)
- ☐ Egyik élmény sem érdekes számomra.
- ☐ Egyéb: _____

9. Egy felújított kastély bemutatásánál mennyire érdekelnek az alábbi információk?

- 1: Egyáltalán nem érdekel.
- 2: Inkább érdekel.
- 3: Érdekel.
- 4: Elégé érdekel.
- 5: Nagyon érdekel.

A korábban ott élt arisztokrata család élete.	1	2	3	4	5
A család mindennapjai, szokásai.	1	2	3	4	5
Az épület története.	1	2	3	4	5
A személyzet mindennapjai, szokásai.	1	2	3	4	5
A helység története (ahol a kastély áll).	1	2	3	4	5
Információk a műtárgyakról és festményekről.	1	2	3	4	5
A kastély sorsa a háborúk alatt.	1	2	3	4	5
Híres emberek, akik a kastélyban jártak.	1	2	3	4	5

10. Szerinted hogyan tehető érdekesebbé egy felújított kastély bemutatása?

- ☐ Interaktív kiállítással.
- ☐ Digitális eszközök bevonásával (pl.: hologram, audio-gram, filmvetítés)
- ☐ Múzeumpedagógiai eszközökkel (pl.: jelmezes idegenvezetés), játékos feladatokkal.
- ☐ Nem tehető érdekessé számomra.
- ☐ Egyéb: _____

11. Szerinted hogyan lehetne népszerűsíteni a hazai kastélyokat?

12. Szerinted hol érdemes egy kastélynak hirdetni magát?

Mennyire értesz egyet az alábbi állításokkal?

13. A kastélyok honlapján található virtuális túrák kedvet csinálnak a látogatáshoz.

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

14. Egy kastély felkeresése előtt a közösségi médiából szerzek információt a programokról.

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

15. Mielőtt elindulok megnézni egy kastélyt, megnézem a honlapját.

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

16. Kastélylátogatás előtt nem készülök fel a látnivalókból, inkább a helyszínen tájékozodom.

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

17. Szívesen felpróbálnám a korabeli történelmi ruhák másolatait a kastélyban.

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

18. A kastélyhoz kapcsolódó kosztümös, történelmi filmeket szívesen megnézném a látogatás során.

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

19. Ma már nem fontos a személyes tárlatvezetés egy kastélyban, úgyis minden elérhető az interneten.

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

- 20. Az audio-guide-ok elegendő információt adnak, és jó, hogy nem kell más látogatókhoz alkalmazkodnom.**

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

- 21. A VR-utazást a történelmi időkbe szívesen kipróbálnám egy kastélyban.**

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

- 22. A kastélyokban elhelyezett QR-kódok leolvasása nehezkesebb, mintha az információk nyomtatva olvashatók.**

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

- 23. A kastélyokban tartott kézműves foglalkozások nem csak a gyerekek számára lehetnek érdekesek.**

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

- 24. Szívesebben járok be egy kastélyt önállóan, mint csoportban.**

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

- 25. Számomra az interaktív feladatok érdekesebbek, mint régi tárgyakat nézegetni egy vitrinben.**

Egyáltalán nem értek egyet. 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Teljes mértékben egyetértek.

Demográfiai kérdések

- 26. Milyen településen laksz?**

- ☐ Főváros
- ☐ Megyei jogú város
- ☐ Egyéb város
- ☐ Falu

- 27. Nemed:**

- ☐ Nő
- ☐ Férfi

28. Életkorod:

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| ☐ 13 év alatt | ☐ 17-20 év |
| ☐ 13-16 év | ☐ 21-28 év |

29. Melyik vármegyében van az állandó lakcímed?

- | | |
|--|--|
| ☐ Bács-Kiskun | ☐ Komárom |
| ☐ Baranya | ☐ Nógrád |
| ☐ Békés | ☐ Pest |
| ☐ Borsod-Abaúj-Zemplén | ☐ Somogy |
| ☐ Csongrád-Csanád | ☐ Szabolcs-Szatmár-Bereg |
| ☐ Fejér | ☐ Tolna |
| ☐ Győr-Moson-Sopron | ☐ Vas |
| ☐ Hajdú-Bihar | ☐ Veszprém |
| ☐ Heves | ☐ Zala |
| ☐ Jász-Nagykun-Szolnok | |

30. Milyen képzési szinten tanulsz?

- ☐ Általános iskola
- ☐ Szakiskola
- ☐ Szakmunkásképző
- ☐ Szakközépiskola
- ☐ Gimnázium
- ☐ Felsőoktatási szakképzés
- ☐ Alapképzés
- ☐ Szakirányú továbbképzés
- ☐ Mesterképzés
- ☐ Nem tanulok jelenleg egy intézményben sem.

31. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

- ☐ 8 általános osztály
- ☐ Érettségi
- ☐ Alapdiploma
- ☐ Mesterdiploma
- ☐ Kevesebb mint 8 általános osztály
- ☐ Egyéb: _____

32. A kérdőív kitöltése után kedvet kaptál ellátogatni egy kastélyba?

- ☐ Igen.
- ☐ Nem.