

Tózsér Anett

A hungarikumok szerepe a magyar identitás és az országimázs formálásában



LUDOVIKA
EGYETEMI KIADÓ

A hungarikumok szerepe a magyar identitás és az országimázs formálásában

VÁKÁT OLDAL

Tózsér Anett

A hungarikumok szerepe a magyar identitás és az országimázs formálásában



LUDOVIKA
EGYETEMI KIADÓ
Budapest, 2023



NEMZETSTRATÉGIAI KUTATÓINTÉZET

A szakmai munka a Nemzetstratégiai Kutatóintézetben zajlott.

Szakmai lektor:
Dr. Bali János

A csíksomlyói búcsú turisztikai vizsgálata című kiadvány társszerzője Bánhidai Csilla.

Kiadja a Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Ludovika Egyetemi Kiadó
A kiadásért felel: Deli Gergely rektor

Székhely: 1083 Budapest, Ludovika tér 2.
Kapcsolat: kiadvanyok@uni-nke.hu

Felelős szerkesztő: Kamarás-Vida Krisztina
Olvasószerkesztő: Nagy Judit
Korrektor: Tomka Eszter
Tördelőszerkesztő: Fehér Angéla

ISBN 978-963-531-967-1 (elektronikus PDF) | ISBN 978-963-531-968-8 (ePub)

© A szerző, 2023
© A kiadó, 2023

Minden jog védve.

Tartalom

Bevezetés	7
I. A hungarikumok hatása a települések fejlődésére	11
1. A kutatás célja és módszerei	11
2. A hungarikum fogalma, értelmezése	12
3. A hungarikumtörvény megszületésének folyamata és a törvény tartalma	14
3.1. A hungarikumtörvény-tervezet megalkotásáig tartó folyamat	14
3.2. 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról	15
4. A Nemzeti Értékpiramis	16
5. A hungarikumtörvény nemzetstratégiai jelentősége	17
6. A hungarikumok turisztikai jelentősége	18
6.1. A hungarikumokkal összefüggő fogyasztói magatartás és kereslet	19
6.2. A hungarikumok szerepe a helyi és a nemzeti identitás formálásában	23
7. A primer kutatás eredményei és összefüggései	25
7.1. A hungarikumok földrajzi kiterjedése	26
7.2. A hungarikumok szerepe a településfejlesztésben	27
7.3. A településen élők viszonyulása a hungarikumokhoz	30
7.4. A hungarikumok által a vállalkozásokra és a közösségekre gyakorolt hatások szintje	33
7.5. A hungarikumok hatása a települési munkahelyteremtésre, a vállalkozásokra és az együttműködésekre	38
7.6. A hungarikumok hatása a térségi munkahelyteremtésre, a vállalkozásokra és az együttműködésekre	42
7.7. A hungarikumok hasznosításának lehetőségei	48
8. Összefoglalás és következtetések	50
9. Melléklet	51
9.1. Kérdőív a hungarikumokat kezelő szervezetek számára	51
9.2. Településekhez kötődő hungarikumok	57
II. A csíksomlyói búcsú turisztikai vizsgálata	59
1. Bevezetés	59
1.1. A kutatás célja és módszerei	59
2. A szakirodalmi feldolgozás eredményei	61
2.1. A világ főbb vallásai	61
2.2. A vallási turizmus értelmezése	62
2.3. A turista és a zarándok kapcsolata	64
2.4. A zarándoklatok jellemzői	67
2.5. A csíksomlyói búcsú története	75
3. Csíksomlyói búcsújárás vizsgálata – a kérdőíves vizsgálat eredményei	80
3.1. Csíksomlyói búcsún való részvételtől	83
3.2. Csíksomlyói búcsún való részvételtől – a nemleges válaszok értékelése	95
4. Összefoglalás és következtetések	98
5. Melléklet	99
5.1. A turizmusfejlesztés lehetőségeinek feltárása a csíksomlyói kegyhely példáján keresztül. A csíksomlyói búcsú turisztikai életciklusgörbe szerinti vizsgálata	99
5.2. Kérdőív – A csíksomlyói búcsún való részvételtől	112
5.3. Szakmai szervezetek, közösségek	114
5.4. A csíksomlyói búcsúba történő utazások „egyéb” motivációira adott válaszok	115

III. A matyó népművészet hatása a Matyóföld fejlődésére	119
1. Bevezetés	119
2. A matyók eredete és a matyó népművészet	120
2.1. A Matyóföld elnevezése	120
2.2. A matyó nép származása	122
2.3. A matyó népművészet	124
3. A matyó népművészet hatása a Matyóföld fejlődésére	133
3.1. Bevezető	133
3.2. Matyó (jellem)vonások	134
3.3. A matyó népművészet megjelenítése a mai életben	135
3.4. A matyó népművészet hatása a térségben működő civil szervezetekre és a munkahelyteremtésre	136
3.5. Az itt élők viszonyulása a matyó népművészethez	137
3.6. A matyó népművészet megismertetése a fiatal generációkkal	138
3.7. Összefoglalás	139
4. A matyóföldi turizmus száz évvel ezelőtt és napjainkban	140
4.1. Bevezető	140
4.2. A matyóföldi turizmus száz évvel ezelőtt	142
4.3. A matyóföldi turizmus napjainkban	146
4.4. A matyóföldi turizmust alakító szervezetek tevékenysége	152
4.5. Fejlesztések a matyó népművészethez kapcsolódó örökséghelyszíneken	152
4.6. Összefoglalás	153
IV. A hungarikumok szerepe az országimázs formálásában	155
1. A kutatás célja és módszerei	155
2. Az országimázs és az országmárka-formálás	157
2.1. Az országimázs értelmezése	157
2.2. Az országmárka és az országmárkázás értelmezése	160
2.3. Az országimázs és az országmárka összefüggései	161
2.4. Országmárka-építéssel foglalkozó törekvések Magyarországon a 2000-es évek közepétől napjainkig	164
2.5. Az országimázs-kutatások eredményei	171
3. A hungarikumok szerepe az országimázs formálásában	174
3.1. Bevezetés: alapvetések	175
3.2. A hungarikumok szerepe az országimázs formálásában	176
3.3. Magyarországgal és a magyarsággal azonosítható hungarikumok	179
3.4. A hungarikumok megjelenése a szervezetek kommunikációs tevékenységében	185
4. Következtetések és javaslatok	191
Felhasznált irodalom	193

Bevezetés

Magyarország Alaptörvénye a magyar nemzet egységétől vezérelve megállapítja, hogy a magyar nemzeti értékek megőrzendő és egyedülálló értékek, és azok védelme hozzájárul a nemzeti azonosságtudat kialakulásához és megszilárdításához.¹

Magyarország Alaptörvényére utalva Szakáli István Loránd felhívta a figyelmet arra, hogy a 21. század nehéz megmérettetéseiben az értékek megőrzése nagy feladatot ró ránk. Nem adhatjuk fel értékeinket, az elődeink által ránk hagyott örökséget, ugyanis közös értékeink adnak iránymutatást ahhoz, hogy tudjuk, honnan hová tartunk, mi is az életünk igazi értelme.²

A hungarikum elnevezést méltán tekinthetjük a világon egyedi jelenségnek, hiszen az „olyan, a magyarok vagy idegen népek által magyarnak vélt és a nemzettel azonosított anyagi, illetve szellemi értékeket értjük alatta, amelyek eredetüknél és hírnevüknél fogva magyar specifikumok”.³

A 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról (a továbbiakban: hungarikumtörvény) kimondja, hogy a hungarikumokat és a nemzeti értékeket gyűjteni, ápolni, őrizni kell, mert az összetartozás és a nemzeti tudat erősítésében kulcsszerepet játszanak. Mindemellett be kell azokat mutatni, hiszen fontos szerepük van az identitás és az imázs kialakításában, ráadásul gazdasági haszon is származhat belőlük. Ezenkívül kiemelendő még a nemzetstratégiai szerepük is, hiszen a hungarikumok *célterülete nem csupán Magyarországra terjed ki, hanem minden olyan közösségre, amelyet magyar emberek alkotnak*.⁴

A hungarikumtéma nemzetstratégiai jelentősége okán, a Nemzetstratégiai Kutatóintézetben végzett munkám során célul tűzttem ki a hungarikummozgalom vizsgálatát, illetve annak feltárását, hogy a hungarikumok milyen hatást gyakorolnak az érintett településeken élők identitására és a települések fejlődésére, valamint az országimázsra. A tankönyv négy átfogó kutatás eredményeit tartalmazza.

- Az első tanulmány a hungarikumoknak az érintett településeken élők identitására és a települések fejlődésére gyakorolt hatását tárja fel.
- A második és a harmadik tanulmány az előbb említett kutatás eredményeit két hungarikumra vonatkozóan támasztja alá.
 - Az első esettanulmány két részből épül fel: az első rész a csíksomlyói búcsú látogatótípológiájának, a búcsún való részvétel motivációinak elemzésére, míg a második rész a csíksomlyói búcsú turisztikai életciklusgörbe szerinti vizsgálatára terjed ki.
 - A második esettanulmány szintén két részből tevődik össze: az első rész a matyó népművészetnek a Matyóföldön élők identitására és a települések fejlődésére gyakorolt hatását, a második rész pedig a matyó népművészetnek a matyóföldi települések turisztikai fejlődésére kifejtett hatását vizsgálja.

¹ Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.).

² SZAKÁLI István Loránd (2019): Hungarikumok. A nemzeti értékek és hungarikumok gyakorlati hasznosíthatóságának lehetőségei. In TÓZSA István (szerk.): *Hungarikumok és nemzeti értékvédelem*. Első egyetemi tankönyv. Nemzeti Közszerológiai Egyetem, Államtudományi és Közigazgatási Kar, Vezető- és Továbbképzési Központ. Budapest: Dialóg Campus Könyvkiadó, 41–62.

³ ZENTAI András (2015): *Nemzeti értékeink megőrzése. A hungarikumok és a körük szerveződő rendezvények Magyarországon és külföldön*. Szakdolgozat. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, 5.

⁴ 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról.

- A negyedik tanulmány a hungarikumoknak az országimázs formálásában betöltött szerepét tárja fel.

Az alábbiakban röviden összefoglalom az egyes kutatások célját és főbb eredményeit. A könyv további fejezeteiben ezeknek a kutatásoknak a háttere és részletes eredményei olvashatók.

1. tanulmány: A hungarikumok hatása a települések fejlődésére

A téma megalapozásaként a szakirodalmi vizsgálat során nyomon követtem a hungarikumfogalom fejlődését, értékeltem a hungarikumok nemzetstratégiai jelentőségét, valamint kitértem arra, hogy milyen hatást gyakorolnak a helyi és a nemzeti identitásra. A primer kutatás során kérdőíves vizsgálatot végeztem el a Hungarikum Gyűjteményben szereplő olyan hungarikumok körében, amelyek valamely településhez kapcsolódnak. Arra kerestem a választ a többi között, hogy a hungarikum mennyire határozza meg a településfejlesztés gyakorlatát, hogyan viszonyul hozzá a település vezetése, illetve hogyan a lakosság. Az érintett szervezetektől azt is megkérdeztem, hogy a hungarikum milyen mértékű hatást gyakorol a munkahelyteremtésre és az együttműködésekre az adott településen és az adott térségben. Az eredmények azt mutatták, hogy ha a válaszadók véleménye szerint a hungarikum jelentősebb szerepet tölt be a településfejlesztésben, akkor a településen élők is nagyobb büszkeséggel tölti el az adott érték. Az is kiderült, hogy a hungarikumnak a településfejlesztésben történő nagyobb mértékű hasznosítása mellett az adott érték a munkahelyteremtésben és a közösségépítésben magasabb területi szinten (nem kizárólag települési, hanem regionális, országos vagy akár nemzetközi szinten) is képes hatni. Az első tanulmány e fenti kutatási kérdéseket és eredményeket fejti ki bővebben.

2. tanulmány: A csíksomlyói búcsú turisztikai vizsgálata

Az előbb említett kutatási eredmények alátámasztására két esetpélda is olvasható a könyvben. Az egyik esettanulmány a 2020-ban hungarikummá vált csíksomlyói búcsú és kegyhely turisztikai vizsgálati eredményeit tartalmazza. A másik a 2013-ban hungarikummá vált matyó népművészetnek a térségi identitásformálásban és a turizmus fejlődésében betöltött szerepét vizsgálja.

A Hungarikum Gyűjteményben szereplő, településekhez és térségekhez kapcsolódó hungarikumok közül a legtöbb érték Magyarországon található, kettő kapcsolódik külhoni magyar területhez (Torockó épített öröksége és a csíksomlyói pünkösdi búcsú és kegyhely). Ezek közül a Nemzetstratégiai Kutatóintézet Kutatási, Stratégiai és Koordinációs Igazgatóságának Magyar Megújulás és Gyarapodás Osztályával 2016-ban a csíksomlyói búcsú látogatótipológiáját, látogatottságát és turisztikai életciklusának jellemzőit vizsgáltuk.

Csíksomlyó mint a székelyföldi szakralitás meghatározó helyszíne több évszázados múltra tekint vissza, az elmúlt 32 évben pedig a magyar nemzet legfontosabb kegyhelyévé vált. A tanulmány célja volt egyrészt a csíksomlyói búcsú történetének, turisztikai jelentőségének és változó szerepének vizsgálata elsősorban abból a szempontból, hogy a csíksomlyói búcsú mint turisztikai termék az életciklusát tekintve melyik fázisban van, milyen irányban fejlődik, milyen jövő felé tart. Másrészt a szekunder vizsgálatok mellett egy online kérdőíves felmérésben betekintést kívántunk kapni abba, hogy a csíksomlyói búcsú látogatói miért indulnak útnak, hogyan teszik meg ezt a nagy távolságot, mennyi időt töltenek ott, és az ünnepi mise mellett még mi iránt érdeklődnek. A primer kutatás kiterjedt annak a vizsgálatára is, hogy akik még nem jártak a településen, vagy nem pünkösdi ünnepén, hogyan vélekednek a csíksomlyói búcsúról. A kutatás

azt igazolta, hogy a csíksomlyói búcsúba történt utazás elsődleges indítéka a közösségi élmény megélése, illetve a magyarokkal való találkozás lehetősége volt. A közösségi élmény azonban a hit együttes megélésére utal: a válaszok azt is jelzik ugyanis, hogy a hit együttes megélésének jelentős közösségépítő szerepe van, és a zarándoklat ebben fontos szerepet tölt be. A motiváció ebben az esetben a lelki élménynek, a vallásnak a közösségben való megélése. A válaszokból az is megtudható, hogy a csíksomlyói búcsúba történő zarándoklat során nem játszik erőteljes szerepet a kikapcsolódás, a rekreáció. A csíksomlyói búcsún való részvétel tehát nem elsősorban turisztikai céllal történik.

A csíksomlyói búcsúval kapcsolatos korábbi kutatási eredményeink szerint a csíksomlyói búcsú a turisztikai életciklusgörbe-vizsgálat alapján a fejlődés és a konszolidáció jegyeit egyaránt mutatta. A látogatószám növekedése még mindig jelentős, de lassuló tendenciát mutat. Egyre több vállalkozás épül a turizmusra, de még számos feltáratlan lehetőség rejlik a desztináció adottságai között, amelyekre a térség – egyelőre a fejlesztési tervek formájában – reagálni látszik. Az ez utóbbi kutatási eredményeket taglaló szakkikk *A csíksomlyói búcsú turisztikai vizsgálata* című fejezet mellékleti részében olvasható.

3. tanulmány: A matyó népművészet hatása a Matyóföld fejlődésére

A másik esettanulmány a 2021 második felében folytatott, hungarikum témájú primer kutatáshoz kapcsolódik. Ennek egyik altémája egy, a matyó népművészetre kitérő vizsgálat volt, amelyet kvalitatív módszerrel, strukturált interjúk elkészítésével valósítottam meg. Jelen tanulmányban a matyók eredetével, a matyó népművészet sajátosságaival, valamint a matyó népművészetnek a Matyóföld fejlődésére és a turizmusra gyakorolt hatásaival kapcsolatos kutatási eredmények olvashatók. A matyó népművészetre kitérő vizsgálat helyszíne a Matyóföld két települése, Mezőkövesd és Tard volt, ahol 2021 szeptemberében a települések illetékes szakembereivel készítettem strukturált interjúkat.

A kutatási eredmények szerint a matyóság a magyarság egyik legjellegzetesebb és legismertebb néprajzi csoportja. A matyó népi kultúra egyes elemei több mint száz éve reprezentálói a magyar népi műveltségnek. A matyók 19. század második felében kivirágzó, paraszti öntudatot tükröző látványos, színes népviselete, erős történeti tudata és gazdag szokásvilága jól beleilleszkedett abba az idealizált képbe, amely szerint a népi kultúra egyes elemeit táji-történeti kötöttségeiből kiemelve nemzeti sajátosságként kezdték el kezelni, és szinte nemzeti szimbólummá emelték. A matyóság jó példája annak, hogyan emelkedik egy lokális kultúra idealizált nemzeti értéké. A matyó népművészetnek az UNESCO szellemi kulturális örökség reprezentatív listájára és a hungarikumjegyzékbe való felvétele is az elődök és a ma élők kultúrájának magas szinten történő elismerését jelenti. Ezek a gesztusok tovább erősíthetik a közösség tagjainak identitástudatát. Az eredmények pedig növelik az elköteleződést a népművészet magas minőségű megtartása iránt. A tanulmányban arra kerestem a választ, hogy a matyó népművészet hogyan és milyen eszközökkel erősíti a településen élők identitását, és milyen hatása van a települési és a térségi fejlődésre. A kutatási eredmények szerint az itt élők nagyrészt pozitívan viszonyulnak a matyó népművészethez. Erre utal a rendezvények látogatottsága is: a lokális értékeket felvonultató, népművészeti témájú fesztiválok, kiállítások, bemutatók a helybéliek nagyszámú részvételével zajlanak. A matyó népművészetre épülő iparágak ugyanakkor jóval kevesebb munkahelyet biztosítanak napjainkban a Matyóföldön, mint évtizedekkel korábban, vagy akár száz évvel ezelőtt.

A szakirodalmi kutatás során feltártam azt is, hogy száz éve minek köszönhette népszerűségét a Matyóföld. Az interjúkban arra is kerestem a választ, hogy napjainkban a matyó népművészet

mennyiben járul hozzá a vendégforgalom alakulásához, a térség marketingtevékenységéhez, s hogy mindez elősegíti-e a világörökséggé és egyben hungarikummá nyilvánított matyó népművészet értékörző tevékenységét, annak bemutatását és népszerűsítését. A matyó népművészet felfedezését a matyó lakodalmas budapesti bemutatásától számítják, mivel ez tette Mezőkövesd gazdag hímző- és viseletkultúráját országosan is ismertté. A Matyóföldön működő szakmai és civil szervezetek a mai napig törekednek arra, hogy megőrizzék és továbbadják a matyó népművészetet, hasonlóan ahhoz, ahogyan az elődeik száz évvel ezelőtt is tették. Ugyanakkor a teljes vendégszám folyamatos növekedése ellenére a múzeumi látogatószámokban az elmúlt 15 évben nem történt növekedés. Ez alapján megállapíthatjuk, hogy a világörökség cím elnyerése nem növelte a térségbe irányuló turizmust.

4. tanulmány: A hungarikumok szerepe az országimázs formálásában

A kutatássorozat negyedik részét 2022-ben valósítottam meg. A szakirodalmi és a primer kutatások nyomán egyértelmű megállapítást nyert az, hogy a magyarság kiemelkedő és unikális értékeinek számító hungarikumok márkahordozók és imázsformáló tényezők lehetnek az ország turisztikai marketingtevékenységében. Közvetítő szerepet tölthetnek be a nemzetközi turisztikai kommunikációban. A hungarikumok olyan, csak a magyarságra jellemző értékek, amelyek révén a világ más országaiban élők Magyarországra, a magyarokra asszociálhatnak. Azok a turisztikai kínálati elemek, amelyek miatt érdemes Magyarországra látogatni, amelyekre a szakmai szervezetek hangsúlyt helyeznek a kommunikációjukban, a hungarikumok gyűjteményében is nagyrészt visszaköszönnek. A kutatás során szakirodalmi vizsgálatokat végeztem a hungarikumoknak az országimázs formálásban betöltött szerepével kapcsolatban. Másrészt megkerestem azokat a szakmai szervezeteket, amelyek felelősek az országimázs formálásáért, s ezek képviselőivel készítettem félig strukturált interjúkat. Az interjúk során azt tártam fel, hogy e fenti szakmai szervezetek a marketingkommunikációs, az országmarketing terén végzett és a diplomáciai tevékenységük során mely hungarikumtermékeket hogyan, milyen módon (eszközökkel) és milyen eredményességgel használják a Magyarországról alkotott kép formálása érdekében. E szervezetek között található a Magyar Turisztikai Ügynökség, a Hungarikum Szövetség, a Külgazdasági- és Külügyminisztérium, valamint a külföldi magyar kulturális intézetek. A 10 válaszadó szervezet képviselői főként agráripari és gasztronómiai termékeket neveztek meg a külföldiek számára a magyarsággal leginkább azonosítható hungarikumként. Az is megállapítást nyert, hogy a hungarikumok többsége napjaink turizmusában még nem jelent kiemelt turisztikai vonzerőt, ugyanakkor számolni kell velük a Magyarország-kép megalkotásánál, sőt, egyre hangsúlyosabb eszközei kell hogy legyenek a brandépítésnek. A válaszadók a hungarikumokkal kapcsolatban több olyan országszimbólumot is megneveztek, amelyek (még) nem szerepelnek a hungarikumok gyűjteményében (pl. Balaton, Rubik-kocka, Bartók Béla és Papp László életműve, gömböc). Ezeket több országban a nevesített hungarikumokkal eleve azonos szinten kezelik. Érdemes lenne tehát szorgalmazni ezen értékeknek is a hungarikummá nyilvánítását.

A hungarikumok témakörében e tanulmányokkal kívánok minden Kedves Olvasónak hasznos tapasztalatszerzést!

Dr. Tózsér Anett

I. A hungarikumok hatása a települések fejlődésére

1. A kutatás célja és módszerei

A hungarikumok kétféleképpen értelmezhetők: egyrészt aszerint, hogy a magyarok mit tekintenek sajátjuknak, mi az, ami szerintük igazán a magyarságot jellemzi. Másrészt aszerint, hogy a külföldiek mit gondolnak magyarnak, mire asszociálnak a *magyar* szó hallatán.

A hungarikumok olyan jellegzetes, csak a magyarságra jellemző értékek, amelyekről a magyarok ismertek a világban, s ezért az országimázs formálásában is meghatározó szerepet töltenek be. A külföldiek a világszerte közismert „hungarikumokkal” azonosítják a magyarokat, ilyenek például a gulyásleves, a tokaji aszú vagy a Hortobágyi Nemzeti Park, a Puszta.

Magyarországon 2012-től gyűjtik hivatalosan a hungarikumokat, és ettől kezdve van egységes szabályozás arra nézve, hogy mi lehet hungarikum.¹ A hungarikumok összegyűjtése és ismerete nemcsak azért fontos, mert árnyalja a külföldiekben rólunk kialakult képet, hanem azért is, mert együttal erősíti nemzeti azonosság tudatunkat.

Ez a fajta „márkázás” annyiban nem magyar jellegzetesség, hogy a legtöbb nemzet felcímkézi azokat az önazonosságát kifejező értékeit, amelyeket patriotikumként tart nyilván. Ennek megfelelően beszélhetünk polonikumokról, germanikumokról, italikumokról, frankofonikumokról, anglikumokról stb. Ugyanakkor ezek a nemzetek nem rendelkeznek a magyarországihoz hasonló ún. nemzeti értéktárral. Ha a magyarhoz hasonlóan létezne francia, angol vagy német értéktár, akkor azok listáján minden bizonnyal szerepelnének e nemzeteknek olyan brandjei, ikonjai, mint például az Eiffel-torony, a Louvre, a croissant (Franciaország); a windsori kastély, a londoni Tower, a yorkshire pudding (Anglia); a német autóipar, a bajor sör, a kölni dóm (Németország).

Napjainkban a globalizáció egyik következménye a térségek, a lokalitások szerepének megváltozása és felértékelődése. Hazánkban és a külhoni magyar lakta területeken is fontos szerepet kapnak a lokális, endogén erőforrások mint az önerőből történő építkezés alapkövei. A helyi erőforrások igénybevétele biztosítja azt, hogy a befektetett tőke helyben maradjon és újrahasznosuljon. Ennélfogva az örökség értékeink megőrzése, a helyi sokszínűség hangsúlyozása és reklámozása, a helyi jellegzetességeinek támogatása, a helyi identitás, valamint a hozzákapcsolódó különféle minőségi áruk és szolgáltatások fejlesztése és értékesítése a globalizációval szembeni védelmet is jelenti.

A hungarikumoknak a településeken élők identitására és a települések fejlődésére gyakorolt szerepének vizsgálatához első lépésben *szakirodalmi vizsgálatokkal* tártam fel a hungarikum fogalmának értelmezését, a hungarikumtörvény megszületéséhez vezető folyamatot, a hungarikumtörvény rendelkezéseit, valamint annak nemzetstratégiai jelentőségét. A hungarikumok turisztikai jelentőségével kapcsolatban vizsgáltam a hungarikumokkal összefüggő fogyasztói magatartást és a kereslet jellemzőit. Kitértem arra is, hogy a hungarikumok milyen hatást gyakorolnak a helyi és a nemzeti identitásra.

A szakirodalmi szintézist kiegészítendő, *kérdőíves kutatást végeztem* azokon a településeken, ahol hungarikum található. Ennek alapján a Hungarikum Gyűjteményben a vizsgálat időszakában

¹ TÓZSA István – ZÁTORI Anita (2013): *Hungarikumok*. Turizmus-vendéglátás szakos BA hallgatók részére. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar, Környezettudományi Intézet, Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Turizmus Kompetencia Központ.

(2021. április–május) szereplő 76 hungarikum közül kiválasztottam azokat az értékeket, amelyek településekhez kötődnek. Ezek közül is kiemeltem azokat, amelyeknek turisztikai hatásuk van vagy lehet. *Ezt követően azonosítottam azokat a szervezeteket, amelyek felelősek a kiválasztott hungarikumok kezeléséért, majd ezen szervezetek vezetőinek, képviselőinek segítségével készítettem el egy átfogó kérdőíves vizsgálatot.* Összesen 35 olyan szervezetet kértem fel a kérdőív kitöltésére, amely kötődik az adott településekhez (melléklet).

A primer kutatás során azt vizsgáltam, hogy a hungarikumok hogyan, milyen mértékben és milyen módon (eszközökkel) hatnak a leginkább egy település fejlődésére, milyen szerepük van a helyi identitás formálásában.

Ezt a témát vizsgálándó, a *kérdőíves kutatás* során az alábbi kérdésekre kerestem válaszokat:

- A hungarikum mennyire meghatározó tényezője a településfejlesztésnek, hogyan viszonyul a település vezetése a hungarikumhoz?
- Hogyan viszonyul a lakosság a településükhöz, illetve a térségükhöz kötődő hungarikumhoz?
- A hungarikum milyen szinteken (települési, regionális, országos, nemzetközi) gyakorol hatást a munkahelyteremtésre, a vállalkozásokra, a civil szervezetekre, a közösségekre?
- Adott településen a hungarikum milyen mértékű hatást gyakorol a munkahelyteremtésre, a hungarikumra épülő vállalkozásokra, a települési önkormányzat, a vállalkozások és a civil szervezetek között kialakult együttműködésekre?
- Hány munkahelyet jelent ez? A települések bevételeinek mekkora része származik azon vállalkozásokból, amelyek az adott hungarikumhoz kapcsolhatók?
- Hogyan és milyen mértékben gyakorol hatást a hungarikum az érintett térség (megye) munkahelyteremtésére, a vállalkozások létrehozására és az együttműködésekre?
- Hogyan és milyen eszközökkel lehetne nagyobb mértékben hasznosítani a hungarikumot a települési identitás erősítése érdekében?

2. A hungarikum fogalma, értelmezése

A hungarikumtörvényt megelőzően született fogalmi értelmezések eltérően fejezték ki a hungarikum fogalmát, mégis egységesen, kizárólag anyagi termékekről foglaltak állást. Az is látható e fogalmi meghatározásoknál, hogy ezeket elsősorban az agrár- és élelmiszeripari termékek vonatkozásában fogalmazták meg.²

A hungarikumok védelméről szóló országgyűlési határozat elsőként határozta meg jogi értelemben a hungarikum fogalmát. A korábbi értelmezésekhez hasonlóan azonban ez a jogszabály is az agrár- és élelmiszeripari termékekre helyezte a hangsúlyt. E szerint *ezen értékek egyedien és egyedülállóan magyar különlegességek, azaz hungarikumok, amelyek számbavétele a mai felgyorsult, globalizálódó életünkben különösen fontossá vált. A hungarikumoknak földrajzi, történelmi, nyelvi, néprajzi arculatuk van. Olyan sajátos magyar termékek, melyeknek tulajdonságai között lényeges és kiemelkedő a magyar nemzeti jelleg és amelyek természeti adottságainkkal, őshonos fajtáinkkal, termelési-tenyésztési hagyományainkkal összefüggésben sajátosan magyar ismérvekkel rendelkeznek.* A hungarikumok magyarságra jellemző mivoltukkal,

² SZABÓ Júlia (2012): A hungaricumtól a hungarikumig. Érzelmi érdekviszonyok. *Tudományos Közlemények*, 28., 111–120.; ZENTAI (2015).

különlegességükkel, minőségükkel jelentősen öregbítik hírnevünket, növelhetik megbecsülésünket szerte a világon.³

A 2012-ben megszületett hungarikumtörvény már pontosan rögzítette a hungarikum meghatározását. A törvényben olvasható definíció többlettartalommal rendelkezik az előzőekhez képest, hiszen a terméknevezés már kiegészült a szellemi és kulturális javakkal. Mindezeket összefoglaló néven értékeknek nevezik. Ezzel összefüggésben a törvény három érték kategóriát különböztetett meg: a *hungarikumokat*, a *kiemelkedő nemzeti értékeket* és a *nemzeti értékeket*.

A jogszabály szerint a *hungarikum* egy olyan gyűjtőfogalom, amely „*egységes osztályozási, besorolási és nyilvántartási rendszerben olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó értéket jelöl, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítménye*”. A törvény értelmében *nemzeti érték* a termelési kultúrához, a tudáshoz, a hagyományokhoz, a magyar tájhoz és élővilághoz kapcsolódó, felhalmozott és megőrzött minden szellemi és anyagi, természeti, közösségi érték vagy termék, illetve a tájhoz és az élővilághoz kapcsolódó materiális vagy immateriális érték. A *kiemelkedő nemzeti érték* pedig olyan nemzeti érték, amely nemzeti szempontból meghatározó jelentőségű, a magyarságra jellemző és közismert, jelentősen öregbíti hírnevünket, növelheti megbecsülésünket az Európai Unióban és szerte a világon, továbbá hozzájárul új nemzedékek nemzeti hovatartozásának, magyarságtudatának kialakításához, megerősítéséhez.⁴

A *nemzeti értékek* egy tágabb kört határoznak meg, tehát nem csak a csúcsteljesítményeket foglalják magukban, hanem mindazokat az értékeket, amelyek a magyarságra jellemzők. Ebből az a következtetés vonható le, hogy minden hungarikum nemzeti érték, de nem minden nemzeti érték hungarikum.

A magyar nemzeti érték és a hungarikum közötti különbséget illetően azt is fontos kiemelni, hogy míg előbbi a magyarsághoz köthető felhalmozott és megőrzött szellemi, anyagi, természeti, közösségi érték vagy termék, utóbbit, azaz a hungarikumot kiemelésre méltó nemzeti értéknek definiáljuk, amely jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítményét jelenti.⁵

A törvénnyel összefüggésben megerősítem, és a *kutatásom szempontjából is kiinduló definícióként* használok a következő megközelítést.

„A hungarikumok csak Magyarországra jellemző, különleges, egyedi minőségű magyar termékek, vagy csak Magyarországon megtalálható, egyedülálló természeti vagy kulturális értékek: a csak Magyarországon megtalálható, őshonos vagy itt nemesített állat- és növényfaj, az országosan ismert, magyar népművészeti, képzőművészeti alkotás, a különleges építészeti alkotás, emlék, zene, nyelv és a magyar irodalom. Idetartoznak a kulturális tradicionális értékek, népi emlékek, valamint a csak Magyarországra jellemző természeti értékek.”⁶

A hungarikumtörvény utasítása alapján a végrehajtási rendelet rendelkezik arról, hogy a nemzeti értékek gyűjtése, azonosítása során ezeket milyen szakterületenkénti kategóriák szerint kell azonosítani. E szerint az azonosítás kategóriái: az agrár- és élelmiszer-gazdaság, az egészség

³ 77/2008. (VI. 13.) OGY határozat a hungarikumok védelméről.

⁴ 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról.

⁵ TÓZSA–ZÁTORI (2013).

⁶ TÓZSA–ZÁTORI (2013): 9.

és életmód, az épített környezet, az ipari és műszaki megoldások, a kulturális örökség, a sport, a természeti környezet, a turizmus és vendéglátás.⁷

A Hungarikumok Gyűjteményében jelenleg (2021 áprilisában) 76 kiemelkedő nemzeti érték szerepel. A legtöbb érték a kulturális örökség kategóriában található. A hungarikumok az egyes kategóriákban a következőképpen oszlanak meg: agrár- és élelmiszer-gazdaság (25 db), egészség és életmód (5 db), épített környezet (1 db), ipari és műszaki megoldások (3 db), kulturális örökség (31 db), sport (2 db), természeti környezet (3 db), turizmus és vendéglátás (6 db).⁸

A Hungarikum Bizottság 2013. január 31-i döntésével a hungarikumtörvény erre vonatkozó III. 12. § (2) pontja alapján, azaz a törvény erejénél fogva hungarikumok az UNESCO világörökségi helyszínek és a szellemi kulturális örökség értékei is.⁹

3. A hungarikumtörvény megszületésének folyamata és a törvény tartalma

Ez az alfejezet bemutatja a hungarikummozgalom fejlődésének folyamatát, valamint a nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló törvény főbb rendelkezéseit.

3.1. A hungarikumtörvény-tervezet megalkotásáig tartó folyamat

Az értékgyűjtő mozgalom első állomását a Vidékfejlesztési Minisztériumnak az Európai Unió *Európa Vidékei* programjához való csatlakozása jelentette 1998-ban. A kezdeményezés keretében a tagországok eddig közel 4000 mező- és élelmiszer-gazdasági terméket gyűjtöttek össze. A program hazai megvalósulása a *Hagyományok-Ízek-Régiók (HÍR)* nevet kapta. A HÍR célkitűzése egy olyan gyűjtemény létrehozása volt, amely tartalmazza Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékeit, valamint hozzájárul ezek gazdasági hasznosításához.¹⁰

Ezt követően egyre inkább megerősödtek a civil önszerveződések is, aminek következtében 2000-ben megalakult a *Hungaricum Club*. Ezt négy vállalat hozta létre, mégpedig a Herendi Porcelánmanufaktúra Rt., a Pick Szeged Rt., a Tokaj Kereskedőház Rt. és a Zwack Unikum Rt. A szervezet a következő években két taggal bővült (Kiskunhalasi Halasi Csipke Alapítvány, Pető Intézet). A klub feladatának tartja a magyar értékek minőségi védjeggyel való ellátását.¹¹

A *Premium Hungaricum Egyesület* 2004-ben kezdte meg működését. Fő célja a Kárpát-medencei élelmiszeriparhoz kapcsolódó azon kis- és középvállalkozások támogatása, amelyek egyedülálló minőséget képviselnek gasztronómiai és kulturális hagyományaikon keresztül.

⁷ 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról; TÓZSA (2019).

⁸ Hungarikumok Gyűjteménye – Magyar Értéktár.

⁹ Mik azok a hungarikumok? Hungarikumok Gyűjteménye – Magyar Értéktár.

¹⁰ STIBLÓ Mária (2013): Hazai termékek a turizmusban – Helyi élelmiszerek és hungarikumok turisztikai attrakciós potenciálja. In MICHALKÓ Gábor et al. (szerk.): *Jó(l)lét és turizmus. Utazók, termékek és desztinációk a boldogság és a boldogulás kontextusában*. Turizmus Akadémia 6. Székesfehérvár–Budapest: Kodolányi János Főiskola, MTA CSFK Földrajtudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság, 114–123.; HORVÁTH Zsolt (2014); ZENTAI (2015).

¹¹ TÓZSA–ZÁTORI (2013); ZENTAI (2015).

Az egyesület lehetőséget nyújt a Premium Hungaricum termékvédjeggyel rendelkező áruk használóinak, hogy a védjegyet minőségi megkülönböztetésre használják.¹²

A hungarikumtörvény jogi előzményének két országgyűlési határozatot említhetünk. Az első határozat [77/2008. (VI.13.) OGY határozat, a hungarikumok védelméről] kinyilvánította, hogy a hungarikumok megőrzendő, egyedülálló nemzeti értéket képviselnek, és felkérte a Kormányt, hogy az érintett szervezetek bevonásával dolgozza ki a hungarikumok rendszerezését, valamint azok megőrzésének és hasznosításának lehetőségeit. A határozat egyik legfontosabb eleme volt, hogy meghatározta a hungarikum fogalmát.¹³

Ezt követően a 122/2008. (XI.28.) OGY határozat nyomán felkérték a Kormányt, hogy nyújtson be törvényjavaslatot a hungarikumok szabályozására vonatkozóan. Még 2008-ban elkezdődött a lista aktualizálását és bővítését célzó hasznosítási program, illetve a határozat megalkotása után elindult az értékgyűjtő mozgalom Magyarországon.¹⁴

A törvénytervezet megalkotásával a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztériumot bízták meg, amelynek minisztere a HÍR-gyűjtemény gondozásáért is felelős Élelmiszer-feldolgozási Főosztályt jelölte ki. Emellett 2009-ben létrejött a *Parlamenti Hungarikum Munkacsoport* Birinyi József vezetésével. A főosztály és a munkacsoport együtt kezdte meg a tervezet megalkotását.¹⁵

2009-től kezdve rendezték meg a *Hungarikumok a Parlamentben* elnevezésű civil fórumokat az országgházban, ezzel is segítve a törvény előkészítésének folyamatát. Ezzel párhuzamosan 2010-ben Birinyi József elkészítette a *Magyar Értéktár – hungarikumtörvény stratégiáját*, amelyből egy előzetes jogszabálytervezet született. A munkacsoport vezetőjének köszönhetően 2011-ben megalakult a *Hungarikum Szövetség*, a törvényjavaslat pedig egy év elteltével került az Országgyűlés elé. A nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló törvényt a Parlament a pártok teljes egyetértésével 2012. április 2-án fogadta el.¹⁶

A törvény megalkotásakor fontos szempont volt, hogy a szabályozás csak egyfajta keretként szolgáljon az értékek összegyűjtése során. Az az elv érvényesült, amely megadta az önkéntes lehetőséget a helyi közösségeknek az értékek kiválasztásához és az értéktárak létrehozásához. Ennek figyelembevétele mellett bevezették az alulról felfelé építkezés módszerét, amely irányelvként szolgált a jogszabály elkészítésekor.¹⁷

3.2. 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról

A törvény megállapította, hogy a nemzeti értékek az egyetemes értékek részei. A nemzeti értékek tárházát gazdagítják a magyarországi együtt élő népek, a nemzetiségek és a határon túli, valamint a szerte a világban élő, magukat magyarnak valló egyének, közösségek értékei. A nemzeti

¹² ZENTAI (2015); Premium Hungaricum Egyesület. Hungarikum Szövetség.

¹³ 77/2008. (VI. 13.) OGY határozat a hungarikumok védelméről; HORVÁTH Zsolt szerk. (2014): *Minden közösségnek vannak értékei – Az értékgyűjtő mozgalom kezdete*. Veszprém, Élhető Balaton-felvidékért Egyesület; ZENTAI (2015).

¹⁴ 122/2008. (XI. 28.) OGY határozat a hízott kacsából és libából előállított termékek védelméről.

¹⁵ HORVÁTH (2014).

¹⁶ ZENTAI (2015).

¹⁷ BIRINYI József: *Értékek és kérdések a szellemi tulajdon világából. Hungarikum előadás*. A Magyar Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Egyesület szakmai továbbképzése. Székesfehérvár, 2011. november 24.; HORVÁTH (2014); ZENTAI (2015).

értékeink széles körű hazai és külföldi bemutatása, megismertetése nyelvi, szellemi, kulturális, gazdasági teljesítményünk, természeti és épített értékeink elismertetése, valamint a nemzeti arculat erősítése egyaránt kiemelkedő jelentőségű. Az összetartozás, az egység és a nemzeti tudat erősítése érdekében nemzetünk értékeit össze kell gyűjteni, dokumentálni, az értékvédelem alapjául szolgáló dokumentációt a szigorú nyilvántartás és a kutathatóság szabályai szerint meg kell őrizni, az értékeket pedig ápolni, védelmezni és támogatni kell. A törvény I. fejezetének általános fogalmakról szóló részében szerepel a hungarikumok értelmezése. Ezt követően a törvény III. fejezete szót ejt arról, hogy a Magyar Értéktárban nyilvántartott kiemelkedő nemzeti értéknek hungarikummá nyilvánítására javaslatot tehet a Hungarikum Bizottság tagja, az egyes települési, tájegységi, megyei és külhoni nemzetrészi értéktárbizottságok, az ágazati értéktárat működtető, hatáskörrel rendelkező miniszter, illetve az értékeket gondozó vagy fenntartó természetes személy vagy jogi személy. A kiemelkedő nemzeti érték Hungarikumok Gyűjteményébe történő felvételéről a Hungarikum Bizottság dönt a jogszabályban meghatározottak szerint.

A törvény rendelkezik a Hungarikum Bizottságról is, amelynek munkáját 7 ágazati szakbizottság segíti. A 21 tagú bizottság elnöke a mindenkori agrárpolitikáért felelős miniszter. A bizottságba négy tagot delegál a Magyar Országgyűlés, hármat a külhoni magyarság a MÁÉRT-on keresztül, egy-egy tagot delegálnak a szakminisztériumok, a Magyar Tudományos Akadémia, a Magyar Művészeti Akadémia és a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala. A Hungarikum Bizottság titkársági feladatait az agrártárca látja el. A Hungarikum Bizottság összeállítja a Magyar Értéktárat, magyar és angol nyelvű internetes oldalt működtet, ahol megismerhető a Magyar Értéktár. Pályázatokat ír ki a nemzeti értékek és a kiemelkedő nemzeti értékek megőrzésére, fejlesztésére, megismertetésére, a termékek hazai és külgazdasági, kultúrdiplomáciai szempontú hasznosítására vonatkozóan. A hungarikum kifejezés is a Hungarikum Bizottság hozzájárulása alapján használható.¹⁸

4. A Nemzeti Értékpiramis

Az értékek hungarikummá nyilvánításához a 114/2013. (IV. 16.) Kormányrendelet keretében egy alulról felfelé épülő, hierarchikus rendszert határoztak meg, amely a nemzeti értékek hazai és nemzetközi felkutatása és számbavétele nyomán megalkotja a nemzeti értéktárat. Ennek csúcán a hungarikumok szerepelnek egyedi, különleges, a magyarságra leginkább jellemző szellemi és tárgyi produktumokként vagy adottságként. A nemzeti értékpiramis alulról építkező elvének megfelelően, a meghatározott formanyomtatvány kitöltésével bárki javasolhat értéket az alapszintű értéktárakba történő felvételre.¹⁹

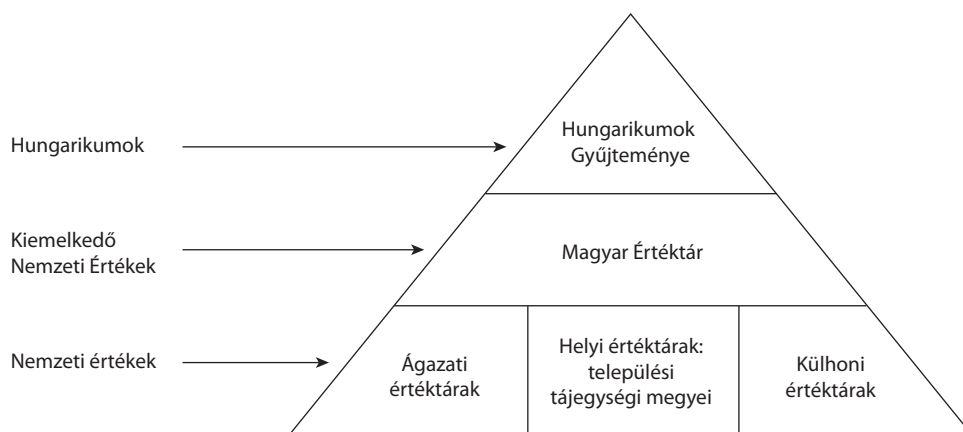
A piramiselv szerint működő rendszer három pillérre épül (1. ábra). A nemzeti értékpiramis legfontosabb bázisát a helyi értéktárak tartalma adja, hiszen a kezdeményezések alulról, a helyi – települési, megyei, tájegységi – közösségtől indulnak el. Értéktárba vételükről a helyi bizottságok képviselői dönthetnek. A piramis alapját képezik azok a nemzeti értékek is, amelyek területileg nem kapcsolhatók egy adott helyhez, vagy mivoltuknál fogva nem sorolhatók csupán egyetlen közösséghez, sokkal inkább egy-egy szakterülethez. Ezek az ágazati értéktárakban

¹⁸ ZENTAI (2015); TÓZSA (2019); 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról; TÓZSA–ZÁTORI (2013); HORVÁTH (2014).

¹⁹ 114/2013. (IV. 16.) Korm. rendelet a magyar nemzeti értékek és a hungarikumok gondozásáról; Mik azok a hungarikumok? Hungarikumok Gyűjteménye – Magyar Értéktár.

kaphatnak helyet, amelyek kialakításáért és megőrzéséért az illetékes szakminisztériumok felelnek. A törvény megadja a lehetőséget a külhoni értékek felkutatására és azonosítására is, amelyet a határon túli magyarok kezdeményezhetnek és fogadtathatnak el a Magyar Állandó Értekezlet által létrehozott bizottsággal, amennyiben külhoni értéktár létrehozásában gondolkoznak.²⁰

A helyi (települési, megyei, tájegységi), az ágazati, valamint a külhoni értéktárak együttese alkotja a nemzeti értékek szintjét, amelyek a piramis alapját adják. A rendszer következő lépcsőfokát jelentik azok a kiemelt nemzeti értékek, amelyek a nemzetünk szempontjából meghatározó jelentőségűek, ismertségüknek köszönhetően pedig továbbvihetik hírünket a világban. A helyi, külhoni és szakmai bizottságok javaslataikat a Hungarikum Bizottság (továbbiakban Bizottság) felé tehetik meg, amelynek tagjai dönthetnek az érték Magyar Értéktárba sorolásáról. Amennyiben a Bizottság úgy ítéli meg, hogy egyedi tulajdonságai és minősége révén túlmutat a kiemelt értékek szintjén is, helyét a piramis csúcsán lévő Hungarikumok Gyűjteményében foglalhatja el.²¹



1. ábra: Nemzeti Értékpíramis

Forrás: Horváth (2014): 46. alapján saját szerkesztés

5. A hungarikumtörvény nemzetstratégiai jelentősége

A Kárpát-medencei hálózati gazdaság fejlesztéséhez, a nemzetstratégiai keretprogramok megvalósításához nagymértékben hozzájárulhat a hungarikumok ügye is. A magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló törvény nemzeti megközelítésű jogszabály, amelynek célcsoportja és célterülete nem csupán Magyarország, hanem minden olyan közösség, amelyet magyar emberek alkotnak.²²

A hungarikumtörvény 2015. évi módosításának egyik legfontosabb rendelkezése a külhoni értékgyűjtés magyarországi mintára történő megteremtése volt. Ezek alapján a Magyar Állandó Értekezleten részt vevő külhoni szervezetek a saját országuk vonatkozásában Külhoni Nemzet rész Értéktárat működtethetnek. Emellett a külhoni önkormányzatok, jogi személyek saját

²⁰ TÓZSA–ZÁTORI (2013); HORVÁTH (2014); ZENTAI (2015).

²¹ HORVÁTH (2014); ZENTAI (2015); TÓZSA (2019).

²² TÓZSA (2019).

országuk vonatkozásában – a Magyar Állandó Értekezletre meghívott külhoni szervezet támogatása esetén – települési, tájegységi értéktárat hozhatnak létre. A cél az, hogy az országhatáron túl is megvalósulhasson a helyi szintű értékgyűjtés, elinduljanak ott is az alulról történő kezdeményezések, és biztosítható legyen azok becsatornázása az egységes Nemzeti Értékpiramis rendszerébe. A törvénymódosítás eredményeként elindult a határon túli értékgyűjtő mozgalom aktív szerveződése.²³ (1. és 2. kép).

A törvény integratív, az érték fogalmát egyetemesen elismerő jellegét bizonyítja, hogy annak eredetét nem köti etnikai szempontokhoz. A magyar nemzeti értékek körét kiterjeszti a magyarsággal évszázadok óta együtt élő, államalkotó szerepet játszó egyéb nemzetiségek által előállított értékekre is, ezzel is azt sugallva, hogy minden, a Kárpát-medencében élő közösség egyformán fontos számára.²⁴ Ennek a szemléletnek köszönhetően az értékpiramis különböző szintjein helyet foglalnak az elsősorban nemzetiségekhez köthető értékek is. Amennyiben a Hungarikumok Gyűjteményét vesszük csupán görcső alá, azt láthatjuk, hogy a jelenlegi hungarikumok között van elsősorban a cigánysághoz, a Magyarországon élő délszlávokhoz vagy éppen a szlováksághoz kapcsolódó érték is.²⁵



1. és 2. kép: A hungarikummá nyilvánított csíksomlyói búcsú és kegyhely (2020)

Forrás: <https://kultura.hu/a-csiksomlyoi-bucsu-is-hungarikum-lett/>; <https://romkat.ro/2020/07/02/sarlos-boldogasszony-a-csiksomlyoi-kegytemplom-bucsuunnepe/>

6. A hungarikumok turisztikai jelentősége

A Covid-19-et megelőzően egyre inkább azt tapasztalhattuk, hogy a globalizáció hatására szélesedett a világon bejárható területek köre. Ezzel együtt azonban a legnépszerűbb desztinációk értékei fokozatosan kommercializálódtak. Ennek következményeként a turisztikai vonzerőt jelentő kulturális értékek egyre inkább eladni kívánt termékékké váltak, egyúttal a lokálisak

²³ 2015. évi LXXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény módosításáról.

²⁴ SZABÓ (2012).

²⁵ TÓZSA (2019).

univerzálisakká alakultak, elveszítve egyedi értéküket. A nemzeti identitások elindultak a feloldódás útján.²⁶

Ezzel a jelenséggel párhuzamosan azonban a globalizációnak az előzőekkel ellentétes hatásai is megjelentek a turizmusban. Az ezt a folyamatot előnyben részesítő látogatók számára egyre inkább az egyedi kulturális értékek megismerése, a kulturális eseményeken való részvétel és annak átélése vált az élményszerzés fő forrásává.²⁷

A hungarikumok egyelőre különböző szinteken vonhatók be az élményszerzésbe, hiszen vannak olyan értékek, amelyek különlegesen egyedi jellegük miatt önmagukban is vonzerővel bírnak és forrásai az élményszerzésnek (pl. budai vár). Más hungarikumok azonban önmagukban nem bírnak vonzerővel (pl. makói hagyma, csabai kolbász, bajai halászlé), ezért ezekre az értékekre olyan termék- és programcsomagokat kell építeni, amelyek felkeltik a turisták érdeklődését. A hungarikumok bevonásával történő termékfejlesztés eredményeként ugyanis megkülönböztetett figyelem kísérheti a hazai ajánlatot a nemzetközi turisztikai piacon. Másrészt ahhoz, hogy a turisták érdeklődjenek a hungarikumok iránt, ismerni is kell azokat. Ehhez marketingkommunikációs eszközökkel fel kell hívni rájuk a figyelmet.²⁸

A turisták számára vonzó termékként való megjelenítés mellett több szerző is megállapította, hogy a hungarikumok és a helyi értékek szerepet játszanak a helyi identitás és imázs kialakulásában is, mivel különleges, autentikus értéknek számítanak.²⁹ Egyes vidéki térségek számára kitörési lehetőséget jelenthetnek, a városok esetében pedig a sokszínű kínálat kialakításában lehet fontos szerepük. Emellett hozzájárulhatnak a helyi adóbevételek növekedéséhez, a munkalehetőségek bővüléséhez, a vállalkozások beindításához, a környezet- és tájvédelemhez, valamint az adott térség megtartó erejének növeléséhez.

6.1. A hungarikumokkal összefüggő fogyasztói magatartás és kereslet

A termékek fogyasztásával megerősödni látszanak azok a trendek, amelyek nem az anyagi összetevők, hanem az információgyűjtés és a bizalmi tényezők (gyártó, eredet, speciális technológia) irányába mozdulnak el.³⁰ Meghatározó, hogy a fogyasztó mennyire érintett érzelmileg vagy értelmileg a folyamatban. Egyre inkább jellemző az is, hogy a fogyasztói döntések mögött az értelmi elemek háttérbe szorulásával érzelmi motivációk jelennek.³¹

²⁶ BOROS Lajos (2010): Földrajzi alapkategóriák gazdaságföldrajzi kontextusban. In Mészáros Rezső et al.: *A globális gazdaság földrajzi dimenziói*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 40–56.; Tóth et al. (2017).

²⁷ MICHALKÓ Gábor – VIZI István (2011): A turizmus mint globalizációs jelenség Magyarországon. *Iskolakultúra*, 11., 10–19.; MICHALKÓ Gábor (2004): *A turizmuselmélet alapjai*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola.; MICHALKÓ Gábor (2005): *Turizmusföldrajz és humánökológia*. Székesfehérvár, Kodolányi János Főiskola; Tóth et al. (2017).

²⁸ TÓZSA-ZÁTORI (2013); TÓTH Bettina et al. (2017): A helyi értékek és hungarikumok turisztikai attrakcióvá való fejlesztési lehetőségei alföldi példákon keresztül. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 2(2), 4–19.

²⁹ GONDA Tibor – RAFFAY Zoltán (2015): A tematikus utak szerepe a turizmus- és vidékfejlesztésben. *A Falu*, 30(1), 49–58.; Tóth et al. (2017).

³⁰ NÓTÁRI Márta (2008): *A kertészeti- és élelmiszeripari hungarikum termékek primer vizsgálata, különös tekintettel a Dél-alföldi Régióra*. Doktori értekezés. Budapest: Tájépítészet és Döntéstámogató Rendszerek Doktori Iskola. Budapesti Corvinus Egyetem.

³¹ HOFMEISTER TÓTH Ágnes (2003): *Fogyasztói magatartás*. Budapest, Aula Kiadó.

A hungarikumokkal kapcsolatos fogyasztói magatartás felméréseiből összességében az alábbi következtetések vonhatók le.

A kutatások során megállapítható volt, hogy alacsony azoknak az aránya, akik teljes körű rálátással bírnak a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek mellett a hungarikum kifejezésre.³²

A megkérdezettek szerint a magyar élelmiszerek jó minősége a nemzeti hagyomány része, és ez alapot adhat a büszkeségre. Mindezt igazolja, hogy a fogyasztók a hungarikum termékeket kiemelkedő ízük és minőségük alapján választják.³³ A fogyasztók többnyire úgy gondolják, hogy a magyar élelmiszerek pozitív hatást gyakorolnak a magyar gazdaságra. Jobb ízűnek tartják azokat, mint az importélelmiszereket. Emellett a megkérdezettek abban is egyetértettek, hogy a magyar élelmiszerek megbízhatóak, biztonságosak, továbbá fontosnak tartották azok hagyományos jellegét is.³⁴ A hazai fogyasztóktól eltérően a külföldi fogyasztók a személyes élményeik alapján kedvelik a hungarikumokat. A külföldi turisták esetében levonható az a következtetés, hogy minél inkább ismerik az adott ország termékeit, annál kedvezőbben ítélik meg magát az országot is.³⁵

Ennek ellenére azonban a hungarikumok turisztikai attrakciós potenciálja még nem mondható magasnak, és ritka az, hogy kizárólag ezek a kiemelkedő termékek vonzanák egy adott helyszínre a turistákat.³⁶

A fogyasztók tudják, hogy a hagyományos termékeknek a tömegélelmiszerekkel szemben magasabb az árak, valamint hogy ezek esetében az élvezeti érték sokkal meghatározóbb, mint maga az ár.³⁷

Ezzel együtt az is megállapítást nyert, hogy a vásárlói magatartás összefügg a jövedelem alakulásával. A 40–60 éves korosztály vásárolja leggyakrabban a speciális magyar termékeket, a fiatalabb korosztálynál ez kevésbé meghatározó tényező. Az ingyencélcsoportot a magas jövedelemmel rendelkező, jellemzően vezető beosztású fogyasztók alkotják, akik leginkább presztízsből vásárolják a termékeket. A patriótább fogyasztók vásárlási döntéseiben az ár ugyan csak kevésbé befolyásoló tényező.³⁸

A kutatások arra is rávilágítottak, hogy a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők vásárolnak a leggyakrabban, leginkább tudatosan hungarikumokat vagy annak vélt termékeket.³⁹

Ehhez kapcsolódóan megállapítható, hogy egyre több az egészségtudatos fogyasztó, akik egy potenciális vevőkört jelentenek. Jelentős azoknak is a száma, akik nosztalgiából vásárolnak hungarikum termékeket.⁴⁰

³² JASÁK Helga et al. (2014): *Fogyasztói preferenciák és attitűdök a hagyományos és tájjellegű élelmiszerekkel kapcsolatban*. Marketing megújulás – Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája előadásai. Szeged: Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, 372–381.

³³ NÓTÁRI (2008).

³⁴ STIBLÓ (2013).

³⁵ NÓTÁRI (2008).

³⁶ STIBLÓ (2013); TÓTH et al. (2017).

³⁷ JASÁK et al. (2014).

³⁸ SZAKÁLY Zoltán et al. (2008): *Kiemelt állati eredetű hungarikumok marketing lehetőségeinek elemzése*. Zárójelentés a T049548 OTKA Kutatásról; NÓTÁRI (2008).

³⁹ NÓTÁRI (2008); SZAKÁLY et al. (2008).

⁴⁰ SZAKÁLY et al. (2008).