

KÁDÁR MAGOR

SZENT LÁSZLÓ KIRÁLY ÚTJA

Egy kulturális értékszemele
adatgyűjtési és dokumentálási munkálatai

A király nevéhez kötődő tematikus út

■ Különleges vonzerővel bír, mivel Szent László a magyarság kiemelten fontos, általánosan ismert személyisége. Célunk: Szent László történelmi személyiségének felhasználásával egy, a Kárpát-medencei magyarságot összekötő örökségút vonal kialakítása. Ez az útvonal magába foglalja mind az épített örökséget, mind a mondavilághoz kapcsolódó helyszíneket, természeti értékeket és a Szent László nevéhez kötődő helységeket. Ilyenformán be lehet mutatni, turisztikailag vonzóvá tenni olyan településeket, amelyek önmagukban kevés látogatót vonzanak, szerepük viszont megnőne az együttműködés megteremtése és fejlesztése, az összetartozás érzésének kialakítása révén a Kárpát-medencében. Nem utolsó szempontot jelent az örökségút mentén kialakuló szolgáltatások működtetése, amelyek munkahelyeket és piacot teremtenek a helyi termékeknek.

Aránylag sok megmaradt épített, illetve szellemi, változatos örökségelem kapcsolódik Szent László nevéhez, tehát nem kell helyszíneket és látnivalókat alkotni, mint kevesebb vonzerővel rendelkező régiók esetében; inkább a bőség zavara a jellemző, többtípusú örökségelem, turisztikai látványosság adott, ami sokszínűségével igen vonzóvá teszi az útvonalat.

Nagymértékben hozzájárul az érintett közösségek kulturális identitásának növeléséhez, főleg az örökségúthoz kapcsolódó kulturális események kapcsán.



Fontos szerep jut
az elkövetkezőkben
azoknak, akik
Szent László
örökségével vagy
az egyes települések
történetével,
láttnivalóival,
hagyományaival
foglalkoznak...

A kijelölt örökségút összesen 44 települést foglal magába; ebből 31 Romániában, 13 pedig Magyarországon található. Bemutatásukhoz a felmérésben részt vevő művészet- és helytörténész szakértői csoport előzetes helyzetfelmérése szolgáltat alapot, kimutatva azokat az erdélyi és magyarországi településeket, amelyeken épített örökség, hagyományok, természeti képződmények találhatóak, vagy a nevük által őrzik a lovagkirály nevét. A feltérképezés több vizsgálati és kutatási módszerrel történt, az eredmények online elérhetősége pedig lehetővé teszi a tudatos hely- és kultúrtörténeti bejárásokat.

Adatgyűjtés és kutatások

■ A település- és régiómárkázási tevékenység rendszerint az adott település vagy régió helyzetelemzésével kezdődik. A helyzetfelmérési szakaszban primer és szekunder kutatásokat egyaránt érdemes elvégezni (Papp-Váry 2011). A primer kutatások vonatkozásában a leggyakrabban alkalmazott módszerek a célcsoporton végzett kérdőíves felmérés, mélyinterjú a régió és a település kulcsembereivel, valamint kvantitatív adatgyűjtés a helyi lakosság kérdőíves lekérdezése által. A szekunder kutatások elsősorban tartalomelemzést foglalnak magukba, legyen szó dokumentumok, weboldalak vagy médiamegjelenések elemzéséről. A tartalomelemzés a kommunikációtudományokban gyakran alkalmazott kutatási módszer, amelynek alapvetően két típusát különböztetjük meg. A kvantitatív tartalomelemzés az előfordulások gyakoriságát, a kvalitatív elemzés pedig ezek értelmezését vizsgálja (Tőkés 2011). A tartalomelemzési módszerek között szerepel a település monografikus leírásainak, aktuális fejlesztési terveinek elemzése, a korábbi offline és online anyagok, valamint a település média- és online képeinek szemrevételezése. Ezek a helyzetelemzési módszerek hatékonyan alkalmazhatók nemcsak egy település, hanem egész régiók vizsgálata során egyaránt (Kádár 2014, 2016). A Szent László-örökségútvonal hatékonyabb promoválása érdekében célszerű megvizsgálni azokat a turisztikai vonzerővel rendelkező természeti és kulturális értékeket, amelyeket a célközönség számára is ki lehet emelni, hívószóként lehet üzenetbe kódolni a kommunikáció során, így a projekt mind a primer, mind a szekunder helyzetelemzési módszereket alkalmazza annak érdekében, hogy felmérje az egyes települések turisztikai potenciálját.

Művészettörténeti leírások

■ A listán szereplő 44 település mindegyike számára a régészekből, falkép-szakértőkből, településtörténészekből és természeti értékeket feltáró természettudományi szakértőkből álló művészettörténész szakértői csoport elkészített egy részletező, dokumentált leírást, kiemelve az egyes települések kapcsolódását a Szent László-kultuszhoz. Ezek az anyagok alkalmasak az örökségút részletesebb bemutatására, illetve ebből készültek a román és angol nyelvre lefordított rövid, mintegy oldalnyi kivonatok, a népszerűsítésben használt anyagok leíró részei, a honlap tartalmi részei és az útvonalon elhelyezett turisztikai tájékoztató panók. A települések számbavételekor az a 44 romániai és magyarországi település került fel a listára, amelyeken épített örökség, legendák vagy hagyományok, természeti látnivalók találhatóak, vagy a nevük által őrzik a lovagkirály nevét.

Kerlés	Beszterce-Naszód megye
Mezőtelegd	Bihar megye
Magyarremete	Bihar megye
Nagyvárad – vár	Bihar megye
Nagyvárad – Székesegyház	Bihar megye
Püspökfürdő	Bihar megye
Szalacs	Bihar megye
Bögöz	Hargita megye
Csíkmenaság	Hargita megye
Csíkszentmihály	Hargita megye
Homoródkarácsonyfalva	Hargita megye
Homoródszentlászló	Hargita megye
Csíkszentsimon	Hargita megye
Gyimesfelsőlok	Hargita megye
Oklánd	Hargita megye
Székelydália	Hargita megye
Székelyderzs	Hargita megye
Csíkszépvíz	Hargita megye
Tordatúr	Kolozs megye
Ördögösfüzes	Kolozs megye
Gyer?monostor	Kolozs megye
Tordai-hasadék	Kolozs megye
Tordaszentlászló	Kolozs megye
Bibarcfalva	Kovászna megye
Gelence	Kovászna megye
Kökös	Kovászna megye
Szacsva	Kovászna megye
Sepsibesenyő	Kovászna megye
Sepsikilyén	Kovászna megye
Boroskrakkó	Fehér megye
Nyárádszentlászló	Maros megye
Somlyóújlak	Szilágy megye
Baktalórántháza	Szabolcs-Szatmár-Bereg megye
Kisvárd	Szabolcs-Szatmár-Bereg megye
Laskod	Szabolcs-Szatmár-Bereg megye
Napkor	Szabolcs-Szatmár-Bereg megye
Szabolcs	Szabolcs-Szatmár-Bereg megye
Ócsa	Pest megye
Somogyvár	Somogy megye
Tereske	Nógrád megye
Tornaszentandrás	Borsod-Abaúj-Zemplén megye

Nagyvárad megyeszékhely több szálon is kapcsolódik Szent Lászlóhoz. A magyar király alapította a nagyváradi római katolikus székesegyház elődjét, illetve az első székesegyházat a mai vártemplom helyén, és ő helyezte át a városba a bihari püspökséget. Kultuszát számos épített örökség és rendezvény élteti mind a mai napig. Püspökfürdő egyike a legrégebbi fürdőhelyeknek a mai Románia területén, korábban Szent László-fürdőként ismerték. A Szalacs község mellett található Cserge-dombhoz köthető a forrásfakasztás mondája, miszerint Szent László – pontosabban a király lova – ezen a helyen fakasztott forrást a szomjazó katonáknak.

Szilágy megyében Somlyóújlak települést érinti az örökségút, ahol a helyi református templom falképtöredékei utalnak Szent László-legendáira. Kolozs megyében Magyargyerőmonostor, Tordaszentlászló, Tordatúr és Tordaszentmihály települések közelében egyaránt találunk olyan kihalt egysejtű kőületeket, melyeket a köznyelvben csak Szent László pénzeként emlegetnek. Ördöngösfüzes református templomában Szent Lászlóhoz köthető falképbábrázolások vannak. A Beszterce-Naszód megyei Kerlés mellett vívták a cserhalmi csatát. Az ehhez fűződő legendát számos freskó megörökítette. A Fehér megyei Boroskrakkó kiemelt turisztikai látványossága a település református temploma és a Szent László alakját ábrázoló falfestmények. A Maros megyei Nyárádszentlászló nevében őrizi a magyar király kultuszát, utalva az általa alapított középkori kolostorra.

Az útvonal mentén Hargita megyében található a legtöbb település, ahol a templom falfestményei a Szent László-legendákat mutatják be. Így például Bögöz, Székelydália, Oklánd, Homoródkarácsonyfalva, Csíkmenaság, Csíkszentmihály és Székelyderzs. A felsorolásból kiemelkedik utóbbi település erődtemploma, ami UNESCO világörökségi helyszíneként van jegyezve. Az UNESCO világörökségi helyszínek ma már nemcsak kiemelt kulturális és örökségvédelmi pontok, hanem meghatározó márkaelemek az egyes térségek turisztikai népszerűsítésében (Ryan & Silvanto 2009). Csíkszentsimon római katolikus templomát a magyar király tiszteletére építik, Gyimesfelsőlok községben pedig a széphavasi Szentlélek kápolnához kapcsolódik szorosan a határvédő szent király kultusza. Csíkszépvíz és Homoródszentlászló települések neveikben őrzik a Szent László-legendákat és a magyar király személyiségét.

Az örökségút vonal külön szakasza a hat Kovászna megyei település: Bibarcfalva, Gelence, Kőkös, Sepsibesenyő, Sepsikilyén és Szacsva. Mindegyikük templomának falfreskói megörökítik a Szent László-legendákat. Ezek a falképsorozatok jellemzően a 14–16. századokból maradtak fent, elsősorban az egykori magyar határőrvidék templomaiban, a magyar királyt ugyanis a határok védőszentjeként is tisztelték. A megye egyik legértékesebb, az UNESCO által is nyilvántartott kultikus műemléke a gelencei római katolikus Szent Imre-templom.

Online-jelenlét és médiaelemzés

■ A tervezett célkitűzés sikeressége szempontjából kulcsfontosságú felmérni, hogy az útvonalat alkotó települések hogyan kommunikálnak, hogyan pozicionálják saját magukat, és milyen értékeket fogalmazznak meg a tudatosan vagy spontán végzett marketingkommunikációs tevékenységük során. Erre külön online média- és képelemzés készült (Benedek 2017).

Mivel a teljesítmény kulturális beágyazottsága egy jellemzően magyar etnikumú célcsoportot feltételez, célszerű volt a médiaelemzés során az erdélyi magyar online hírportálokra fektetni a hangsúlyt. A hírportálok vizsgálatát indokol-

ja továbbá, hogy a célközönség nemcsak az erdélyi lakosságot fedi le, hanem gyakorlatilag a teljes Kárpát-medencei, esetenként a távolabbi, de ugyanehhez a magyar kultúrkörhöz tartozókat, akik számára az elsődleges információszerzési forrást jelentik ezek az online csatornák. A hírportálok kiválasztása során két szempont érvényesült: egyrészt azok a weboldalak jöttek számításba, amelyek helyi és regionális szinten széles körben ismertek és olvasottak, másrészt pedig fontos szempont volt, hogy az adott hírportál rendelkezze kereshető hírchívummal. A felmérés meghatározott szempontrendszerének hat hírportál felelt meg: Erdély Online (erdon.ro), Háromszék (3szek.ro), Krónika (kronika.ro), Székelyhon (szekelyhon.ro), Transindex (transindex.ro) és Udvarhelyi Hírportál (uh.ro). A Bihar megyei települések médiamegjelenéseit az erdon.ro, a Kovászna megyei településeket a 3szek.ro, a Hargita megyei településeket pedig az uh.ro portálok hírchívumának segítségével lehetett vizsgálni. A szekelyhon.ro portálon egyaránt elemzésre kerültek a Hargita és Maros megyei települések médiamegjelenései, a Krónika és a Transindex hírportálok esetében a hírchívum-ban történő keresés kiterjedt minden vizsgált településre.

A keresések a települések hivatalos neveire vonatkoztak. Volt azonban tíz olyan település, amelyek esetében a helyi hírportáloknál a rövidített elnevezések is megjelentek kulcsszóként, mint Csíkmenaság (rövidítés: Menaság), Székelyderzs (rövidítés: Derzs) stb. Ezen elnevezések vizsgálatát indokolta, hogy a helyi hírportálok esetében gyakran nem használják a tájegységet jelölő előtagot a településekre való hivatkozás során, a hírportál olvasótáborra számára az előtag használata nélkül is egyértelmű, melyik településre utalnak.

A vizsgálati időperiódusok meghatározása a hírportálok területi lefedettségére alapult. A helyi érdekltségű portálok (erdon.ro, 3szek.ro, uh.ro) esetében a vizsgált időperiódus egy évre terjedt ki (2016. január és 2017. január között). A regionális és országos hírportálok (kronika.ro, szekelyhon.ro, transindex.ro) esetében pedig ugyanez két év volt (2015. január és 2017. január között). A vizsgált szélesebb időperiódust a regionális és országos portálok esetében a megjelent híryananyagok volumene indokolja. A felmérésben jellemzően kisebb települések médiaképe kerül értékelésre, ám ezek a települések a méretükből és aktivitásukból adódóan kisebb valószínűséggel kerülnek be egy országos portál hírfolyamába.

Jelenleg a legnagyobb és legismertebb keresőmotor-szolgáltató a Google, melynek piaci részesedése a 2017. januári adatok alapján 89%, ami alapján kijelenthető, hogy az internetfelhasználók körében globális szinten a legnépszerűbb keresőmotor-szolgáltató (Statista 2017). A vizsgált kulcsszavak a települések magyar elnevezései voltak. Az elemzés az első oldal találatait vette figyelembe, tudva, hogy az internethasználati szokásokat felmérő vizsgálatok szerint a felhasználók kevesebb, mint 10 százaléka kattint át a második oldalra, 91 százaléka kizárólag az első oldalon megjelenő találatokat veszi figyelembe (Van Deursen & Van Dijk 2009).

Az online elemzés minden település esetében az első tíz találatot tartalomtípusok szerint öt kategóriába sorolta:

a) általános leírás: Wikipédia-szócikkek, közintézmények oldalai és külső források;

b) turisztikai oldalak: külön alkategóriát képeznek a szálláshelykereső- és foglaló oldalak, a turisztikai leírásokat tartalmazó oldalak és az utazási blogok;

c) kulturális oldalak: a helyi kulturális értékeket bemutató oldalak, az egyházközségi oldalak és az egyházi lexikonok;

- d) közösségi oldalak: a Facebook- és a Youtube-tartalmak;
- e) egyéb kategória: a Google-képtalálatok és a település térképeit megjelenítő találatok.

A tartalomtípus szerinti osztályozás mellett az elemzés külön kitér az egyes találatok Szent László-emlékseire. Ez a változó azt vizsgálja, hogy az adott helyszín esetében az első tíz találat között hány olyan weboldalt találunk, amely tartalmilag összeköti azt Szent László személyével.

A települések online-képének elemzése külön vizsgálta a képtalálatokat. A módszer ebben az esetben is hasonló. A Google keresőmotor-szolgáltatás segítségével kulcsszavas keresést lehetett alkalmazni minden vizsgált település esetében. A képtalálatok között az első tíz kép került értékelésre a következő szempontok alapján: tematika, kromatika, formátum, felbontás, relevancia és Szent Lászlóra történő utalás. A tematika öt nagyobb kategóriát különböztet meg: általános (látkép, utcakép, életkép), épített örökség (egyházi épületek, kastélyok és kúriák, egyéb), természeti értékek (domborzat és vízvilág), turisztikai infrastruktúra (szálláshelyek, egyéb turisztikai szolgáltatás) és az egyéb (térképek és más vizuális tartalmak) kategória. A kromatika a színes, illetve a monokróm és fekete-fehér alcsoportokat különbözteti meg. A formátum változó, a fénykép, képeslap és egyéb kategóriákat különítette el. A felbontás három csoportba sorolta a képtalálatokat: kicsi (<500x képpont), közepes (500x – 1000x képpont között) és nagy (>1000x képpont). A relevancia változó azt értékelte, hogy az adott képtalálat a vizsgált település szempontjából mennyire releváns. Amennyiben a képtalálat nem az adott településhez kapcsolódó vizuális ábrázolást jelentett meg, akkor irrelevánsként került értékelésre. Az utolsó kategória pedig a Szent László-utalásokat vizsgálta a vizuális találatok körében.

Az online médiaelemzés a harminc vizsgált település esetében összesen 960 médiamegjelenést eredményezett. A legkevesebb médiamegjelenés a Kolozs, Fehér, Szilágy és Maros megyei településekre jellemző, a legtöbb pedig a Bihar megyei települések esetében tapasztalható, elsősorban Nagyváradon, a városalapító kultusza, illetve az erre emlékező Szent László-ünnep, valamint a szintén Nagyváradon megszervezett Festum Varadinum és Szent László Napok rendezvénysorozatok miatt. Az összesített eredmények alapján a legtöbb online médiamegjelenés a következő témakörökben született: kulturális hírek (26%), gazdasági hírek (24%) és politikai hírek (21%). A legkisebb arányban az egyéb (1%), a sport (3%) és a turisztikai hírek (5%) jelentek meg. A kulturális hírek elsősorban az adott települések által szervezett rendezvényekről tájékoztatnak. A gazdasági hírek kategórián belül előtérbe kerülnek az infrastrukturális fejlesztések, de számos kisebb település esetében a hírek elsősorban a hiányosságokra világítanak rá. A politikai hírek magas aránya pedig elsősorban azzal magyarázható, hogy a vizsgált időperiódusban önkormányzati és parlamenti választásokat is tartottak az országban.

A vizsgált települések esetében összesen 300 oldaltalálat került be az elemzésbe. Ezek mindegyike a Google keresőmotor segítségével került kiválasztásra. Az oldaltalálatokat öt nagyobb kategóriába sorolta az elemzés: általános ismerető oldalak [general], kulturális oldalak [culture], turisztikai oldalak [tourism], közösségi média oldalak [social media] és egyéb kategória [other]. A Google oldaltalálatok között a legnagyobb arányban a turisztikai vonatkozású (36%) weboldalak jelentek meg, ezek között is elsősorban a szálláshelykereső és -foglалó portálok. A településekről általános bemutató információt tartalmazó

weboldalak az összes találat 25 százalékát képezték. Ezt az arányt elsősorban a településekhez köthető Wikipédia-szócikkek növelték, amelyek minden vizsgált település esetében az első találati oldalon szerepeltek. Az egyéb kategóriába sorolt weboldalak viszonylag magas (19%) aránya elsősorban a Google képtalálatok, mint oldaltalálat megjelenésével magyarázható. A vizsgált 300 oldaltalálat között 82 weboldal említi a település és Szent László kapcsolatát, a keresési találatok többsége (73%) nem tesz ilyen utalást.

A Google-képtalálatok vizsgálata során kiderült, hogy a két domináns téma az épített örökségek (48%) és a településbemutató lát- és életképek (34%). A természeti értékek és a turisztikai infrastruktúra vizuális megjelenítése pedig azonos arányban jelenik meg (8%). Az épített örökségek között kiemelkednek a települések szakrális épületei. Az összesen vizsgált 300 képtalálat közül mindössze 22 esetben találunk egyértelmű utalást a település és Szent László kapcsolatára. Ez az összes képtalálatok kevesebb, mint 10%-át teszi ki. A Szent László utalást tartalmazó vizuális találatok a templomok falain megjelenő Szent László-legendák freskóit jelenítik meg.

Strukturált interjúk

■ Az előző alfejezetben ismertetett online- és médiaelemzéshez képest, amelyek szekunder felmérések, a helyszíni interjúk már primer kutatásnak tekinthetők. A települések vizsgálata a márkázás szempontjából prioritást élvez a helyi értéket ismerő, közösségben aktív, véleményformáló személyekkel való beszélgetés, lehetőleg félstrukturált vagy mélyinterjú formájában. Meglátásaik és információik hozzájárulnak a teljesebb kép kialakításához, sok esetben újabb adatgyűjtést, dokumentálódást nyitnak meg.

A tapasztalatok azt mutatják, hogy település- és régióelemzésnél a helyszíni interjúk során a kevert típusú interjúk, a strukturált és a mélyinterjúk keverése a leghatékonyabb (Kádár 2016). „A műfaj lényege, hogy a beszélgetés kezdetén a kutató felvezető kérdéseket tesz fel, majd pedig fokozatosan egyre nagyobb teret enged a válaszadó véleményének” (Tókes 2011, p. 107). Az előre meghatározott kérdésekre tehát mint vezérfonalra érdemes tekinteni, ugyanakkor a kevert interjúk lehetővé teszik egy-egy témakör vagy probléma részletesebb kibontását, megértését. Ehhez alkalmazkodik az interjúvezető is, aki megfogalmazza a lényeges vizsgálati kérdéseket és elemeket, amelyekkel kapcsolatosan adatokra számít, de nem rögzíti azokat sem szó szerint, sem a beszélgetés kronológiájában.

Az interjúvezető elkészítése során három nagyobb témakör különült el, amelyek a projekt szempontjából kiemelt és tisztázandó kérdésköröknek minősültek. Az első témakör a települések általános helyzetképe, beleértve a legfontosabb közelmúltbeli megvalósításokat, a sürgősen megoldásra váró problémákat és a közösség legmeghatározóbb büszkeségeit. A második témakör az adott település turisztikai potenciáljának értékelése, ami egyaránt vonatkozott a turisztikai infrastruktúra, kommunikáció és látnivalók értékelésére. A harmadik témakör pedig a település Szent László-kötődése, vagyis hogy miként kapcsolódik a király alakja, legendái a településhez, és ez mennyire él a köztudatban, milyen mértékben jelenik meg hangsúlyosan a be- vagy kifele történő kommunikációban.

Az interjúalanyok kiválasztása a célkitűzésért felelős szervezettel közösen történt, minden települést vagy kisebb régiót egy személy képviselt, aki a célul tű-

zött teljesítményért felelős szervezet, a helyi közigazgatási képviselők és a média-kép alapján aktív, véleményformáló személynek számít, emellett járatos a település és a Szent László-kultuszhoz kapcsolódó örökségelemekhez, attól függetlenül, hogy döntéshozási pozíciót tölt-e be vagy sem. Összesen 25 interjúra került sor Bihar, Hargita, Kovászna és Kolozs megyében. Foglalkozásukat tekintve az interjúalanyok többsége egyházi (44%), illetve helyi vagy megyei önkormányzati képviselő (36%) volt, ezenkívül pedig megjelentek a kulturális szervezetek (8%), oktatási intézmények (8%) és turisztikai egységek (4%) munkatársai is. A besorolásnál az elsődleges tevékenységet, az alkalmazást vagy nyugdíjintézményt tekintetük, jóllehet sok esetben egy-egy egyházi vagy közintézményi alkalmazásban álló személy aktív kulturális vagy oktatási tevékenységet is folytat. Az egyházi képviselők magas arányát a projekt témája is indokolja, hiszen a legtöbb településen a Szent László kultusz a templomok falfreskóin elevenedik meg.

Amint a kutatási jelentés összefoglalja, „a 25 lekérdezés a következőképpen oszlik meg a felsorolt megyéken és kistérségeken belül: Bihar megye (4 interjú), Hargita megye (10 interjú), Kovászna megye (6 interjú) és Kolozs megye (5 interjú). Bihar megyében a következő településeken került sor lekérdezésre: Magyarremete, Mezőtelegd, Nagyvárad és Szalacs. Hargita megyében Bögöz, Csíkmenaság, Csíkszentmihály, Csíkszentsimon, Csíkszépvíz, Gyimesfelsőlók, Homoródkarácsonyfalva, Homoródszentmárton, Kányád és Székelyderzs települések vettek részt a felmérésben. Bibarcfalva, Szacsva, Gelence, Kökös, Maksa és Sepsikilyén voltak azok a Kovászna megyei települések, ahol helyszíni interjú készült. Kolozs megyében a következő települések véleményformáló személyei vállalták a lekérdezést: Magyargyerőmonostor, Ördöngösfüzes, Tordaszentlászló, Tordaszentmihály és Tordatúr. [...] A felmérés összegzése alapján kirajzolódni látszik, hogy az örökségút tervezett útvonalát alkotó települések között melyek azok, amelyek jelenleg valós turisztikai potenciállal rendelkeznek, hol beszélhetünk már kiépített turisztikai infrastruktúráról és tudatos turisztikai kommunikációról, valamint melyek azok a települések, ahol a helyi közösség életében kiemelt szerepet kap a Szent László személyéhez kötődő kultusz.” (Lásd A Szent László örökségút interjú alapú helyzetfelmérése tanulmányt.)

A turisztikai vonzerő és kiépült infrastruktúra, valamint a Szent László-kultuszhoz való kötődés alapján négy nagyobb csoportra tudjuk osztani a településeket. Az első csoportba azok kerülnek, amelyek esetében egyrészt valós turisztikai vonzerőről és kiépült infrastruktúráról, másrészt pedig hangsúlyos Szent László-kötődésről beszélhetünk. Ebbe a csoportba összesen öt település és turisztikai helyszín került: Nagyvárad a várral és a székesegyházzal, Gelence, Csíkszépvíz, Tordaszentlászló és a Tordai-hasadék. A második csoportba azok a települések kerültek, ahol viszonylag erőteljes Szent László-kultusz él a helyi közösség körében, viszont a turisztikai infrastruktúra még nem kellőképpen fejlett. A második csoportot összesen négy település képezi: Mezőtelegd, Csíkszentsimon, Székelyderzs és Bibarcfalva.

A harmadik csoportot azok a települések képezik, ahol létező turisztikai infrastruktúrát és számos turisztikai látnivalót találunk, az interjúbeszélgetések nyomán viszont az derült ki, hogy a Szent László-kultusz a közösség életében egyáltalán nem vagy csak kevésbé játszik meghatározó szerepet. Ezt a csoportot nyolc település alkotja: Sepsibesenyő, Püspökfürdő, Magyarremete, Gyimesfelsőlók, Szacsva, Kökös, Sepsibesenyő és Tordatúr.

A negyedik csoportot pedig azok a települések képezik, ahol nemcsak a turisztikai infrastruktúra nem elég fejlett, hanem a Szent László-kötődés és -kultusz éltetése sem érhető hangsúlyosan tetten a helyi közösség életében. Ebbe a csoportba a következő települések kerültek: Szalacs, Homoródszentmárton, Csíkszentmihály, Csíkmenaság, Homoródszentlászló, Székelydálya, Sepskilyén, Ördöngösfüzes, valamint Magyargyerőmonostor.

A megfelelő turisztikai infrastruktúrával nem rendelkező települések vonzáskörzetében rendszerint találunk olyan településeket, ahol a vendégek elszállásolása és ellátása kivitelezhető, ennek érdekében érdemes lehet akár nagyobb településeken is megszállni a körút során és innen indulva bejárni egy-egy térséget. Bihar megyében Nagyvárad, Kolozs megyében Tordaszentlászló, Hargita megyében egyrészt Székelyudvarhely, másrészt pedig Csíkszereda, esetleg Gyimesfelsőlok, Kovászna megyében pedig Maksa vagy Sepsiszentgyörgy lehetnek a nagyobb csoportok elszállásolására alkalmas települések.

A kutatási eredmények bemutatása során a megszólaltatott interjúalanyok véleménye mellett számításba vettük a projektben részt vevő szakértői csoportok véleményét, valamint az adott települések turisztikai kommunikációjának tartalmát is. A turisztikai kommunikáció vizsgálata az adott település vonatkozásában elérhető nyomtatott, valamint online információk tartalmak értékelését jelentette.

Örökségelemek vizuális dokumentálása

■ A turisztikai potenciál bemutatásához és archiválásához az előző három adatgyűjtési és kutatási folyamat eredményeinek az összegzése jelentette a kiindulópontot, ami kiegészült egy településbejárással az adatok hitelességének ellenőrzésére, illetve egy széles körű vizuális dokumentálással.

A projekt minden településéről rövidfilm, time-lapse, drónfelvétel, illetve a projekt tárgyát képező örökségelemekekről (freskók, épületek, természeti látnivalók) nagy felbontású képsorozat készült. A vizuális dokumentálás kettős célt szolgál, egyrészt az állomány dokumentálása, jelenlegi állapotának a rögzítése, másrészt a turisztikai promoválishoz szükséges vizuális anyagot biztosítja. A gyűjtött vizuális anyagok elérhetők a projekt honlapján is (www.lovagkiraly.org), illetve megjelennek a pannókon és népszerűsítő kiadványokban.

A látnivalók, örökségelemek a művészettörténeti leírásokban szerepeltek, ezt egészítették ki a kevert típusú interjúkban megfogalmazott egyéb látnivalók, a médiaelemzés, illetve a kiadványok és turisztikai promóciós anyagok elemzése. A négy adatgyűjtési folyamat ilyenként szervesen kapcsolódott egymáshoz, erősítve egyik a másikat, az alapozó, feltáró kutatást pedig a terepmunka, az interjúk és a vizuális dokumentálás ellenőrizte.

A gyűjtött anyag, mint a művészettörténeti leírások rövid, több nyelvű kivonata, a vizuális elemek, illetve a turisztikai látványosságok és turisztikai terv megtalálhatók a projekt alapját képező honlapon, szabad hozzáféréssel és visszajelzési, kiegészítési lehetőséggel. Fontos szerep jut az elkövetkezőkben azoknak, akik Szent László örökségével vagy az egyes települések történetével, látnivalóival, hagyományaival foglalkoznak, hogy hozzájárulásukkal bővíteni, pontosítani lehessen ezt az adatbázist.

■ KÖNYVÉSZETI HIVATKOZÁSOK

Benedek István: *Media and Online Analysis of Settlements from Saint Ladislaus Memorial Road*. Journal of Media Research. 10, 2(28). 2017. 129–145.

Kádár Magor: *The process of Settlement Branding. Case studies on City Branding in Transylvania*. Transylvanian Review of Administrative Sciences [Special Issue], 2014. 55–69.

Kádár Magor: *Media Image Analysis of the Western Region of Sălaj County*. Journal of Media Research 9. 3(26). 2016. 78–95.

2017. utolsó letöltés 2017. július 28.

Papp-Váry Árpád: *Hogyan lesz a településből márka? A városmárkázás alapjai*. [URL: http://www.papp-vary.hu/varosmarkazas/Hogyan_lesz_telepulesbol_marka.pdf], 2011, utolsó letöltés: 2017. július 28.

Ryan, J. & Silvano, S.: *The World Heritage List: The making and management of a Statista: Worldwide desktop market share of leading search engines* [URL: <https://www.statista.com/statistics/216573/worldwide-market-share-of-search-engines/>]

Tökés Gyöngyvér: *A kutatás módszertana a kommunikációtudományokban*. Scientia Kiadó, Kvár, 2011.

Van Deursen, A. – Van Dijk, J.: *Using the Internet: Skill related problems in users online behavior*. *Interact Comput* 21(5–6). 2009. 393–402.

