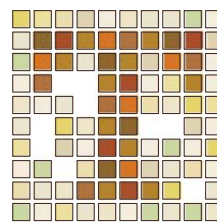




Pannon Egyetem  
Turizmus Tanszék



**Útmutató látogató- és családbarát  
ökoturisztikai bemutatóhelyek tervezéséhez,  
kialakításához**

---

**Veszprém, 2009. december 7.**

## Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék.....	2
1. Bevezetés .....	4
2. A látogató- és családbarát jelleg elméleti háttere.....	6
2.1 Az ökoturizmus célterületeihez kapcsolódó bemutatóhelyek típusainak meghatározása	6
2.2 Az ökoturizmus látogatói.....	8
2.2.1 A fogyasztói társadalom jellemzői.....	9
2.3 Versenyképesség az ökoturizmus tekintetében.....	11
2.4 Érték és elégedettség.....	11
2.5 Az élmény szerepe a turisztikai attrakciók esetében, a környezetiszemlélet-formálásban és egyéb vonatkozásokban.....	14
2.5.1 Az interpretáció alapelvei .....	16
2.6 Infrastruktúra szerepe, infrastrukturális igények.....	18
2.7 A bemutatóhelyek családbarát jellege.....	19
2.8 Összefoglalás a legfontosabb tervezési szempontokról .....	20
3. A látogató- és családbarát jelleg megállapításának módszere.....	21
3.1 A bemutatóhelyek látogatóbarát jellegének értékelése.....	21
3.2 A családbarát jelleg értékelése.....	22
4. A hazai természetvédelmi bemutatóhelyek értékelése a látogató- és családbarát jelleg szempontjából.....	24
4.1 Online kérdőíves felmérés a hazai természetvédelmi bemutatóhelyekkel kapcsolatban	24
4.2 Az ökoturizmus, a természeti területek és bemutatóhelyek kereslete korábbi keresletfelmérések és az online kérdőív alapján .....	26
4.2.1 Természeti területek látogatása.....	26
4.2.2 A természeti területek látogatásának motivációi, tevékenységek, igényelt szolgáltatások .....	27
4.2.3 A látogatók bemutatással és szolgáltatással kapcsolatos preferenciái .....	29
4.3 A látogatók véleménye a bemutatóhelyekről.....	33
4.4 Kommunikáció értékelése a kiadványok és a honlapok alapján.....	35
4.4.1 Kiadványok értékelése .....	36
4.4.2 Honlapok értékelése .....	37
5. Fejlesztési javaslatok .....	42
5.1 A(z) (öko)turisztikai tervezés menete, koncepciója.....	42
5.1.1 Az interpretációs eszközök kiválasztása.....	42
5.1.1.1 A szövegezés szempontjai.....	44

5.2	Látogatóbarát fejlesztések ökoturisztikai bemutatóhelyeken.....	45
5.2.1	Látogatóközpont.....	45
5.2.1.1	Infrastrukturális fejlesztés – a fogadás alapfeltételét biztosító, és a bevételek bővítését célzó fejlesztések.....	45
5.2.1.2	Élmény- és szolgáltatásfejlesztés eszközei – a bemutatás élményszerűségét javító fejlesztések .....	46
5.2.2	A látogatóközpont környékének fejlesztése.....	48
5.2.3	Az információs hálózat .....	48
5.2.4	Tanösvény.....	50
5.2.5	Tematikus bemutatóhelyek .....	52
5.2.6	Programkínálat látogató- és családbarát jellegének kialakítása a meglévő infrastrukturális háttérrel.....	52
6.	Hatékony kommunikációs eszközök használata.....	55
6.1	Arculati elemek .....	55
6.2	Arculatépítés .....	57
6.3	Nyomtatott kiadványok.....	60
7.	Mellékletek .....	62
7.1	Értékelőlap látogatóközpontok látogató- és családbarát értékeléséhez.....	62
7.2	Értékelőlap „zárt” tematikus bemutatóhelyek látogató- és családbarát értékeléséhez...74	
7.3	Értékelőlap „nyílt” tematikus bemutatóhelyek látogató- és családbarát értékeléséhez..85	
7.4	Értékelőlap tanösvények látogató- és családbarát értékeléséhez.....	90
7.5	Online kérdőív .....	97
8.	Irodalom .....	106

## 1. Bevezetés

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia *célkitűzései* alapján az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságának megbízásából 2008-ban elkészült az országos ökoturizmus fejlesztési stratégia (Stratégia). A stratégia készítői a turisztikai és környezetvédelmi szaktárcával, a nemzetipark-igazgatóságokkal, civil szervezetekkel és a szolgáltatókkal konzultálva alakította ki a következő 8 évre vonatkozó ökoturizmus fejlesztési tervet.

A stratégia elfogadását követően az ÖM TSzát és a KvVM TKSz kezdeményezésére jött létre az Ökoturizmus Munkacsoport (Munkacsoport), amelynek tagjai a két szaktárca képviselői közül kerültek ki, és amely csoportnak a stratégia operatív megvalósítása a célja.

A munkabizottság első fázisban meghatározta azokat a feladatokat, amelyek kevésbé forrásigényesek, ezek közé tartozott a látogató- és családbarát fejlesztések elkezdése.

A stratégia konkrét eszközöket és feladatokat dolgozott ki a természetvédelem és a turizmus szempontjainak kiegyensúlyozott érvényesítésére. A stratégiában kiemelt kérdés az ökoturisztikai attrakciók és szolgáltatók látogatóbarát fejlesztése, komplex szolgáltatásokat nyújtó látogatóközpontok létrehozása. A stratégia I. Prioritás 1-3., 6. Intézkedése, II. Prioritás 1-4. Intézkedése, V. Prioritás 2-4. Intézkedése, VI. Prioritás 1-3. Intézkedése alapján kiemelt szerepet kell kapnia a célcsoportok sajátos igényeinek megfelelő, látogató- és családbarát bemutatóhelyek kialakításának, mind a már meglévő, mind a tervezett látogatóközpontok, tematikus bemutatóhelyek, tanösvények és egyéb szolgáltatások vonatkozásában.

A látogató- és családbarát ökoturisztikai bemutatóhelyek létesítését és fejlesztését segítő gyakorlati útmutató összeállítását a fenti, az országos ökoturizmus fejlesztési stratégia megvalósításának kormányzati feladatait irányító munkacsoport (Munkacsoport) 2009. évi munkatervében tűzte ki célul.

A munka célja olyan útmutató összeállítása a látogató-, fogadóközpontok, bemutatóhelyek, tanösvények látogató- és családbarát fejlesztések szakmai megalapozására, amely a látogatóközpontok, tematikus bemutatóhelyek, tanösvények, stb. létesítéséhez és eredményes működéséhez konkrét, a gyakorlatban is alkalmazható javaslatokat fogalmaz meg. Az útmutató eközben kiemelt figyelmet fordít a fejlesztés környezet- és természetvédelmi vonatkozásaira, a természeti erőforrások védelmére is. Az útmutató az Országos ökoturizmus stratégia egyik kiemelkedő intézkedésének részletes, *gyakorlatban is hasznosítható mélységű* kidolgozása, amely *nemzetipark-igazgatóságok és más ökoturisztikai szolgáltatók számára készül.*

Az útmutató az Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia céljait és feladatait alkalmazza:

- figyelembe veszi azt, hogy a védett területeken prioritása van a megőrzésnek;
- figyelembe veszi a természeti területek eltérő jellegét, a terület tulajdonosát, a terület vagy attrakció kezelőjét és az attrakció vagy szolgáltatás üzemeltetőjét, tulajdonosát;
- összehangolja a természetvédelem ökológiai és a turizmus társadalmi-gazdasági céljait;

Elősegíti továbbá:

- a táj és a természeti- valamint hozzá kapcsolódó szociokulturális környezet fenntartható, minőségi fejlesztését; az attrakciófejlesztést, a hazai ökoturisztikai kínálat diverzitásának növekedését;
- a bemutatóhelyek látogatói elégedettségének növelését úgy, hogy közvetve egyéb pozitív hatásokat is okozzon;
- a családos szegmens ökoturizmusban való részvételének növekedését;

- a szereplők piaci orientációját előmozdító együttműködések kialakulását, illetve fejlődését;
- ember és természet közötti harmonikus kapcsolatra épülő, hosszú távon jövedelmező fejlődését, beleértve az ökoturizmusból származó bevétel jelentős részének visszaforgatását a természet megőrzésére;
- az emberi erőforrás fejlesztést;
- a turistafogadás feltételeinek javítását;
- a bemutatóhelyek kapacitásának jobb kihasználását;
- hatékony látogatói menedzsment rendszer kialakítását.

Az útmutató olyan megoldási lehetőségeket is javasol, amelyek kis forrásigénnyel is kivitelezhetőek, ugyanakkor a megvalósuló fejlesztés hozzájárul a természeti-táji örökség megőrzéséhez, az ökoturizmusba bevonható területekhez kapcsolódó bemutatóhelyek vonzerejének, látogatottságának növeléséhez. Segítséget és alapot ad az európai uniós és hazai pályázati forrásokból megvalósuló látogató- és családbarát ökoturisztikai bemutatóhelyek tervezéséhez, kivitelezéséhez.

Az útmutató kézikönyv-szerűen használható, minden bemutatóhely-típusra és látogatói igényre vonatkozóan mutatja be a lehetséges konkrét megoldásokat, példákkal, esettanulmányokkal segítve a tervezést. A fejlesztések lehetséges területeinek rendszerezése és részletes kifejtése a következő témákban történik, attrakció- és célterület-típusok szerint:

- infrastrukturális fejlesztés;
- kínálat- és szolgáltatásfejlesztés;
- kihasználtság növelése;
- élményszerűség növelése.

## 2. A látogató- és családbarát jelleg elméleti háttere

### 2.1 Az ökoturizmus célterületeihez kapcsolódó bemutatóhelyek típusainak meghatározása

Az ökoturizmushoz kapcsolódó bemutatóhelyek tipizálására és az egyes bemutatóhelyek jellemzőinek definiálására több okból is szükség van, amit az alábbiakban indokolunk.

Jelenleg nem egységes a fogalomhasználat, a szakemberek is mást-mást értenek az egyes kifejezések alatt. Ez nem csak egy elméleti jellegű szakmai probléma, hanem a látogatók számára is zavart okozhat, amennyiben az előzetes elvárásaik nem teljesülnek.

Egyes „népszerű” kifejezések helytelen használata az adott név „degradálódásához” vezethet. Ez a kedvezőtlen folyamat a tanösvények esetében már évek óta tart (Kiss G. 2007), jelenleg ez játszódik le például a látogatóközpont kifejezéssel, amely az Európai Unió ökoturisztikai pályázatok egyik „húzókéféjésévé” vált, miközben a megvalósuló beruházások gyakran egészen más szerepet töltenek be.

Egyes általánosan elterjedt elnevezések a turisztikai szakma által jelenleg már nem használt kifejezéseket tartalmazzák (pl. idegenforgalmi barlang), így a pontosításuk indokolt.

Jelen útmutató ezen csoportosítás szerint tárgyalja a látogató- és családbarát fejlesztéseket.

Az ökoturizmushoz kapcsolódó bemutatóhelyek hazánkban az alábbiak szerint tipizálhatók:

- látogatóközpont;
- fogadóközpont;
- oktatóközpont, természetismereti foglalkoztató;
- helyismereti és tematikus bemutatóhely;
- tanösvény;
- barlangi bemutatóhely.

A fenti típusokba valamennyi hazai bemutatóhely besorolható. Az egyes bemutatóhely-típusokat az alábbiakban definiáljuk.

#### **Látogatóközpont**

A látogatóközpont olyan komplex környezetismereti bemutatóhely, amely különböző funkciókat tölt be, s ennek megfelelően több részből épül fel:

- alapszolgáltatások: információs pult, kiállító terem állandó és időszakos környezetismereti kiállításokkal, előadóterem, foglalkoztató-szoba, „zöld” bolt;
- kiegészítő szolgáltatások: esetenként természetvédelmi tematikájú könyvtár, vendéglátó helyiség és szállás.

Ha a fenti alapszolgáltatások bármelyike hiányzik, a látogatóközpont elnevezés nem indokolt. A látogatóközpont egy információs hálózat központi eleme, ahol egy nagyobb területről (pl. nemzeti park, tájvédelmi körzet), mint egészről, és annak kisebb egységeiről, egyedi látóiról, továbbá a gyakorlati természetvédelmi tevékenységről (pl. fajmegőrzési programok) is tájékoztatást kap az odalátogató. Nemzeti parkokban és egyéb védett természeti területeken fogadókapu szerepet töltenek be, ahol a látogatók megismerhetik a terület egészét, és további területek meglátogatásához kapnak motivációt, információt (pl. további bemutatóhelyek, túralehetőségek), illetve ehhez kapcsolódóan vehetnek igénybe további szolgáltatást (pl. szakvezetés). Ezeket a feladataikat minden esetben állandó szakszeméllyel látják el. A fentiek alapján a

látogatóközpont *a legkomplexebb szolgáltatást nyújtja* a bemutatóhelyek között. Hazánkban a látogatók számára a belépés – kizárólag pénzügyi okok miatt – csak ritkán ingyenes, általában belépőjeggyel látogathatók. A belépőjegyek ára jellemzően a kereslet szerint meghatározott, nem profitorientált jellegű.

Amennyiben a látogatóközpont szálláshelyet is üzemeltet, a szálláshely kialakításánál fontos a megcélzott szegmens. Ha az iskolások az elsődleges vendégkör, akkor a szálláshely lehet nagytermes, közösségi szálláshely (közös vizesblokkokkal) de ha a családokat szeretnék megcélolni, akkor a szálláshely kialakításánál törekedni kell a (2010. január 1. előtti szálláshely-besorolás alapján) legalább 2 csillagos panzió vagy szálloda besorolású létesítmények kialakítására.

## Fogadóközpont

A fogadóközpontok a nemzeti parkokban és egyéb védett természeti területeken fogadókapu szerepet töltenek. Nem rendelkeznek azonban a látogatóközpontokhoz hasonló sokrétű funkcióval, így jellemzően nincs állandó környezetismereti kiállításuk, foglalkoztató szobájuk. Elsődleges szerepük *a látogatók informálása* a védett természeti területek bemutatóhelyeiről, látogatásuk lehetőségeiről, a kapcsolódó ökoturisztikai szolgáltatásokról. Ezt a feladatukat jellemzően állandó szakszemélyzettel, vagy szezonális szakszemélyzettel. Külföldön léteznek személyzet nélkül működő, szerepüket információs és tájékoztató táblák segítségével ellátó fogadóközpontok.

## Oktatóközpont, természetismereti foglalkoztató<sup>1</sup>

A nemzeti parkok oktatóközpontjainak alapfunkciója a látogatók környezeti szemléletének formálása és a környezeti ismeretek széles körben való átadása. Az elsődleges funkciónak megfelelően az itteni környezeti nevelési programszolgáltatást elsősorban szervezett iskolai, erdei iskolai csoportok veszik igénybe. Ez a tevékenység sok esetben kiegészül a szállásadással, mivel a programszolgáltatók jellemzően többnapos programcsomaggal várják az érdeklődőket. Az oktatóközpont fizikailag gyakran kapcsolódik össze látogatóközponttal. Ide tartoznak az **erdei iskolai bázishelyek** is.

## Tematikus és helyismereti bemutatóhelyek<sup>2</sup>

Valamely szak- vagy tématerülethez tartozó természeti vagy kulturális örökség, illetve a környező táj általános bemutatására szolgáló bemutatóhely, amely a bemutatás többféle eszközét is alkalmazhatja. Ide tartoznak a földtani bemutatóhelyek, a bemutató gazdaságok, majorok, az arborétumok, a tájházak és a helytörténeti kiállítások, múzeumok. Nem tartoznak ide a barlangok, a tematikus kiállítással rendelkező látogatóközpontok és a tematikus tanösvények.

A tematikus és helyismereti bemutatóhelyeknek két alaptípusa van. A „*zárt*” *bemutatóhelyek* valamilyen építményben, illetve annak közvetlen környezetében található, általában belépőjeggyel vagy ingyenesen látogathatók, minden esetben nyitva tartással üzemelnek. Beltéri (esetleg hozzá kapcsolódóan kültéri) kiállításuk van, szociális helyiség is tartozik hozzájuk. Alkalmanként múzeumként működnek. A „*nyílt*” *bemutatóhelyek* nem kötöttek nyitva tartáshoz, megtekintésük a nap és az év bármely időszakában lehetséges (pl. védett geológiai feltárás ismertető táblával).

## Tanösvény

A tanösvény olyan tematikus útvonal, amelyen az érintett terület természeti és kulturális öröksége állomáshelyekhez kötődően, általában táblák és/vagy kiadvány(ok) segítségével kerül bemutatásra,

---

<sup>1</sup> A Stratégiában ebből a típusból csak az erdei iskolai bázishelyek szerepelnek

<sup>2</sup> A Stratégiában ez a típus Bemutatóhelyként szerepel

így a látogatók részéről önálló, aktív ismeretszerzést tesz lehetővé. A tanösvények létrehozásának elsődleges célja – a bemutatóhelyek többi típusához hasonlóan – a látogatók környezeti szemléletének formálása, amely az adott táj jellemzőinek (adottságok, értékek, problémák stb.), valamint az értékmegőrzés fontosságának és módjának bemutatásán keresztül valósul meg. A tanösvények – az ismeretszerzéssel és az értékvédelemmel kapcsolatos jelentőségük mellett – a szabadidő-eltöltés, élményszerzés, egészségmegőrzés stb. fontos eszközei.

## **Barlangi bemutatóhelyek**

**Turizmus számára kiépített barlang**<sup>3</sup>: nagyobb létszámú csoportok számára, szakvezetővel való látogatásra megnyitott barlang, ahol a látogatás célja elsősorban a barlang természeti és kultúrtörténeti értékeinek megtekintése, tanulmányozása és az aktív pihenés. A látogatás feltételeinek biztosítása a barlang jelentős átalakítását igényli. A vendégek látogatása érdekében a barlangban biztonságos közlekedést lehetővé tevő, – szükség szerint – korláttal ellátott járósínt és elektromos világítás van kialakítva. A látogatáshoz speciális felszerelés és ruházat nem szükséges.

**Kalandturizmus számára megnyitott barlang**: kisebb csoportokban, szakvezetővel történő látogatásra megnyitott barlang, ahol a látogatás célja – a barlang természeti és kultúrtörténeti örökségének megtekintése, tanulmányozása mellett – hangsúlyosan az aktív pihenés és a kalandkeresés. A látogatás feltételeinek biztosítása a barlangban jelentős átalakítását általában nem igényel, jellemzően csak a biztonságos közlekedés feltételei vannak megteremtve (lépés, létra, kapaszkodó stb.). A barlang kúszással, mászással történő bejárása jó mozgáskészséget és fizikai állóképességet, valamint barlangi alapfelszerelést (lámpa, sisak, overall) igényel. A szolgáltatás megnevezésére – a jellegzetes öltözék alapján – az *overallos barlangtúra* kifejezés használatos.

## **2.2 Az ökoturizmus látogatói**

Az ökoturizmus szolgáltatásait nem csak a tudatos ökoturisták, hanem egyéb motivációval érkezők is igénybe veszik, ezért az ökoturizmus attrakciói esetében nemcsak az úgynevezett ökoturistával kell foglalkozni, hanem az egyéb turistákkal is. (Ha csak tudatos ökoturisták lennének a látogatók, akkor nem lenne valós veszély a turizmus negatív hatásainak megjelenése.) A természetet látogatók motivációi nagyon változatosak, az aktív időtöltéstől kezdve a természet tanulmányozásán át az „éppen arra jártam, ezért benéztem”-mel bezárólag. Az ökoturizmus egyes szolgáltatásai így kifejezetten a nagyközönség számára készülnek, és a hazai bemutatóhelyek egy részének egyértelműen a tömegturistával kell szembenéznie, a tömegturistát kell kezelnie. Ez sokak számára paradox állítás, ám vizsgáljuk meg a helyzetet egy kicsit részletesebben.

Az ökoturizmus egyik feladata, alapelve a környezetiszemlélet-formálás. Az igazi, tudatos, ízig-vérig ökoturistának már nincs szüksége nagymértékű szemléletformálásra, *a tömegturista, a természetet nem ismerő turista az, aki ennek a szemléletformáló munkának az alanya kell legyen*. Nagy jelentősége van ezen belül a fiatal korban történő oktatásnak, nevelésnek.

Az is teljesen egyértelmű, hogy az ökoturizmus pozitív hatásai (munkahelyteremtés, jövedelem a helyi közösségnek, jövedelem a természetvédelemnek) is csak akkor jelentkeznek, ha az ökoturizmus a szolgáltatók részéről olyan mennyiségű turistát vonz, amely **elfogadható a terhelhetőség szempontjából**, ugyanakkor a hely kihasználtsága, **jövedelemtermelő-képessége** is megfelelő. Az üres látogatóközpontok, a nem célirányosan vagy egyáltalán nem kommunikált bemutatóhelyek nem fognak pozitív hatást okozni, sem bevételt hozni az üzemeltetőnek, ugyanakkor a pénzügyi és emberi erőforrások felesleges pazarlását jelentik.

Az ökoturizmus a környezettudatos szemlélet átadásának egyik eszköze, ösztönzi az aktív mozgással járó tevékenységeket, amelyeknek egészségmegőrző hatása jelentősen hozzájárul az

---

<sup>3</sup> A barlangi bemutatóhelyeknek erre a típusára korábban az *idegenforgalmi* barlang kifejezést használták.



A fentiek alapján következik, hogy az ökoturizmus fejlesztésénél figyelembe kell venni a piaci igényeket, a legtöbb bemutatóhely esetében a fogyasztói társadalom posztmodern turistáinak szokásait, még akkor is, ha ez első hallásra szentségtörésnek tűnik. A fogyasztói igények és a természetvédelem összeegyeztethető, a tömegturisták megjelenése nem feltétlenül jelent azonnali degradációt, környezetszennyezést és egyéb negatív hatásokat, ha megfelelően irányítják őket, a látogatói menedzsment hatékonyan működik, akkor a turizmus szemléletformáló és egyéb pozitív szerepe valósulhat meg. Az útmutató készítői nem azt sugallják, hogy telepítsük a természeti környezetet élményelemekkel, hanem hogy a már meglévő bemutatóhelyet is látogatóbaráttá lehet alakítani egy újfajta szemlélettel.

Az infrastrukturális fejlesztéseknek (parkoló, WC, pihenő, vendéglátóhely, ajándékbolt, szakvezetés, stb.) a fogyasztók igényeit, a látogatói megelégedettséget kell szolgálni, közvetve így járulnak hozzá az öko-szemlélet befogadásához. Ahol a természeti környezet nem engedi a „nem ökoturisták” ottlétét, ott viszont tényleg csak kizárólag ökoturistáknak szánt fejlesztéseket kell végezni. Ez nem jelenti azt, hogy az ökoturistáknak nincsenek, vagy szerényebbek az igényei.

Az ökoturisztikai szolgáltatások minőségének javítása sok esetben az attrakciót szolgáltató természeti környezet megőrzése érdekében is fontos, hiszen a látogatók a számukra készült, kontrollálható infrastruktúrát veszik igénybe, és nem a környezet erőforrásait, valamint az „üzenet” is jobban eljut a látogatóhoz.

Kiemelten kell kezelni a családbarát irányba történő fejlesztéseket, amelyet a Stratégia is a hangsúlyos tevékenységek közé sorol.

A korszerű interpretáció és élményszolgáltatások révén a jelenleg domináns fogyasztás-orientált életforma mellett/helyett egyre többen fedezik fel a természet és a vidéki kultúra szépségeit. A mai gyerekek között így már nagy számban lesznek azok, akik számára a hazai nemzeti parkokban és más vidéki területeken töltött nyaralás már kedveltebb üdülési forma lesz, mint a hagyományos tömegturizmus vízparti vagy városi célpontjai.

A fogyasztói igények megismeréséhez nézzük meg először azt, hogy mi az ami ezt a társadalmat jellemzi.

### 2.2.1 A fogyasztói társadalom jellemzői

A nyugati társadalmak gerincét alkotó középosztály páratlanul magas szintű anyagi és kulturális erőforrásaiból kikristályosodott és normává vált egy intenzív fogyasztói életvitel, amelyben a fogyasztói javak közti értékválasztások a személyes identitás alapvető részévé váltak (CSIGÓ).

A gazdasági termelés is átalakult, a standardizált, mechanikus, tömeges fizikai munka modellje felől a kreatív, a kereslet változékonyságára jobban reagáló, képzettséget igénylő termelés (posztfordi) modellje felé mozdult el. E korszak fő jellemzője a fogyasztói életstílusok elszaporodása, sokfélesége, a tömegtársadalom széttöredezése.

Az anyagi szűkösség eltűnésével, a szabadidő mennyiségének és az emberek kulturális tőkájének párhuzamos növekedésével a hangsúly a jövedelem megkereséséről annak elköltésére tevődött át. Általánossá vált egy fogyasztás-központú életvitel, amelyben az egyén a hobbijával, fogyasztási és szabadidős szokásaival definiálja önmagát.

A késő modern elméletek szerint a képzettség növekedése és a fogyasztói sokszínűség a hétköznapiak esztétizálódásához vezet: az életvitel egyre színesebbé válik, s az emberek egyre kevésbé tudják nélkülözni, hogy szép, megragadó, szokatlan és érdekes dolgok vegyék körül őket. A tömegtermékekhez lojális fogyasztóval szemben a késő modern fogyasztó elsődleges igénye az,

hogy ne hasonuljon a tömegizléshez. Az „élménytársadalom” elmélet (SCHULZE, 2000) főszereplője az élményeket, vagyis egyedi, érdekes, szokatlan tevékenységeket kereső ember, aki – akárhova megy, akár vásárolni, akár kávézóba, akár egy esti gasztronómiai kalandozásba vág – kifejezetten kerüli azt, amit szokványosnak, fantáziátlanak, tömegárunak érzékel.

A mindennapi élet mellett a turizmus is az esztétizálódás nézőpontjából értelmeződik (URRY 1995). A középosztályi „posztmodern” turizmus rugalmas, egyéni igényeket kielégítő, speciális szolgáltatásokat keres, kerüli a tömeget. Ez a késő modern turista egyre inkább az „autentikussal” akar találkozni, belemerülni a helyibe, az előre kiszámíthatatlanba, a kulturálisan különbözőbe, az elmaradottba. Ez az embertípus igyekszik kiélvezni minden kínálkozó lehetőséget, s épp ezért egyik felé sem köteleződik el erősen: egy öntudatos, érzékeny, rafinált, hedonista, magas igényekkel rendelkező „nomád”, akinek igen magas szintű szolgáltatással lehet csak felhívni a figyelmét, vagy valami egészen különleges dologgal.

Ennek a turistának számtalan lehetőség áll rendelkezésére, a turizmus piaca folyamatosan bővül. A kereslettel párhuzamosan a kínálati oldal is nőtt, egyrészt mennyiségi szempontból, másrészt a kínálat diverzifikációja is igen jelentős a XXI. században. A kínálat olyan mértékű ma már, hogy a csak a célirányos fejlesztésekkel lehet fennmaradni a piacon. Ez felveti a versenyképesség kérdését. A globalizációs folyamatok megváltoztatták a verseny természetét, mert míg régebben az egyes szolgáltatók versenyeztek, ma inkább a turisztikai célterületek (desztinációk). A 80-as évekig az úti cél kiválasztásában inkább a szolgáltatások kiválasztása játszott a fő szerepet (pl. mindenki a kedvenc szállodájába járt vissza), aztán a globalizáció során az egyes célterületek kínálata homogenizálódott. A homogén szolgáltatási kínálat mellett már volt jelentősége az úti cél jellegének, a különböző célterületek egyedi jellemzői felértékelődtek (JANCSIK, 2007).

Napjaink gyakorlott fogyasztó utazója valóban elvárja, hogy a kiszolgálás tökéletes legyen, elvárja, hogy a vendéglátó ismerje fel – lehetőleg már előre, a szolgáltatás kialakításakor – a szolgáltatással kapcsolatos minőségi és tartalmi elvárásokat. A szolgáltató-vendéglátó részéről pedig az idomulás a racionális magatartás, hiszen a piaci versenyben az a szolgáltató marad talpon, amely a vevők által elvárt turisztikai élményt a legjobb minőségben és tartalommal tudja biztosítani, így a jól menedzselt turisztikai termékfejlesztés eredményeként korszerű és divatos turisztikai élmény következik (ARAMBERRI, 2005).

*A mai turista az élmény miatt utazik*, amiatt, hogy szokatlant lásson, tapasztaljon, kikerüljön a hétköznapi világából. A természetbe utazás is élmény és szokatlan lehet számára, de ehhez segítséget kell adni a legtöbb turistának. Megmutatni, hogy mit nézzen, hogyan nézze, rávenni, hogy fedezze fel saját maga, sikerélményt adni, szórakoztatni (nevetetni akár), ugyanakkor az eléggé magas szintű fiziológiai szükségleteit is figyelembe kell venni. A megismerés-orientált turisták esetében is fontos az élmény, a kikapcsolódás-orientált turisták esetében pedig alapvető fontosságú.<sup>4</sup>

Napjaink individualista fogyasztója/utazója racionális, hatékony és professzionális szolgáltatásokat vár el a turizmus szektortól. Az utazó számára a turizmus kilépési, menekülési lehetőséget jelent a megszokott környezetből, a „hétköznapiokból”. Egyfelől, az utazó sok esetben csak megszokott tevékenységeket végez, de egy új, számára ismeretlen desztinációban, ahol az élményeket a környezet újdonsága jelenti. Másfelől viszont egyre többen a megszokott tevékenységgel ellentétes, újszerű élményeket, szolgáltatásokat keresnek az utazásuk során, ahol az utazási elégedettséghez már nem elegendő az ismeretlen desztináció, *innovatív, autentikus, de ugyanakkor a modern fogyasztói igényeket kielégítő élmények* szükségesek (MITCHELL, 1998). Az eredeti, autentikus pillanatok mellett már a modern és divatos turisztikai élmény játszik szerepet a termékmenedzsment céljai között. Paradox módon ez a modern és divatos élmény lesz az eszköz

---

<sup>4</sup> Az utazási motívumok alapján a turistákat két alapvető csoportba lehet sorolni: *szabadidős (vakációs)* és *üzleti utazók*. A szabadidős utazók közül, szintén a motívumok alapján további három altípust különíthetünk el: *megismerés-orientált, kikapcsolódás-orientált* és *önmegvalósítás-orientált* utazók. (MAYER-FORMÁDI 2007)

a további célok eléréséhez, ugyanis – a hazai felfogás szerint is – az ökoturizmusnak kell szerepet vállalnia a nem fogyasztás-orientált, értéktudatos szemlélet terjesztésében, ezek az élmények nyitnak kaput a sokat emlegetett környezettudatos szemlélet felé. Az interpretációs eszközöknek azonban nemcsak a látogatók viselkedését kell befolyásolnia, hanem tudást, ismeretet is közvetítenie kell, hogy az élmény révén a turizmus további pozitív hatásai is megvalósuljanak.

### 2.3 Versenyképesség az ökoturizmus tekintetében

A versenyképességi modellek mindegyike azt írja le, hogy milyen tényezők azok, amelyek egy hely versenyképességét befolyásolják. A modelleken jól látható, hogy a versenyképességet több oldalról is nagyon sok tényező befolyásolja. A természeti adottságok ugyan általában a versenyképesség alapját adják, de ez csak egy nagyon kis része az egésznek.

A versenyképesség tényezőfeltételei az alábbiak (PORTER, 1990):

- természeti erőforrások (beleértve a természeti értékeket is);
- kulturális erőforrások;
- humán erőforrások;
- infrastrukturális erőforrások;
- pénzügyi erőforrások.

A relatív tényezőellátottság nagymértékben befolyásolja egy turisztikai célterület versenyképességét, ugyanakkor a turisztikai fejlődési potenciál megítélésekor gyakran háttérbe szorul az a közgazdaságtanban jól ismert tény, hogy *a versenylényök fenntartásában a kreált tényezőknek nagyobb a szerepe, mint az örökölt vagy eredeti tényezőknek*. Még a nagyon gazdag természeti és kulturális adottság sem aknázható ki megfelelően, ha nem társul hozzá a fogyasztói igényeket kielégítő mennyiségi és minőségi infrastrukturális ellátottság és szakmai színvonal (JANCSIK, 2007). A minőségi infrastruktúra jelen esetben az interpretáció alkalmazását is jelenti.

### 2.4 Érték és elégedettség

A természetvédelmi bemutatóhelyek esetében nyilvánvaló, hogy a bemutatásnak értéket kell teremteni. Ez az értékteremtő folyamat – definíció szerint – az erőforrások beszerzése, kezelése és felhasználása abból a célból, hogy a fogyasztó, az igénybe vevő számára értéket állítsunk elő.

Az ökoturizmus esetében kétféle irányból is beszélünk értékekről.

1. Fogyasztói érték, amely a fogyasztó szubjektív véleménye arról, hogy a termék milyen mértékben felel meg a várakozásainak. A fogyasztói érték a fogyasztó (jelen esetben a turista) és a termék kapcsolatában más termékekkel történő folyamatos összehasonlítás során *élményként* jön létre (HOLBROOK, 1999).
2. Természeti érték, amely az ökoturisztikai bemutatás alapját képező vonzerő, meghatározását a 1996. évi LIII. tv. 4§. a) bekezdése tartalmazza, és amely akkor is értéket jelent önmagában, ha az nem kerül bemutatásra.

A fogyasztói értéken belül több értéktípust is megkülönböztetünk:

- A fogyasztói értéknek van egy *hozzáadott érték* része, amely a termékjellemzők megváltoztatását jelenti a feltételezett fogyasztói igényeknek való jobb megfelelés érdekében. Itt nem arról van szó, hogy a természeti értéket kell megváltoztatni, hanem a bemutatás módját kell úgy alakítani, hogy az valóban hozzáadott érték legyen.
- *Csereérték* alatt értjük az adott termék pénzben kifejezett értékét.
- A *használati érték* a termék vagy szolgáltatás alapvető hasznosságát jelenti.
- A *jel-érték* a termék elfogyasztásával – jelen esetben a bemutatóhely megtekintésével – elérhető szimbolikus változás, amely az ökoturizmus esetében például a környezeti szemlélet formálódása és a természetvédelem fontosságának és a természeti folyamatoknak a megértése.

A fogyasztói érték sajátosságai is fontosak az értékteremtési és elégedettségi folyamat vizsgálatánál. A fogyasztói érték kapcsolatokban jön létre, a vevő-szolgáltató interakciójaként. A fogyasztói érték relatív, azaz

- más termékekkel (szolgáltatásokkal) összehasonlítva jön létre;
- szubjektív, függ az adott személytől;
- helyzetfüggő, sok külső tényező is befolyásolhatja;
- fogyasztói preferenciákon alapul, amelyek szintén különbözőek.

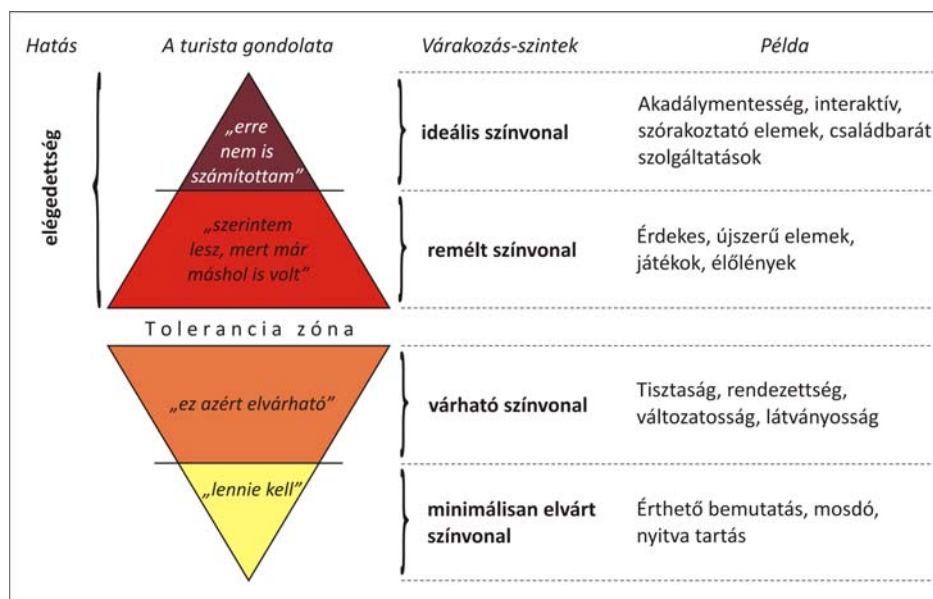
A fogyasztói érték élmény formájában érzékelhető. Az élmény az érték puha dimenziója, amelyet a fenti sajátosságok befolyásolnak, megragadásuk nehéz.

A fogyasztói elégedettséget – és az összes ezzel járó, közvetlen vagy közvetett hatást, amit a látogatás okoz – az élmény eredményezi, hiszen az elégedettséget az előzetes várakozások, és a tényleges turisztikai élmény adja. Ha a termék vagy szolgáltatás megfelel a várakozásoknak, de inkább többet ad, akkor elégedettek a turisták, akkor érvényesül a szemléletformáló hatás is, ha a termék a várakozásokhoz képest kisebb élményt ad, akkor elégedetlenségről van szó, amely egyértelmű, hogy nem vezet értékhez a fogyasztói oldalt tekintve.

A turisták előzetes várakozásait (az utazással kapcsolatos előzetes attitűdöt) is számtalan dolog befolyásolja:

- előzetes tapasztalatok – mit látott addig?;
- általános termékimázs – mit mondanak róla, mit hall róla, mit képzel el a nevéből?;
- a turista kulturális háttere;
- marketingüzenetek – mit és hogyan hallott a termékről?.

A várakozások és az élmény közötti összefüggést az ún. várakozási-szintekkel lehet bemutatni. Az egyes szolgáltatások vagy élmény iránti várakozások nem egyformák. Vannak olyan elemek, amelyeket mindenki alapvető elvárásnak gondol egy turisztikai termék esetében, és vannak olyan várakozások, amelyek nem is jelennek meg előzetes elképzelésként. A várakozás szintjeit a következőképpen lehet „osztályozni” (1. ábra).



1. ábra: A fogyasztói várakozás szintjei

A várakozás alsó szintjei azt a várakozási szintet jelentik, amelynek teljesítésével a turistának csak

az alap-elégedettsége van meg, de élményt, hozzáadott értéket ez még nem feltétlenül jelent. A remélt és az ideális színvonal jelenti azt a várakozási szintet, amelynek teljesülésekor a turisztikai élmény értékévé változik, és az elégedettséget növeli.

Az értéket – élményt – elégedettséget az alábbi összetevők befolyásolják egy turisztikai program esetében:

- programok elérhetősége és a programhűség;
- fizikai elemek – infrastruktúra és élményelemek;
- személyek, alkalmazottak.

Mind a három összetevő hozzájárul a turisztikai élményhez, *bármelyik hiánya elégedetlenséget eredményezhet*, azaz akár már egy nyitva tartás vagy egy ígért vonzerő – például madármegfigyelő túrán a madár – elmaradása is. Az élőlények látványának teljes garantálása természetesen nem lehetséges. Ezért az állatmegfigyeléssel kapcsolatos kínálat esetén a látogatóbarát megközelítés az, hogy az állatok szezonális vagy időszakos jelenlétére felhívjuk a figyelmet. Az állatmegfigyelést is tartalmazó kínálatnak specialitása, hogy a megfigyelés tárgya az előfordulásának megfelelően a várható és az ideális szintbe is tartozhat. Részletes ismertető a 6. fejezetben.

### **Az ökoturizmus célcsoportjai**

A turisták célja elsősorban a kikapcsolódás, az élményszerzés. Az elégedett turista nyílik meg az ismeretek befogadására, a szemléletformálás a legtöbb szegmensnél az élményen keresztül, az élményeszközökkel tud csak megvalósulni. Az elidegenedett késő modernitásban igény van az autentikus élmény iránt, amelyet a turisták leginkább rurális és természeti környezetben keresnek.

Ahogy azt az előző fejezetekben olvashattuk, az ökoturizmus területein nagyon változatos tevékenységeket végző turisták fordulnak meg. Ezeket a turista-típusokat igyekezett jellemezni a Stratégia is, amelyben a szerzők a Nemzetközi Ökoturizmus Társaság által ajánlott tevékenység-szegmentációt vették alapul az ökoturisták tevékenység szerinti célcsoportjainak meghatározásakor. A fejlesztéseknél mindig a konkrét szegmensek tényleges jellemzőit, igényeit kell figyelembe venni. Mélyebb turisztikai fogyasztási vizsgálatok szerint nincsenek „tisztá” utazó típusok, a mai intenzíven utazó turisták sokféleképpen utaznak. Ebben a szemléletben mindenki csak „alkalmilag” ökoturista, mert még várost is látogat, rurális területen nyaral vagy éppen a tengerparton. A fogyasztás „tisztasága” alapján így nehéz elkülöníteni az egyes turista-típusokat, csak *a fogyasztás minősége* alapján lehet és kell megragadni (URRY, 1995).

A vendégkör tervezésénél – így a szegmensek közötti választásnál a természeti és kulturális környezet teherbíróképességét és bemutathatóságát kell figyelembe venni. A természeti és kulturális örökség megőrzésének elsődlegessége mellett kiválasztott szegmensek igényeinek megfelelő, fogyasztóorientált, céltudatos fejlesztés egyszerre szolgálhatja a természetmegőrzést, a környezet- és természetbarát szemlélet kialakítását, valamint a turisták elégedettségét.

Jelen tanulmány összeállítása során a Stratégiában is használt, kétlépcsős szegmentációs eljárást követjük. A tevékenységek szerinti szegmentáció után a második lépésben a fogyasztók – részben az életkortól függő – családi státusza alapján meghatározott életciklus-csoportok szerint csoportosítottuk a látogatókat. A két szempont négy-négy kategóriára oszlik, így együttesen 16 szegmens különítünk el. Ezek utazási szokás vizsgálatokon alapuló értékelése tette végül lehetővé számunkra azt, hogy a szegmensek rangsorolásával kiválasszuk a természeti alapú turizmus által megcélzandó látogatók körét. A stratégia készítése során ez a megoldás látszott minden érdekelt számára teljesen elfogadhatónak. A természetvédelem céljából azért, mert így a terület érzékenységnek megfelelően választhat fejlesztési irányokat, a turisztikai menedzsment, a szolgáltatók céljából azért, mert így az eddigi gyakorlat szerinti ad-hoc fejlesztéseket tudatos fejlesztés válthatja fel, amely látogatószám-növekedéssel és elégedettséggel jár, és nem utolsó sorban a turisták szempontjából azért, mert így növekedik a turisztikai élmény.

A 1. táblázatban a fentiek összefoglalója látható. A körök az egyes szegmensek keresletét jelzik. A telt körök a jelenlegi állapotot tükrözik, a telt körök az üres körökkel együtt a stratégia megvalósításával elérendő célt. Az egyes szegmenstípusokhoz tartozó termékfejlesztési stratégiákat is feltüntettük (SEATON-BENNETT, 2000).

1. táblázat: Az ökoturizmus célcsoportjai Forrás: saját szerkesztés

<i>Tevékenység</i> <i>Demográfia</i>	<i>Alkalmi zöldturista</i>	<i>Aktív zöldturista</i>	<i>Az ökoturista</i>	<i>Elkötelezett ökoturista</i>
<b>Diákok</b>	● ●	● ●	● ○ Termékfejlesztés	●
<b>Fiatalok önálló keresettel</b>	○ Piacnyerés	● ○ Termékfejlesztés	○ Piacnyerés	●
<b>Gyermekes családok</b>	● ○ ○ Diverzifikáció	● ○ Diverzifikáció	○ Diverzifikáció	○ Diverzifikáció
<b>Gyerek nélküli idősebb felnőttek</b>	● Piacfejlesztés	● ● ○ Termékfejlesztés	● ○ Termékfejlesztés	●

A hazai ökoturisztikai bemutatóhelyek esetében – ahogy azt az 5.1.1 fejezetben részletesen is látni fogjuk – a hatékonyság növelhető lenne az interpretációs eszközök szélesebb körű, a bemutatás tárgyához és a látogatói igényekhez jobban alkalmazkodó megválasztásával. Nagyon nehéz egy hagyományos, statikus jellegű kiállítás megtekintésére rávenni a turistákat, és ha valaki arra is téved, nem maradnak meg benne az élmények. Esetleg ha van egy lelkes tárlatvezető, ő növelheti az élményt.

A termékfejlesztés lehetőségei az ökoturizmus területén limitáltak. A fejlesztés alapját adó természeti örökség, *a természet maga nem fejleszthető, ezért a meglévő értékek interpretálása jelenti a fejlesztési eszközt.*

## 2.5 Az élmény szerepe a turisztikai attrakciók esetében, a környezetiszemlélet-formálásban és egyéb vonatkozásokban.

A természet védelméről szóló 1996. évi LIII. tv. IV. rész, 64 §. (2) bekezdése alapján „a védett természeti területeken a nemzeti-park-igazgatóságoknak az ismeretterjesztés, oktatás, tudományos kutatás és az *idegenforgalom* részeként a védett természeti területek látogatásának lehetőségét biztosítaniuk kell”. Ugyanitt az (1) bekezdés megemlíti, hogy az oktatás révén a társadalom természetvédelmi kultúrája kell, hogy növekedjen. A fentiek alapján a nemzeti-park-igazgatóságok oktatás-nevelési (környezeti nevelési) és *(öko)turisztikai tevékenységet* is végeznek.

A természetvédelem vonatkozásában nagyon sok olyan etikai kérdés van, amit oktatási alapon nem lehet megközelíteni és eredményessé tenni, hanem az oktatási jellegű ismeretközlésen túl az érzelmeken keresztül is hatni kell. Az eredményes bemutatás és környezetiszemlélet-formálás eszközeként a *hiteles információ* mellett az *élményszerűség* is fontos szerepet játszik.

A külföldi és hazai felmérések (KISS 2007, MT ZRT. 2007) szerint az utazások során egyre többen szeretnének valamilyen tudáshoz jutni, utazva tanulni. A gyerekkorra jellemző „játszva tanulás” jelensége felnőttkorban az utazással kapcsolatosan jelenik meg. Ez azt jelenti, hogy az utazás alatt történik az ismeretek elsajátítása is.

A természeti örökség bemutatása ismeretátadással valósul meg. Az ismeretek átadása akkor

sikeres, ha a befogadó (turista) megfelelően tudta az eredeti üzenetet kódolni, ha felismeri az információ jelentőségét, ha inspirálja, és ha pozitív irányú viselkedés- vagy attitűdváltozást értünk el nála. Az információ sikeres átadásának eszköze az interpretáció, amely amellett, hogy

- bemutat, informál, ismereteket ad át és tanít;
- *szórakoztat és élményt is nyújt.*

Utaltunk már arra az előző fejezetekben, hogy a turista az élmény miatt utazik, a látogató a bemutatóhely megtekintésekor élményt vásárol, az élmény miatt tölti a szabadidejét valamilyen attrakció megtekintésével. Az ismeretátadás önmagában nagyon kevés esetben okoz élményt, ahhoz valamilyen egyéb eszköz – interpretációs eszköz – szükséges, hogy az élményszerűség megvalósuljon. Az élmény nélküli információátadás az oktatáshoz hasonlít, amely turisztikai szempontból – és így jelen esetben környezetiszemlélet-formálás szempontjából – nem szerencsés.

A természeti értékek alapvető fontosságú erőforrások az ökoturizmus számára, de a megfelelő interpretációs eszközök alkalmazása nélkül nem jelentenek piacképes attrakciót. A természeti értékek önmagukban csak a bemutatás tárgyát képezik, és csak interpretációs eszközök alkalmazásával válnak valódi attrakcióvá.

Továbbmenve, az interpretáció azt is jelenti, hogy ha a vonzerőt nem lehet fejleszteni, akkor fejlesszük helyette a turisták elképzelését és élményét (PACKER, 2008). Az interpretációs eszköz a helyi értékek megismerésében és megértésében, mivel a természeti és kulturális értékeket hatékonyan tudatosítja. Az értékmegőrzés mellett az interpretáció maga is értéket teremt.

Az interpretációs folyamatban és az élmény kialakításában a turistának is szerepe van, amely a turista és a szolgáltató együttműködésével jön létre. Ebben az együttműködésben a szolgáltatónak a feladata az, hogy a „megfelelő irányba terelje” ezt az élményt.

Szociológiai megközelítésben az interpretációt egy szolgáltató – vendég közötti kommunikációs témakörnek tekintik (FORMÁDI, PÉNZES 2009). A természeti bemutatóhelyek esetében a szolgáltató a természeti értéket „kommunikálja” a vendégnek, adja át a látogató számára érthető és élvezhető formában. Az interpretációs technikák és javaslatok a felfogásbeli különbségeket hivatottak megoldani, a kínálat és a kereslet találkozását, különösen a nemzeti parkok és egyéb védett természeti területek esetében, ahol a szolgáltató egyben a terület védelmét is ellátja. Az interpretációs mix<sup>5</sup> tervezésénél nemcsak a terület adottságait kell figyelembe venni, hanem a helyi közösség társadalmi–gazdasági–kulturális jellemzőit, elvárásait, valamint a turisták elvárásait is.

Másik megközelítésben az interpretáció a természeti erőforrás és a látogató közötti kapcsolatot jelenti (SHARPE 1982), egy lehetőséget arra, hogy a természeti erőforrásokat menedzseljük, és az interpretációs menedzsment eszközökkel a turisták által okozott negatív hatásokat is meg lehet előzni (O’ RIORDAN ET AL. 1989.)

Az interpretációnak figyelembe kell venni a védett területre látogató ún. tömegturista szegmenst, mert ezen szegmens esetében van a legnagyobb szerepe a környezeti nevelésnek, szemléletformálásnak. Az interpretáció tervezőjének az átlagos látogató számára kell terveznie - és nem csak a természettudományi érdeklődésűeknek.

Az ismeret átadásának módja az interpretáció alkalmazása, amely a pusztán információközlésen túl *az ismeretek élvezetes és szemléletes bemutatásával segít megérteni*, és ily módon tisztelni az adott terület értékeit, továbbá a tudatosított ismeret révén hozzájárul a látogatók személyiségformálásához (PACKER, BALLANTYNE, 2004).

Puczko László és Rátz Tamara szerint (PUCKÓ, RÁTZ, 2000) az interpretációt folyamatként kell

---

<sup>5</sup> Interpretációs mix: az alkalmazott interpretációs technikák összessége, amit az adott helyen alkalmazunk.

kezelnünk, melyek során a látogatók megfigyelnek, ismereteket szereznek, tapasztalnak és érdekeltté válnak. Az interpretáció több mint egyszerű információközlés. Az ismertetésen túl akkor hatékony, ha valamilyen reakciót, például érzelmeket (meglepettséget, csodálkozást, örömet stb.) vagy valamilyen tevékenységet vált ki a látogatókból (pl. le kell hajolnia, hogy elolvasson valamit, ki kell nyitnia egy ajtót, meg kell keresnie a megfejtést). A kiváltott tevékenység vagy érzelem természetesen nem lehet akármilyen, hanem olyan, amelyeket az attrakció üzemeltetői is megfelelőnek találnak. Az interpretáció feladata, hogy a felületes szemlélő látogatót közelítse a megóvó-elmélyülő felé.

A természeti értékek tényszerű ismertetése (ez itt a leánykőöröcsin – *Pulsatilla grandis* Wender) nem interpretatív, és ezért általában nem is hatékony (leszámítva azt a nagyon kicsiny szegmenst, akit jelen esetben a növények meghatározása és ismerete nagyon érdekel).

A fentiek alapján elmondhatjuk, hogy az ismeretek tényszerű közlése önmagában nem interpretáció. Az interpretáció az informáláson alapuló *felfedezést* jelent, művészetet, amely számos művészeti ágat alkalmaz (TILDEN, 1957). Feladata az érdeklődés felkeltése majd fenntartása, melyet az aktív eszközök, az interpretatív írásmód, a kreatív ötletek alkalmazásával érhetünk el.

Az interpretáció *alapelvei* minden tématerület esetében azonosak, a természeti örökség bemutatása során alkalmazott interpretációs *módszerek* alkalmazhatóság és eredményesség szempontjából is eltérhetnek.

### 2.5.1 Az interpretáció alapelvei <sup>6</sup>

A bemutatás tervezésekor az alábbi alapelveket kell figyelembe venni.

- Az érdeklődés megteremtése és fenntartása érdekében az interpretációt végzőknek a bemutatandó témát kapcsolatba kell hoznia a látogatókkal. Mivel nem tudjuk minden esetben a látogatók tulajdonságait, ezért olyan eszközöket kell alkalmazni, amelyek mindenki számára érdeklődést keltenek. Az érdeklődés felkeltése, fenntartása az írásmód, a kreatív eszközök, a játék, a humor alkalmazásával történhet.
- A látogatók az átadott új ismereteket az előzetes ismereteik alapján értelmezik. Célszerű olyan eszközöket, hasonlatokat hozni, amelyeket el tudnak képzelni még azok is, akik nem iskolázottak (méréteket és mennyiségeket pl. ismert méretekhez és mennyiségekhez viszonyítani).
- Az interpretáció alapja sokszor egy történet, amely köré az egész interpretációs eszközrendszert fel lehet építeni. Erre jó példa a balatonedericsi Pele apó ösvénye, ahol egy nagyapó az unokáját tanítja történet keretén belül ismerjük meg a területet. Az interpretatív történet inspirálhat és provokálhat is, a lényeg, hogy olyan reakciókat váltson ki a látogatókból, amelyek a látogatók önbecsülését, megelégedettségét és kedélyállapotát pozitív irányba mozdítják. Pl. írjuk le, hogy mennyivel kevesebb CO<sub>2</sub> kibocsátással jár az, ha gyalog vagy kerékpáron mennek el a legközelebbi attrakcióig. A CO<sub>2</sub> mennyiségét is érthető mértékekhez képest kell megadni. Az interpretáció képes a múlt életre keltésére is.
- Az interpretációs eszközök akkor hatékonyak, ha egyszerre több érzékszervre is hatnak. Mivel a látással érzékeljük az információk kb. 80%-át, ezért nagy hangsúlyt kell fektetni a vizuális elemekre.
- Különböző szegmenseknek eltérő lehetőségeket kell biztosítani, különösen akkor, ha a bemutatóhelyre különböző korú és kulturális hátterű látogatókat várunk.
- A modern technikai eszközök alkalmazása új élményeket tesz lehetővé. A különböző technológiákkal egyre kifinomultabb eszközök állnak rendelkezésre. Létezik egy olyan

---

<sup>6</sup> TILDEN (1957) és PUCZKÓ – RÁTZ (2000) alapján



szegmens is, amelyet már csak ezzel a technológiai oldallal lehet megszólítani. Előfordulhat, hogy maga az interpretációs eszköz válik attrakcióvá, és a bemutatott tárgy másodrendűvé válik, ez azonban nem lehet cél a bemutatás tervezésekor. Az eszközt eszközként kell alkalmazni, ne legyen öncélú fejlesztés. Az új technikák megismerése az alkalmazottak számára folyamatos feladat.

- Az információk mennyisége és minősége döntő kérdés lehet. A hosszú vagy nehezen érthető szakszöveggel a látogató nem tud megbirkózni, „elfárad”, és inkább bele sem kezd az olvasásba vagy a meghallgatásba. Egy rövid, nem mindenre kiterjedő, de lényegre törő leírás célravezetőbb.
- Az interpretációk minősége a humán erőforrás fejlettségén és felkészültségén, alkalmasságán is múlik. Az interpretáció esetén a kommunikációs képességnek nagyobb szerepe van, mint a tárgyi tudásnak, mivel ez utóbbi fejleszhető. Az interpretációt végző személynek folyamatosan figyelnie kell a látogatók visszajelzéseit, és időben reagálni rá (pl. az elzárkózást mutató, keresztbe tett kézzel állóknak valamilyen tárgyat nyújt a kezébe). A látogató által feltett kérdésekre figyelemmel, és a lehető legjobb tudás szerint kell választ adni. Az interpretációt végzőknek mind a látogatók, mind a bemutatandó attrakció irányába elkötelezettnek kell lennie.
- Az interpretációs eszközökkel nyújtott élmény révén a fejlesztésekre további pénzügyi forrás szerezhető, hiszen ez az amiért a turista hajlandó lesz fizetni.
- Az interpretáció segítségével a felszín alatt rejtőző, belső értékekre is fel lehet hívni a figyelmet, a sztereotíp berögződéseket eloszlatni.

Az interpretációhoz szükséges tényezők:

1. az erőforrás ismerete, a hiteles szakmai háttér;
2. a látogatók ismerete, az igényeinek felmérése, folyamatos visszacsatolás biztosítása;
3. a megfelelő technológia, amely az interpretáció fizikai eszközeit biztosítja.

Az interpretációs eszközök alábbi csoportjait különböztetjük meg:

- Személyes interpretáció: a bemutatás egy vagy több személy (interpretátor, szakvezető, stb.) részvételével történik. Ide tartoznak a vezetett túrák, a szakvezetéses programok, a szerepjátékot irányító személyek.
- Nyomtatott interpretációs eszközök: információs kiadványok, térképek, eseménynaptárok, játékos foglalkoztató füzetek
- Részvételt igénylő, interaktív interpretációs eszközök: a bemutatott információhoz a látogatónak valamilyen tevékenységet kell végezni, vagy a bemutatás érzelmekre ható eszközöket alkalmaz. Ide tartozik az írott szöveg illusztratív kiegészítése, interaktivitásra ösztönző kiállítási tárgyak „keresd meg a kakukktójást”, „nyomd meg ezt a gombot”, „nyisd ki” típusú dobozok, feliratok, megtapintható kiállítási tárgyak, kipróbálható eszközök és a rejtvényes megoldások.
- Audiovizuális és egyéb elektronikus vagy mechanikus eszközök: az élményeket erősítő hanghatások (pl. madárcsicsergés) vagy az érintés segítségével életre keltett, a természetben
- Statikus, látványt bemutató eszközök: terepasztalok, modellek.
- Informatikai eszközök (számítógépes grafikák, modellek, multimédiás bemutatók, érintőképernyők, számítógépes természetismereti játékok stb.)

Az interpretációs eszközöknek, módszereknek széles körben kell bizonyos témákat feldolgozni,

egyrészt a komplexitásra törekvés okán, másrészt a specifikus érdeklődésű látogatók számára.

Interpretációra alkalmas témák:

- a terület sajátosságának bemutatása (természetvédelmi szabályozás, kiemelt értékek);
- a természeti-ökológiai környezet (az állat- és növényvilág, a tájképi adottságok);
- a társadalmi környezet (néprajzi értékek, népszokások, építészet, történelem);
- gazdálkodási módok;
- helyi termékek;
- természetvédelmi munka;
- a területen folyó kutatások, projektek bemutatása stb.

## 2.6 Infrastruktúra szerepe, infrastrukturális igények

Az infrastruktúra fejlesztésének fő területei a kínálatban megjelenő szolgáltatásokat kiszolgáló létesítményekhez kötődnek, és a fogadás alapfeltételeit foglalják magukban. Az infrastruktúra biztosítja a kínálati elemek, programok fizikai alapját. A fogadás alapfeltételét biztosító infrastruktúra több részből áll:

- a létesítmény alapfunkcióját szolgáló infrastruktúra – a látogatóközpontok vagy tematikus bemutatóhelyek, tanösvények *definíció szerinti funkcióinak* infrastrukturális feltételét adják;
- turisztikai alapfunkciót szolgáló infrastruktúra – a látogatók kiszolgálása, informálása céljából létrehozott építmények, belső terek, a komplex interpretációs eszköztár és az élmények lehetőségének biztosítása;
- a természet megfigyelésének infrastruktúrája – azok az építmények tartoznak ide, amelyek a természeti örökség (növények, állatok stb.) biztonságos megfigyelését biztosítják.

A *létesítmény alapfunkcióját* szolgáló infrastruktúrához tartoznak azok az épített elemek, terek és eszközök, amelyek alapján az adott létesítményt látogatóközpontnak, bemutatóhelynek vagy tanösvénynek lehet nevezni. A 2.1 fejezetben található bemutatóhely-meghatározásokban találhatóak az egyes bemutatóhely-típusokhoz tartozó alapfunkciók és ezeknek infrastrukturális elemei.

Látogatóközpont esetében mindenképpen egy nagyobb, komplex szolgáltatást nyújtó épületről van szó. A tervezés során a látogatóközpont alapfunkcióinak a meglétét kell elsősorban figyelembe venni.

Az ökoturizmus egyik jellemzője a kis csoportméret, a látogatóközpontok azonban tömegturistákat is fogadni képes létesítmények, ezért esetükben akár több száz fő egyidejű tartózkodását is lehetővé kell tenni, amennyiben ezt a rendelkezésre álló terület vagy épület, valamint a természeti környezet lehetővé teszi (pl. városban található látogatóközpontok, mint pl. a kecskeméti Természet Háza, vagy forgalmasabb utak mellett, nagy látogatottságú desztinációk látogatóközpontjai (Hortobágy). A látogatók legtöbbször nem egy térben, hanem a különböző funkciójú helyeken elosztva jelennek meg a látogatóközpontokban.

A természetvédelmi bemutatóhelyek alapfunkcióit és a hozzájuk kapcsolódó alpinfrastruktúrát a 5.2.1.1 fejezet tartalmazza, illetve a mellékletben található értékelőlapok szempontjai között is szerepelnek az infrastrukturális igények.

A turisztikai *alapfunkciót* egyfelől a turisták *alapvető* (általában fiziológiás vagy kényelmi) *igényeinek* kiszolgálását és az informálásukat biztosító infrastruktúra jelenti. Ezek az alapfunkciók az elvárt „szolgáltatásokat” jelentik, ide tartoznak:

- a mosdók, azok elhelyezkedése, száma;
- a hulladéktárolók (vagy az azok hiányát indokoló táblák) megléte;
- az épület belső részében és külső környezetében elhelyezett pihenőhelyek;
- a kényelmes megközelítést szolgáló infrastruktúra, a parkolók kialakítása;
- a belső terek nagysága;
- a különböző funkciójú belső terek egymástól való elkülöníthetősége, elválasztása;
- tanösvények esetén a biztonságos és kényelmes bejárhatóságot biztosító infrastrukturális elemek;
- az információs hálózat részei a bemutatóhelyeken és azokat térben összekötve: az információs és útjelző táblák, a tájékozódást egyéb módon segítő elemek.

A turisztikai alapfunkciót másfelől az interpretációt biztosító infrastruktúra jelenti:

- a kiállítások berendezései, jelek, tárlók, statikus és dinamikus modellek, polcok, technikai eszközök (audiovizuális, számítógépes), táblák;
- a kiállításokon kívüli bemutatóeszközök, írott anyagok.

A természet-megfigyelés infrastruktúrájához tartozik minden olyan építmény és eszköz, amellyel a természeti képződmények, vadon élő állatok és növények megfigyelése az ökológiai rendszer zavarása nélkül válik lehetővé. Az infrastruktúrával szemben követelmény, hogy kis csoportok számára, természetes, helyi anyagokból készüljenek, a térségre jellemző építészeti-díszítési stílust kövessék, minimális környezeti hatással üzemeltethetők legyenek. Ide tartoznak:

- az állatmegfigyelő-helyek (magaslesek, álcázott leshelyek);
- a fotózást biztosító leshelyek;
- a felszerelés biztonságos tárolására létrehozott helyek;
- éjszakai tartózkodást lehetővé tevő bázisok;
- védett vízi élőhelyek megfigyelését lehetővé tevő csónakos túrákhoz kikötőhelyek, stégek;
- a tanösvényeken a biztonságos közlekedést és a természeti értékek megóvását biztosító elemek, hidak, emelt ösvények, állványok, korlátok stb.

Egy-egy bemutatóhelyhez tartozó, alapfunkciót és a turisztikai funkciót biztosító infrastruktúra megléte a feltétele a sikeres ökoturisztikai kínálatnak. Új létesítmények esetén az infrastrukturális és a kínálati elemek mindenképpen együttes tervezést igényelnek, már meglévő bemutatóhely esetén az infrastruktúra többé-kevésbé megszabja a további kínálati lehetőségeket.

## **2.7 A bemutatóhelyek családbarát jellege**

Az ökoturizmus stratégia is kiemelten kezelte a családbarát fejlesztéseket, mivel ez a szegmens nagyon fontos bemutatási alany a környezetiszemlélet-formálás miatt, másrészt a hazai turisztikai kínálatban egyre inkább igény van a családbarát szolgáltatásokra.

Az attrakciók fejlesztése és menedzsmentje szempontjából különös szerepük van a gyermeknek, ami az alábbiakkal indokolható (PUCZKÓ, RÁTZ 2000):

- a családok és a gyerekek jelentősen növelik a látogatók számát;
- a tartózkodási idő hosszabb lehet gyermekkel, mint gyermek nélküli látogatás esetén – feltéve, ha van nekik szóló kínálat;
- a gyermekek befolyással vannak a meglátogatandó attrakciók körére, ezért a családbarát jelleg

meglétével a gyermekkel utazók ezeket a bemutatóhelyeket fogják preferálni;

- a gyerekek élménye a szülők elégedettségét igen jelentősen befolyásolja. Amennyiben a gyermek jól érzi magát, játszhat és felfedezhet, vagy valami leköti a figyelmét, az a szülők számára is elégedettséget jelent (és hajlandóak egyéb apróbb negatívumok mellett is elsiklani). Azt is megfigyelték, hogy a szülők az elégedettségük esetén nagyobb hajlandóságot mutattak a természetvédelem támogatására is (TURLEY 1999);
- a gyerekek növelik a csoporton belüli kommunikációt;
- a szülők vagy kísérők a gyerekek irányításával vannak elfoglalva, ezt az igényt az interpretációs eszközökkel könnyű segíteni;
- a szülők általában elfogadják a gyermek döntéseit arra vonatkozóan, hogy mit csináljanak (TURLEY 1999).

## 2.8 Összefoglalás a legfontosabb tervezési szempontokról

A tervezés kritikus pontját jelenti a meglévő szolgáltatások minőségi jellemzőinek összevetése a fogyasztói igényekkel. A helyszín természeti és kulturális erőforrásainak optimális hasznosítása ugyanis csak úgy lehetséges, ha azok jellegéhez, színvonalához illeszkedő szolgáltatás-kínálat áll rendelkezésre. A kínálati és keresleti elemek összekapcsolásához ismerjük a fogyasztókat, a szegmenseket, ezekhez hozzárendeljük a megfelelő kínálati elemeket. A fogyasztóorientált, céltudatos fejlesztés egyfelől a természetmegőrzést is szolgálja (megfelelő helyre a megfelelő közönséget), valamint a turisták elégedettségét is (megfelelő turistának a megfelelő helyet).

Míndezek alapján a természetvédelmi bemutatóhelyek tervezésekor az alábbi alapvető szempontokat szükséges figyelembe venni.

- A bemutatóhelyeket nem csak a tudatos ökoturisták látogatják, hanem az ún. tömegturisták is. Számukra a természetet valóban ismertté kell tenni, ez a tömegturista szegmens az, amely a szemléletformáló munkának az alanya;
- A fenti okból kifolyólag a bemutatóhelyek fejlesztésénél figyelembe kell venni a piaci igényeket, a legtöbb bemutatóhely esetében a fogyasztói társadalom posztmodern turistáinak szokásait.
- A termékfejlesztés lehetőségei az ökoturizmus területén limitáltak. A fejlesztés alapját adó természeti értékek, *a természet mint erőforrás maga nem fejleszthető, ezért a meglévő értékek interpretálása jelenti a legfontosabb fejlesztési eszközt.*

### 3. A látogató- és családbarát jelleg megállapításának módszere

#### 3.1 A bemutatóhelyek látogatóbarát jellegének értékelése

A természetvédelmi bemutatóhelyek látogatóbarát jellegének objektív minősítésére egy értékelési rendszert dolgoztunk ki. Az értékelési szempontok a különböző bemutatóhely-típusok esetében eltérőek. Az értékelőlapokat a 7.1, 0, 7.3, 7.4 mellékletek tartalmazzák. Az alábbiakban az értékelési szempontokat mutatjuk be, amelyek alapján az egyes bemutatóhelyek minősítése elvégezhető.

##### 1. A fogadás alapfeltételét biztosító infrastruktúra és funkciók

Az első részbe azok a szempont-csoportok tartoznak, amelyek még nem feltétlenül az élményszerűség felől, hanem csak az alapinfrastruktúra és a funkciók felől közelítik meg az adott bemutatóhely-típust. Ezek minősítése alapján dönthető el, hogy egyáltalán ökoturisztikai bemutatóhelyről van-e szó, illetve az adott bemutatóhely-típusba tartozik-e a létesítmény.

##### a. Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés

A vizsgálati szempontok alapján az ökoturizmus definíciójának való megfelelés (a turisztikai vonzerő természeti és kulturális örökségi jellege, a megőrzés, a környezetbarát alapelvek és a helyi közösség bevonásának, támogatásának megvalósulása, a bemutatás megléte) vizsgálható. Ezeknek a szempontoknak való megfelelés biztosítja azt, hogy a bemutatóhely valóban *ökoturisztikai* terméknek legyen tekinthető. Ha nem felel meg az ökoturizmus alapelveinek, akkor is érdemes a bemutatóhelyet értékelni, hiszen az értékelés egyfajta útmutatóul szolgálhat a bemutatóhely számára, hogy milyen irányban kell fejlődnie, és mit kell tenni ahhoz, hogy „ökoturisztikai”-nak lehessen nevezni.

##### b. A bemutatóhely alapfunkciói

A bemutatóhelyek tipizálása (2.1 fejezet) tartalmazza az egyes létesítményekre vonatkozó alapfunkciókat. Ezeknek az alapfunkcióknak a megléte biztosítja azt, hogy a bemutatóhely valóban tematikus bemutatóhelynek, látogatóközpontnak vagy tanösvénynek nevezhető. Ha valamely alapfunkció hiányzik, a létesítményt más kategóriában kell értékelni, vagy az értékelés során kiderült hiányosságra felhívni a figyelmet.

##### c. A bemutatóhely alapinfrastruktúrájának megléte (turisztikai alapinfrastruktúra, ld. 2.6 fejezet)

Az alapinfrastruktúra a turisztikai alapinfrastruktúrát jelenti, amelyek leginkább a fogadás feltételeit biztosítják. Ide tartoznak a mosdók megléte és felszereltsége, a hulladékgyűjtők megfelelő mennyisége, a pihenőhelyek, parkolók és a látogatókkal való kapcsolattartás.

##### d. A bemutatóhely kiegészítő infrastruktúrájának és funkcióinak megléte

A bemutatóhelyek nem csak az alapfunkciókkal, hanem a turisták ideális várakozási szintjeként egyéb, kiegészítő funkciókkal is rendelkezhetnek, amelyek a kínálat színvonalát növelik, ezért szükséges ezek meglétének a vizsgálata is.

##### e. A bemutatóhely infrastruktúrájának jellemzői

Az infrastruktúra önmagában való megléte sok esetben nem elégséges a megfelelő szolgáltatási színvonalhoz, hanem az infrastruktúra állapota, jellemzői is számítanak. Ebben a csoportban kerül vizsgálatra a nyitva tartás látogatóbarát jellege, az információs rendszer hatékonysága, a humánerőforrás, a belső terek esztétikai megfelelősége és az akadálymentesség is.

##### f. A bemutatóhely tisztasága, rendezettsége

Kapcsolódóan az e) ponthoz, a bemutatóhely általános állapota, tisztasága is fontos lehet a látogatók számára. Az egyes infrastruktúra elemek, valamint a belső és külső terek tisztaságát tartalmazza ez az értékelési szempont.

g. A bemutatóhely környezetbarát, helyi jellege

Az ökoturizmus alapelve a környezetbarát és a helyi jelleg megléte. Az a) pontban ezeknek csak a meglétét vizsgálja az értékelés, itt viszont a környezetbarát és helyi jelleg sokrétű megvalósulásának vizsgálata alapján történik a látogatóbarát jelleg minősítése. Ebben a részben a környezetbarát operatív működés, annak bemutatása, valamint a helyiek különböző módon való bevonása jelentik a szempontokat.

2. A bemutatóhely élményszerűsége

A következő két szempont-csoportban az élményszerűség meglétének, az interpretációs eszközök sokszínűségének vizsgálata alapján történik a látogatóbarát jelleg minősítése.

a. A bemutatóhely funkcióinak jellemzői

Ebben a részben a bemutatóhely egészét vizsgálja az értékelőlap, a bemutatóhely funkcióinak sokszínűségét, a választék és a célcsoportok változatosságát. Minél többféle kiállítás, minél változatosabb kereskedelmi kínálat jellemzi a helyet, annál nagyobb lehetősége van az élményszerű kínálat megvalósításához.

b. A bemutatás jellemzői

Ez a szempont vizsgálja az interpretációs eszközök meglétét, az interaktív módszerek alkalmazásának sokszínűségét, magának a bemutatásnak a jellemzőit. A kiállítás anyaga, illusztrációja és szövegezése ugyanúgy a vizsgálat tárgya, mint a bemutatott anyagok és értékek jelentősége.

### 3.2 A családbarát jelleg értékelése

A családbarát szolgáltatásoknak több területen is meg kell jelennie egy-egy bemutatóhelyen ahhoz, hogy azt családbarátnak lehessen tekinteni. Ezért az értékelőlapok 3. pontjában a családbarát kritériumok találhatóak. A családbarát infrastruktúra megléte, a célzottan gyerekeknek és családoknak szóló bemutatás és szolgáltatások, és a családi- és gyerekprogramok megléte, változatossága jelenti itt a szempontokat.

a. Családbarát infrastruktúra megléte

Ide tartoznak azok a berendezések, amelyek a gyermekes látogatók kényelmét szolgálják, mint pl. pelenkázóhely, gyermekeknek kézműves- vagy rajzoló sarok, beltéri játszószooba vagy külső játszótér, balesetveszélyt nem jelentő egyéb berendezések, nagyobb belső tér, babakocsival is járható helyiségek.

b. Családbarát kínálat

A családbarát kínálat vizsgálatánál a bemutatáshoz kapcsolódóan itt csak az *állandó* kínálati elemeket érintjük. Ha a bemutatás részeként van kifejezetten gyermekeknek szóló rész, ha a van számukra animáció, kedvezményes belépődíj a családoknak, a kiállítás során megfogható, kipróbálható elemek, akkor a bemutatóhely rendelkezik családbarát kínálattal is.

Már a tildeni interpretációs alapelvekben is szerepelt, hogy a gyermekeknek szóló interpretációnak külön stratégiát és módszereket kell követnie, nem lehet csak a felnőtteknek szóló program hígított verziója. A gyermekeknek szóló bemutatás történhet helyileg a felnőttektől elkülönülten, de szerencsésebb megoldás az, ha például a kiállításon belül mindig egy meghatározott helyen található a gyerekeknek szóló rész (pl. a tábla alsó részén, a gyerekek által is olvasható magasságban, vagy mindig a kiállítási helyiség egyik sarkában). Szintén jó megoldás az is, ha a

gyerekeknek szóló részt úgy alakítják ki, hogy a bemutatás a szülők segítségével is történik, azaz a szülőket aktívan, interpretátorként vonják be a bemutatásba.

c. Családbarát programok

A családbarát programok szempont alatt családoknak is szóló, vagy kifejezetten a családoknak szóló rendezvények kaptak helyet.

## **4. A hazai természetvédelmi bemutatóhelyek értékelése a látogató- és családbarát jelleg szempontjából**

Az alábbiakban két oldalról közelítjük meg a természetvédelmi bemutatóhelyeket. Egyfelől a kereslet szempontjából, és korábbi felmérések, valamint egy, kifejezetten ezen útmutató céljából készült felmérés alapján bemutatjuk azt, hogy a keresleti oldalnak milyen motivációi, elvárásai vannak. Másfelől – szintén a látogatók véleményét is figyelembe véve – az előzőekben említett kérdőíves kutatás alapján történik a kínálat rövid elemzése. A hazai ökoturisztikai kínálat helyzetelemzéséről az Országos Ökoturizmus Stratégia 4. fejezetében bővebben szó esett. A 3. fejezetben található szempontok alapján történő bemutatóhely-értékelés egy következő munkafázis lesz majd, ezen útmutató folytatásaként 2010-ben.

### **4.1 Online kérdőíves felmérés a hazai természetvédelmi bemutatóhelyekkel kapcsolatban**

Az útmutató készítéséhez kapcsolódóan elsődleges kutatásként kérdőíves megkérdezést végeztünk online formában. A kutatás módszere véletlenszerű mintavétel, különböző elektronikus csatornákat használva a minél nagyobb mintaszám eléréséhez. A kérdőív elérhetősége felkerült a geocaching.hu közösségi portálra, amely területileg is és korra is változatos mintaszámot jelentett, valamint az ökoturizmus.hu weboldalra, és a Pannon Egyetem elektronikus tanulmányi rendszerének néhány oldalára. A kérdőív a melléklet 0 fejezetében található.

A kérdőív 29 kérdést tartalmazott, 5 csoportra osztva. Az első részben demográfiai adatok és egy utazási szokásra vonatkozó kérdés volt, és arra vonatkozóan kérdés, hogy járt-e már természetvédelmi bemutatóhelyen. Segítségképpen a természetvédelmi bemutatóhelyekről volt egy nagyon rövid leírás arra az esetre, ha valaki nem tudja a szakmai elnevezést azonosítani.

A második kérdéscsoport a meglátogatott bemutatóhelyre, az ott tapasztaltakra vonatkozott illetve aki még nem járt ilyen helyen annál az okot kérdezte.

A harmadik kérdéscsoportban szerepeltek a leginkább kedvelt bemutatási módokra, az információszerzés helyére és a bemutatóhely megtekintési szokásaira vonatkozó kérdések. Külön kérdések voltak a szakvezetésről, a játékos, rejtélyes interpretációról.

A negyedik részben a családbarát szolgáltatásokról volt szó azok számára, akik az utazási szokásoknál a családdal történő utazást jelölték meg.

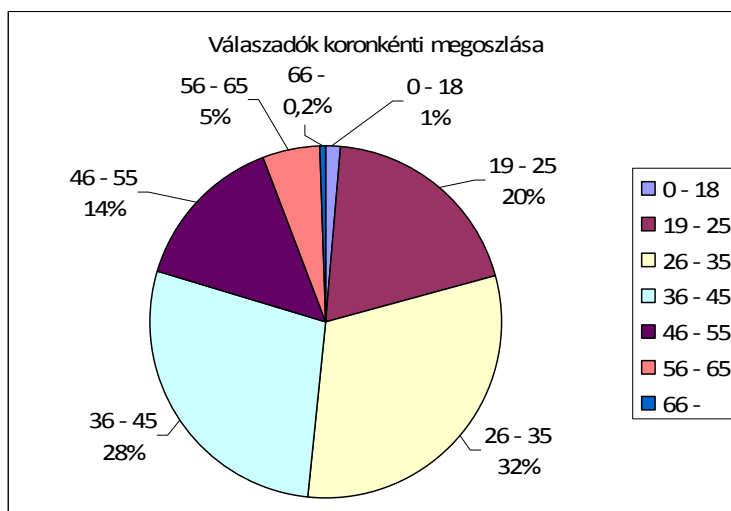
A kérdések legtöbbször zárt kérdés volt, egy vagy több választási lehetőséggel, de volt több osztályozós kérdés is, valamint sorrendbe állítás.

A kérdőívet 733-an töltötték ki, ám ebből csak 425 értékelhető válasz érkezett, 308 válaszadó nem válaszolta meg a kérdőív lényeges és kötelező jellegű kérdéseit. Bár a mintaszám viszonylag nagyra mondható, a kérdőív nem reprezentatív a hazai lakosságra nézve, ez a véletlenszerű mintavételből is adódik.

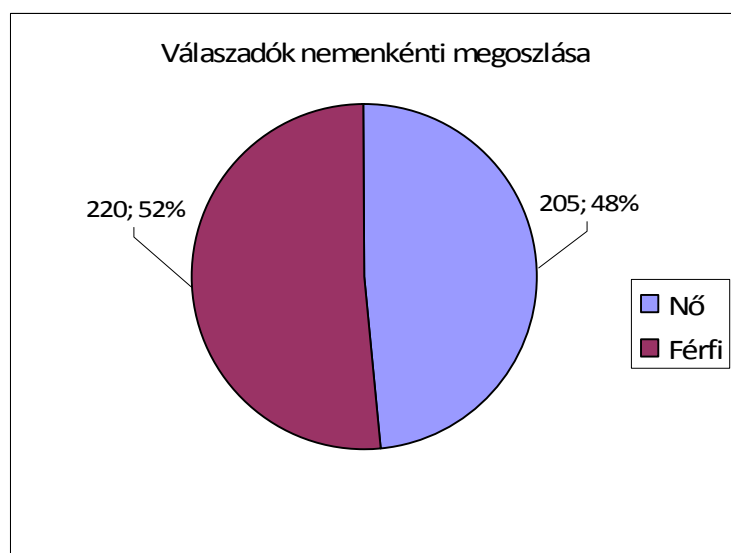
Az alábbiakban a válaszadókról csak a leglényegesebb információkat mutatjuk be.

A válaszadók koreloszlását és nemenkénti megoszlását mutatja az 2. ábra és a 3. ábra, a válaszadók természettel kapcsolatos attitűdjét a 4. ábra. A kérdőíven előre megadott természettel kapcsolatos attitűd-minták szerepeltek, ezekből kellett választani. Fontos megemlíteni, hogy a válaszadók egyike sem állította, hogy nem szokott a természetben járni, a legtöbben a természetkedvelő - második - kategóriába sorolták magukat.

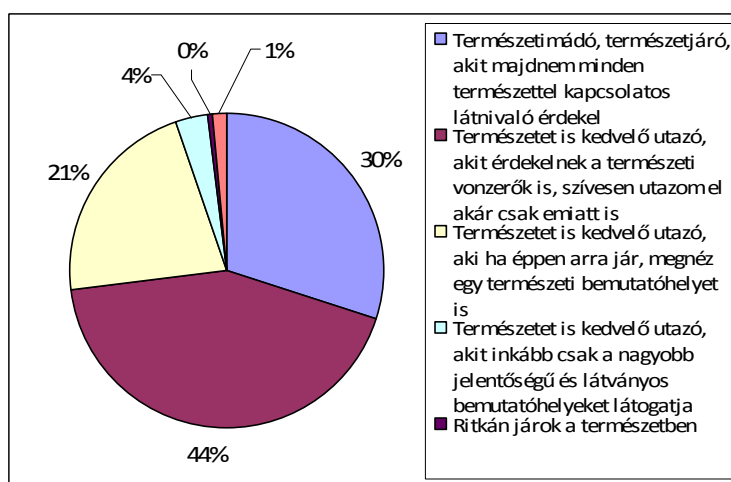




2. ábra



3. ábra



4. ábra A válaszadók természettel kapcsolatos attitűdje

## 4.2 Az ökoturizmus, a természeti területek és bemutatóhelyek kereslete korábbi keresletfelmérések és az online kérdőív alapján

### 4.2.1 Természeti területek látogatása

Magyarországon nem készült még reprezentatív kutatás a hazai természetvédelmi bemutatóhelyeket illetően. Az ökoturizmushoz kapcsolható zöldturizmusról a Magyar Turizmus Zrt. készített felmérést 2006-ban és 2007-ben. Ezek a felmérések a nemzeti parkok látogatására, és az aktív zöldturizmusra vonatkoztak, ebből az ökoturizmus egyéb tevékenységeire vonatkozóan messzemenő következtetéseket nem lehet levonni. Van azonban néhány érdemi eredmény, amelyet érdemes megemlíteni.

Az MT Zrt. a Zöldturizmus kampányévet megelőzően 2006-ban 1000 fős véletlenszerű megkérdezéssel végzett kérdőíves felmérést, amely megyei, településszerkezeti, kor és nem szerinti reprezentativitást mutatott. A válaszadók egy ötfokozatú skálán 4,5 fölötti értékeket adtak annak, hogy Magyarország természeti értékekben gazdag, ám a személyes attitűdök között nem kaptak jó pontszámot a következő állítások:

- „Ha belföldön utazom, ellátogatok nemzeti parkokba is” (2,93);
- „Belföldi utazásaimat úgy tervezem, hogy nemzeti parkba is ellátogathassak” (2,09);
- „Gyakran utazom belföldön nemzeti parkok meglátogatása céljából” (1,73)

A válaszadók közül 213-an válaszolták, hogy még nem jártak nemzeti parkokban, ezek közül 39,6 % azzal indokolta, hogy még nem jutott eszébe, vagy nem érdeklik a nemzeti parkok. További közel 20–20% a pénz- vagy időhiányt jelölte meg okként. Szintén megjegyzendő, hogy nemzeti parkot a válaszadók 37,5%-a látogatna meg.

A felmérés utáni Zöldturizmus kampányév célja volt a hazai lakosság érdeklődésének felkeltése, illetve erősítése a természeti értékek iránt, valamint a hazai gyalog-, kerékpáros- és vízitúrázási lehetőségek, nemzeti parkok és lovas turisztikai szolgáltatások népszerűsítése, a régiók természeti értékeinek bemutatása.

A kampányév nyertesei a nemzeti parkok voltak (KISS 2008). A személyes attitűdök is javultak, mert a kampány után a hazai lakosság

- elégedettebb volt a hazai nemzeti parki kínálattal (3,31 → 3,56);
- nagyobb hajlandóságot mutatott a nemzeti parkokba való látogatás esetén (2,93 → 3,30).
- a belföldi utazásaikat is egyre többen tervezik úgy, hogy nemzeti parkokba is ellátogatnak (2,09 → 2,52);
- és többen tervezik azt is, hogy kifejezetten nemzeti parkok látogatása céljából utaznak (1,73 → 2,04).

Fontos eredmény volt az is, hogy a kampányévet ismerők minden pozitív állítással jobban egyetértettek, mint azok, akik nem hallottak róla, és a kampányévet ismerők és nem ismerők között a nemzeti parkokra vonatkozó állításoknál tapasztalható a legnagyobb különbség. Nőtt a nemzeti parkok ismertsége, és a megkérdezettek 20,6%-a kifejezetten a kampány hatására látogatott el nemzeti parkokba.

Az online kérdőíves felmérés szerint 425 válaszadóból 48-an válaszolták azt, hogy nem valószínű, hogy jártak természetvédelmi bemutatóhelyen, 4-en válaszolták, hogy biztosan nem, 373 válaszadó járt már természetvédelmi bemutatóhelyen. Az 52 nemmel válaszoló közül 17-en jelölték be oknak azt, hogy nem tudta, hogy léteznek természetvédelmi bemutatóhelyek, 34-en azt, hogy az is lehet hogy voltak, csak nem tudták, hogy természetvédelmi bemutatóhelyen voltak, és csak 1 válaszoló írta azt, hogy nem szokott utazni. Azt, hogy nem érdeklik a természetvédelmi

bemutatóhelyek, senki nem jelölte be – ez a kérdőív kitöltésére megkért csoportok beállítottságából adódik.

#### 4.2.2 A természeti területek látogatásának motivációi, tevékenységek, igényelt szolgáltatások

##### Vonzerők

A M.Á.S.T Közvéleménykutató Kft. a zöldturizmus kampányévet megelőzően készített megyei és településszerkezeti szempontból reprezentatív kutatást 1000 fős mintaszámmal. A felmérés alapján a természetbe látogatók számára a fő vonzerők: *természeti értékek* (4,69), a *táj szépsége* (4,63), *jó levegő* (4,63) és a *csendes környezet* (4,60).

Az MT Zrt. 2007-es zöldturizmus kampányévéhez kapcsolódó, 2007 évi felmérésben a nemzeti parkok vonatkozásában az alábbiakat nevezték még meg a válaszadók fő vonzerőként (KISS 2008):

- a természeti értékek;
- táj szépsége;
- jó levegő;
- csend.

Ebben a felmérésben viszont a tiszta levegő volt a legfontosabb tényező, ezt a válaszadók kétharmada első helyen nevezte meg, további 11% pedig második helyen. A csendet és nyugalmat a válaszadók 21%-s rangsorolta első helyre, további 65% pedig második helyre. A természet szépsége volt a harmadik legfontosabb tényező, a válaszadók 31%-a első, 18%-a második, 50%-a pedig harmadik helyre rangsorolta.

A Balaton-felvidéken természeti területeket látogató turisták körében a Pannon Egyetem Turizmus Tanszéke által végzett 2001-es felmérés szerint (mintaszám 320), a természetbe látogatás legfőbb motivációjaként a *csendet*, másodikként és a *tiszta levegőt* említették, 3. helyen pedig az *állatok* megpillantásának lehetőségét. Ez a kérdőív nyílt kérdéssel kérdezte a vonzerőket.

A tanösvények tervezéséhez készült kézikönyvhöz készült felmérés szerint egy terület fő vonzereje szintén a természeti értékek (69,9%), a tájképi szépség (64,7%), a jó levegő (51,7%) és a csendes környezet (42,1%) (KISS 2007).

Egy 2008-ban írt, ökoturisztikai témájú szakdolgozathoz készült egy 317 fős mintaszámú felmérés, döntően természetkedvelő beállítottságú mintával. A legnagyobb vonzerőt (77,3 %) a *táj szépsége* jelentette. A válaszadók 62,5 %-a a *természeti értékeket*, 61,8 %-a a *csendet és a nyugalmat* jelölte meg. 55,5 % szereti a ritka és védett állatokat, 53,3 % említette a *friss levegőt*.

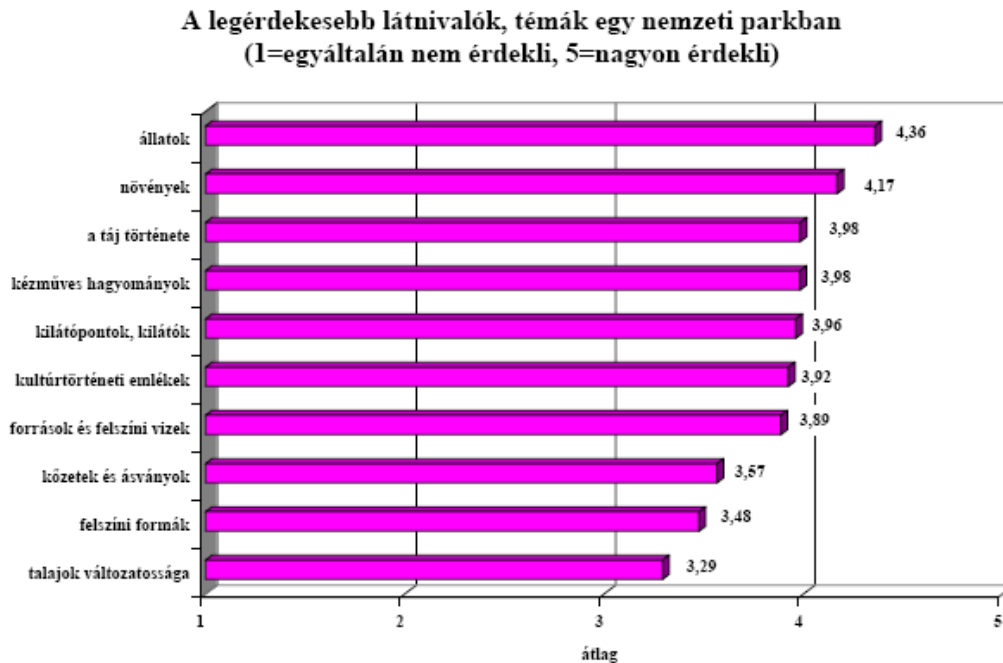
A felmérések összehasonlítását a tartalmazza a 2. táblázat.

	M.Á.S.T 2006	MT Zrt. 2007	Kiss G. 2005-2007	PE TT 2001	Hanis 2008
1.	Természeti értékek	Jó levegő	Természeti értékek	Csend	Tájképi szépség
2.	Tájképi szépség	Csendes környezet	Tájképi szépség	Tiszta levegő	Természeti értékek
3.	Jó levegő	Tájképi szépség	Jó levegő	Állatok	Csend, nyugalom
4.	Csendes környezet		Csendes környezet		Ritka és védett állatok

2. táblázat: A természeti területek fő vonzerői látogatói vélemények alapján

## Látnivalók

A M.Á.S.T. Közvéleménykutató felmérése a látnivalókra is rákérdezett, ennek eredményeképpen az *állatok* (4,36), *növények* (4,17), a *tájtörténet és a kézműves hagyományok* (3,96), valamint a *kilátók* (3,96) jelentették a fő vonzerőket (5. ábra).



5. ábra: Forrás: Magyar Turizmus Zrt/M.Á.S.T., N=994

2005–2007 között a tanösvények tervezésének szakmai megalapozására egy kérdőíves felmérés keretében – egyebek között – a látnivalók tetszési indexét és a szükséges fejlesztéseket vizsgálták védett természeti területek bemutatóhelyein, személyes megkérdezéssel végzett kérdőívvel (minta szám 568; KISS 2007). Ennél a felmérésnél a megkérdezettek körében leginkább a *kilátóhelyek* (az ötfokozatú skálán 4,3 pont), a *források és vizek* (4,2) és az *állatok* (4,2) jelentették a legnagyobb vonzerőt.

A fent említett, ökoturisztikai témájú szakdolgozathoz tartozó kutatás szerint a természeti területek fő látnivalóinak sorrendje (HANIS 2008):

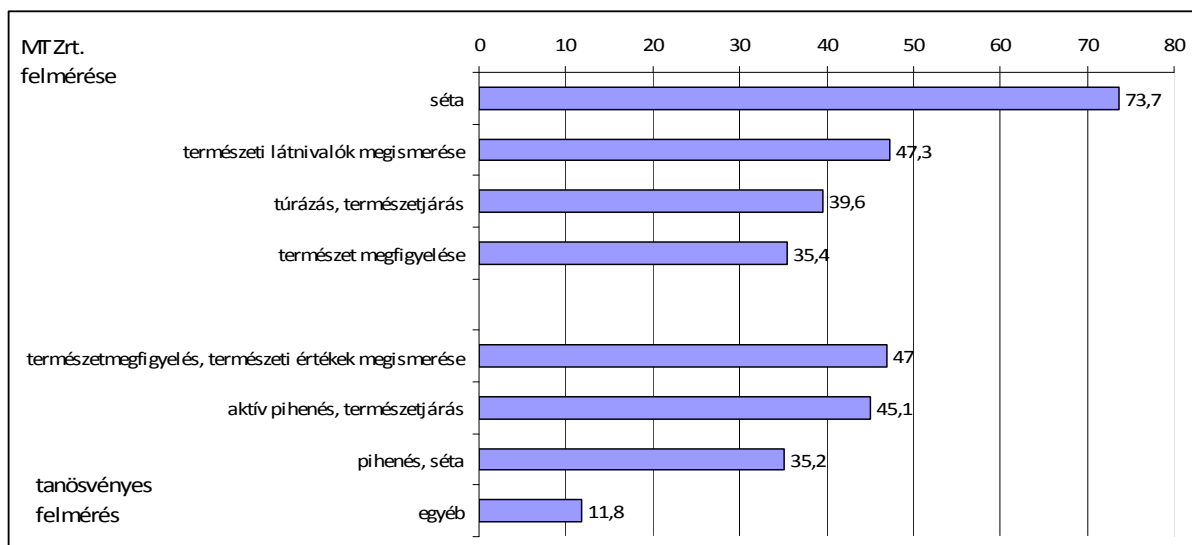
- Különlegesen szép táj, kilátóhelyek, várak, várromok, állatok, kultúrtörténeti emlékek, növények, közetek és ásványok.

A fentiekből két fontos következtetést lehet levonni. Az egyik az, hogy a látogatók motivációja és az egyes vonzerők preferenciája eltérő lehet, ezért nehéz minden célcsoport elvárásainak egyidőben megfelelni. A másik az, hogy a kevésbé kedvelt látnivalók esetében (közetek, talajok és felszínformák) csak valamilyen hozzáadott értékkel, élményszerű bemutatással lehet eredményt elérni.

## Tevékenységek

Az MT Zrt. és a M.Á.S.T. felmérése, valamint a tanösvényekhez készült felmérés hasonló tevékenységeket és azok népszerűségét vizsgálta, ám a válaszok aránya különbözik a két felmérés esetén, az utóbbi felmérés ugyanis főleg nemzeti parkok területén és tanösvények közelében készültek, ahová az érkezők feltehetőleg a természet megfigyelése céljából érkeztek. Az összehasonlítás azért is nehéz, mert a tanösvényes felmérésben a természet megfigyelése és a természeti értékek megismerése, valamint a pihenés és a séta is egy kategóriában szerepel.

A két felmérés különbségét mutatja az 6. ábra.



6. ábra: A nemzeti parkokban végzett legkedveltebb tevékenységek. Forrás: MT Zrt. és KISS G. (2007)

### 4.2.3 A látogatók bemutatással és szolgáltatással kapcsolatos preferenciái

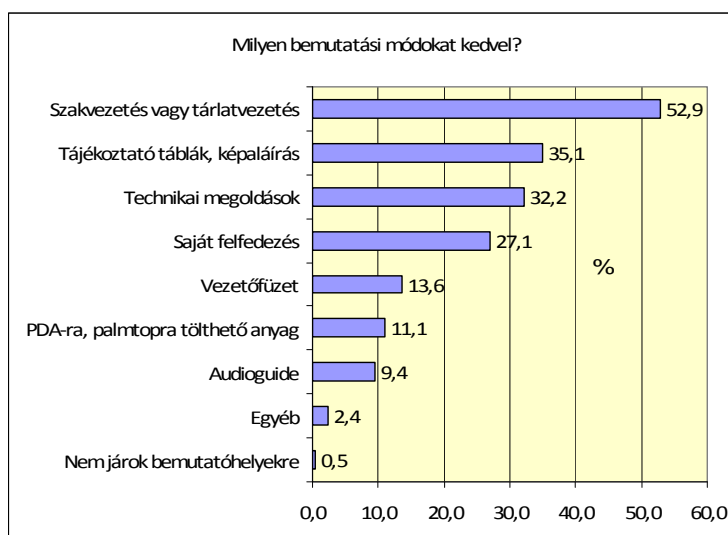
#### Bemutató

A M.Á.S.T Kft. zöldszturizmussal kapcsolatos felmérése szerint a megismerés legkedveltebb módjai a *szakvezetési túra* (36,5%), az *ismertető füzet segítségével történő megismerés* (24%), és az *önállóan, a helyszínen táblák alapján történő ismeretszerzés* (18,9%) – ez utóbbi arra is utalhat, hogy a látogatók alapvetően kedvelik a tanösvényt, mint bemutatási formát. A nemzeti parkokat rendszeresen látogatók és a bemutatóhelyeket még nem látott megkérdezettek között van különbség a bemutatás módját illetően, mert aki még nem járt nemzeti parkban, az kevésbé kedveli a szakvezetést, valamint kisebb hányaduk (16,8%) mondta azt, hogy vezető füzet segítségével szeret ismereteket szerezni.

Az online kérdőív a bemutatás módjainak kedveltségét is felmérte. A megadott lehetőségek közül kettőt is lehetett választani. A 425 válaszoló 783 választ jelölt meg, melyek gyakoriságát és eloszlását a 7. ábrán láthatjuk. A *szakvezetés* itt is első helyen áll, az audioguide, vezetőfüzet és a PDA-ra letölthető anyagok viszont csak kisebb hányadát adták a válaszoknak. Kedveltek a szakvezetés mellett a *tájékoztató táblák*, és az *technikai megoldások* is. Az „egyéb” válaszadók pedig azt írták, hogy inkább otthon utánaolvasnak a meglátogatandó területnek, nincs szükség bemutatásra. Ha csak azokat nézzük, akik jártak természetvédelmi bemutatóhelyen, akkor nincs lényeges különbség a preferált bemutatási módok között. A természetvédelmi bemutatóhelyeket nem látogató, és jellemzően nem természetközeli beállítottságú válaszadók abban térnek el, hogy ott a technikai megoldások (érintőképernyős, mozgatható stb.) 12%-kal, a saját felfedezés 13%-kal kapott többet, a képaláírás alapján történő ismeretszerzés pedig 5%-kal kevesebbet. Az audioguide is kedveltebb, a többiben nincs jelentős eltérés. Messzemenő következtetéseket sajnos ebből nem lehet levonni a kis mintaszám miatt, mert csak 52 válaszadó nem járt még ilyen helyeken.

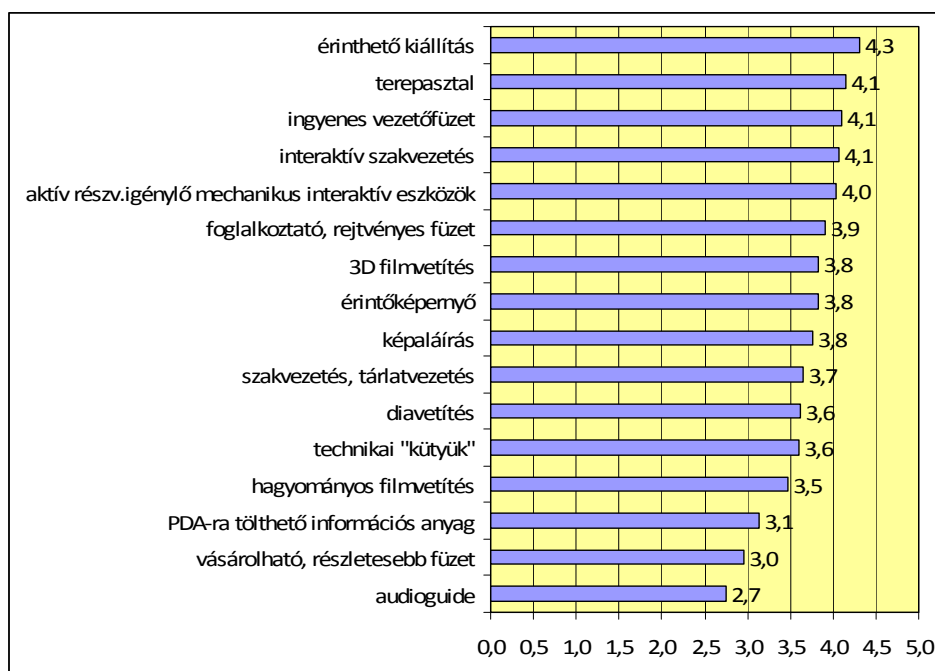
Azt is megnéztük, hogy a van-e különbség a természetet kedvelők (1-2 kategória) és a nem kifejezetten természeti beállítottságú látogatók bemutatási preferenciái között. Ebben az esetben (109 válaszadó) szintén a *szakvezetés* került az első helyre (51,4%), a *saját felfedezés*<sup>7</sup> 32,1%, majd ezt követi a táblák és a technikai megoldások egyaránt 28,4%-kal.

<sup>7</sup> „leginkább azt szeretem, ha saját magam fedezhetem fel a kiállítást, a bemutatott dolgokat, de ez is csak akkor érdekel, ha valamivel lekötik a figyelmemet”



7. ábra A bemutatósi módok preferenciája

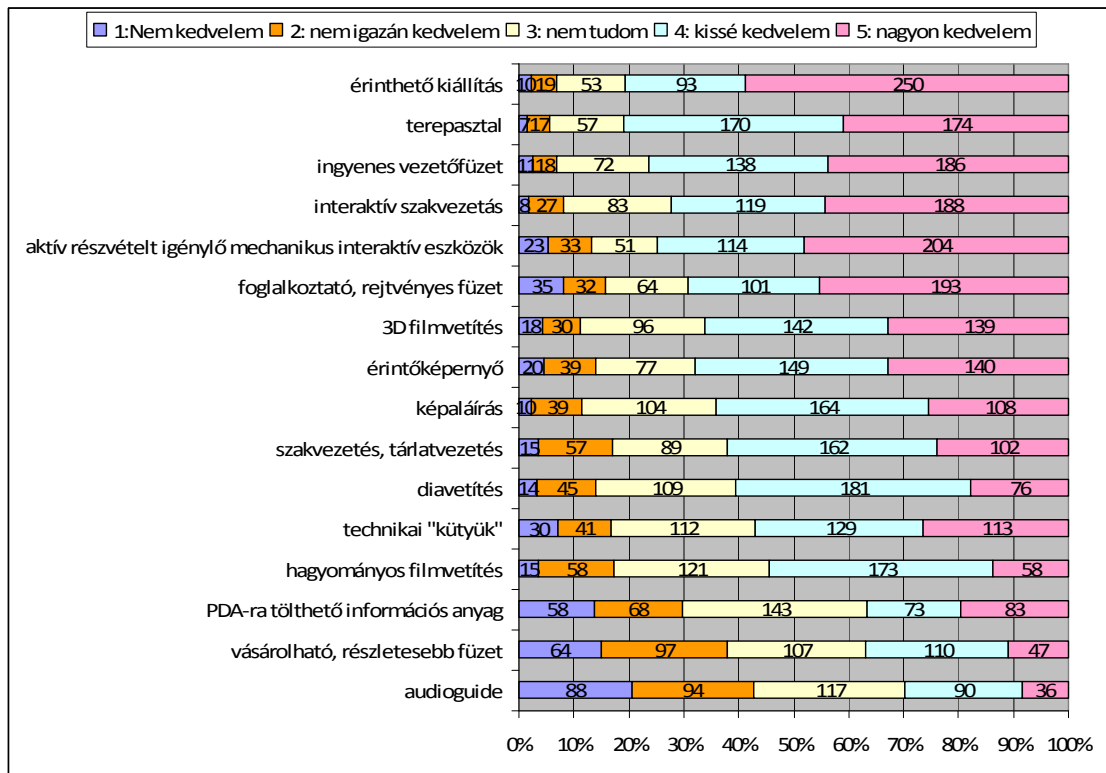
Az egyes bemutatósi módokat mélyebben megvizsgálva a 8. ábra mutatja az eredményt. Az egyes bemutatósi eszközöket egy ötfokozatú skálán kellett értékelni.



8. ábra: A bemutatás eszközei és azok értékelése

A 9. ábra a fenti értékelés látható részletesebben, az eszközökre adott pontszámok szerint. Mind a két megjelenítésen látszik, hogy az interaktív, élményszerű bemutatást kedvelik, a „hagyományos” statikus módszereket kevésbé. Nem nagyon népszerű az audioguide sem. Az átlagpontok alapján azt szeretik a legjobban a látogatók, *ha hozzá lehet nyúlni a kiállított tárgyakhoz (4,3)*, de szintén kedvelt a *terepasztal (4,1)*, az *ingyenes vezetőfüzet (4,1)*, az *interaktív szakvezetés (4,1)* és az *aktív részvételt igénylő interaktív eszközök (4,0)*.

A értékelés részleteibe menve hasonló a helyzet, itt is az kapta a legtöbb „nagyon kedvelem” értékelést, amikor hozzá lehet nyúlni a kiállított dolgokhoz. Az aktív részvételt igénylő interaktív eszközök, a terepasztal és az ingyenes vezetőfüzet itt is első helyeken állnak. Nagyon jó pontszámot kapott még a foglalkoztató, rejtvényes füzet. A fenti preferenciákat nagyon ajánlatos figyelembe venni a kiállítások és a bemutatóhelyek tervezése során.



9. ábra A bemutatás formáinak értékelése

## Szolgáltatások

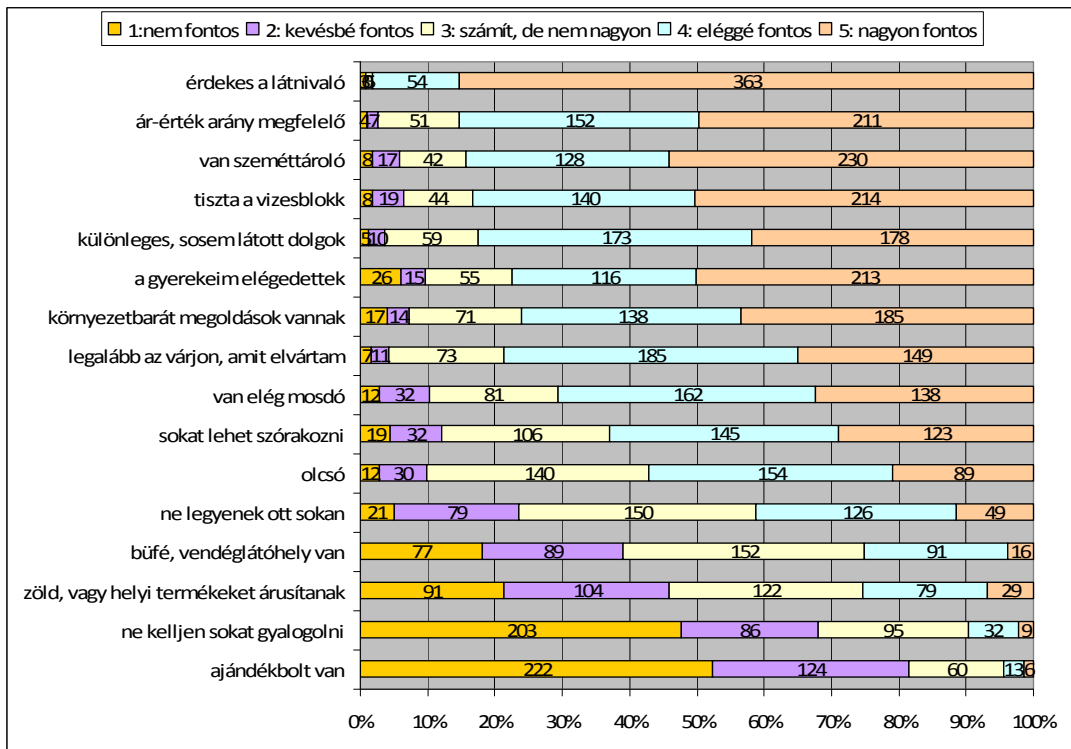
Az MT Zrt. felmérése szerint a nemzeti parkok területén a látogatók leginkább étkezést (64%) túravezetést (43%) egyszerű és olcsó szállást (25%) valamint látogatóközpontot (20%) vennének igénybe.

A tanösvényes útmutató felmérése szerint a látogatók (egy ötfokozatú skálán értékelve) leginkább szemégyűjtőt igényelnek (4,4), tájékoztató táblát (4,2), útjelző táblát (4,0), néhány oldalas, ingyenes kiadványt (3,8), pihenőhelyet (3,7) és részletes kirándulásvezető füzetet kevésbé.

Az online kérdőíves felmérésben azt kérdeztük meg, hogy milyen szolgáltatások és jellemzők azok, amelyek az elégedettséget befolyásolják (10. ábra). Ez alapján az *érdekes látnivalók* (4,8), az *ár-érték arány* (4,3), a *szeméttároló* (4,3) és a *mosdók tisztasága* a legfontosabb, megelőzve a *különleges látnivalókat*, a *gyerekek elégedettségét* és a *környezetbarát megoldások* (mind 4,1) tényezőket. Az elégedettséget tehát rendkívül egyszerű dolgok is erősen befolyásolják, amelyek a *fogadás alapfeltételét jelentő infrastruktúra* részei, a bemutatóhelyek értékelési szempontjainál ezt is figyelembe vettük. Pl. a szeméttároló is kulcsfontosságú kérdés a látogatók számára, ezért ebben a témában van szemléletformálási feladata a bemutatóhelyek tervezőinek. Szintén fontos tényező az, hogy a gyerekek elégedettsége is egy befolyásoló tényező, ezért a családbarát szolgáltatások és fejlesztések szükségességét ebből is igazolva látjuk.

## Családbarát jellemzők és szolgáltatások

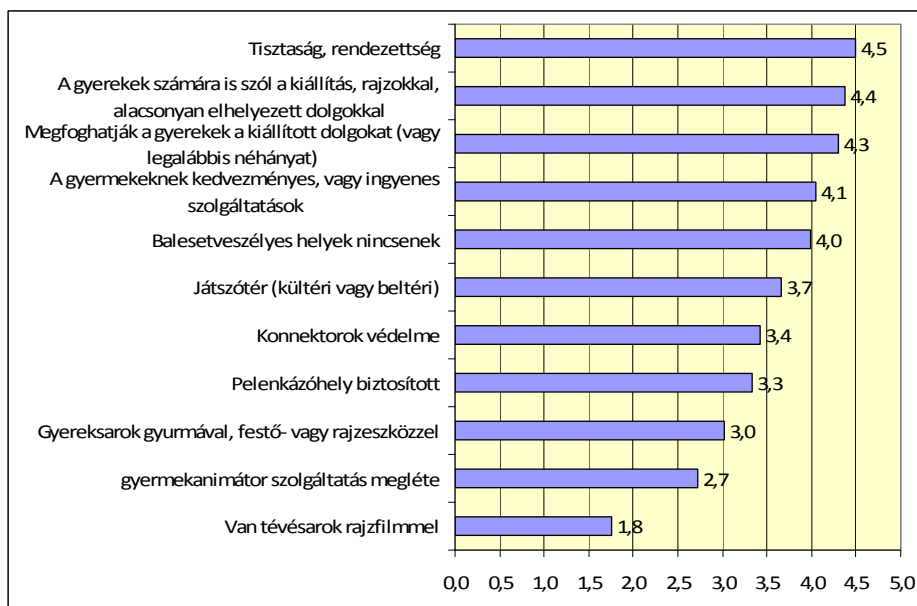
A családbarát igényekre vonatkozóan nem áll rendelkezésre reprezentatív kérdőív, ezért az online kérdőív végén a családbarát funkciókra vonatkoztak a kérdések. Az egyik kérdés a családbarát jellegek fontosságára kérdezett rá, ismételtlen egy 5-fokozatú skálán kellett értékelni a fontosságot, ahol 1 jelentette a nem fontos kategóriát, 5 a nagyon fontosat.



10. ábra: A látogatók elégedettségét befolyásoló tényezők

A felmérés alapján a *tisztaság* a legfontosabb a családok számára (4,5), valamint a *gyerekeknek is szóló kiállítások* (4,4), és a *kiállított tárgyak megérintésének, megfogásának lehetősége* (4,3). Szintén elég fontos minősítést kapott a *gyerekek kedvezménytel* kapcsolatos állítás (4,1). A 11. ábra a fontosságra adott pontszámok átlaga található.

Egy családbarát szállásokkal kapcsolatos kérdőíves felmérés (mintaszám 167) bár a szálláshelyekre vonatkozott, de abból is van néhány, a bemutatóhelyek számára fontos megállapítás: a gyerekekkel *barátságos és türelmes személyzet*, a szálláshelyek esetén *etetőszék*, rácsos *kecské* vagy *utazóágy* elengedhetetlen feltétel (VINICZAINÉ 2009).

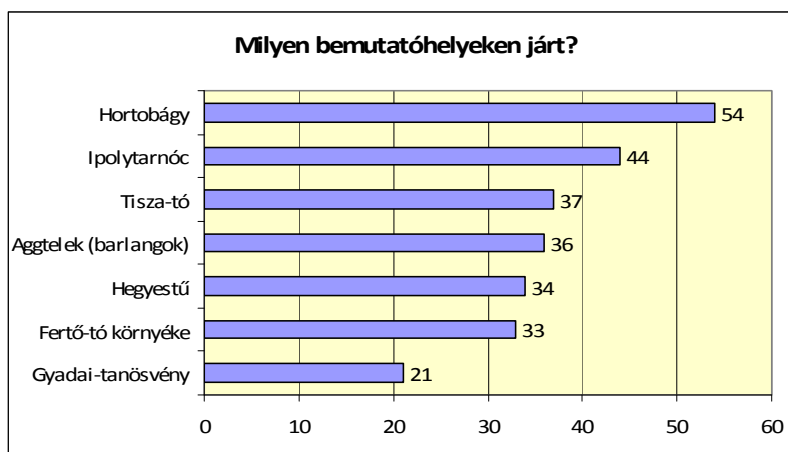


11. ábra A családbarát szolgáltatások fontossága (átlagpontszám)



### 4.3 A látogatók véleménye a bemutatóhelyekről

A következő kérdésre, hogy nevezze meg milyen bemutatóhelyen járt, a 342 válaszadó 817 választ adott (12. ábra). Aggtelek esetében feltehetően a Baradla-barlangról, Hortobágy esetében az új látogatóközpontról vagy valamelyik tematikus bemutatóhelyről lehet szó – a madárkórházról többen is írták. A Tisza-tó esetében a tanösvények, a Fertő esetében a fertőújlaki Csapody István Természetiskola és Látogatóközpont mellett a madármegfigyelés létesítményei és a sarródi nemzetipark-igazgatósági központ is előfordult. A leggyakrabban említett helyszínek sem érték el az összes válaszadóhoz képest a 10%-ot.

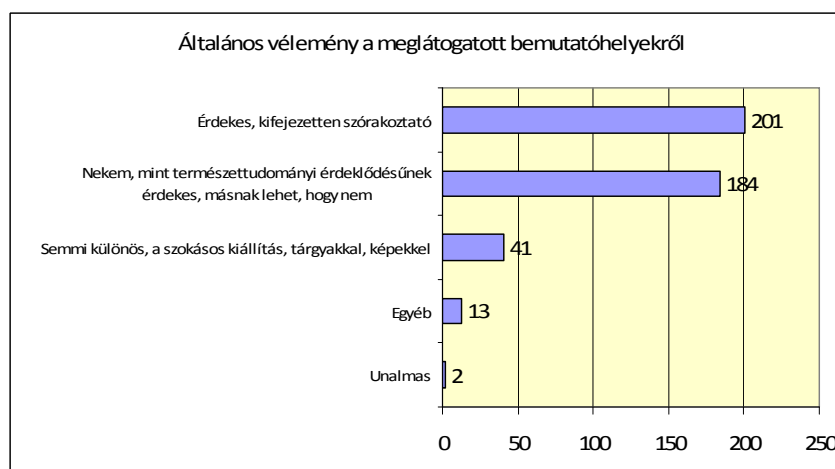


12. ábra. A leggyakrabban említett bemutatóhelyek

A bemutatóhelyeket meglátogató 373 válaszoló alapvetően pozitívnak értékelte a meglátogatott helyszíneket, csak ketten választották az „unalmas” jelzőt, és a tanösvényekkel kapcsolatban voltak elégedetlenek. Az 13. ábrán a meglátogatott helyszínekről alkotott általános vélemények megoszlása látható. A vélemények átlaga  $3,36$  a 4-es skálán, ami jó eredménynek mondható.

A 41 „semmi különös...” válaszadó közül 10-en valamelyik hortobágyi bemutatóhelyet látogatták meg, 3-4 válaszadó a Kis-Balatont, az Aggteleki bemutatóhelyeket és 11-en valamelyik tanösvényt. A 184 válaszadó közül 31 valamilyen tanösvényt írt, mint meglátogatott helyet, de itt már nagyon nagy a szórás a meglátogatott helyszínek körében.

A legelégedettebb 201 válaszadó közül 10 válaszadó járt a Gyadai tanösvényen, 17-en a Hortobágyon, ezek a leggyakoribb említések. A meglátogatott helyek és az általános tetszési index között nincs korreláció, bár a tanösvények tekintetében látszik az elégedetlenség.



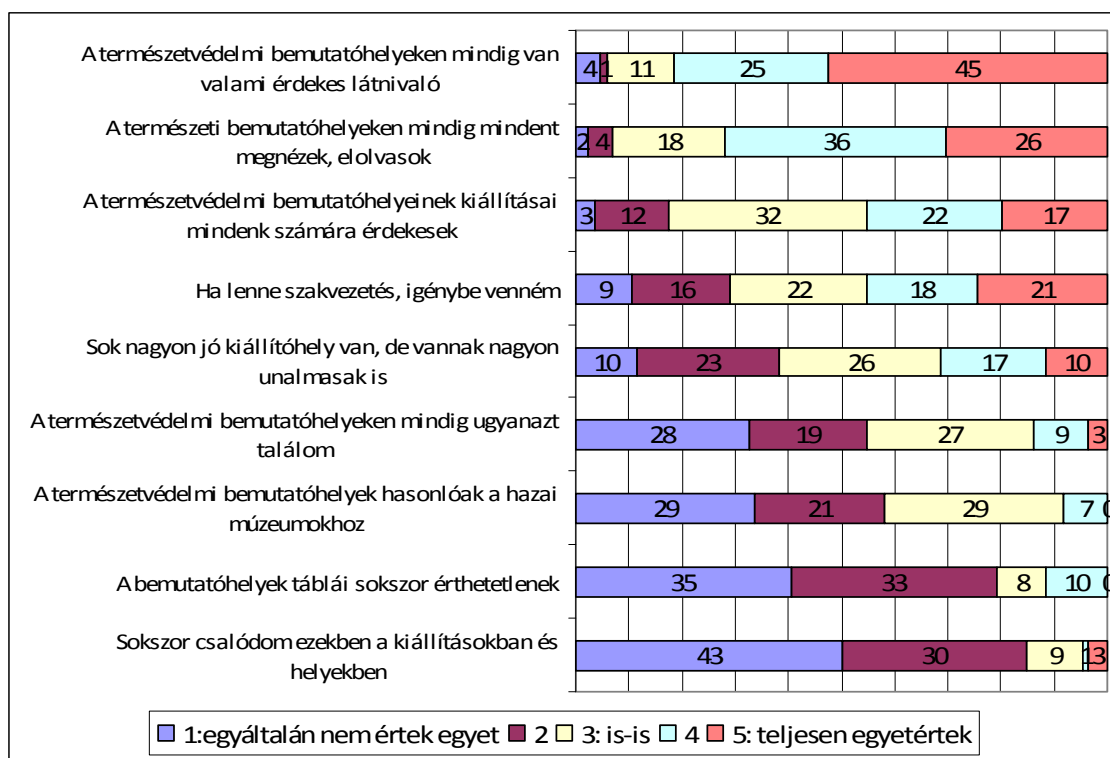
13. ábra. A meglátogatott bemutatóhelyekről alkotott általános vélemény

A következő kérdések nyílt kérdések voltak, a „Mi az, ami tetszett?” és a „Mi az ami nem tetszett?” kérdésre érkeztek a válaszok. A tetszésre vonatkozó kérdésre 373-ból 200-an válaszoltak. A többször emlegetett pozitívumok között (több mint 60%-os említéssel) volt a „természet” a „környezet” a „táj és a kilátás”. Szintén érkezett pozitív vélemény a tanösvények megközelíthetőségéről, a szakvezetésről illetve az alkalmazottakról is. Összességében vége a természeti környezet tetszett a legtöbb embernek, azzal meg voltak elégedve.

A „Mi az ami nem tetszett?” kérdésre már többen, 267-en válaszoltak olyat, ami negatívum volt – a negatívumok irányában mindig közlékenyebbek az emberek. 69 olyan válasz érkezett, hogy minden tetszett, nincs olyan negatívum, amit említeni tudna. A legtöbben

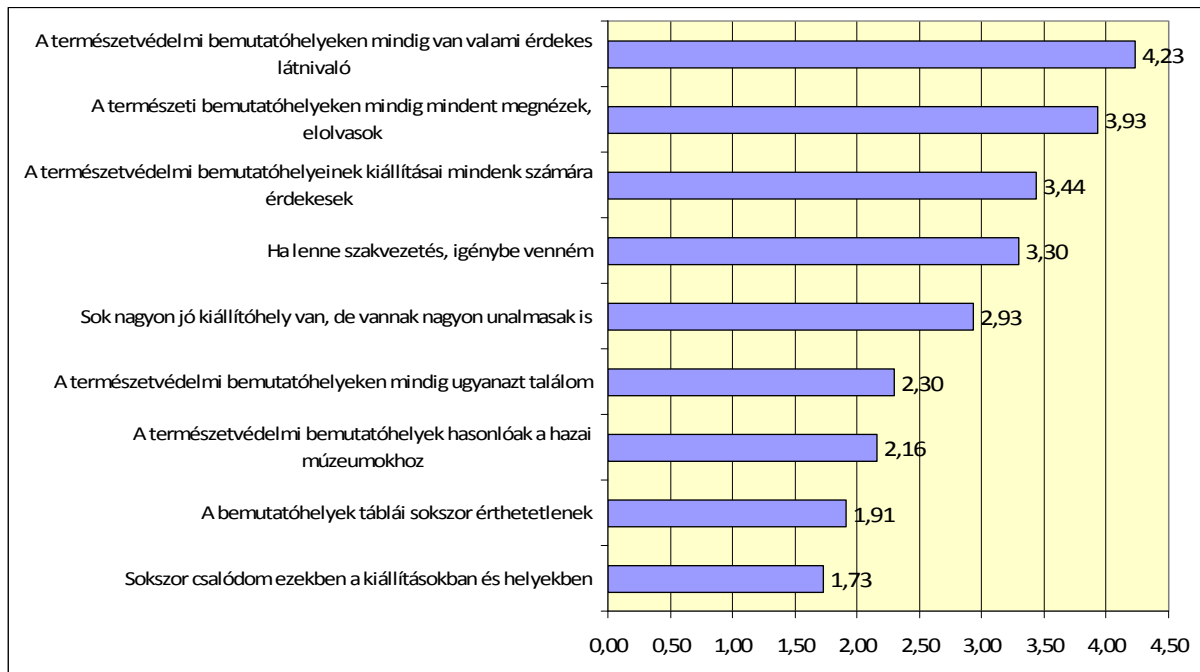
- a tanösvények elhanyagoltságát;
- a jelzések követhetlenségét;
- a szövegek érthetlenségét;
- a szemetes környéket;
- a rongálások, a vandalizmus látható nyomait írták.

A bemutatóhelyekkel kapcsolatos állításokat csak azok a válaszolók kapták, akik egy hónapban legalább egyszer látogatnak bemutatóhelyeket, azaz már van annyi tapasztalatuk, hogy viszonylag reálisan tudják értékelni a bemutatóhelyeket. Kilenc állítást tartalmazott a kérdőív, az állításokra kellett a válaszokat bejelölni egy 1-től 5-ig tartó skálán, ahol 1 jelentette a teljes egyet nem értést, 5 a teljes egyetértést. Erre a kérdésre 86-an válaszoltak (14. ábra)



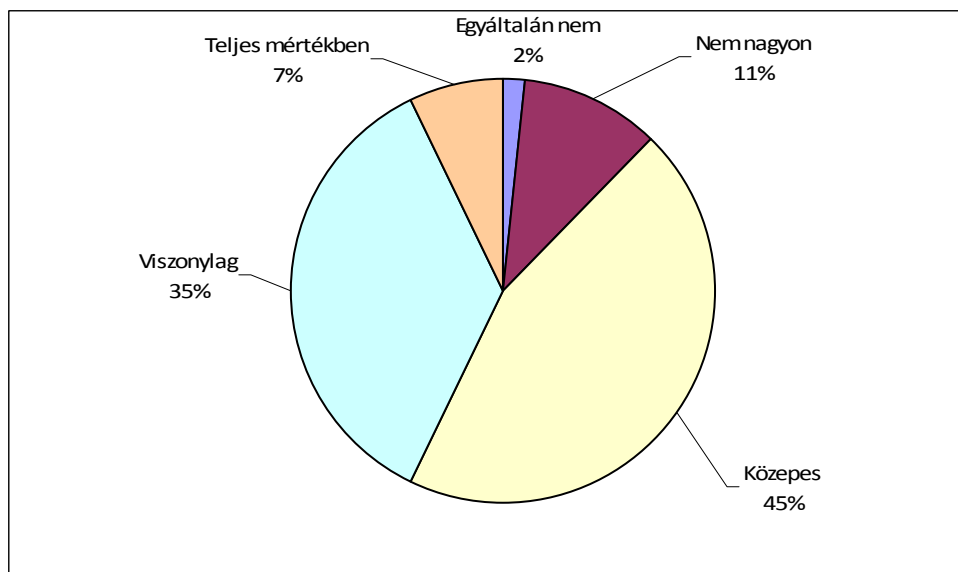
14. ábra A bemutatóhelyekkel kapcsolatos állítások értékelése

A természetvédelmi bemutatóhelyekre gyakran látogatók közül a legtöbben azzal az állítással értettek teljesen egyet, hogy a bemutatóhelyek érdekesek. Ez teljesen érthető, hiszen feltehetően ezért látogatják gyakran a bemutatóhelyeket. A pozitív állítások esetében inkább egyetértés, a negatívok esetében inkább egyet nem értés tapasztalható. Ezt mutatja az értékek átlagát mutató ábra is (15. ábra).



15. ábra. A bemutatóhelyekkel kapcsolatos értékelések átlaga

A meglátogatott bemutatóhelyek családbarát jellegét is értékelni kellett a válaszadóknak egy 5 fokozatú skálán (16. ábra). A legtöbben a „közepesen” minősítést jelölték be, második helyen már eggyel jobb, a 4-es kategória van. Az egyes vélemények arányát a mutatja. A válaszadók általi értékelések átlaga az 5 fokozatú skálán 3,1, ami egy *közepes* eredménynek mondható.



16. ábra A bemutatóhelyek családbarát jellege

#### 4.4 Kommunikáció értékelése a kiadványok és a honlapok alapján

Az MT Zrt/M.Á.S.T kutatásai és a kérdőíves felmérésünk szerint is az internet és a prospektusok mint információs források jelentős szerepet játszik az utazások során. Az MT Zrt. kutatása szerint a megkérdezettek

- 52,6%-a útikönyvből;
- 48,9%-a ismerősöktől;

- 44,7%-a Internetről;
- 44,5%-a nemzeti parkos prospektusból;
- 29,3 %-a egyéb prospektusból;
- 21,2%-a a televízióból;
- 10,7 %-a rádióból, és csak
- 2,7%-a a Tourinform irodákból szerzett információt.

A kérdőíves kutatásunk során az *internetes* tájékozódást említették a legtöbben első helyen (38,5%), illetve második helyen (19,1%). Fontos információforrásnak számítanak az *ismerősök*, 28,6% említette első, 68,2% a második helyen. Utána következnek a helyi *szórólapok*, *prospektusok* és az *információs* táblák.

#### 4.4.1 Kiadványok értékelése

Az ökoturisztikai kiadványok lehetnek kommunikációs anyagok (szórólapok, leporellók stb.) és ismeretterjesztő, a bemutatás (interpretáció) részét képező anyagok (tanösvények kirándulásvezető füzetek, egy-egy területet részletesen bemutató, megvásárolható kiadvány stb.). Ebben a részben csak az előbbiekről lesz szó.

Az ökoturisztikai attrakciókat és szolgáltatásokat kínáló kiadványokról elmondható, hogy általában azonos tematikával készülnek: növény- és állatfajok közeli fotói, tájképek és a bemutatóhelyek fotói szerepelnek rajtuk. Még elérhetők azok a „francia méretű” egylapos szórólapok, amelyek a nemzeti parkok egy-egy bemutatóhelyéről szóló információkat tartalmazzák. Tartalmi és arculati változások szükségesek a nyomtatott kiadványokban. Nemcsak a bemutató jellegű kiadványokban, hanem a kommunikációs anyagokban (szórólapok) is szinte kizárólag csak természeti értékeket tartalmazó, dokumentum-jellegű fotókat láthatunk, és az új kiadványok egy része is kényszerűen arra, hogy csak ezek a különlegesnek tartott természeti értékek szerepeljenek a kiadványok képein. A látogatókat nem egy magyarországi husáng képe vagy egy bánáti csiga fogja a területre vonzani, hanem amiatt indulnak el valahová, hogy a szabadidejüket a számukra lehető legnagyobb hasznossággal töltsék el. A hasznosság egyik mutatója az élmény, ezért a képeknek inkább az élményt és az élmény lehetőség kellene sugallni. Egy növény képe önmagában nem jelenti azt, hogy az adott területen élményben lesz része (binnen van a kockázat, hogy nem is virágzik éppen az a növény, vagy a terület nem látogatható). A természeti értékekről készült képek inkább *már a helyszínrre, a bemutatásához való*, azokba a kiadványokba, amely a terület részletes megismerését teszi lehetővé, a kommunikációs- és imázskiadványokban (tervezésük ld. 6.3 fejezet) pedig a nagyon vonzókat kell megmutatni, vagy egyéb, a terület meglátogatását elősegítő hangulatképeket kell alkalmazni. Ha a természeti érték nagyon látványos (pl. bazaltorgonák), akkor természetesen önmagában is hordoz akkor a vonzerőt, hogy emiatt is odalátogassanak a turisták.

A kommunikációs anyagok helyzetelemzéséhez végeztünk egy vizsgálatot, amelynek során hazai és külföldi ökoturisztikai kiadványok illusztrációját vizsgáltuk.

A képeket osztályba soroltuk:

- egyszerű tájképek (a területre jellemző tájrészlet);
- növényfotó;
- egyszerű állatfotó;
- látványos tájképek (unikális vagy látványos képződmény);
- hangulatképek (érdekes színek, természetes geometriai formák);

- „érdekes” állatfotó (valamely tevékenység közben, kölyökállat, érdekes állatrészlet, az állat a szemlélőre néz stb.);
- emberek tájképpel vagy bemutatóhely részlettel;
- emberek élmény közben (elégedett, jókedvű emberek (gyerekek) vannak a képen, a háttér nem feltétlenül látszik).

Az osztrák prospektusokban (5 db) kiemelkedő volt a hangulatképek és az emberek élményének ábrázolása. A tájképek vonzó hangulatképek voltak, érdekes színekkel, formákkal, és a képek minősége is nagyon jó volt.

A szlovákiai prospektusokban (2 db) is sok élményközpontú kép volt.

A svéd kiadványok (12 db) nagy része is emberközeli fotókat alkalmazott, nagyon sok hangulatképpel, de itt már nagyobb arányban voltak az „egyszerű tájképek”.

A megnézett szlovén kiadványok (5 db) nagy részében sok növényfotó volt.

A hazai képek között (nemzeti parki és néhány civil szervezet 54 db, véletlenszerűen kiválasztott kiadványa) már más képet mutat. Az egyszerű tájképek, amelyek dokumentumszerűen mutatják azt, hogy milyen a táj, abszolút hangsúlyosak a kiadványokban. Az ember jelenléte darabszámát az egyik nemzeti park kiadványsorozata emelte magasabbra, ahol a képek legtöbbször mindig volt egy, esetleg több szemlélődő látogató.

A vizsgálat statisztikai eredményeit a 3. táblázatban láthatjuk

		osztrák	svéd	szlovák	szlovén	hazai
kevésbé hatékony	egyszerű tájkép	10	8	6	4	89
	növény	6	3	0	16	33
	állat	21	4	0	4	35
hatékony	látványos táj	7	2	6	13	32
	hangulat	30	18	4	14	15
	érdekes állat	19	7	2	2	2
	emberek	5	11	7	10	48
	élmény emberekkel	25	23	15	1	13

3. táblázat: hazai és külföldi ökoturisztikai kiadványok képeinek összetétele

#### 4.4.2 Honlapok értékelése

A nemzeti parkok honlapjai többfunkciósak. Egyrészt részletesen bemutatják a terület értékeit, azok számára, akik mélyebben szeretnék megismerni a területet, másrészt folyamatosan frissülve programokat kínál, harmadrészt és nem utolsósorban az ökoturisztikai része a kommunikációs eszköz, amellyel a látogatókat vonzzák. A fejezet csak az utóbbival foglalkozik.

A nemzeti parki honlapok esetében vizsgáljuk meg a tartalmi elemeket a „turizmus”, „idegenforgalom” „látóanyagok” „ökoturizmus” szóra kattintva. A honlapok szövegezését alapvetően természettudományos végzettségű munkatársak készítették, akiknek felkészültsége, tárgyi tudása is jóval magasabb egy átlagemberénél. Számára teljesen egyértelmű néhány faj láttán az, hogy a terület igen értékes, az élmény számára a tudásából fakad, az attrakciókat, de magukat a természeti erőforrásokat is a természetvédelmi érték alapján minősíti. A hétköznapi embernek azonban sok esetben semmit nem mondanak a fajok nevei – meg sem tudja jegyezni őket, esetleg

a mókásan hangzóakra felfigyel, a latin nevek pedig kizárólag csak a speciális érdeklődési körűeket érdeklik. Az átlagembert olyan fajok vonzzák, amelyek az „aranyos” kategóriába tartoznak, és leginkább emlősök. A hullók, kételtűek és rovarok számos ember számára inkább taszítóak, mint érdekesek, ezért ezeket egészen máshogy kell kommunikálni, mint az emlősöket. Az előbbieket esetében szükség van egy olyan eszközre, amely eltompítja ezeket az ellenérzéseket, amelyek az illető állat iránt ösztönösen is keletkeznek a látogatókban.

Biztosan mindenki emlékszik a Vízipók rajzfilmsorozatra. Ebben csupa „nemszeretem” lények szerepeltek, de a karakterek kedvessége, a rajzolt figurák kinézete – amely azért némileg hasonlított az eredetire – hozzájárult ahhoz, hogy a gyerekek és felnőttek is áhítattal nézték a sorozatot, amelyet egyébként egy neves biológus, Dr. Kertész György írt. Az igazi vízipók messze nem olyan vonzó, mint filmbeli alakja, de a sorozat segítségével talán még az arachnofóbiások is kíváncsiak rá egy pillantás erejéig, a tényleges életét pedig szívesen elolvassák.

A központi [\\*\\*\\*.nemzetipark.gov.hu](http://nemzetipark.gov.hu) portálok egységes arculata jó kezdeményezés volt, az igazgatóságok azonban nem, vagy csak részben tudtak az új honlap kezelésére átállni. Akár radikális változtatásokra is szükség lehet, hiszen el kell mozdulni az egyszerű értékbemutatótól az élményszerűség felé, nem lemondva az előbbiről sem. Olyan szövegeket kell írni, fotókat kell készíteni, amelyek a „tapasztalja meg”, „élje át”, „próbálja ki”, „kóstolja meg” típusú kifejezéseket tartalmazzák, illetve jelenítik meg.

A nemzetipark-igazgatóságok honlapjai esetében elsősorban tartalmi változások szükségesek.

A honlapok esetében nézzük meg az alábbi példákat a kommunikáció sikerességéről. A 17. ábrán az egyik nemzetipark-igazgatóság weboldaláról láthatunk részletet, az egyik tájegységet bemutató leírásból.

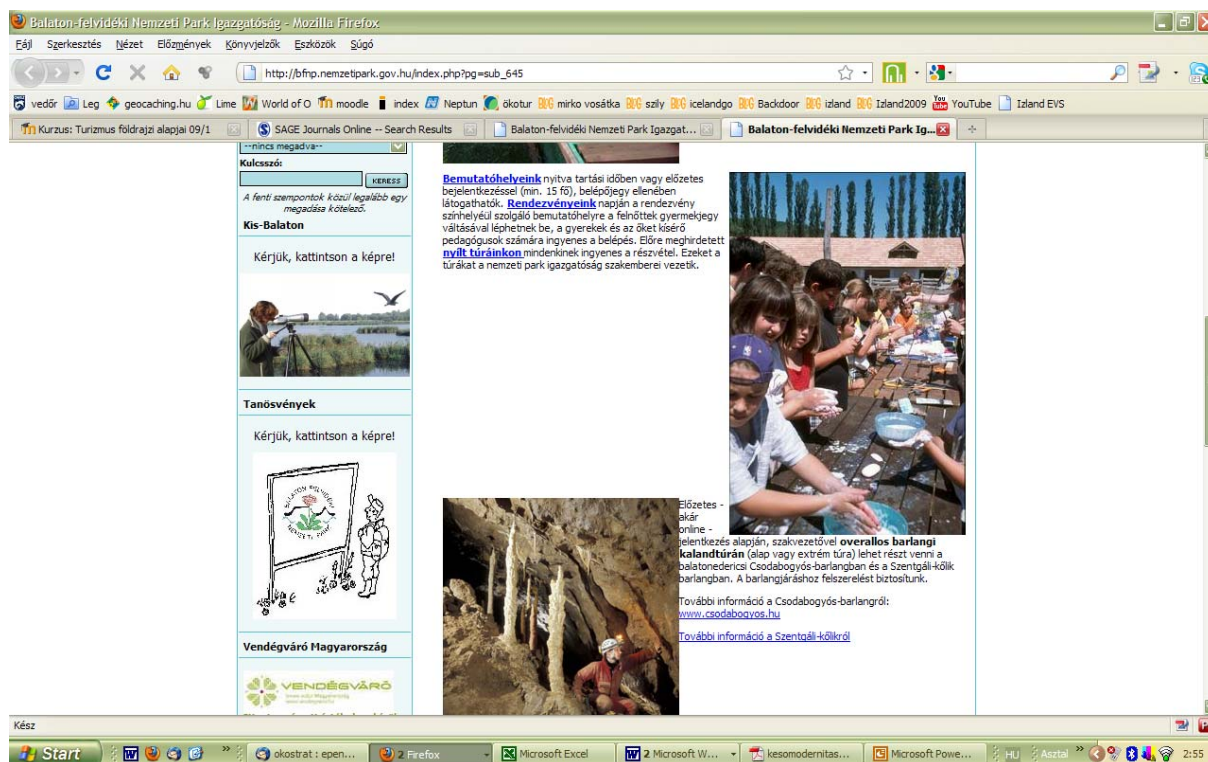
„Különlegesen gazdag a félsziget melegkedvelő rovarfaunája is (közel 1000 faj). A lepkék közel 800 faja él Tihanyban, köztük több igen ritka faj (szürke medvelepke, pusztai piros bagolylepke, lápi araszoló lepke). Érdekes a félsziget Balatonra letörő meredek homokos-agyagos partjainak földi méh- és darázsfaunája (óriás kürtös darázs, lopódarázs, falu bundásméh) is.”

17. ábra Weboldal-részlet

Képzeljünk el egy egyszerű helyzetet: a családfő a számítógép előtt ül, és a hétvégi programot tervezik. Pozitívan befolyásolja-e utazását az, hogy az illető területen lápi araszoló lepke él? Minden bizonnyal nem. Lehet, hogy nem is érti mi az a fauna. A darazsak szintén nem a legvonzóbb állatok, a falu bundásméh fajjal pedig szintén nem tud mit kezdeni az illető, sőt, ennnyiféle darázs és méh hallatán lehet, hogy el is megy a kedve az egésztől.

A bekarikázott rész természetesen az oldal legkevésbé vonzó része, tekintsük meg a többi részt is. A leírásban szerepelnek még növényfajok (feltehetően szép virágzattal, de sajnos nem tudjuk meg, hogy mikor és hol virágzanak ezek az amúgy elég nehezen megjegyezhető nevű virágok), és az alsó képeken is igazán szép tájak vannak. Hiányzik a képaláírás, ha valaki szeretné megnézni ezt a csodálatos őszi pompával bíró területet, nem tudja mit keressen. (A tengerentúlon létezik egy olyan információs portál, ahol az éppen legszínesebb őszi erdők találhatóak, megközelítéssel, koordinátákkal.)

Egy másik oldalon jó példát is láthatunk (18. ábra). Az weboldal menürészében a nemzeti park egyik állatkáját láthatjuk, amit a rendkívül ötletes „Lógj a természetben!” szlogen veszi körül. Erre kattintva a nemzeti park területeinek látogatásáról tudunk meg szabályokat, lehetőségeket. Hol vannak bemutatóhelyek, mit és hogyan lehet szabadon látogatni. Itt már megfigyelhetők olyan képek, amelyek nemcsak a bemutatnivaló természeti értéket ábrázolják egyszerűen, hanem elégedett gyerekek láthatók rajta tevékenység közben.



18. ábra

A következő példa legyen egy tanösvény-kiválasztási folyamatot mutat be. Képzeljük el megint az előző szituációt, a családfő az Interneten rábukkant egy nemzeti park honlapjára. A turisztikai kínálatból a tanösvényre kíváncsi, meg is találja a

Turizmus, idegenforgalom<sup>8</sup> → tanösvények → a kiválasztott tanösvény neve  
linken. A tanösvény linkjére kattintva a tanösvény leírása jelenik meg előttünk.

A leírás nagyon részletes, a tanösvény megközelítéséről, általános jellegéről ír, és található itt egy térkép is. A leírás az ismertető táblák szövegét tartalmazza, amelyből megtudható a halastavak története, és hogy fészkel ott bütykös hattyú és egyéb fajok (amelyekkel laikus megint nem tud mit kezdeni). Ez a leírás is csak annak lesz vonzó, akit érdekelnek az ilyen jellegű természetes tájak, és a fajok láttán lesz kedve elmenni a madarakat megfigyelni. Sokkal célravezetőbb ezen az oldalon a tanösvény hosszára, menetidejére vonatkozó információkat röviden leírni, és a tanösvényen haladó, elégedett emberek – esetleg családok – fotóit illusztrálni.

A mai kor embere nem áll neki hosszas információkat olvasni, *röviden és gyorsan szeretne tájékozódni a kínálatban*, ezért az első benyomásokra, a képek által keltett érzésekre hagyatkozik. A hosszú leírásokba bele sem kezd – hiszen hétköznapjaiban is olyan napilapokat olvas, amelyek rövid hírekből, és sok képből állnak. Egyetlen oldallal nem tudjuk átformálni tájékozódási szokásaikat, ahhoz, hogy olvassa el az információkat, *először arra kell rávenniünk, hogy a terület meglátogassa*.

A képek mint kommunikációs eszközök tekintetében nézzünk meg egy néhány példát. A bal oldal képek esetében a fent említett, szigorúan természettudományos jellegű képek láthatók, a jobb oldali képeken az ember jelenléte, a területen lévő emberek érzései, és a rendkívül látványos és esztétikus, önmagában is élményt nyújtó tájképek láthatók.

<sup>8</sup> A turizmus és idegenforgalom szinonimák, de a második kifejezést az „idegen” előtag miatt egyre inkább mellőzni érdemes úgy a hétköznapi, mint a szakmai szóhasználatban.





Forrás: MT Zrt kiadvány



Forrás: Majdnem Kék Stúdió



Forrás: [BFNP](#)

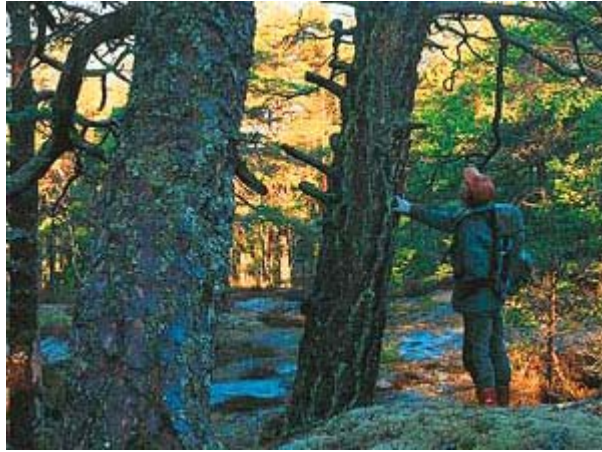


Forrás: [www.tyresta.se](http://www.tyresta.se)





Forrás: MT Zrt. kiadvány



Forrás: [www.tyresta.se](http://www.tyresta.se)



Forrás: [www.naturvardverket.se](http://www.naturvardverket.se)

## 5. Fejlesztési javaslatok

### 5.1 A(z) (öko)turisztikai tervezés menete, koncepciója

A bemutatóhelyek esetében ugyanúgy, mint bármilyen más fejlesztés esetében a helyzetelemzésből indulunk ki, amelyet új bemutatóhely esetén a helyszínkiválasztás követ: milyen területet szeretnénk bemutatni, hol van a bemutatóhely, mennyire érzékeny, milyen természeti adottságai vannak, hogyan érhető el, milyen már meglévő infrastruktúrája van. Már meglévő bemutatóhelyek esetén a bemutatás tárgyát lehet megvizsgálni, illetve a 7.1 melléklet alapján a látogatóbarát megvalósulást.

A helyzetelemzésből kiindulva már közelebb kerülünk a másik fontos kérdéshez: a bemutatás célcsoportjához. A bemutatóhely elérhetősége, környezetének érzékenysége (védett vagy veszélyeztetett fajok száma, zajra, zavarásra érzékeny fajok megléte) megszabja azt, hogy milyen jellegű bemutatóhelyet tervezünk. A rendelkezésre álló terület nagysága és a rendelkezésre álló források is megszabják a bemutatóhely jellegét, méretét.

A tervezés további lépései:

1. A kiválasztott, vagy a fejleszteni kívánt helyszínen azon természeti és kultúrtörténeti értékek meghatározása, amelyek valamilyen szempontból beilleszthetők a bemutatási koncepcióba. A bemutatni kívánt elemeket célszerű tematizálni helyszín, az élőhely jellege, történet vagy ökológiai ismérvek alapján, ez a továbbiakban is megkönnyíti majd az interpretációs mix kialakítását.
2. A célcsoportok esetében azt kell megvizsgálni, hogy a környék adottságai milyen jellegű turistát vonzanak, milyen a terület imázsa, milyen más attrakciókhoz van közel, illetve azt is meg kell határozni, hogy a fejlesztésnek milyen gazdasági céljai vannak: környezeti nevelés, a létesítmény fenntartása vagy profitszerzés. Az utóbbi két cél esetében két fontos szempont van a tervezésnél: az élményszerű bemutatás és a hatékony kommunikáció (6. fejezet).
3. Az ismert interpretációs technikák segítségével lehet eldönteni az egyes természeti értékek konkrét interpretációját a szegmensek figyelembe vételével. Az alkalmi ökoturisták esetében a kis mennyiségű információ – nagy élmény módszerrel lehet elérni a látogatói elégedettséget.

A kiállítások és az interpretációs eszközök kiválasztása során célszerű a természettudományi szakembereken kívül ún. kreatívokat is igénybe venni.

#### 5.1.1 Az interpretációs eszközök kiválasztása

Az interpretációs eszközöknek, módszereknek széles körben kell a bemutatandó témákat feldolgozni, egyrészt a komplexitásra törekvés céljából, másrészt a specifikus érdeklődésű látogatók számára. Interpretációra alkalmas témák:

- terület sajátosságának bemutatása (természetvédelmi szabályozás, kiemelt értékek),
- természeti-ökológiai környezet (az állat- és növényvilág, a tájképi adottságok),
- a társadalmi környezet (néprajzi értékek, népszokások, építészet stb.),
- gazdálkodási módok,
- helyi termékek,
- természetvédelmi munka,
- a területen folyó kutatások, projektek bemutatása stb.

Az interpretációs eszközök működési formája szerint a bemutatási módszereket<sup>9</sup> (interpretációs eszközöket) az alábbi 4 kategóriába lehet sorolni (WEIR 1991, PUCZKÓ – RÁTZ 2000):

1. *személyes bemutatás*: a bemutatás személy(ek) közreműködésével történik, aki mesél, előad, magyaráz és válaszol, kapcsolatot alakít ki a látogatókkal;
2. „*mechanikus*” *interaktív eszközök* (aktív részvétellel működő) eszközök: a látogatók aktív közreműködését jelenti, a látogatóknak valamit tenniük kell annak érdekében, hogy az ismereteket elsajátítsák, ld. 7.1 melléklet 9.5 pontja;
3. *élő és statikus display eszközök*: élő és élettelen természeti elemeket bemutató, hangokat adó, mozgó (élő) vagy álló megjelenítő eszközök (akvárium, herbárium, terepasztal, információs táblák, feliratok stb.);
4. *elektronikus interaktív eszközök*: optikai, elektromos, holografikus és virtuális eszközök, amelyek hangot, fényt, látványt vagy bármit bemutatnak, a természeti környezet minél valóságosabb módon való bemutatása érdekében.

### **Személyes interpretáció**

A hazai látogatók által egyik kedvelt bemutatási forma, a szakvezetés is ide tartozik. A bemutatás során a helyszínen vagy valamely egyéb helyen előszóban adják elő a területről szóló ismereteket. Az előszó előnye, hogy figyelemfelkeltő, testre szabott, szituációhoz igazodik, képes reagálni az egyéni kérdésekre, észrevételekre, igényekre. A bemutatást végző személye esetében az illető előadói és pszichológiai képességei legalább annyira számítanak, mint a tárgyi tudása. A hazai bemutatóhelyeken és természeti területeken lenne igény szakvezetésre, de a nemzeti park-igazgatóságok nem rendelkeznek akkora mennyiségű szakvezetői apparátussal, amely ezt az igényt kielégítené. Célszerű lenne ezért a helyieket is bevonni a szakvezetésbe, miután az önkéntesen jelentkező személy részt vett a nemzeti park által tartott képzésen. Ezzel a helyiek bevonása is erősödne. Az előszóban történő előadás akár színielőadás vagy játékos formában is megvalósulhat – ez utóbbi megoldások itthon ritkák. A személyes bemutatás típusai:

- természetvédelmi őr vezette gyalogtúra;
- idegenvezető gyalogtúra;
- közlekedési eszközzel (vagy lóval) megtett túra szakvezetővel;
- a látogatóközpont személyzete által tartott ismertető;
- kosztümös korhű játék;
- szerepjáték;
- szakmai előadás, konferencia;
- workshop;
- nyílt nap, fórum.

### **Mechanikus interaktív eszközök**

A „bebújni, leguggolni, lábujjhegyre állni, kinyitni, megérinteni stb.” jellegű elemek, tapintható kiállítási tárgyak, kirakók, kockák, rejtvényes formák, „Keresd meg a választ!” típusú elemek tartoznak ide. Ezeket az eszközöket nemcsak a passzív bemutatásra, hanem a látogatók bevonására is használhatjuk. Sokkal hatékonyabb a bemutatás akkor, ha a látogatóknak valamit

---

<sup>9</sup> A hazai szakirodalom a mechanikus és az elektronikus eszközöket egy kategóriába sorolja, és a részvétellel működő egyéb eszközöket veszi egy másik kategóriába. Mivel a mechanikus és elektromos eszközök működtetésének alapfeltételei között nagy a különbség, ezért itt ezt a külön csoportosítást alkalmazzuk.

tennie kell ahhoz, hogy hozzájusson az információhoz, mert akkor kíváncsi lesz, illetve a befektetett munka miatt megnézi mi az eredmény. Ezek az eszközök lehetnek játékosak is, a látogatók vállalkozó kedvét próbára tevők. A kinyitással láthatóvá váló ablakok és tárlók, a kérdéseket és a válaszokat tartalmazó mozgatható kockák, a földtörténeti korok mozgatható korongon való ábrázolás, a tanösvények foglalkoztató füzetek és a rejtvények, puzzle-k, a mozgásba hozható modellek, a megfigyelőtornyok mind ebbe az eszköztárba tartoznak.

A PUCZKÓ – RÁTZ látogatómenedzsment témájú könyvben is külön kiemelik, és jelen szerzők is nyomatékosítják a hazai gyakorlatban igen szegényes kínálatból bíró játékos módszereket. Ezek az eszközök szórakoztató módon próbálják az ismereteket átadni, de a szórakoztatási vágy nem öntörvényű, mert mindig van valami mondanivaló, amely így könnyebben átadható – a szórakoztatás önmagában nem cél az ökoturisztikai kínálatnál. Állítólag a játékos eszközök révén a látogatók több időt töltenek el az attrakció területén, amely szintén bírhat pozitív hozaddal.

### **Élő és statikus display-ek**

Ezeknél az interpretációs eszközöknél nem szükséges a látogatók aktív részvétele, az ismeretátadás szemléltetés formájában történik, passzív eszközök. A hatékony nyomtatott kiadványok színesek, informatívak, többnyelvűek, praktikus alakúak. Az azonosítást segítő eszközök legismertebb példái az információs táblák, amelynek sikeressége nagyban múlik a szövegezésen. Akár kilátóhelyekre is el lehet helyezni kisebb gravírozott táblákat a látottak azonosítása érdekében. A statikus modellek és a terepasztalok kedvelt eszközök, ahogy azt a 4.3 fejezetben bemutattuk.

A tárlók és kiállítási polcok a leggyakrabban használt bemutatási eszközök (PUCZKÓ – RÁTZ 2000), amiatt, hogy a kiállított tárgyak, dolgok és a látogató között valamilyen elválasztó közeg van, a látogató csak passzív megfigyelést végezhet. Ezeket a statikus tárlókat is „aktivizálni” lehet egy-egy jó, váltakozó irányú vagy színű fényforrással.

A jeleket és a piktogramokat több szakirodalom is kiemelkedő fontosságúnak tart. Könnyű és olcsó az előállításuk, nyelvismeret híján is egyértelmű információkat közöl, kis térigényűek, közérthetőek, ugyanakkor lehetnek humorosak is. A piktogramok szerepük folytán interpretatív vagy adminisztratív jeleket hordoznak.

### **Elektronikus interaktív eszközök**

A technika fejlődésével a számítógép alapú bemutatási eszközök fejlődése is lépést tart, a számítógép vezérelte interaktív bemutatás eszköze válik sokszor attrakcióvá, de ez a természeti értékek bemutatásánál kerülendő cél (pl. a Cliffs of Moher írországi bemutatóhelyén három dimenziós display-en lehet megnézni sziklákról kitaruló kilátást, ezért aztán a látogatóközpontból nem is mennek ki a turisták a sziklához – lehet, hogy ez volt a tényleges cél?). A számítógépnek kétségtelen előnyei vannak, hiszen nagyon sokrétűen tud ismereteket átadni, ennek ellenére nem illik mindenhová. Azt is figyelembe kell venni, hogy a bemutatóhelyek látogatóinak egy része illúziórombolóknak találja, ha egy természeti bemutatóhelyen is technicizált elemeket talál.

Ahol a bemutatás eszközei széles körűek, pl. egy látogatóközpont esetén, ott az elektronikus interaktív eszközök is fontos szerepet játszanak.

#### **5.1.1.1 A szövegezés szempontjai**

A feliratoknak és a kiadványok szövegeinek tájékoztató funkciójuk van. A látogatók esetében nyilvánvaló az a tény, hogy koruk, iskolázottságuk és olvasási, szövegértési képességük eltérő, ezért párhuzamos interpretációra van szükség.

Mivel a látogatók nagy része feltehetően nem természettudományi végzettségű vagy beállítottságú, a szövegezésnél érdemes inkább a laikus réteget megcélolni. Kerülni kell a tudományos szakkifejezések használatát, mivel az hamar mentális fáradtságot okoz, ami

meggátolja a továbbolvasást és az ismeretek befogadását is, amellet hogy az elégedettséget is csökkenti – vagyis nem értük el vele az ismeretátadás célját. A látogatók a gyors olvasás során ismerős szavakat keresnek, amellyel azonosítani tudnak, ha sok a szakszó, akkor ez az azonosítás sem fog sikerülni.

BECK ÉS CABLE (idézi PUCZKÓ – RÁTZ 2000:214) ajánlása szerint az alábbi taktikai elemekkel lehet a szövegezést eredményessé tenni:

- példák, ok-okozati összefüggések, analógiák, hasonlatok, az időtényező megváltoztatása, metaforák, anekdoták, idézetek, humor, ismétlés, újdonságok.

A szövegezés esetén különböző módszert kell alkalmazni az imázs- és arculati kiadványok, a helyszíni, közvetlen interpretációnál (pl. a táblák esetében), és a közvetlen interpretációnál (pl. a részletes ismertető kiadványok esetében).<sup>10</sup>

A közvetlen bemutatásnál az egyszerű megfogalmazás, érthetőség és a rövideg a cél. A „hazavihető” kiadványok már lehetnek természettudományi ismeretterjesztő jellegűek is. A címek a figyelemfelkeltés eszközei, a hatásos cím rövid és kifejező, az sem baj, ha érzelmileg nem semleges.

Az írott szöveg táblák esetében ne haladja meg az 50 szót, vagy ha ennél hosszabb, akkor 50 szavas blokkokban legyen a szöveg, de ne legyen több három blokknál.

A csupa nagybetű alkalmazása lassítja az olvasási sebességet, de a nem ismert betűtípusok is. Használjunk kisbetűket, Times New Roman, Helvetica, Tahoma, Arial betűtípusokat. Már 15 fokos szövegdőlés is nehezíti az olvasást. A táblák betűmérete 1 m-ről történő olvasás esetén minimum 6-7 mm legyen. A HOOPER J. – GREENHILL E. szerzőpáros múzeumok kiállításaiával kapcsolatos irodalmában lehet a szövegezéssel kapcsolatban további javaslatokat olvasni.

## 5.2 Látogatóbarát fejlesztések ökoturisztikai bemutatóhelyeken

### 5.2.1 Látogatóközpont

#### 5.2.1.1 *Infrastrukturális fejlesztés – a fogadás alapfeltételét biztosító, és a bevételek bővítését célzó fejlesztések*

Ezek a fejlesztések a fogadás alapfeltételét biztosítják (minimális és elvárt színvonal, 1. ábra), valamint a bevételek bővítését célozhatják meg.

A 4.2.3 fejezet szerinti látogatói értékelésnél a mosdók megléte és tisztasága fontos szempont volt, a többi, elégedettséget befolyásoló tényező az élményelemekhez tartozott.

A fogadás alapfeltételét biztosító fejlesztések (látogatóbarát fejlesztések):

- parkolók kialakítása;
- megfelelő számú mellékhelyiség biztosítása;
- pihenőhelyek kialakítása;
- akadálymentesítés.

A bevételek bővítését célzó fejlesztések a látogatóközpont alapelemeihez tartoznak, bár a kérdőíves felmérés alapján a látogatók elégedettségét nem túlzottan befolyásolja. Ezért is soroljuk az előzőekhez képest egy másik kategóriába. A bevételek növelése mellett a helyi közösség támogatása (helyi termék értékesítése) is megvalósulhat, a bérelhető rendezvénytermek a kapacitás-kihasználtság javítását jelentené.

---

<sup>10</sup> Számos hazai kiadványban lehet azzal találkozni, hogy az xy nemzeti park látnivalói: majd fajok hosszas felsorolása következik.

- vendéglátóhely, elsősorban helyi termékek értékesítésével;
- ajándékbolt, helyi termékek, környezetbarát szemléletnek megfelelő termékek;
- (bérelhető) rendezvénytermek, előadótermek, megfelelő technikával felszerelve.

A látogatók igényeit felmérő kutatások arra mutattak rá, hogy a *szeméttárolók* meglete kardinális kérdés. Ez nem azt jelenti, hogy a látogatók igényeit maximálisan kielégítve sok szeméttárolót kell elhelyezni, hanem azt, hogy a hulladékkal kapcsolatos kérdést kiemelten kell kezelni. Az nem várható el, különösen településektől távoli bemutatóhelyeken, hogy a turisták által eldobott hulladék teljes mennyiségét összegyűjtsék és tárolják, ezért ahol nincs lehetőség, vagy nehezen megoldható a szemét elszállítása, ott a szeméttárolók *helyén vagy helyett* információs táblával kell a látogatókat tájékoztatni arról, hogy miért nincs hulladéktároló. Ahogy számos külföldi példa is mutatja (Anglia, Finnország), a feliratokon leírják, hogy a hulladék helyben összegyűjtése, a hulladékszállító járművek gyakori érkezése környezeti terhelést okoz, szén-dioxid kibocsátással jár, amely negatív hatással van a környezetre, ezért kéri a látogatókat, hogy azt a kevés hulladékot amit termeltek, vigyék haza, ahol a szervezett hulladékszállítás relatíve környezetbarát módon tudja ezt kezelni.

Tanösvények mentén, nyílt bemutatóhelyeken, külső bemutatóhelyeken a hulladéktároló meglete csak akkor indokolt, ha annak ürítését az üzemeltető rendszeresen meg tudja oldani. A kültéri hulladéktárolókkal kapcsolatban létezik egy „szabály”, miszerint „szemét szemetet vonz”, azaz a hulladéktárolók mellé dobott szemét vonzza a többi hulladékot is, amelyet lehet, hogy ha a látogatók nem látnának, akkor nem lenne készítésük a saját hulladékaikat is eldobni. A hulladéktárolók tudatos nem kihelyezésére hazai és külföldi példák is vannak, pl. arborétumok területén nem helyeznek el kültéri hulladéktárolót, illetve folyamatosan hulladékmentesen tartják a területet, ennek eredményeképpen egyre kevesebb azok száma, akik a hulladékot mégiscsak a természetben, vagy a látogatás helyén szeretnék elhelyezni.

Ha van beltéri, vagy a bemutatóhelyhez tartozó külső hulladéktároló, akkor a hulladék szelektív gyűjtése elengedhetetlen.

### **5.2.1.2 *Élmény- és szolgáltatásfejlesztés eszközei – a bemutatás élményszerűségét javító fejlesztések***

A különböző tevékenységek és korcsoportok szerinti kínálat esetén az interpretációs eszközök fejlesztési területeit mutatjuk be példákkal, amelyek ötleteket nyújthatnak az új, vagy már meglévő látogatóközpontok fejlesztéséhez:

- nyomtatott kiadványok célcsoportok szerinti fejlesztése: szakemberek számára tudományos igényességgel megszerkesztett kiadványok, valamint a területről szóló kiadványok mellett az aktuális havi-negyedévi eseményeket, újdonságokat tartalmazó, vezetőfüzet jellegű kiadványok megjelentetésével növekedhet a terület ismertsége, s a helyi lakosok környezettudatossága;
- az élményelemek különböző eszközeinek alkalmazása:
  - az érdekes vagy unikális (egyedi, kizárólagos) dolgok bemutatása, kiemelése;
  - a látványos, az esztétikus dolgok jelenségek bemutatása, hangsúlyozása (nem a legvédettebb a legérdekesebb, hanem a „legszebb”);
  - kevésbé látványos, szokványos természeti elemek bemutatása (ehhez jó támpontot adhat Gerald és Lee Durrell *Az amatőr természetbúvár* c. könyve), ahol addig meg nem figyelt dolgokat lehet új megvilágításba helyezni, és élményszerűen bemutatni. Csak néhány példa:
    - avarban való gázolási lehetőség egy erre a célra kialakított kiállítási szakaszon;

- kézbe vehető gyökerek, növényi részek, amelyek nem védett növényekből származnak és könnyen pótolhatók;
- száraz levelek kézbe vételének lehetősége egyszerű útmutatóval (mit kell figyelni);
- talajtípusok bemutatása úgy, hogy meg lehessen fogni, és fizikailag érezni a különbséget az egyes típusok között;
- kőtörmelék-kupacból egyes kövek kiválasztásának lehetősége, bemutatni, hogy mit figyeljenek meg a turisták a köveken;
- állati ürülminták bemutatása (amely különösen a gyerekek számára lehet érdekes vagy humoros).
- szokatlan, figyelemfelkeltő megoldások alkalmazása:
  - a kiállított dolgok rejtett üregekben, nyitható dobozokban található;
  - a fények időnként felvillannak;
  - érzékekre, érzelmekre ható elemek pl. vizuális és hanghatások alkalmazása, érintés segítségével életre keltett érzések;
- az alaposabb megértést és az élményt segítő médiaeszközök, informatikai eszközök alkalmazása, pl. érintőképernyők, természetismereti játékok, védett madár fészkéhez webkamera).

A fentiek megvalósítására az interaktív bemutatási eszközöket (ld. 5.1.1) kell kiválasztani, bár a statikus display-ek közül a terepasztalt kedvelik a hazai látogatók. A kiállítást tematizálva kell elkészíteni, területre, élőhelyre vagy bármilyen más témára vonatkozóan. A témaköröket fel lehet fűzni egy történetre, amelyben a látogatónak aktív szerepet lehet adni, vagy a történetbe beleilleszteni a bemutatandó természeti értékeket.

Már meglévő statikus kiállítást is interaktívvá lehet tenni:

- kiállításvezető füzetrel vagy lappal, amelyben olyan kérdések vannak, amelyekre a választ a kiállítás megtekintésével lehet megkapni. A lapot vagy füzetet a látogató leadhatja, sorsoláson vehet részt, vagy legközelebb kedvezményt kaphat, és egyéb „díjazásban” részesülhet;
- a képek alatt képaláírásokat el kell rejteni, a látogatónak kell a képaláírást valahogyan felfedni. ezt is lehet rejtvényhez kötni, csoportok esetén a résztvevők versenyezhetnek ki talál el több fajt;
- a kiállítási teret célszerű lehet kevésbé megvilágítani, hogy a látogatók lámpákkal világítva fedezzék fel a kiállított tárgyakat. A fókuszált lámpafény a figyelmet is a megvilágított tárgyra tereli. Ennek a változata az, ha a teremben mindig más kiállítás-rész válik megvilágítottá, így a figyelem jobban összpontosul a megvilágított részre, illetve felkelti a kíváncsiságot a még nem látható részek irányában.

*Alkalmi ökoturisták* esetében különösen javasolt a jelentős és látványos interpretáció, a népszerű, közérthető bemutatás. Igény esetén lehetőséget kell adni a további ismeretbővítésre, a kevésbé ismert helyszínekre vonatkozó információk megszerzésére. Az állandó és tematikus kiállításokon az írott szöveg vizuális médiákkal, érzékekre, élményekre ható elemekkel történő kiegészítése szinte elengedhetetlen. Figyelembe veendő szempontok:

- a kiállítási tárgyak esetében a feliratok megfelelő tervezése (különböző korosztályok számára is olvasható, élvezetes, megragadó legyen ld. 5.1.1.1 fejezet);
- informatikai eszközök széleskörű alkalmazása (számítógépes grafikák, modellek, multimédiás bemutatók, érintőképernyők, számítógépes természetismereti játékok stb.);

- a különböző védettségi fokú területeken folytatható sporttevékenységek ismertetése, az adott sportágnak megfelelő kiegészítő információk nyújtása (pl. magasságprofil).

*Fiatalabb korosztály* esetében javasolt fejlesztések:

- az alkalmazott eszközök kapcsolódása az oktatási tananyaghoz, tárgyakhoz;
- a figyelem hosszabb lekötése érdekében látványos, érzékekre építő eszközök alkalmazása (pl. számítógép, játékok, kvízek);
- gyermekeknek szóló rajzos-képes, egyszerű magyarázattal ellátott kiadványok, játékos foglalkozások anyagai - az interaktivitásra ösztönző feliratok („nyomd meg ezt a gombot”, „keresd meg a kakukktojást” stb.) készítése;
- fiataloknak a megértést segítő, védelemre ösztönző információs anyagok készítése;
- viszonylag nagyobb mozgás- és aktivitásigény miatt az oktatás-bemutató összekapcsolása a szórakozással, mozgással, a monotonitás kerülése;
- foglalkoztató füzetek, rejtvényes kiállításvezető füzetek megléte;

*Családbarát* interpretációs fejlesztés esetén a gyerekek igényeit kell jobban figyelembe venni, gyermekeknek játszó- vagy rajzoló sarok kialakítása egy könnyen megvalósítható fejlesztés. Amellett, hogy a rajzoló sarokban a gyerekeket el lehet foglalni, és a legtöbb gyerek szereti ezt a tevékenységet, a kiállított anyag egyik legjobb feldolgozási módszere a látottak lerajzolása. Az elkészített „műveket” ki lehet állítani, a falra kifüggesztett táblán, vagy kötélre fűzve, csíptetve. A játéksarok játékaik készüljenek természetes anyagokból, vagy legyenek olyan eszközök, amelyek a természetből származnak - kövek, levelek, nem balesetveszélyes fadarabok.

Családbarát fejlesztés esetén több generációnak megfelelő, differenciált interpretáció szükséges, óvodás-kisiskolás, illetve felsőbb iskolás gyerekek, valamint felnőttek számára. A kiállításokon tapintható, megfogható kiállított tárgyak alkalmazása lenne célszerű, akár úgy, hogy könnyen pótolható, vagy nem védett kitömött állatokat meg lehessen fogni. A gyermekek számára a természet bemutatása fontos, annak megtapasztalása, számukra a védettségi fogalom, és az értékek bemutatása még kevésbé felfogható. A kiállítás installációjánál a gyermekmagasságot figyelembe kell venni, alul gyermekeknek, felette felnőtteknek történjen a bemutatás (pl. alul a megérinthető elemek, fent az elektronikus interaktív eszközök). A gyermekek magasságában található kiállítások esetén egy-egy cserélhető rajzolófelület is rakható.

### **5.2.2 A látogatóközpont környékének fejlesztése**

A látogatóközpontokhoz kapcsolódóan, ha a látogatóközpont épülete(i) környékén még erre van terület, akkor a komplex és sokszínű kínálat érdekében az alábbi fejlesztéseket lehet tenni, amelyek szolgálják az élményszerzést, a bemutatást és a családbarát szolgáltatásokat bővítését is:

- környezetismereti élményösvény hálózat kialakítása, ahol a hangsúly az élményen van, de az ismeretátadás is szerepet kap, a célcsoportoknak megfelelően különböző tematikájú, hosszúságú útvonalak kialakítása;
- különböző tematikus kertek létrehozása (fűszer-, bio-, gyógynövény- stb.) valamint az érzékelés kertje kialakítása alapvetően mozgássérülteknek, gyengénlátóknak, de az érzékszervi megfigyelés erősítése céljából bárkinnek;
- játszótér gyermekeknek és felnőtteknek, ahol a játékelemek természetes anyagokból vannak vagy élőlényeket formálnak, pl. csúszda a bogár hátáról, pókháló-mászóka, játék szelektív-hulladékgyűjtő.

### **5.2.3 Az információs hálózat**

A turisztikai fogadóképesség alapvető feltétele a látogatók tájékoztatási rendszerének kiépítése. Fontos, hogy a vendégek védett természeti területen belüli mozgása tudatosan irányított legyen, a



vendégek minden információhoz a megfelelő helyen, a megfelelő időben és a megfelelő módon jussanak hozzá, a védett természeti területen belüli tájékozódás a lehető legegyszerűbb legyen. A 4.1 fejezetben bemutatott felmérés során is a hazai bemutatóhelyekkel kapcsolatban gyakran előfordult az információs hálózat (táblák, útjelzők) iránti igény, vagy a hálózat hiányossága.

Az információs hálózat feladata, hogy a területet bármerről megközelítő látogató egyforma mennyiségű és minőségű információhoz jusson. Ennek egyik feltétele, hogy a terület szélén vagy közelében lévő településeken, tranzit útvonalakon rendelkezésre álljanak a meglévő információs anyagok (tájékoztató kiadványok, programfüzet stb.).

Az információs és irányítási rendszerek kiépítettségének foka térségenként eltérő, kiépítésük folyamatosan zajlik. Ha a feliratozás egynyelvű, a külföldiek számára nehéz a tájékozódás.

Az irányítási rendszerek fontos pontjai a látogatóközpontok, fogadókapuk és fogadóhelyek, információs pontok, bemutatóhelyek, ahol a vendégek direkt módon kaphatnak információkat a védett természeti területekről. A fogadópontok és fogadókapuk egységes arculata biztosítja azt is, hogy az ökoturisztikai jellegű bemutatóhelyek egyértelműen felismerhetők legyenek. Az egységes arculat kialakítása nem megkerülhető, a turisták számára egyértelműen beazonosítható természeti értékek és a jellegzetességek hangsúlyozása elősegíti a pozicionálást és a differenciálást. A fogadókapuknál elhelyezett tájékoztató anyagok bemutatják a terület sokszínűségét, a bemutatóhelyek megközelítéséhez szükséges információkat, az aktuális programokat és a felelős turista etikai kódexét, praktikus tanácsokat is beleszöve.

Az információs hálózat kiépítésének célja, hogy a térségben térben és időben megfelelően elosztva, könnyen elérhető és megbízható információ álljon mindenki számára rendelkezésre. Információ **időben** három szinten szükséges:

1. Utazás előtti információszolgáltatásban az utazásszervezőknek, programszervezőknek és a különböző helyeken elhelyezett kiadványoknak van szerepe. Ezek általában nyomtatott anyagok illetve az interneten elérhető információs anyagok, amelyeknek különleges, válogatott, figyelemfelkeltő információkat kell közölni, és nem a részletes bemutatásra kell törekedni.
2. Utazás alatti, vagy helyszíni információszolgáltatás
  - A terület egészét, a teljes palettát bemutató anyagok, valamint az egyes látnivalókról és szolgáltatásokról szóló információk a látogatóközpontokban és/vagy fogadókapukban állnak a látogatók rendelkezésére. További felvilágosítást az információs pontok - akár a vendéglátóhelyek, boltokban felkészített eladók, információs faliújságok, kiadványok – adnak. A szóróanyagok és a tájékoztató táblák elhelyezhetők közlekedési csomópontokban, állomásokon, parkolóknál, autópálya-pihenőhelyeken és benzinkutaknál, szállodákban, éttermekben. A kölcsönös együttműködés nyilván itt is fontos, hiszen ahogy az ökoturizmus szereplői elvárják a szolgáltatóktól az információközvetítést feljűk, úgy a környező szolgáltatók részéről is természetes igény, hogy ezeken a pontokon a vendégek teljes körű tájékoztatást kapjanak.
  - Eligazodást a területen útjelző- és információs táblák rendszere biztosítja. Az útjelző táblák esetében is egységes arculat szükséges.
3. Utazás utáni információ. Beszerezhető albumokból, szakkönyvekből, kiadványokból, esetleg hírlevelekből. Az utazási utáni információ a látogatói monitoringot is jelentheti, az elégedettségvizsgálatot, és a látogatókkal való további kapcsolattartást.
  - „Mondd el a véleményed” visszacsatolási lehetőségek biztosítása (ötletláda, kérdőív);

- „Természetvédelemben, örökségmegőrzésben érdekelt szervezetek” listájának feltüntetése, kapcsolódási lehetőségek megnevezése (helyi és országos természetvédelmi szervezetek, hagyományörző és kulturális egyesületek stb.)

#### 5.2.4 Tanösvény

A tanösvényekre a különböző látogatói csoportok képviselői eltérő igényekkel, preferenciákkal érkeznek. Ebből adódóan a látogató- és családbarát jelleg biztosításához eltérő program összeállítása szükséges a felnőttek, gyermekek, szeniorok, vagy az alkalmi és elkötelezett ökoturisták stb., illetve ezek csoportjai (pl. családok) esetében. A látogató- és családbarát szempontok tervezési folyamatba való beépítése a tervezés minden szakaszában szükséges, kiemelt jelentőséggel bír

- a típusválasztás, útvonaltervezés,
- az épített elemek tervezése, valamint
- a táblák és kiadványok szövegezése

során. A következőkben ebben a bontásban mutatjuk be a fontosabb tervezési szempontokat.

#### Típusválasztás, útvonaltervezés

*Foglalkoztató tanösvények nagyobb számban való kiépítése.* Az ismeretszerzés módszere alapján elkülönített típusok közül a hazai tanösvények döntő része az ún. bemutató tanösvények közé tartozik, ahol a látogatók a tájékoztató táblák és/vagy a kiadványok szövegének és illusztrációs anyagainak tanulmányozásával, értelmezésével tesznek szert új ismeretekre. Nagyon kevés az ún. foglalkoztató tanösvény, amelyeken a látogatók az útvonal bejárása közben különböző feladatokat oldanak meg, jellemzően foglalkoztató füzet(ek) segítségével. A foglalkoztató tanösvények egyik jelentős célcsoportjai a családok – a játékos, interaktív feladatok megoldása igazi családi programot jelenthet. A bemutató ösvényekhez kapcsolódva vagy önállóan több foglalkoztató tanösvény kialakítását tarjuk szükségesnek.

*Az útvonal hosszának, nyomvonalvezetésének gondos megválasztása.* A tanösvények útvonalának és nyomvonalvezetésének tervezése során – a tervezés minden szakaszához hasonlóan – a látogatói célcsoportok figyelembevétele kiemelkedően fontos. Általában az elkötelezett ökoturisták azok, akik hosszabb útvonalat is hajlandóak bejárni, de ők a teljes látogatói szegmensnek általában csak nagyon kis részét képezik. A tervezés további fontos alapelve, hogy az útvonal hossza álljon arányban a nyújtott ismeretek mennyiségével. A hosszabb tanösvények esetében általában célszerű egy rövidebb változatot is kialakítani, amelynek teljesítésére még a kevésbé edzett és elkötelezett látogatók is szívesen vállalkoznak. Azokon a helyeken, ahol kiemelkedően nagy a bemutatható látnivalók koncentráltasága, egyetlen hosszú tanösvény helyett, azonos kezdőpontból kiindulva több, rövidebb tanösvényt célszerű létesíteni. Ezzel azokat is „becsalogathatjuk”, akik a hosszú túrára nem vállalkoznának, míg a többiek legfeljebb nem egy tanösvényt fognak végigjárni, hanem egy nap akár többet is teljesítenek. Általánosságban javasolható több „séta jellegű” tanösvény kialakítása, amelyek maximális hossza 2 km, minimális szintkülönbségűek és egyéb nehézségeket nem tartalmaznak. A hosszabb tanösvényeken a fáradtság oldására helyenként szükség lehet olyan „könnyedebb” állomások kialakítására, amelyek nem tesznek szükségessé komoly elmélyedést (pl. játékos feladatok, kilátás, a helyszínhez kapcsolódó versrészlet vagy izlésesen humoros információ).

#### Épített elemek tervezése

*Jól jelzett, egyértelműen követhető útvonal.* Kiemelkedő szerepe van a megfelelő módon jelzett, egyértelműen követhető útvonalnak, hiszen a tanösvényeken a látogatók elsődleges motivációja az ismeret- és élményszerzés, nem pedig a „túlélés”. Szerepe azért is fontos, mivel sokakban az

„ismeretlen természet”, a „sűrű erdő” félelmet kelt, így csak akkor fognak nekivágni az útvonalnak, ha a visszaújtjukat is biztonságosnak látják.

*Általában több, a látogatók kényelmét és biztonságát szolgáló épített elem alkalmazása.* Az épített elemek száma sok tanösvényen – csaknem minden esetben pénzügyi okok miatt – a minimálisra korlátozódik. A tanösvények látogatóbarát jellege szempontjából fontos, hogy a látogatók kényelmét és biztonságát szolgáló épített elemek (útjelző táblák és jelek, kiépített pihenőhelyek, esőbeálló, lépcsők, emelt szintű ösvények, védőkorlátok stb.) száma elérje az optimálist.

*Épített elemek a család minden tagjának.* Az épített elemek kialakításánál általában a felnőttek jellemzőit szokták figyelembe venni. A családbarát jelleg magában foglalja, hogy a család minden tagját szükséges figyelembe venni a tervezésnél. A táblák magasságának beállításánál figyelembe kell venni, hogy a kényelmes olvasási szemmagasság-tartomány a gyermekek esetében a felnőttekéhez alacsonyabban, álló tábláknál 0,5–1,5 m között van. Jó megoldás az alacsonyabbra helyezett „kottatartó” típusú táblák alkalmazása is. Az egyéb épített elemek (pl. pihenőhelyek) esetében, amennyiben a családokkal, mint komoly látogatói szegmensekkel kívánunk számolni, javasolt kimondottan a gyermekek számára készülöket is tervezni.

*Megfelelő szélességű közlekedőfelület kialakítása.* A tanösvényeken a közlekedőfelületek szélessége minimum 80 cm. Amennyiben a tájbaillesztés megoldható és a forgalom szükségessé teszi, kialakítható szélesebb, két ember párhuzamos haladását lehetővé tévő felület is (120-140 cm). Emelt szintű utaknál nagy forgalom esetén a biztonság érdekében szélesebb felületekkel kell számolni.

## **A táblák és kiadványok szövegezése**

*Párhuzamos környezeti bemutatás alkalmazása.* A tanösvényeken minden célcsoport igényeinek egyidejű kielégítése általában nem lehetséges, döntően a nagy költségek miatt. Természetesen a bemutatás során alapvetően a legnagyobb számú potenciális célcsoportot javasolt megcélolni. A célcsoport túlzott leszűkítése azonban nem látogatóbarát, és nem biztosítja az erőforrások optimális hasznosítását sem. Az anyagi lehetőségek függvényében érdemes törekedni a párhuzamos környezeti bemutatásra, vagyis több látogatói célcsoport igényeinek egyidejű kielégítésére. Habár terjedelmi okok miatt korlátozottak a lehetőségek, akár a tájékoztató táblákon is lehet egyidőben a felnőtteknek és a gyermekeknek szólni, ugyanannak a „történetnek” – természetesen az eltérő előképzettségből és az életkori sajátosságokból adódó eltérések figyelembevételével – történő elmesélésével. A vegyes típusú tanösvények kiváló lehetőséget biztosítanak a párhuzamos környezeti bemutatásra: például a felnőtteknek tájékoztató táblákon, a gyermekeknek egy játékos feladatokat tartalmazó foglalkoztató füzet segítségével lehet közvetíteni az ismereteket. Ha több kiadvány megjelentetésére is lehetőség nyílik, a vezetőfüzetek különböző korosztályok számára készülhetnek.

*Az interpretáció alapelveinek hangsúlyos alkalmazása a szövegezésben.* A tanösvényeken az élményszerűség biztosításában kiemelkedő szerepe van az interpretatív szövegezésnek, mivel az egyéb módszerek alkalmazása – elsősorban az állandó felügyelet hiányából adódó rongálásveszély miatt – korlátozott (pl. a látogatóközpontokkal összehasonlítva, ahol több „akciópont” alakítható ki). Általában arra kell törekedni, hogy a bemutatás során biztosítsuk a látogatók számára a felfedezés élményét, ami segít abban, hogy a tanulás szórakozássá váljon. Ennek érdekében alkalmazhatunk például játékos feladatokat. Ne feledjük: nemcsak a gyermekek szeretnek játszani, hanem a felnőttek is! Az élményszerű, játékos megismerést elősegíti például, ha minden táblán egy-egy kérdést teszünk fel, amelyre a választ a látogatóknak meg kell keresni – ez lehet egy felhajtható fedél alatt vagy akár a következő táblán. Törekedni kell arra, hogy a látogató minél több érzékszervét bevonjuk az észlelésbe. A „Vedd fel és tapintsd meg!” (pl. a kőzetet), „Szagold meg!” (pl. a virágot), „Hallgasd meg!” (pl. a folyó zúgását, a madarak énekét) típusú feladatokat különösen a foglalkoztató tanösvényeken lehet eredményesen alkalmazni, de a bemutató

tanösvényeken is érdemes kísérletet tenni rá. A téma és a látogató közötti kapcsolat megteremtését – ami az interpretáció egyik alapelve – nagyban segíthetik a konkrét, életszerű példák. Ha példáink utalnak a látogató saját korábbi tapasztalataira, ismereteire, az ismeretek megmaradása is eredményesebben biztosítható. A látogatók megnyerését szolgálja az is, ha hétköznapi dolgokról meglepő dolgokat írunk (pl. „Gondolt már arra, hogy milyen csend lenne az erdőben, ha nem lennének madarak?”). Összességében azt kell elérni, hogy az interpretáció egy új nézőpontból világítsa meg az adott helyet, és tárja fel a látogató számára, hogy mi teszi a bemutatott helyet különlegessé.

*Korrekt információk közlése.* Alapvető fontosságú, hogy a bemutatási programnak az adott helyszín nyújtotta lehetőségeken kell alapulnia. A tanösvényen ismertetett témákat a helyszín által biztosított lehetőségek alapján kell meghatározni, és a bemutatás tárgyát elsősorban a ténylegesen vagy jó eséllyel látható tájelemeknek, természeti folyamatoknak kell képeznie. Az állomásokhoz kapcsolódó szövegek ne legyenek erőltetettek, belemagyarázottak, mivel ezt a látogatók hamar észreveszik, és így célunkkal éppen ellentétes hatást válthatunk ki. Néha szükség lehet „mesterséges látóvalók” létrehozására (pl. az érdeklődés fenntartása érdekében, ha két bemutatható látóvaló túlságosan nagy távolságra van egymástól), de ezt nem szabad túlzásba vinni. Ne ígérjünk nehezen teljesíthető látóvalókat (pl. „Ha csendben halad az ösvényen, akár még hiúzt is láthat!”), mert annak jó eséllyel csalódás lehet a vége.

A tanösvények látogató- és családbarát fejlesztésével kapcsolatos további szempontokat mutat be részletesen a „Tanösvények tervezése. Módszertani útmutató” (KISS 2007) című könyv.

### **5.2.5 Tematikus bemutatóhelyek**

A zárt tematikus bemutatóhelyek esetében a látogatóközpontoknál javasoltak szerint érdemes eljárni (5.1.1, 5.2.1 fejezet).

Nyílt tematikus bemutatóhelyek esetén a kültéri mechanikus interaktív elemeket lehet alkalmazni, illetve kulcsfontosságú az ismertető táblák szövegezése is (5.1.1.1 fejezet), valamint az információs hálózat a terület megközelítése érdekében (5.2.3 fejezet).

### **5.2.6 Programkínálat látogató- és családbarát jellegének kialakítása a meglévő infrastrukturális háttérrel**

A környezettudatosságot, az ökoszemléletet a rendezvények jellegében és kivitelezésében is érvényesíteni kell. Jelenleg is számos, ismétlődő-visszatérő hagyományos rendezvényt szerveznek a nemzeti park-igazgatóságok, natúrparkok, természetvédelemmel, örökségvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek, de ezeknek a tényleges megvalósítása, megrendezése erősen függ az aktuális pályázati forrásoktól, támogatásoktól, így kevésbé tervezhetőek. A források bizonytalansága miatt a rendezvényeket gyakran rövid idő alatt kell megszervezni, kivitelezni, amely miatt azok népszerűsítésére már nem marad elég idő. A tervezhetőség nemcsak a rendezők számára releváns a kockázatok elkerülése céljából, hanem a célcsoportok esetében is elősegíti a programok közötti választást. A rendezvények kapcsolódási pontot jelentenek a tematikus kínálatához.

Nem a tömegrendezvények szervezése a cél, hanem a tartalmas és élménygazdag programok befogadására váró látogatók elérése. A rendezvények elsősorban kisléptékűek legyenek és a helyi sajátosságokra épüljenek. Figyelembe kell venni a különböző célcsoportok szükségleteit, az életkorból, életciklusból adódó eltérő igényeket, preferenciákat.

A rendezvények összetett célt szolgálnak:

- felhívják a figyelmet a megőrzésre, védelemre;
- segítik a bemutatás (oktatás) élményszerűségét;
- hozzájárulnak a kikapcsolódáshoz, szórakozáshoz.

## Programok típusai

Alkalmi ökoturisták, helyi lakosok számára témáját tekintve általános, kikapcsolódást nyújtó, szórakoztató, és a megismerést is célzó szabadidős rendezvények szervezése a cél. A programok látványos és népszerű rendezvények:

- nyílt napok – helyi lakosok, környékeliek, érdeklődők számára bepillantás a természetvédelmi munkába;
- természetvédelmi akciók, programok (pl. „zöld napok”), vetélkedők, főzőverseny;
- helyi termék vásár, népi gazdálkodási módok megismertetése; gasztronómiai fesztiválok helyi ételre épülve, lovasnapok;
- természetvédelemmel kapcsolatos jeles napok, szokásokra épülő rendezvények (madarak, fák napja stb.);
- családoknak nyílt erdei iskolai hétvégék, családi kézműves-programok és kreatív természetvédelmi program (pl. madáretető vagy odú készítés);
- valamilyen cél érdekében alapok, bevételek megszerzését elősegítő rendezvények, pl. a szponzorált séta.

Ökoturisták számára tematikus – elsősorban megismerés-orientált – rendezvények szervezése ajánlott:

- természetvédelemhez, megőrzéshez kapcsolódó rendezvények;
- környezeti nevelési programok diákok és családok részére;
- egyes természetvédelmi és/vagy kulturális értékeket bemutató, védelemre felhívó, bevonó, és önkénteseket aktivizáló programok, önkéntes természetvédelmi- örökségvédelmi- társadalmi munka/rendezvények (pl. békamentési program, parlagfű-mentesítés, szemétszedés);
- valamely örökséghez, értékhez vagy gazdálkodási módhoz kapcsolódó tematikus rendezvényekhez pl. gyógynövényhez, biogazdálkodáshoz, méz-rendezvény;
- kistermelők termékértékesítésének ösztönzése, „helyi termék piac” kialakítása rendszeresen, előre tervezhető módon (pl. minden hónap első szombatján);
- szakmai rendezvények, szemináriumok, konferenciák szervezése szakemberek számára tapasztalatcsere céljából.

Szakvezetési programok kialakítása speciális érdeklődésnek és célcsoportok igényeinek megfelelően, különböző időtartamban:

- mozgássérültek, gyengénlátók számára biztosított szakvezetés, ahol lehetőség van a természeti elemek tapintására, közelebbi megismerésére;
- elmélyült természeti ismereteket nyújtó tematikus túrák vezetése (geológiai, botanikai, stb.);
- fotóstúrák, fotózási lehetőségek biztosítása felügyelettel (szakvezetővel);
- éjszakai állatmegfigyelő túrák vezetése

Aktív zöldturisták számára az adott természeti sportágat népszerűsítő sportrendezvények (vízitúra), aktivitást biztosító sportrendezvények (pl. kerékpártúra, vízitúra), divatos sportokhoz kapcsolódó rendezvények, rendezvénysorozatok (pl. geocaching, nordic walkinggal egybekötött szakvezetés) javasoltak.

Iskolák és iskolások számára az erdei iskola programon kívül egyéb események szervezése. Ebben az esetben célszerű, hogy a rendezvények kapcsolódjanak az oktatási tananyaghoz, tárgyakhoz:

- madármegfigyelő programok, madarász-iskola;
- természetvédelmi-környezetismereti vetélkedő, csapatverseny;
- természetvédelmi, örökségvédelmi előadások (pl. más nemzeti parkokról).

## 6. Hatékony kommunikációs eszközök használata

### 6.1 Arculati elemek

#### Imázs-építés

Az ökoturizmus, mint termék összetettsége és megfoghatatlansága, továbbá a különböző érintett csoportok gyakran egymással szembenálló érdekei rendkívül nehézé teszik egyrészt a termék másrészt a termékösszetevők (mint például nemzeti parkok, bemutatóhelyek) hatékony és megfelelő kommunikációját. A nemzeti parkok által a kommunikációra fordított anyagi és egyéb háttér sajnos nem bizonyul elegendőnek a hatékonyság szempontjából; a szolgáltatók kommunikációs tevékenysége nem képes megfelelően érvényesíteni a termék érdekeit.

Az arculatformálás célja, hogy a bemutatóhelyek azon pozitív tulajdonságait, jellemzőit emelje ki, melyekről szeretnénk, ha a bemutatóhelyekről alkotott vélemények között jelentős súllyal szerepeljenek. A Stratégia V. Prioritás/1. Intézkedésével összhangban a bemutatóhelyek arculatára vonatkozóan egyértelmű feladat a kínálat élményelemeinek hangsúlyozása és az általános arculatba való beépítése.

#### Imázs-pozicionálás

Az arculatformálás kapcsán mindenekelőtt fontos feladat, hogy a bemutatóhelyek imázsának pozicionálása megtörténjen. Sok esetben a bemutatóhelyek tévesen azonosítanak imázként különféle kínálati elemeket, hiszen egy érdekes védett növény nem egyenértékű az arculattal. A bemutatóhelyek vonatkozásában tehát nem az újrapozicionálás a feladat, mely inkább megkönnyíti ezt a lépést, hiszen nem kell a tévesen kialakult vagy negatív imázs átformálására energiát fordítani.

Az imázs pozicionálása kapcsán az egyes bemutatóhelyek feladata, hogy három szinten azonosítsa imázs-elemeit, úgy, mint a bemutatóhely vonatkozásában előforduló *alapvető asszociációk* (például kócsag - madármegfigyelés a Fertő-Hanságon), *ritkábban előforduló asszociációk* (libatömés), végül pedig *alapvető vélemények* (határon átnyúló).

#### Arculati elemek meghatározása

Annak érdekében, hogy a turisták ténylegesen felkeressék az adott bemutatóhelyet, jól megfogható okot kell rá adni számukra. Ezen elemeken keresztül alakítható ki a bemutatóhelyek imázsa, valamint ezekhez köthetőek azok az élmények, melyeket a későbbi kommunikációs tevékenységben hangsúlyoz a bemutatóhely. Az arculati elemek meghatározása során össze kell gyűjteni a bemutatóhely által nyújtott élményeket és az itt bemutatott turisztikailag is hasznosítható értékeket. Élmény lehet például a családi együttlét vagy a tapasztalás, érték pedig a barlang látogatható része vagy a helyi főzési szokások bemutatása.

#### Imázs-leírás és szlogen-választás

A későbbi marketing munka, ezen belül is elsősorban a kommunikációs tevékenység kapcsán fontos meghatározni egy imázs-irányvonalat, mely a tevékenység alapját képezi. Ezt az irányvonalat nevezzük imázs-definíciónak. Megalkotása során figyelembe kell venni az imázs-pozíciót és a meghatározott arculati elemeket. Az imázs-definíció alapján kerül sor a bemutatóhely szlogenjének kialakítására, melyet a későbbiek során már közvetlenül is lehet kommunikálni a potenciális célcsoportok felé.

A szlogen az imázs alakításának, formálásnak eszköze, így annak érdekében, hogy a kommunikációs tevékenységben felhasználható legyen, meg kell felelni a következő kritériumoknak:

- *Érvényesség* – a realitás szem előtt tartása kiemelkedő, hiszen a valóságtól eltérő elemekre való

építés a látogatás realizálódása után akár negatív hatású is lehet.

- *Hibetőség* – nem ajánlott szuperlatívuszok használata a szlogen kialakításában (legjobb, legszebb, legnagyobb), mert ez a célközönség számára nehezen hihetővé teszi a szlogen tartalmát, függetlenül attól, hogy valóban rendelkezik a bemutatóhely az adottsággal.
- *Egyszerűség* – a komplikált és összetett szlogenek többnyire a kívánttal ellentétes hatást érik el, hiszen a szlogen által kommunikálni kívánt tények elsikkadnak, így a szlogen azonosító funkciója megszűnik, nem emeli ki a bemutatóhelyet.
- *Tartalmasság* – nem elegendő, ha a szlogen csupán jól hangzik, fontos, hogy legyen mondanivalója, mellyel eléri, hogy felkeltse a turisták érdeklődését, okot ad a látogatásra.
- *Megkülönböztethetőség* – a bemutatóhelyek közötti eltérésre kell helyezni a hangsúlyt a szlogen megfogalmazása során, hiszen az akkor lesz igazán hatásos, ha különbözik a konkurens (hasonló jellegű kínálatot bemutató) bemutatóhelyekétől. A megkülönböztethetőség nem feltétlenül a tartalomban kell, hogy megnyilvánuljon, a formai különbség is ugyanolyan hasznos és eredményes lehet.

A németországi Eifel Nemzeti Park (Nationalpark Eifel) szlogenje: a „Wald Wasser Wildness” (magyarul nagyjából: vad vízi vadon) lényegében megfelel a fent említett kritériumoknak.

### Logo kialakítása

Az imázs-formálás fontos része az arculat formálása, azaz logo alkotás és arculatterv készítése. A logo kialakítása során törekedni kell arra, hogy lehetőség szerint minél kevesebb színből álljon és a színek minél kifejezőbb legyenek. Megalkotása során figyelembe kell venni, hogy más vizuális elemek illeszthetők legyenek hozzá. Jó példaként a Neusiedlersee-Seewinkel Nemzeti Park logóját említhetnénk, ahol a park legfőbb imázs-eleme, továbbá a határon átnyúló jelleg is tükröződik:



19. ábra: A Neusiedlersee-Seewinkel NP logója

Forrás: <http://www.nationalpark-neusiedlersee-seewinkel.at/hu/index.html>

A fentebb említett Eifel Nemzeti Park logója jól ábrázolja a szlogen és a logo illeszkedésének lehetőségét. Ez esetben is megfigyelhető, hogy a tervezők kevés, egymástól elkülöníthető színt alkalmaznak, a logót könnyű megjegyezni vagy akár reprodukálni is, a rajz pedig nagy összhangban van a szlogennel.



20. ábra Forrás: <http://www.nationalpark-eifel.de/>



## 6.2 Arculatépítés

Az újonnan megalkotott szlogen és logo mellett nagy hangsúlyt kell helyezni a bemutatóhelyek részéről azt a stratégiát, mellyel az új imázst közvetíteni lehet a célközönség irányába. Ezt a stratégiát nevezzük a bemutatóhely arculattervének, mely rendkívül részletesen szabályozza, hogy hogyan jelenjen meg vizuálisan a bemutatóhely valamennyi kommunikációs felületén – azaz valamennyi nyomtatott kiadványban, internetes megjelenésben.

A kreatív és egységes arculatépítésre azért van szükség, mert a potenciális látogatók jelentős része ezeken az eszközökön keresztül ítéli meg először a bemutatóhelyet, így – a természeti értékek mellett/után – nagyon fontos szerepük van a látogatók választásában.

Az arculatterv minden megjelenés kapcsán egységesíti:

- a színeket és grafikai elemeket;
- tördelési szabványokat;
- betűtípusokat és méreteket;
- fotók stílusát, tónusát, színvilágát, képfeldolgozási normát.

Az arculatterv vonatkozik

- a bemutatóhely nyomtatott kiadványaira (például tájékoztató füzetek – könyvek);
- a nyomtatott reklámanyagokra (például brosúrák, regionális reklám kiadványokban való megjelenés);
- plakátokra és poszterekre (például a látogatóközpontban);
- stand dekorációs elemekre (például vásárokon való megjelenés kapcsán);
- internetes honlapra (elsősorban saját weblap);
- letölthető képernyő-háttérképekre;
- e-mail hírlevelekre, névjegykártyákra, levélpapírokra, borítékokra.

### Internetes megjelenés

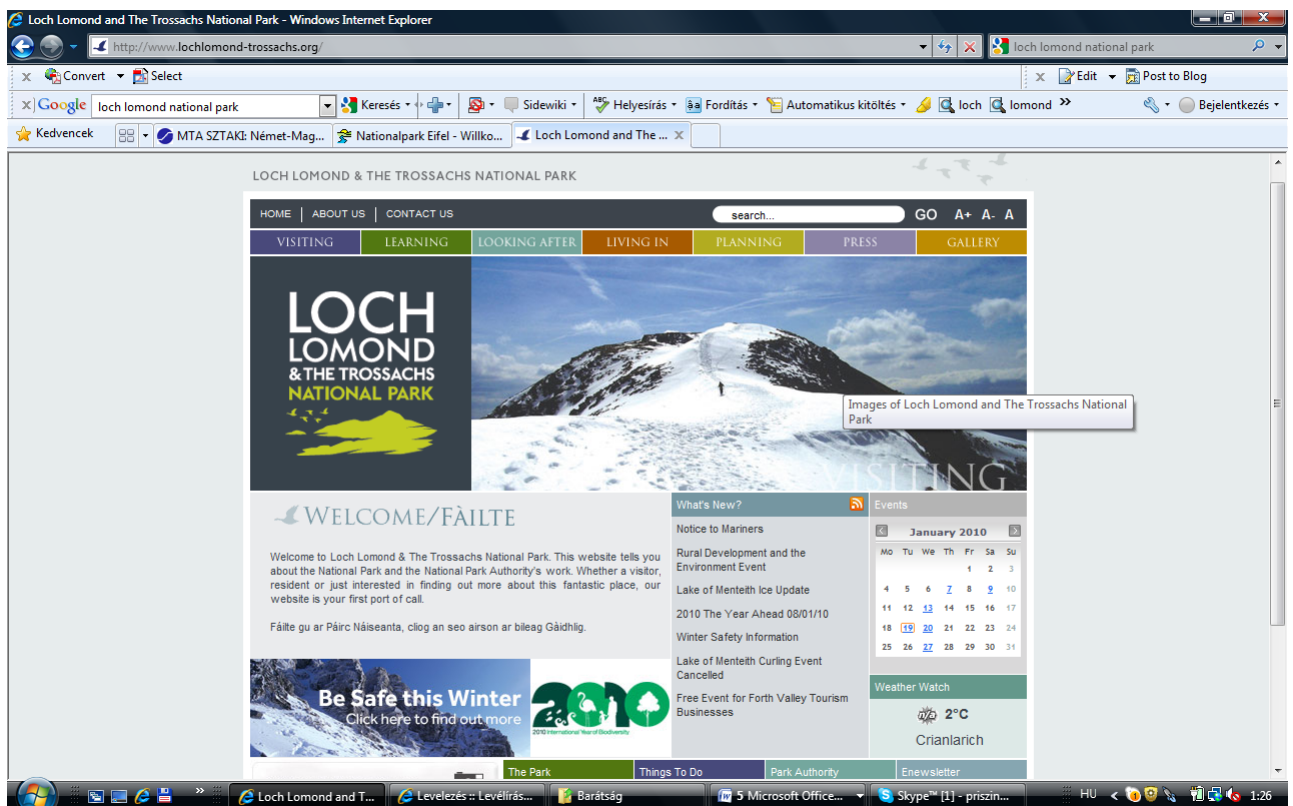
alább látható az Eifel Nationalpark és a Loch Lomond & The Throssachs National Park (Skócia) honlapjának kezdőoldala.

Az arculatterv szempontjából elmondható, hogy a két weblap meglehetősen eltérő, ám mégis azonosítható színvilágot és grafikai elemeket tükröz, mindkettőn több, következetesen használt különböző betűméretet és stílust látunk, továbbá az is észrevehető, hogy mindkét weblap esetében törekedtek az alkalmazott színekhez illő, a természeti táj szépségének élményét bemutató fotót/fotókat a látogatók számára bemutatni.

Mint a bemutatóhelyek legolcsóbb (egy fő elérésére vetítve) és legtöbb helyre eljutó kiadványai, nagyon fontos imázis-közvetítő szerepük van. Mindkét honlap logikusan tematizált, amely megkönnyíti az olvasó számára a tájékoztatást, a bemutatóhelynek pedig lehetőséget biztosít széleskörű információ költséghatékony nyújtására (szemben egy tájékoztató füzet oldalankénti terjedelem- és költségkorlátaival). Mivel a honlapok gyakorlatilag naponta aktualizálhatók, így – szintén rendkívül költséghatékonyan – egyfajta közönségszolgálatként is működnek, így a naptártól és az aktuális/várható időjárás előrejelzésétől a legfrissebb hírekig minden elérhető rajtuk.



21. ábra: Az Eifel Nationalpark kezdőlapja, forrás: <http://www.nationalpark-eifel.de/>



22. ábra: A Loch Lomond & The Trossachs National Park kezdőlapja, forrás: <http://www.lochlomond-trossachs.org/>

## Bemutatóhelyek internetes megjelenése

*Tartalmi jellemzők:* A bemutatóhely honlapjának rendkívül fontos tájékoztató funkciója van, ennek megfelelően a fő hangsúlyt erre kell helyezni, ugyanakkor nem szaknyelvi, hanem közérthető, élményközpontú szövegekkel. Nagyon fontos a tartalom folyamatos aktualizálása, hiszen a 2 évvel korábban esedékes információkkal teli honlap rendkívül imázsromboló hatású, legyen bármennyire is megtervezett arculata. Fontos, hogy a bemutatóhely kijelölt alkalmazottja foglalkozzon a frissítésekkel.

*Technikai jellemzők:* A bemutatóhelyhez közeli település honlapjáról lehessen közvetlen elérést biztosítani a bemutatóhely honlapjára annak érdekében, hogy a bemutatóhely iránt érdeklődők több oldalról eljuthassanak a saját weblapig. Az aktualitások menüpont on-line szerkesztésére legyen lehetőség.

*Esztétikai jellemzők:* Az arculattervben meghatározottakhoz való illeszkedésre hangsúlyt kell helyezni az egységes megjelenés érdekében. A weblapon található fotók a fotók alpontban közölteknek feleljenek meg (lásd később XXX fejezet).

A honlap tartalmában a következő fejezeteket és alfejezeteket érdemes megjeleníteni:

- a bemutatóhely rövid bemutatása – magunkról;
  - elhelyezkedés;
  - történet;
  - feladatok;
  - főbb adatok, statisztikai adatok;
  - tervek, fejlesztések;
  - kapcsolat.
- a bemutatóhely kínálata;
  - a bemutatóhelyen megtekinthető értékek;
    - kik?- mit?– hol?– hogyan?
  - az igénybe vehető szolgáltatások;
    - kik? - mit?– hol?– hogyan? - mikor?
  - események, rendezvények, programok;
  - akciók, árak;
  - látogatással kapcsolatos szabályok, viselkedési kódex;
- térképek;
  - a bemutatóhely térképe;
  - interaktív térkép;
- galéria;
  - kik? – mit? – hogyan?
- letölthető kiadványok.

### 6.3 Nyomtatott kiadványok

A kiadványok mellett, hogy megjelenésükben is az ökoturisztikai jelleget kell mutatniuk, a terület meglátogatására kell ösztönözniük. Ehhez olyan képeket és szöveget kell alkalmazni, amely inkább figyelemfelkeltő jellegű, mint természettudományos ismereteket átadó. Az imázskiadványok és a termékkiadványok egyaránt azt a célt szolgálják, hogy a látogatót a területre vonzzák.

A nyomtatott kiadványok szerepe a turisztikai termékek (sőt a desztinációk) bemutatásában kiemelkedő jelentőségű. Fontos, hogy az egyes kiadványok között a kiadvány kibocsátója különbséget tegyen, a kiadvány céljának függvényében. Megkülönböztethetünk imázs/arcuati kiadványokat és termékkiadványokat. Míg az imázs-kiadvány alapvető célja egyértelműen az arculatformálás (ebből adódóan kreativitás, fantáziadús kialakítás jellemzi), addig a termékkiadványok már a kialakított arculatra építve mutatja be az adott hely vonzerőit és termékeit. Ez utóbbi kiadványoknál a vonzerő-bemutató kiadványok, a tematikus kiadványok és a programfüzetek-eseménynaptárak altípusait különböztethetjük meg. Lehetőség van a két kiadványtípus egy kiadványban történő megjelenítésére, azonban fontos szempont, hogy a két cél ne mosódjon össze, hanem megfelelően elkülönítve jelenjen meg.

#### Fotók, képek

A kiadványok képeinek megválasztása kulcsfontosságú. A képek – különösen a kiadvány borítóján – mutassák azt, hogy a terület mellett, hogy értékes természeti terület, szórakozást, kikapcsolódást is nyújt a látogatók számára. A képek vonzereje akkor hatékony, ha az informálás mellett (vagy akár helyett) cselekvésre késztet, és a terület értékes tulajdonságainak érvényesítése is megjelenik. A képek legyenek inkább *szuggesztívek*, mint leírók vagy informálók. Ha a kiadvány tervezője a természeti értékeket akarja emellett hangsúlyozni, akkor a növényekről, állatokról, tájakról készült fotók és rajzok legyenek nagyon jó minőségűek, valamilyen hangulatot tükrözők, „élők”, érdekesek, és *ne növény- vagy állathatározókébe illők*. A szuggesztív funkciót a képeken látszó emberek segítségével is el lehet érni, a képet megnézve a szemlélőnek az elégedettség, vidámság, boldogság, öröm, élmény, élvezet szavak jussanak az eszébe. A hatást lehet fokozni gyerekek, kölyökállatok, humor megjelenítésével. Az látszódjon, hogy a természetben lenni és a bemutatóhelyeket felkeresni érdemes. Napjainkban, amikor a turisztikai palettán olyan termékekkel kell versenyezni, mint a wellness vagy a vízparti üdülés, fontos az ilyen képek üzenete is, hogy nyilvánvalóvá váljon: a természetes helyeken is lehet olyan élményt szerezni, amely elégedettséget ad. A különböző típusú képek *megfelelő aránya* a fontos, hogy a természeti területre jellemző, természeti értékeket bemutató képek mellett feltétlenül jelenjenek meg a másodlagos üzenetet hordozók is.

A látogatóbarát bemutatóhelyek kapcsán a Stratégiában megfogalmazottak alapján (V. Prioritás/I. Intézkedés) szükséges, hogy ne csupán a bemutatóhelyek vagy az érintett területek értékeit kommunikáljuk a turisták felé, hanem helyezzük a hangsúlyt arra az élményre, melyet a turista a látogatóhely felkeresése során tapasztalhat. A termékkiadványokban ennek megfelelően mutassunk be olyan fotókat, amelyek a bemutatóhely mindennapjait tárják a fogyasztók elé: természetet „tanuló” diákokat az erdei iskolában, a barlang bejáratánál overallban kibukkanó fiatalokat, a látogatóközpont foglalkoztató szobájában az érdeklődő gyerekeket – összességében tehát a bemutatóhely aktív használatát.

A korábban is említett német és skót példa alapján:



23. ábra Természetlesők, forrás: <http://www.nationalpark-eifel.de/>



24. ábra Forrás: <http://www.lochlomond-trossachs.org/>

## 7. Mellékletek

### 7.1 Értékelőlap látogatóközpontok látogató- és családbarát értékeléséhez

#### Az értékelés menete

Az értékelőlapok kitöltését egy szakértői csoport végzi a bemutatóhely alkalmazottainak közreműködésével. Az értékelőlap iránymutatást is szolgál, hogy mely területen vannak a bemutatóhelynek az erősségei és gyengeségei, melyek azok a területek, ahol a látogatóbarát működés terén tovább fejlesztési lehetőségek vannak - ezt az értékelőlap végén levő összesített pontszámok alapján lehet az egyes szolgáltatási területeknél megállapítani.

Jelmagyarázat:

LP = lehetséges maximális pontszám, amely az adott kritériumra kapható;

EP = elért pontszám.

Ahol szükséges, ott a Megjegyzés rovatba lehet írni a kapott pontszám indoklását vagy egyéb konkrétumokat.

Ssz.	Kritérium	LP	EP	Megjegyzés
<b>I. A fogadás alapfeltételét biztosító infrastruktúra és funkciók</b>				
<b>1.</b>	<b>Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés</b>			
1.1	A turisztikai vonzerő természeti és kulturális örökségen alapul	1		
1.2	A látogatás a természeti és kulturális örökség semmilyen elemét nem károsítja, veszélyezteti	1		
1.3	Környezetbarát módon megközelíthető (<)	1		
1.4	A helyi közösség támogatása megvalósul (<)	1		
1.5	Az ökoturisztikai létesítményhez kapcsolódik bemutatás	1		
1.6	Építészeti jellegében környezetbarát eszméket közvetít (<)	1		
<b>1.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>2.</b>	<b>A látogatóközpont alapfunkcióinak megléte</b>			
2.1	Információs pult és szolgáltatás	1		
2.2	Kiállító terem állandó és időszakos környezetismereti kiállításokkal	1		
2.3	Előadóterem és/vagy foglalkoztató-szoba	1		
2.4	„Zöld” bolt (<)	1		
<b>2.</b>	<b>Összesen</b>	<b>4</b>		
<b>3.</b>	<b>A látogatóközpont alapinfrastruktúrájának megléte</b>			
3.1	Vizesblokkok megfelelő mennyiségben, felszereltséggel (<)	1		



3.2	Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben (<)	1		
3.3	A látogatók számára beltéri pihenőhelyek biztosítottak (<)	1		
3.4	Kapcsolat a látogatókkal (<)	1		
3.5	Parkoló (<)	1		
3.6	Külső pihenőhely (<)	1		
<b>3.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>4.</b>	<b>A látogatóközpont kiegészítő infrastruktúrájának, funkcióinak megléte</b>			
4.1	Vendéglátóhely	1		
4.2	Szállás	1		
4.3	Természetvédelmi tematikájú könyvtár	1		
4.4	Információnyújtás a térség programjairól (<)	1		
<b>4.</b>	<b>Összesen</b>	<b>4</b>		
<b>5.</b>	<b>A látogatóközpont infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői</b>			
5.1	A megközelítést szolgáló információs hálózat (<)	0–3		
5.2	Nyitva tartás	0–3		
5.3	Humán erőforrás (<)	0–3		
5.4	A belső terek megjelenése, dekorációja esztétikus, az ökoturisztikai létesítmény stílusához illeszkedik	1		
5.5	A belső terek megvilágítása megfelelő	1		
5.6	A belső terek és bútorzat állapota megfelelő	1		
5.7	A belső terek és a bútorzat biztonságosak	1		
5.8	Higiénés eszközök, vizesblokkok állapota megfelelő	1		
5.9	A kapcsolódó kültéri elemek állaga megfelelő	1		
5.10	Akadálymentesség (<)	0-3		
<b>5.</b>	<b>Összesen</b>	<b>18</b>		
<b>6.</b>	<b>Tisztaság, rendezettség, higiénia</b>			
6.1	Az épület belső tereinek tisztasága	1		
6.2	Vizesblokkok, illemhelyek tisztasága	1		
6.3	Parkoló tisztasága	1		
6.4	A kapcsolódó zöldfelületek tisztasága	1		
6.5	A kapcsolódó zöldfelületek gondozottsága	1		
6.6	A hulladékgyűjtő-edények rendszeres ürítése	1		
<b>6.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		

<b>7.</b>	<b>Környezetbarát, helyi jelleg</b>			
7.1	A környezetbarát megközelítés sokfélesége (<)	0–3		
7.2	Környezetbarát jelleg az operatív működésben (<)	0–3		
7.3	Alternatív energiaforrás használata (<)	0–3		
7.4	A szolgáltatások helyi jellege (<)	0–3		
7.5	A helyiek bevonása a szakvezetésbe (<)	1		
<b>7.</b>	<b>Összesen</b>	<b>13</b>		
<b>II. A bemutatás élményszerűsége</b>				
<b>8.</b>	<b>A látogatóközpont funkcióinak jellemzői</b>			
8.1	Időszaki kiállítások (<)	0–2		
8.2	Állandó tematikus kiállítás (<)	0–2		
8.3	A programkínálat sokszínűsége (<)	0–3		
8.4	A „zöld bolt” áruválasztéka sokszínűsége (<)	0–3		
8.5	Az előadóterem felszereltsége (<)	0–2		
<b>8.</b>	<b>Összesen</b>	<b>12</b>		
<b>9.</b>	<b>A bemutatás jellemzői</b>			
9.1	A természeti és kulturális örökség jelentősége (<)	1–3		
9.2	A bemutatás célcsoportjainak száma (<)	1		
9.3	A bemutatás sokszínűsége (<)	1–3		
9.4	A bemutatás tematikája (<)	1–3		
9.5	A kiállítás interaktív jellege (<)	0–3		
9.6	A kiállítási anyagok szövegezése (<)	0–3		
9.7	A tájékoztató anyagok szövegezése (<)	0–3		
9.8	A kiállítási anyagok illusztrálása (<)	0–3		
9.9	A tájékoztató anyagok illusztrálása (<)	0–3		
<b>9.</b>	<b>Összesen</b>	<b>25</b>		
<b>III. Családbarát jelleg</b>				
<b>10.</b>	<b>Családbarát infrastruktúra és szolgáltatások</b>			
10.1	Infrastruktúra	0–3		
10.2	Kínálat	0–3		
10.3	Rendezvények	0–3		
<b>10.</b>	<b>Összesen</b>	<b>9</b>		
<b>Mindösszesen</b>		<b>103</b>		



I.	57
II.	37
III.	9

## Kitöltési útmutató

### 1. Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés

#### 1.3 Környezetbarát módon megközelíthető

Környezetbarát módon megközelíthető, ha a kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisforgalmú közúton, utcán, vagy kiépített kerékpárúton lehetséges, vagy a közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható.

*Környezetbarát megközelítés:* Olyan közlekedési eszközzel való közlekedés, amely nem jár jelentős károsanyag vagy CO<sub>2</sub> kibocsátással (kerékpár, ló stb.), illetve a közösségi közlekedés helyben igénybe vehető eszközei, amelyeknek a fajlagos kibocsátása kisebb, mint az egyéni motorizált eszközöké.

*Közösségi közlekedés:* Minden olyan közlekedési rendszer, amelyben az utasok nem saját járművekkel közlekednek. A közlekedési eszközt tekintve ide tartozik a helyi (városi és elővárosi) forgalomban a városi autóbusz, a villamos, a vasút (helyiérdekű vasút), a helyközi forgalomban az autóbusz, a vasúti közlekedés és a vízi közlekedés (Wikipédia alapján).

*A közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható:* 400 méteren belül van megállóhely és a busz/vonat/hajó-párok száma  $\leq 3$ ;

#### 1.4 A helyi közösség támogatása megvalósul

A helyi közösség támogatása megvalósul (ld. még 7.4 és 7.5), amennyiben a „zöld boltban” helyi termékek kaphatók vagy helyi munkacserét foglalkoztatnak vagy nem nemzetipark-igazgatósági működés esetén a bevételek egy részét a helyi természetvédelemre fordítják

### 2. A látogatóközpont alapfunkcióinak megléte

2.4 „Zöld” bolt: kereskedelmi árusítóhely, ahol a látogatók hozzájuthatnak a környék természeti és kulturális örökségét bemutató kiadványokhoz, térképekhez, a helyre utaló ajándéktárgyakhoz, stb.

### 3. A látogatóközpont alapinfrastruktúrájának megléte

#### 3.1 Vizesblokkok megfelelő mennyiségben, felszereltséggel

A vizesblokkok száma a látogatóközpontban egyidejűleg lehetségesen tartózkodók számához mérten (az OTÉK előírása szerint):

- 200 fős létszámig minden megkezdett 15 fő női létszámra legalább 1 női wc-fülke;
- 200–1000 fő között megkezdett 30 főnként legalább 1 női wc-fülke.

Minden megkezdett 3 db berendezési tárgy (wc-csésze, pissoir berendezés) után legalább egy kézmosó. Higiénés eszközök megtalálhatók, folyamatos töltés biztosított (szappan, WC-papír, esetleg kéztörölő).

#### 3.2 Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben

A látogatóközpont minden helyiségében legalább egy hulladékgyűjtő-edény van elhelyezve. A kültéri hulladéktárolók a látogatóközpont körül csak olyan helyen vannak, amelyek könnyen

megközelíthetőek és üríthetőek. Ahol nincs hulladékgyűjtő, ott jelezzék, hogy miért nincs (nehezen megoldható a szállítás), illetve etikai kódex jelleggel hívják fel a figyelmet arra, hogy a vigyék tovább a hulladékot és a megfelelő gyűjtőbe helyezték el.

### 3.3 A látogatók számára beltéri pihenőhelyek biztosítottak

A látogatóközponton belül, általában az előtérben vagy az információs pult környékén, esetenként a kiállítási térben (pl. annak közepén) elhelyezett, a látogatók megpihenését, szemlélődését biztosító szék, pad, fotel, kanapé stb.

### 3.4 Kapcsolat a látogatókkal

Ötletláda, vendégkönyv stb. a látogatói igények, javaslatok megismeréséhez vagy a látogatói elégedettség rendszeres mérése.

### 3.5 Parkoló

Kijelölt parkolóhelyek megléte, legalább 1 busz és 10 személygépkocsi számára. A parkolóhelyeket úgy jelölték ki, hogy azok esős időben is használhatók legyenek.

### 3.6 Külső pihenőhely

A beltéri pihenőhely funkciójához hasonlóan a külső környezetben elhelyezett pad vagy egyéb kültéri ülőalkalmatosság.

## 4. A látogatóközpont kiegészítő infrastruktúrájának, funkcióinak megléte

4.4 Információnyújtás a térség programjairól: prospektusok, aktuális rendezvények ismerete, ajánlása

## 5. A látogatóközpont infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői

### 5.1 A megközelítést szolgáló információs hálózat

*0 pont:* a látogatóközpontot nem jelzi tábla a környéken

*1 pont:* a fő közlekedési útvonalról, egy irányból iránymutató tábla található

*2 pont:* a főbb útvonalról 2 irányból iránymutató tábla található

*3 pont:* több irányból is egyértelműen jelzett a látogatóközpont

### 5.2 Nyitva tartás

*0 pont:* csak előzetes bejelentkezéssel nyílik

*1 pont:* a nyitva tartás csak a nyári szezonra korlátozódik (június, július, augusztus)

*2 pont:* a nyitva tartás csak elő- és utószezonban van, keddtől vasárnapig, vagy csak hétvégén

*3 pont:* egész évben nyitva tart, legalább keddtől-vasárnapig, esetleg a napi nyitva tartási idők változnak főszezonon kívül

### 5.3 Humánerőforrás

*0 pont:* az alábbi jellemzők közül 0–2 jellemző

*1 pont:* az alábbi jellemzők legalább három állítás jellemző

*2 pont:* az alábbi jellemzők legalább öt állítás jellemző

*3 pont:* az alábbi jellemzők közül legalább hét állítás jellemző

*A humánerőforrás jellemzői látogatóbarát bemutatóhelyeken:*

- az alkalmazott megkülönböztethető a vendégtől;
- az alkalmazott munkakörének megfelelő ruházatot visel;
- az alkalmazott ruházata rendezett, tiszta;
- az alkalmazott a vendéggel folytatott kommunikáció során: udvarias, köszön;
- az alkalmazott a vendéggel folytatott kommunikáció során mosolyog;
- az alkalmazott a vendég elégedettségét figyelemmel kíséri, érdeklődik;
- az alkalmazottnak a fentiekén túl is jó kommunikációs képessége van;
- az alkalmazott segítőkész;
- az alkalmazott szakmai felkészültsége megfelelő, a bemutatásra kerülő területet és annak természeti és kulturális örökségét részletesen ismeri;
- az alkalmazottnak a környezeti nevelés területén van gyakorlata.

#### 5.10 Akadálymentesség

*0 pont:* a látogatóközpont nem akadálymentes

*1 pont:* a látogatóközpont egy része mozgássérülteknek akadálymentes és akadálymentes wc található, vagy egyéb hátránnyal élők számára akadálymentes.

*2 pont:* a látogatóközpont akadálymentes, wc található vagy egyéb hátránnyal élők számára akadálymentes

*3 pont:* a látogatóközpont nem csak mozgássérültek, hanem vakok- és gyengénlátók, valamint siketnémák számára is akadálymentes.

## 6. Tisztaság, rendezettség, higiénia

### 7. Környezetbarát, helyi jelleg

#### 7.1 A környezetbarát megközelítés sokfélesége

*0 pont:* nincs környezetbarát megközelítési lehetőség

*1 pont:* kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisforgalmú közúton vagy utcán lehetséges és a közösségi közlekedés lehetőségei rosszak

*2 pont:* kiépített vagy jelzett kerékpárút van *vagy* a közösségi közlekedés lehetőségei jók

*3 pont:* kiépített vagy jelzett kerékpárút van *és* a közösségi közlekedés lehetőségei jók

#### 7.2 Környezetbarát jelleg az operatív működésben

*0 pont:* az alábbi felsorolásból kevesebb mint 3 pont

*1 pont:* az alábbi felsorolásból legalább 3 pont

*2 pont:* az alábbi felsorolásból legalább 5 pont

*3 pont:* az alábbi felsorolásból legalább 5 pont, és a felsorolt tevékenységek egy részét a látogatóknak be is mutatja

*Környezetbarát tevékenységek a látogatóközpontok operatív működésében:*

- újrapiapír használata;
- papírok másik (üres) oldalának felhasználása jegyzethez, egyébhez;
- dokumentumok nyomtatása economode üzemmóddal;
- irodacikkek beszerzése ökológiai szempontok alapján;
- szelektív hulladékgyűjtés lehetősége a bemutatóhely egész területére vonatkozóan;
- komposztálás;

- energiatakarékos izzók használata;
- energiatakarékos berendezések használata;
- érzékelős világításkapcsolók;
- a felhasznált mosó- és tisztítószeres természetes és/vagy környezetbarát jellege;
- automata csapok;
- esővíz gyűjtése locsolásra;
- esővíz gyűjtése és bevezetése az épület vizesblokkjaiba;
- energiahatékonyság - alacsony energiájú épület (gázfűtés esetén max. 7,0 m<sup>3</sup> gáz/m<sup>2</sup>/év vagy max. kb. 70 kWh/m<sup>2</sup>/év), nem egész éves nyitva tartás esetén arányosan számolva.

*Megjegyzés:* a lista bővíthető

### 7.3 Alternatív energiaforrás használata

*Alternatív energiaforrás:* nap (napelem, napkollektor), szél, geotermikus energia, földhő (hőszivattyú), biomassza esetén csak hulladékfa

*0 pont:* nem használnak alternatív energiaforrást

*1 pont:* egyféle alternatív energiaforrást használnak

*2 pont:* legalább kétféle alternatív energiaforrást használnak, vagy egyfelét, de azt bemutatják, a látogatók számára nyilvánvaló, hogy a látogatóközpontban ezt használják

*3 pont:* legalább kétféle alternatív energiaforrást használnak, és ezeket mind be is mutatják.

*Fontos!* Az alternatív energiaforrások berendezései, használata engedélyhez kötött, nem minden esetben lehet minden alternatív energiaforrást alkalmazni.

### 7.4 A szolgáltatások helyi jellege

*0 pont:* nincs helyi jelleg

*1 pont:* helyi termékek\* kaphatók és/vagy helyi munkaerő foglalkoztatása kapcsolódik a helyhez (kivéve szakvezetés) és/vagy a bevétel helyben marad (legalább egyik érvényesül)

*2 pont:* helyi termékek\* kaphatók és/vagy helyi munkaerő foglalkoztatása kapcsolódik a helyhez (kivéve szakvezetés) és/vagy a bevétel helyben marad (legalább kettő érvényesül)

*3 pont:* helyi termékek\* kaphatók és helyi munkaerő foglalkoztatása kapcsolódik a helyhez (kivéve szakvezetés) és a bevétel helyben marad

*Helyi termék:* Minden olyan termék, ami minimum 51 %-ban helyi hozzáadott értéket (munkaerő, alapanyag) tartalmaz ([www.magosfa.hu](http://www.magosfa.hu))

### 7.5 A helyiek bevonása a szakvezetésbe

Van megállapodás helyi szakvezetőkkel. A látogatóközpontból induló szakvezetés nem csak előzetes bejelentkezéssel igényelhető, hanem a helyi lakosságból kiválasztott és képzett emberekkel megállapodás van arra az esetre, ha bejelentés nélküli csoport érkezik.

*Fontos!* Szakvezetést csak olyan végezhet, aki a működési területével érintett nemzetipark-igazgatóság, vagy az általa felügyelt szervezet által szervezett képzésen részt vett, és szakvezető minősítéssel rendelkezik.

## 8. A látogatóközpont funkcióinak jellemzői

- 8.1 Időszaki kiállítások  
*0 pont:* nincs időszaki kiállítás (csak állandó)  
*1 pont:* évente legalább 1 időszaki kiállítást rendeznek  
*2 pont:* évente legalább 2 időszaki kiállítást rendeznek
- 8.2 Állandó tematikus kiállítások  
*0 pont:* egy átfogó kiállítás van, amely nincs tematizálva  
*1 pont:* legalább két tematikus kiállítás van (vagy az egy kiállítás legalább két tematikus részből áll)  
*2 pont:* kettőnél több tematikus kiállítás van (vagy az egy nagy kiállítás térben és kivitelezésben is jól elhatárolható, tematikus részekből áll)
- 8.3 A programkínálat sokszínűsége  
*0 pont:* évente legfeljebb egy rendezvény van  
*1 pont:* évente több jeles naphoz kötődő rendezvény van, amelyek „központi” szervezésűek  
*2 pont:* évente több jeles naphoz kötődő rendezvény van, saját rendezésben is  
*3 pont:* a jeles napokhoz kötődő rendezvények mellett rendszeres egyéb rendezvények, ismeretterjesztő előadások, stb. kerülnek megrendezésre
- 8.4 A „zöld bolt” áruválasztéka, sokszínűsége  
*0 pont:* nincs „zöld bolt”, ahol a látogatók hozzájuthatnak a környék természeti és kulturális örökségét bemutató kiadványokhoz, térképekhez, a helyre utaló ajándéktárgyakhoz  
*1 pont:* a „zöld boltban” a környék természeti és kulturális örökségét bemutató kiadványok, túra- és kerékpáros térképek vagy a helyre utaló ajándéktárgyak kaphatók vagy környezetbarát szemléletet hirdető és elősegítő termékek, promóciós anyagok kaphatók  
*2 pont:* a „zöld bolt”-ban a látogatók hozzájuthatnak a fentiekben felsorolt kategóriák közül legalább kettőhöz  
*3 pont:* a „zöld bolt”-ban a látogatók hozzájuthatnak a környék természeti és kulturális örökségét bemutató kiadványokhoz, túra- és kerékpáros térképekhez, a helyre utaló ajándéktárgyakhoz és a környezetbarát promóciós kiadványokhoz
- 8.5 Az előadóterem felszereltsége  
*0 pont:* az előadóterem nincs felszerelve semmilyen technikai eszközzel  
*1 pont:* alapvető technikai eszközök – tábla vagy diavetítő vagy projektor található illetve nagy terem esetén van hangosítás.  
*2 pont:* az előadóterem technikai eszközökkel fel van szerelve: diavetítő, projektor, DVD-CD lejátszó, hangtechnika.

## 9. A bemutatás jellemzői

- 9.1 A természeti és kulturális örökség jelentősége  
*1 pont:* helyi jelentőségű természeti és kulturális érték(ek) előfordulása  
*2 pont:* legalább egy regionális jelentőségű természeti és kulturális érték előfordulása  
*3 pont:* legalább egy országos jelentőségű természeti és kulturális érték előfordulása
- 9.2 A bemutatás célcsoportjainak száma

A bemutatás több szegmens (általános iskolás csoportok, felnőtt alkalmi ökoturisták, stb.) számára is megvalósul.

### 9.3 A bemutatás sokszínűsége

*A bemutatás módjai:*

- tájékoztató tábla;
- kiadvány (kirándulásvezető-füzet, túrakaiuz stb.);
- környezetismereti kiállítás;
- szakvezetés, tárlatvezetés;
- multimédiás eszközök.

*1 pont:* egyféle bemutatási mód

*2 pont:* kétféle bemutatási mód

*3 pont:* kettőnél többféle bemutatási mód

### 9.4 A bemutatás tematikája

*1 pont:* döntően a környék természeti és kulturális örökségének valamely kiragadott elemét bemutató kínálat

*2 pont:* a környék természeti és kulturális örökségét széleskörűen, több lényeges elemére kitérve bemutató kínálat

*3 pont:* a környék természeti és kulturális örökségét teljes körűen, minden lényeges elemére kitérve bemutató kínálat

### 9.5 A kiállítás interaktív jellege

A látogatók bevonására alkalmazott eszközök sokszínűsége, hogy a látogatók számára lehetőséget biztosítanak valamilyen tevékenység végzésére, amellyel további ismeretekre tesznek szert, ugyanakkor ezek mindenki számára teljesíthető aktivitások.

*Interaktív elemek a látogatóközpontok kiállításain:*

- valamit csak részben mutatnak meg, a teljes megmutatáshoz valamilyen tevékenységet kell végezni;
- „bebújni, leguggolni, lábujjhegyre állni, behajolni stb.” jellegű elemek;
- „Nyisd ki!” típusú dobozok, feliratok, képek;
- „Érints meg!” típusú, gombnyomásra induló elemek;
- megtapintható kiállítási tárgyak;
- kipróbálható eszközök;
- játékok (kirakó, kockák stb.);
- rejtvényes formák, pl. „Keresd meg a választ!” típusú elemek;
- érzelmekre ható elemek;
- rendhagyó szakvezetés játékokkal, rejtvényekkel.

*0 pont:* nincs interaktív elem;

*1 pont:* 1–3 elemében interaktív, egyféle interaktív módot alkalmazva;

*2 pont:* háromnál több, különböző típusú interaktív mód alkalmazása legalább két elemen;

*3 pont:* a bemutatás döntően interaktív elemekből áll, többféle interaktív módot használva

#### 9.6 A kiállítási anyagok szövegezése

*0 pont:* jellemzően nehezen érthető és nem szakszerű szövegezés, dominálnak a szaktárgyi ismeretek

*1 pont:* jellemzően közérthető és szakszerű szövegezés, néhány szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*2 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, több szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*3 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, a bemutatást végigkísérő szemléletformáló és élményszerű elemekkel

#### 9.7 A tájékoztató anyagok szövegezése

A tájékoztató anyagok közé tartoznak a vezetőfüzetek (kiállításvezető-füzet, látogatóközpont körüli tanösvény vezetőfüzete), illetve a látogatóközponttól szóló egyéb kiadványok. Az értékelés nem érinti a területtel átfogóan foglalkozó nyomtatott prospektusok, leporellók, regionális kiadványok körét.

*0 pont:* jellemzően nehezen érthető és nem szakszerű szövegezés, dominálnak a szaktárgyi ismeretek (0 pont jár akkor is, ha nincsenek tájékoztató anyagok)

*1 pont:* jellemzően közérthető és szakszerű szövegezés, néhány szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*2 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, több szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*3 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, a bemutatást végigkísérő szemléletformáló és élményszerű elemekkel

#### 9.8 A kiállítási anyagok illusztrálása

*0 pont:* a kiállítás képei életlenek, fakultak, nem esztétikusak, a kiállítás tárgyai elhasználódtak, porosak, hiányosak

*1 pont:* a kiállítás képei részben élesek, rajzai esztétikusak, de csak kevés témakört érintenek (pl. csak botanika), a képeken kevés látványos elem van, vagy nem életszerűek, a kiállítási tárgyak elöregedettek, kopottnak néznek ki (természetesen a régi használati tárgyak esetében ez nem szempont)

*2 pont:* a kiállítás képei szépek, esztétikusak, sokfélék, de statikusak, nem életszerűek

*3 pont:* a kiállítás képei technikailag jók, valamint életszerű szituációban rajzolt vagy fotózott élőlények, és látványos, szemléletes élettelen természeti elemek találhatóak rajta, és a kiállított tárgyak állapota jó

#### 9.9 A tájékoztató anyagok szövegezése

A tájékoztató anyagok közé tartoznak a vezetőfüzetek (kiállításvezető-füzet, látogatóközpont körüli tanösvény vezetőfüzete), illetve a látogatóközponttól szóló egyéb kiadványok. Az értékelés nem érinti a területtel átfogóan foglalkozó nyomtatott prospektusok, leporellók, regionális kiadványok körét.

*0 pont:* az illusztráció jellemzően nem esztétikus, a szöveggel nincs összhangban, a téma megértését nem segíti (0 pont jár akkor is, ha nincsenek tájékoztató anyagok)

*1 pont:* jellemzően esztétikus, a szöveggel nincs összhangban, vagy a téma megértését nem segíti

*2 pont:* jellemzően esztétikus, a szöveggel összhangban lévő, a téma megértését segítő illusztráció

*3 pont:* minden elemében esztétikus, a szöveggel összhangban lévő, a téma megértését

segítő illusztráció

## 10. Családbarát infrastruktúra és szolgáltatások

### 10.1 Infrastruktúra

*A gyermek- és családbarát infrastruktúra elemei látogatóközpontokban (a lista bővíthető):*

▪ pelenkázóhely;	
▪ beltéri játszótér vagy játszósarok;	
▪ rajzoló- és kézműves sarok;	
▪ kültéri játszótér, játszóhely;	
▪ mosdónként legalább egy illemhely legalább 1,20 m széles	
▪ babakocsi beltérbe vihető;	
▪ a berendezésben nincsenek éles sarkok, balesetveszélyes eszközök;	
▪ tágas terek;	
▪ dugaljak biztonsági védelme;	
▪ egyéb gyermek- és családbarát infrastruktúra.	

*0 pont:* legfeljebb egy családbarát infrastrukturális elem van

*1 pont:* legalább 2 családbarát elem található

*2 pont:* legalább 4 családbarát elem található

*3 pont:* legalább 6 családbarát elem található

### 10.2 Kínálat

*Gyermek- és családbarát kínálat, jellemzők látogatóközpontokban (a lista bővíthető):*

▪ a kisgyermek számára is érhető, rajzos információk találhatóak	
▪ van kifejezetten gyermekek számára szóló bemutatórész	
▪ a gyermekeknek szóló ismeretek, számukra érthető módon a gyermekek szemmagasságában vannak elhelyezve;	
▪ a kiállítás egyes részei megfoghatóak, megtapinthatók	
▪ van foglalkoztató füzet gyermekek számára	
▪ a kiállítás során kipróbálható játékok is vannak	
▪ a kerékpárokhoz gyerekekülés vagy utánfutó is bérelhető	
▪ a játszótér elemei a bemutatót is szolgálják	
▪ gyermekeknek és/vagy családoknak van kedvezményes belépődíj	
▪ egyéb gyermek- és családbarát elem alkalmazása	

*0 pont:* legfeljebb egy családbarát elem van

*1 pont:* legalább 2 családbarát elem található



*2 pont:* legalább 4 családbarát elem található

*3 pont:* legalább 6 családbarát elem található

### 10.3 Rendezvények

*0 pont:* nincsenek gyerek- vagy családi rendezvények, a rendezvényeknek nincs ilyen részük

*1 pont:* gyermekprogramokat szerveznek a rendezvények alatt (játsszóház, kézműves programok, stb.)

*2 pont:* a rendezvények között vannak kifejezetten családi- és gyermekprogramok

*3 pont:* a családi rendezvények megléte mellett a látogatóközpontban animátort is alkalmaznak (akár szezonálisan is)

## 7.2 Értékelőlap „zárt” tematikus bemutatóhelyek látogató- és családbarát értékeléséhez

Az értékelőlapra vonatkozó információ a 7.1 melléklet elején található.

Ssz.	Kritérium	LP	EP	Megjegyzés
<b>I. A fogadás alapfeltételét biztosító infrastruktúra és funkciók</b>				
<b>1.</b>	<b>Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés</b>			
1.1	A turisztikai vonzerő természeti és kulturális örökségen alapul	1		
1.2	A látogatás a természeti és kulturális örökség semmilyen elemét nem károsítja, veszélyezteti	1		
1.3	Környezetbarát módon megközelíthető (<)	1		
1.4	A helyi közösség támogatása megvalósul (<)	1		
1.5	Az ökoturisztikai létesítményhez kapcsolódik bemutatás	1		
1.6	Építészeti jellegében környezetbarát eszméket közvetít (<)	1		
<b>1.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>2.</b>	<b>A „zárt” tematikus bemutatóhely alapfunkcióinak megléte</b>			
2.1	Információs pult és szolgáltatás	1		
2.2	Kiállító terem állandó és időszakos környezetismereti kiállításokkal	1		
<b>2.</b>	<b>Összesen</b>	<b>2</b>		
<b>3.</b>	<b>A „zárt” tematikus bemutatóhely alapinfrastruktúrájának megléte</b>			
3.1	Vizesblokkok megfelelő mennyiségben, felszereltséggel (<)	1		
3.2	Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben (<)	1		
3.3	A látogatók számára beltéri pihenőhelyek biztosítottak (<)	1		
3.4	Kapcsolat a látogatókkal (<)	1		
3.5	Parkoló (<)	1		
3.6	Külső pihenőhely (<)	1		
<b>3.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>4.</b>	<b>A „zárt” tematikus bemutatóhely kiegészítő infrastruktúrájának, funkcióinak megléte</b>			
4.1	Előadóterem és/vagy foglalkoztató-szoba	1		

4.2	Egyéb szolgáltatás (<)	0-3		
4.3	Információnyújtás a térség programjairól	1		
<b>4.</b>	<b>Összesen</b>	<b>5</b>		
<b>5.</b>	<b>A „zárt” tematikus bemutatóhely infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői</b>			
5.1	A megközelítést szolgáló információs hálózat (<)	0-2		
5.2	Nyitva tartás	0-2		
5.3	Humán erőforrás (<)	0-3		
5.4	A belső terek megjelenése, dekorációja esztétikus, ökoturisztikai jellege	1		
5.5	A belső terek megvilágítása megfelelő	1		
5.6	A belső terek és bútorzat állapota megfelelő, biztonságos	1		
5.7	Higiénés eszközök, vizesblokkok állapota megfelelő	1		
5.8	A kapcsolódó kültéri elemek állaga megfelelő	1		
5.9	Akadálymentesség (<)	0-3		
<b>5.</b>	<b>Összesen</b>	<b>15</b>		
<b>6.</b>	<b>Tisztaság, rendezettség, higiénia</b>			
6.1	Az épület belső tereinek tisztasága	1		
6.2	Vizesblokkok, illemhelyek tisztasága	1		
6.3	Parkoló tisztasága	1		
6.4	A kapcsolódó zöldfelületek tisztasága	1		
6.5	A kapcsolódó zöldfelületek gondozottsága	1		
6.6	A hulladékgyűjtő-edények rendszeres ürítése	1		
<b>6.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>7.</b>	<b>Környezetbarát, helyi jelleg</b>			
7.1	A környezetbarát megközelítés sokfélesége (<)	0-3		
7.2	Környezetbarát jelleg az operatív működésben (<)	0-3		
7.3	Alternatív energiaforrás használata (<)	0-3		
7.4	A szolgáltatások helyi jellege (<)	0-3		
7.5	A helyiek bevonása a szakvezetésbe (<)	1		
<b>7.</b>	<b>Összesen</b>	<b>13</b>		
<b>II. A bemutatás élményszerűsége</b>				
<b>8.</b>	<b>A „zárt” tematikus bemutatóhely funkcióinak jellemzői</b>			

8.1	Időszaki kiállításokat rendeznek (<)	0–2		
8.2	A programkínálat sokszínűsége (<)	0–3		
8.3	A „zöld bolt” áruválasztéka sokszínűsége (<)	0–3		
<b>8.</b>	<b>Összesen</b>	<b>8</b>		
<b>9.</b>	<b>A bemutatás jellemzői „zárt” tematikus bemutatóhely esetén</b>			
9.1	A természeti és kulturális örökség jelentősége (<)	1–3		
9.2	A bemutatás célcsoportjainak száma (<)	1		
9.3	A bemutatás sokszínűsége (<)	1–3		
9.4	A bemutatás tematikája (<)	1–3		
9.5	A kiállítás interaktív jellege (<)	0–3		
9.6	A kiállítási anyagok szövegezése (<)	0–3		
9.7	A tájékoztató anyagok szövegezése (<)	0–3		
9.8	A kiállítási anyagok illusztrálása (<)	0–3		
9.9	A tájékoztató anyagok illusztrálása (<)	0–3		
<b>9.</b>	<b>Összesen</b>	<b>25</b>		
<b>III. Családbarát jelleg</b>				
<b>10.</b>	<b>Családbarát infrastruktúra és szolgáltatások „zárt” tematikus bemutatóhelyen</b>			
10.1	Infrastruktúra	0–3		
10.2	Kínálat	0–3		
10.3	Program	0–3		
<b>10.</b>	<b>Összesen</b>	<b>9</b>		
	<b>Mindösszesen</b>	<b>93</b>		
	<b>I.</b>	<b>53</b>		
	<b>II.</b>	<b>33</b>		
	<b>III.</b>	<b>9</b>		

## Kitöltési útmutató

### 1. Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés

#### 1.3 Környezetbarát módon megközelíthető

Környezetbarát módon megközelíthető, ha a kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisforgalmú közúton, utcán, vagy kiépített kerékpárúton lehetséges, vagy a közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható.

*Környezetbarát megközelítés:* Olyan közlekedési eszközzel való közlekedés, amely nem jár jelentős károsanyag vagy CO<sub>2</sub> kibocsátással (kerékpár, ló stb.), illetve a közösségi közlekedés helyben igénybe vehető eszközei, amelyeknek a fajlagos kibocsátása kisebb, mint az egyéni motorizált

eszközöké.

*Közösségi közlekedés:* Minden olyan közlekedési rendszer, amelyben az utasok nem saját járművekkel közlekednek. A közlekedési eszközt tekintve ide tartozik a helyi (városi és elővárosi) forgalomban a városi autóbusz, a villamos, a vasút (helyiérdekű vasút), a helyközi forgalomban az autóbusz, a vasúti közlekedés és a vízi közlekedés (Wikipédia alapján).

*A közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható:* 400 méteren belül van megállóhely és a busz/vonat/hajó-párok száma  $\leq 3$ ;

#### 1.4 A helyi közösség támogatása megvalósul

A helyi közösség támogatása megvalósul (ld. még 7.4 és 7.5), amennyiben a „zöld boltban” helyi termékek kaphatók vagy helyi munkaeő foglalkoztatnak vagy nem nemzetiparki-igazgatósági működés esetén a bevételek egy részét a helyi természetvédelemre fordítják.

### 2. A „zárt” tematikus bemutatóhely alapfunkcióinak megléte

#### 3. A „zárt” tematikus bemutatóhely alapinfrastruktúrájának megléte

##### 3.1 Egyértelműen jelzett és könnyen megtalálható vizesblokkok megfelelő számban

A bemutatóhelyen egyidejűleg lehetségesen tartózkodók számához mérten. Mivel a bemutatóhelyek inkább kisebb csoportok fogadására alkalmasak, a legalább egy-egy női és férfi wc-fülke elvart. Minden megkezdett 3 db berendezési tárgy (wc-csésze, pissoir berendezés) után legalább egy kézmosó. Higiénés eszközök megtalálhatók, folyamatos töltés biztosított (szappan, WC-papír, esetleg kéztörlő).

##### 3.2 Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben

A bemutatóhely minden helyiségében legalább egy hulladékgyűjtő-láda van elhelyezve. A kültéri hulladéktárolók a bemutatóhely körül csak olyan helyen vannak, amelyek könnyen megközelíthetőek és üríthetőek. Ahol nincs hulladékgyűjtő, ott jelezzék, hogy miért nincs (nehezen megoldható a szállítás), illetve etikai kódex jelleggel hívják fel a figyelmet arra, hogy a vigyék tovább a hulladékot és a megfelelő gyűjtőbe (vagy otthon) helyezték el.

##### 3.3 A látogatók számára beltéri pihenőhelyek biztosítottak

A bemutatóhelyen belül, általában az előtérben vagy az információs pult környékén, esetenként a kiállítási térben, (pl. annak közepén) elhelyezett, a látogatók megpihenését, szemlélődését biztosító fotel, szék, pad, kanapé stb.

##### 3.4 Kapcsolat a látogatókkal

Ötletláda, vendégkönyv stb. a látogatói igények, javaslatok megismeréséhez vagy a látogatói elégedettség rendszeres mérése.

##### 3.5 Parkoló

Kijelölt parkolóhelyek megléte, legalább 1 busz és 5 személygépkocsi számára. A parkolóhelyeket úgy jelölték ki, hogy azok esős időben is használhatók legyenek.

##### 3.6 Külső pihenőhely

A beltéri pihenőhely funkciójához hasonlóan a külső környezetben elhelyezett pad vagy egyéb kültéri ülőalkalmatosság.

### 4. A „zárt” tematikus bemutatóhely kiegészítő infrastruktúrájának, funkcióinak megléte

## 5. A „zárt” tematikus bemutatóhely infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői

- 5.1 A megközelítést szolgáló információs hálózat  
*0 pont:* a bemutatóhelyet nem jelzi tábla a környéken  
*1 pont:* a fő közlekedési útvonalról, egy irányból iránymutató tábla található  
*2 pont:* a főbb útvonalról 2 irányból iránymutató tábla található  
*3 pont:* több irányból is egyértelműen jelzett a bemutatóhely
- 5.2 Nyitva tartás  
*0 pont:* csak előzetes bejelentkezéssel nyílik  
*1 pont:* a nyitva tartás csak a nyári szezonra korlátozódik (június, július, augusztus)  
*2 pont:* a nyitva tartás csak elő- és utószezonban van, keddtől vasárnapig, vagy csak hétvégén  
*3 pont:* egész évben nyitva tart, legalább keddtől-vasárnapig, esetleg a napi nyitva tartási idők változnak főszezonon kívül
- 5.3 Humánerőforrás  
*0 pont:* az alábbi jellemzők közül 0–2 jellemző  
*1 pont:* az alábbi jellemzők legalább három állítás jellemző  
*2 pont:* az alábbi jellemzők legalább öt állítás jellemző  
*3 pont:* az alábbi jellemzők közül legalább hét állítás jellemző

*A humánerőforrás jellemzői látogatóbarát bemutatóhelyeken:*

- az alkalmazott megkülönböztethető a vendégtől;
- az alkalmazott munkakörének megfelelő ruházatot visel;
- az alkalmazott ruházata rendezett, tiszta;
- az alkalmazott a vendéggel folytatott kommunikáció során: udvarias, köszön;
- az alkalmazott a vendéggel folytatott kommunikáció során mosolyog;
- az alkalmazott a vendég elégedettségét figyelemmel kíséri, érdeklődik;
- az alkalmazottnak a fentiekén túl is jó kommunikációs képessége van;
- az alkalmazott segítőkész;
- az alkalmazott szakmai felkészültsége megfelelő, a bemutatásra kerülő területet és annak természeti és kulturális örökségét részletesen ismeri;
- az alkalmazottnak a környezeti nevelés területén van gyakorlata.

### 5.9 Akadálymentesség

- 0 pont:* a bemutatóhely nem akadálymentes  
*1 pont:* a bemutatóhely egy része mozgássérülteknek akadálymentes és akadálymentes wc található, vagy egyéb hátránnyal élők számára akadálymentes.  
*2 pont:* a bemutatóhely akadálymentes, wc található vagy egyéb hátránnyal élők számára akadálymentes.  
*3 pont:* a bemutatóhely nem csak mozgássérültek, hanem vakok- és gyengénlátók, valamint siketnémák számára is akadálymentes.

## 6. Tisztaság, rendezettség, higiénia „zárt” tematikus bemutatóhelyen

## 7. Környezetbarát, helyi jelleg

- 7.1 A környezetbarát megközelítés sokfélesége  
*0 pont:* nincs környezetbarát megközelítési lehetőség  
*1 pont:* kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisforgalmú közúton vagy utcán lehetséges és a közösségi közlekedés lehetőségei rosszak  
*2 pont:* kiépített vagy jelzett kerékpárút van *vagy* a közösségi közlekedés lehetőségei jók  
*3 pont:* kiépített vagy jelzett kerékpárút van *és* a közösségi közlekedés lehetőségei jók
- 7.2 Környezetbarát jelleg az operatív működésben  
*0 pont:* az alábbi felsorolásból kevesebb mint 3 pont  
*1 pont:* az alábbi felsorolásból legalább 3 pont  
*2 pont:* az alábbi felsorolásból legalább 5 pont  
*3 pont:* az alábbi felsorolásból legalább 5 pont, és a felsorolt tevékenységek egy részét a látogatóknak be is mutatja

*Környezetbarát tevékenységek a „zárt” tematikus bemutatóhelyek operatív működésében:*

- újrapiír használata;
- papírok másik (üres) oldalának felhasználása jegyzethez, egyébhez;
- dokumentumok nyomtatása economode üzemmóddal;
- irodacikkek beszerzése ökológiai szempontok alapján;
- szelektív hulladékgyűjtés lehetősége a bemutatóhely egész területére vonatkozóan;
- komposztálás;
- energiatakarékos izzók használata;
- energiatakarékos berendezések használata;
- érzékelős világításkapcsolók;
- a felhasznált mosó- és tisztítószeres természetes és/vagy környezetbarát jellege;
- automata csapok;
- esővíz gyűjtése locsolásra;
- esővíz gyűjtése és bevezetése az épület vizesblokkjaiba;
- energiahatékonyság - alacsony energiájú épület (gázfűtés esetén max. 7,0 m<sup>3</sup> gáz/m<sup>2</sup>/év vagy max. kb. 70 kWh/m<sup>2</sup>/év), nem egész éves nyitva tartás esetén arányosan számolva.

*Megjegyzés:* a lista bővíthető

### 7.3 Alternatív energiaforrás használata

*Alternatív energiaforrás:* nap (napelem, napkollektor), szél, geotermikus energia, földhő (hőszivattyú), biomassza esetén csak hulladékfa

- 0 pont:* nem használnak alternatív energiaforrást  
*1 pont:* egyféle alternatív energiaforrást használnak  
*2 pont:* legalább kétféle alternatív energiaforrást használnak, vagy egyfélét, de azt bemutatják, a látogatók számára nyilvánvaló, hogy a bemutatóhelyen ezt használják  
*3 pont:* legalább kétféle alternatív energiaforrást használnak, és ezeket mind be is mutatják.

*Fontos!* Az alternatív energiaforrások berendezései, használata engedélyhez kötött, nem minden esetben lehet minden alternatív energiaforrást alkalmazni.

#### 7.4 A szolgáltatások helyi jellege

*0 pont:* nincs helyi jelleg

*1 pont:* helyi termékek\* kaphatók és/vagy helyi munkaerő foglalkoztatása kapcsolódik a helyhez (kivéve szakvezetés) és/vagy a bevétel helyben marad (legalább egyik érvényesül)

*2 pont:* helyi termékek\* kaphatók és/vagy helyi munkaerő foglalkoztatása kapcsolódik a helyhez (kivéve szakvezetés) és/vagy a bevétel helyben marad (legalább kettő érvényesül)

*3 pont:* helyi termékek\* kaphatók és helyi munkaerő foglalkoztatása kapcsolódik a helyhez (kivéve szakvezetés) és a bevétel helyben marad

*Helyi termék:* Minden olyan termék, ami minimum 51 %-ban helyi hozzáadott értéket (munkaerő, alapanyag) tartalmaz ([www.magosfa.hu](http://www.magosfa.hu))

#### 7.5 A helyiek bevonása a szakvezetésbe

Van megállapodás helyi szakvezetőkkel. A bemutatóhelyről induló szakvezetés nem csak előzetes bejelentkezéssel igényelhető, hanem a helyi lakosságból kiválasztott és képzett emberekkel megállapodás van arra az esetre, ha bejelentés nélküli csoport érkezik.

*Fontos!* Szakvezetést csak olyan végezhet, aki a működési területével érintett nemzetipark-igazgatóság, vagy az általa felügyelt szervezet által szervezett képzésen részt vett, és szakvezető minősítéssel rendelkezik.

### 8. A bemutatóhely funkcióinak jellemzői

#### 8.1 Időszaki kiállítások

*0 pont:* nincs időszaki kiállítás (csak állandó)

*1 pont:* évente legalább 1 időszaki kiállítást rendeznek

*2 pont:* évente legalább 2 időszaki kiállítást rendeznek

#### 8.2 A programkínálat sokszínűsége

*0 pont:* évente legfeljebb egy rendezvény van

*1 pont:* évente több jeles naphoz kötődő rendezvény van, amelyek „központi” szervezésűek

*2 pont:* évente több jeles naphoz kötődő rendezvény van, saját rendezésben is

*3 pont:* a jeles napokhoz kötődő rendezvények mellett rendszeres egyéb rendezvények, ismeretterjesztő előadások, stb. kerülnek megrendezésre

#### 8.3 A „zöld bolt” áruválasztéka, sokszínűsége

*0 pont:* nincs „zöld bolt”, ahol a látogatók hozzájuthatnak a környék természeti és kulturális örökségét bemutató kiadványokhoz, térképekhez, a helyre utaló ajándéktárgyakhoz

*1 pont:* a „zöld boltban” a környék természeti és kulturális örökségét bemutató kiadványok, túra- és kerékpáros térképek vagy a helyre utaló ajándéktárgyak kaphatók vagy környezetbarát szemléletet hirdető és elősegítő termékek, promóciós anyagok kaphatók

*2 pont:* a „zöld bolt”-ban a látogatók hozzájuthatnak a fentiekben felsorolt kategóriák közül legalább kettőhöz

*3 pont:* a „zöld bolt”-ban a látogatók hozzájuthatnak a környék természeti és kulturális örökségét bemutató kiadványokhoz, túra- és kerékpáros térképekhez, a helyre utaló



## 6. A bemutatás jellemzői

### 9.1 A természeti és kulturális örökség jelentősége

*1 pont:* helyi jelentőségű természeti és kulturális érték(ek) előfordulása

*2 pont:* legalább egy regionális jelentőségű természeti és kulturális érték előfordulása

*3 pont:* legalább egy országos jelentőségű természeti és kulturális érték előfordulása

### 9.2 A bemutatás célcsoportjainak száma

A bemutatás több szegmens (általános iskolás csoportok, felnőtt alkalmi ökoturisták, stb.) számára is megvalósul.

### 9.3 A bemutatás sokszínűsége

*A bemutatás módjai:*

- tájékoztató tábla;
- kiadvány (kirándulásvezető-füzet, túrakaiuz stb.);
- környezetismereti kiállítás;
- szakvezetés, tárlatvezetés;
- multimédiás eszközök.

*1 pont:* egyféle bemutatási mód

*2 pont:* kétféle bemutatási mód

*3 pont:* kettőnél többféle bemutatási mód

### 9.4 A bemutatás tematikája

*1 pont:* döntően a környék természeti és kulturális örökségének valamely kiragadott elemét bemutató kínálat

*2 pont:* a környék természeti és kulturális örökségét széleskörűen, több lényeges elemére kitérve bemutató kínálat

*3 pont:* a környék természeti és kulturális örökségét teljes körűen, minden lényeges elemére kitérve bemutató kínálat

### 9.5 A kiállítás interaktív jellege

A látogatók bevonására alkalmazott eszközök sokszínűsége, hogy a látogatók számára lehetőséget biztosítanak valamilyen tevékenység végzésére, amellyel további ismeretekre tesznek szert, ugyanakkor ezek mindenki számára teljesíthető aktivitások.

*Interaktív elemek a „zárt” tematikus bemutatóhelyek kiállításain:*

- valamit csak részben mutatnak meg, a teljes megmutatáshoz valamilyen tevékenységet kell végezni;
- „bebújni, leguggolni, lábujjhegyre állni, behajolni stb.” jellegű elemek;
- „Nyisd ki!” típusú dobozok, feliratok, képek;
- „Érints meg!” típusú, gombnyomásra induló elemek;
- megtapintható kiállítási tárgyak;
- kipróbálható eszközök;
- játékok (kirakó, kockák stb.);

- rejtvényes formák, pl. „Keresd meg a választ!” típusú elemek;
- érzelmekre ható elemek;
- rendhagyó szakvezetés játékokkal, rejtvényekkel.

*0 pont:* nincs interaktív elem;

*1 pont:* 1–3 elemében interaktív, egyféle interaktív módot alkalmazva;

*2 pont:* háromnál több, különböző típusú interaktív mód alkalmazása legalább két elemen;

*3 pont:* a bemutatás döntően interaktív elemekből áll, többféle interaktív módot használva

#### 9.6 A kiállítási anyagok szövegezése

*0 pont:* jellemzően nehezen érthető és nem szakszerű szövegezés, dominálnak a szaktárgyi ismeretek

*1 pont:* jellemzően közérthető és szakszerű szövegezés, néhány szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*2 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, több szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*3 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, a bemutatást végigkísérő szemléletformáló és élményszerű elemekkel

#### 9.7 A tájékoztató anyagok szövegezése

A tájékoztató anyagok közé tartoznak a vezetőfüzetek (kiállításvezető-füzet, bemutatóhely körüli tanösvény vezetőfüzete), illetve a bemutatóhelyről szóló egyéb kiadványok. Az értékelés nem érinti a területtel átfogóan foglalkozó nyomtatott prospektusok, leporellók, regionális kiadványok körét.

*0 pont:* jellemzően nehezen érthető és nem szakszerű szövegezés, dominálnak a szaktárgyi ismeretek (0 pont jár akkor is, ha nincsenek tájékoztató anyagok)

*1 pont:* jellemzően közérthető és szakszerű szövegezés, néhány szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*2 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, több szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*3 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, a bemutatást végigkísérő szemléletformáló és élményszerű elemekkel

#### 9.8 A kiállítási anyagok illusztrálása

*0 pont:* a kiállítás képei életlenek, fakultak, nem esztétikusak, a kiállítás tárgyai elhasználódottak, porosak, hiányosak

*1 pont:* a kiállítás képei részben élesek, rajzai esztétikusak, de csak kevés témakört érintenek (pl. csak botanika), a képeken kevés látványos elem van, vagy nem életszerűek, a kiállítási tárgyak előregedettnek, kopottnak néznek ki (természetesen a régi használati tárgyak esetében ez nem szempont)

*2 pont:* a kiállítás képei szépek, esztétikusak, sokfélék, de statikusak, nem életszerűek

*3 pont:* a kiállítás képei technikailag jók, valamint életszerű szituációban rajzolt vagy fotózott élőlények, és látványos, szemléletes élettelen természeti elemek találhatóak rajta, és a kiállított tárgyak állapota jó

#### 9.9 A tájékoztató anyagok szövegezése

A tájékoztató anyagok közé tartoznak a vezetőfüzetek (kiállításvezető-füzet, bemutatóhely körüli tanösvény vezetőfüzete), illetve a bemutatóhelyről szóló egyéb kiadványok. Az értékelés nem

érinti a területtel átfogóan foglalkozó nyomtatott prospektusok, leporellók, regionális kiadványok körét.

*0 pont:* az illusztráció jellemzően nem esztétikus, a szöveggel nincs összhangban, a téma megértését nem segíti (0 pont jár akkor is, ha nincsenek tájékoztató anyagok)

*1 pont:* jellemzően esztétikus, a szöveggel nincs összhangban, vagy a téma megértését nem segíti

*2 pont:* jellemzően esztétikus, a szöveggel összhangban lévő, a téma megértését segítő illusztráció

*3 pont:* minden elemében esztétikus, a szöveggel összhangban lévő, a téma megértését segítő illusztráció

## 10. Családbarát infrastruktúra és szolgáltatások „zárt” tematikus bemutatóhely esetén

### 10.1 Infrastruktúra

*A gyermek- és családbarát infrastruktúra elemei „zárt” tematikus bemutatóhelyeken (a lista bővíthető):*

▪ pelenkázóhely;	
▪ beltéri játszótér vagy játszósarok;	
▪ rajzoló- és kézműves sarok;	
▪ kültéri játszótér, játszóhely;	
▪ mosdónként legalább egy illemhely legalább 1,20 m széles	
▪ babakocsi beltérbe vihető;	
▪ a berendezésben nincsenek éles sarkok, balesetveszélyes eszközök;	
▪ tágas terek;	
▪ dugaljak biztonsági védelme;	
▪ egyéb gyermek- és családbarát infrastruktúra.	

*0 pont:* legfeljebb egy családbarát infrastruktúrális elem van

*1 pont:* legalább 2 családbarát elem található

*2 pont:* legalább 4 családbarát elem található

*3 pont:* legalább 6 családbarát elem található

### 10.2 Kínálat

*Gyermek- és családbarát kínálat, jellemzők „zárt” tematikus bemutatóhelyeken (a lista bővíthető):*

▪ a kisgyermek számára is érhető, rajzos információk találhatóak	
▪ van kifejezetten gyermekek számára szóló bemutatórész	
▪ a gyermekeknek szóló ismeretek, számukra érhető módon a gyermekek szemmagasságában vannak elhelyezve;	
▪ a kiállítás egyes részei megfoghatóak, megtapinthatók	
▪ van foglalkoztató füzet gyermekek számára	
▪ a kiállítás során kipróbálható játékok is vannak	

▪ a kerékpárokhoz gyerekülés vagy utánfutó is bérelhető	
▪ a játszótér elemei a bemutatót is szolgálják	
▪ gyermekeknek és/vagy családoknak van kedvezményes belépődíj	
▪ egyéb gyermek- és családbarát elem alkalmazása	

*0 pont:* legfeljebb egy családbarát elem van

*1 pont:* legalább 2 családbarát elem található

*2 pont:* legalább 4 családbarát elem található

*3 pont:* legalább 6 családbarát elem található

### 10.3 Rendezvények

*0 pont:* nincsenek gyerek- vagy családi rendezvények, a rendezvényeknek nincs ilyen részük

*1 pont:* gyermekprogramokat szerveznek a rendezvények alatt (játszóház, kézműves programok, stb.)

*2 pont:* a rendezvények között vannak kifejezetten családi- és gyermekprogramok

*3 pont:* a családi rendezvények megléte mellett a bemutatóhelyen animátort is alkalmaznak (akár szezonálisan is)

### 7.3 Értékelőlap „nyílt” tematikus bemutatóhelyek látogató- és családbarát értékeléséhez

Az értékelőlapok kitöltését ld. a 7.1 melléklet elején.

Ssz.	Kritérium	LP	EP	Megjegyzés
<b>I. A fogadás alapfeltételét biztosító infrastruktúra és funkciók</b>				
<b>1.</b>	<b>Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés</b>			
1.1	A turisztikai vonzerő természeti és kulturális örökségen alapul	1		
1.2	A látogatás a természeti és kulturális örökség semmilyen elemét nem károsítja, veszélyezteti	1		
1.3	Környezetbarát módon megközelíthető (<)	1		
1.4	A helyi közösség támogatása megvalósul (<)	1		
1.5	Az ökoturisztikai létesítményhez kapcsolódik bemutatás	1		
1.6	Építészeti jellegében környezetbarát eszméket közvetít (<)	1		
<b>1.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>2.</b>	<b>A „nyílt” tematikus bemutatóhely alapfunkcióinak megléte</b>			
2.1	Információs tábla	1		
<b>2.</b>	<b>Összesen</b>	<b>1</b>		
<b>3.</b>	<b>A „nyílt” tematikus bemutatóhely alapinfrastruktúrájának megléte</b>			
3.1	Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben (<)	1		
3.2	Parkoló (<)	1		
3.3	Külső pihenőhely (<)	1		
<b>3.</b>	<b>Összesen</b>	<b>3</b>		
<b>4.</b>	<b>A „nyílt” tematikus bemutatóhely kiegészítő infrastruktúrájának, funkcióinak megléte</b>			
4.1	Egyéb információ nyújtása (<)	1		
<b>4.</b>	<b>Összesen</b>	<b>1</b>		
<b>5.</b>	<b>A „nyílt” tematikus bemutatóhely infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői</b>			
5.1	A megközelítést szolgáló információs hálózat (<)	0–2		
5.2	A kapcsolódó kültéri elemek állaga megfelelő	1		
5.3	Akadálymentesség (<)	0–2		
5.4	A tájékoztató táblák kivitelezése (<)	0–2		
<b>5.</b>	<b>Összesen</b>	<b>7</b>		

<b>6.</b>	<b>Tisztaság, rendezettség, higiénia „nyílt” tematikus bemutatóhelyen</b>			
6.1	A kapcsolódó zöldfelületek gondozottsága	1		
6.2	A bemutatóhely környékének tisztasága	1		
6.3	Hulladéktárolók rendszeres ürítése (<)	1		
<b>6.</b>	<b>Összesen</b>	<b>3</b>		
<b>7.</b>	<b>Környezetbarát, helyi jelleg</b>			
7.1	A környezetbarát megközelítés sokfélesége (<)	0–3		
7.2	A helyiek bevonása a szakvezetésbe (<)	1		
<b>7.</b>	<b>Összesen</b>			
<b>II. A bemutatás élményszerűsége</b>				
<b>8.</b>	<b>A bemutatás jellemzői „nyílt” tematikus bemutatóhely esetén</b>			
8.1	A bemutatás célcsoportjainak száma (<)	1		
8.2	A bemutatás interaktív jellege (<)	0–3		
8.3	A tájékoztató anyagok szövegezése (<)	0–3		
8.4	A tájékoztató anyagok illusztrálása (<)	0–3		
<b>8.</b>	<b>Összesen</b>	<b>10</b>		
<b>III. Családbarát jelleg</b>				
<b>9.</b>	<b>Családbarát infrastruktúra és szolgáltatások „nyílt” tematikus bemutatóhelyen</b>			
9.1	A nyílt tematikus bemutatóhely családbarát jellege (<)	0–3		
<b>9.</b>	<b>Összesen</b>	<b>3</b>		
	<b>Mindösszesen</b>	<b>34</b>		
	<b>I.</b>	<b>21</b>		
	<b>II.</b>	<b>10</b>		
	<b>III.</b>	<b>3</b>		

## 2. Kitöltési útmutató

### 1. Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés

#### 1.3 Környezetbarát módon megközelíthető

Környezetbarát módon megközelíthető, ha a kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisértalmú közúton, utcán, vagy kiépített kerékpárúton lehetséges, vagy a közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható.

*Környezetbarát megközelítés:* Olyan közlekedési eszközzel való közlekedés, amely nem jár jelentős károsanyag vagy CO<sub>2</sub> kibocsátással (kerékpár, ló stb.), illetve a közösségi közlekedés helyben igénybe vehető eszközei, amelyeknek a fajlagos kibocsátása kisebb, mint az egyéni motorizált eszközöké.

*Közösségi közlekedés:* Minden olyan közlekedési rendszer, amelyben az utasok nem saját

járművekkel közlekednek. A közlekedési eszközt tekintve ide tartozik a helyi (városi és elővárosi) forgalomban a városi autóbusz, a villamos, a vasút (helyiérdekű vasút), a helyközi forgalomban az autóbusz, a vasúti közlekedés és a vízi közlekedés (Wikipédia alapján).

*A közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható: 400 méteren belül van megállóhely és a busz/vonat/hajó-párok száma  $\leq 3$ ;*

#### 1.4 A helyi közösség támogatása megvalósul

A bemutatóhelyet helyi vállalkozó készítette, vagy helyi anyagokból készült, vagy van a helyiek által igénybe vehető szakvezetés. Helyi: kistérségen belül, vagy a helyszín 25 km-es körzetében.

### 2. A „nyílt” tematikus bemutatóhely alapfunkcióinak megléte

#### 3. A „nyílt” tematikus bemutatóhely alapinfrastruktúrájának megléte

##### 3.1 Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben

A bemutatóhely minden helyiségében legalább egy hulladékgyűjtő-láda van elhelyezve. A kültéri hulladéktárolók a bemutatóhely körül csak olyan helyen vannak, amelyek könnyen megközelíthetőek és üríthetőek. Ahol nincs hulladékgyűjtő, ott jelezzék, hogy miért nincs (nehezen megoldható a szállítás), illetve etikai kódex jelleggel hívják fel a figyelmet arra, hogy a vigyék tovább a hulladékot és a megfelelő gyűjtőbe (vagy otthon) helyezték el.

##### 3.2 Parkoló

Kijelölt parkolóhelyek megléte, legalább 1 busz és 5 személygépkocsi számára. A parkolóhelyeket úgy jelölték ki, hogy azok esős időben is használhatók legyenek.

##### 3.3 Külső pihenőhely

A külső környezetben elhelyezett pad vagy egyéb kültéri ülőalkalmatosság.

### 4. A „nyílt” tematikus bemutatóhely kiegészítő infrastruktúrájának, funkcióinak megléte

#### 4.1 Egyéb információnyújtás

Az információs tábla mellett egyéb lehetőségek is vannak a terület megismerésére, amely elérhetősegei a táblán megtalálhatók (ismertető füzet, szakvezetés stb.)

### 5. A „nyílt” bemutatóhely infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői

#### 5.1 A megközelítést szolgáló információs hálózat

*0 pont:* a bemutatóhelyet nem jelzi tábla a környéken

*1 pont:* a fő közlekedési útvonalról, egy irányból iránymutató tábla található

*2 pont:* a főbb útvonalról 2 irányból iránymutató tábla található

*3 pont:* több irányból is egyértelműen jelzett a bemutatóhely

#### 5.3 Akadálymentesség

*0 pont:* a bemutatóhely nem akadálymentes

*1 pont:* a bemutatóhely egy része mozgássérülteknek akadálymentes és akadálymentes wc található, vagy egyéb hátránnyal élők számára akadálymentes.

*2 pont:* a bemutatóhely akadálymentes, wc található vagy egyéb hátránnyal élők számára akadálymentes.

*3 pont:* a bemutatóhely nem csak mozgássérültek, hanem vakok- és gyengénlátók, valamint siketnémák számára is akadálymentes.

#### 5.4 A tájékoztató tábla kivitelezése

*0 pont:* A tájékoztató tábla nem természetes anyagból készült nem helybeliek által

*1 pont:* A tájékoztató tábla természetes anyagból készült, a tájba illeszkedik

*2 pont:* A tájékoztató tábla természetes helyi anyagból készült helyi készítőik által

## 6. Tisztaság, rendezettség, higiénia „nyílt” bemutatóhelyen

### 7. Környezetbarát, helyi jelleg

#### 7.1 A környezetbarát megközelítés sokfélesége

*0 pont:* nincs környezetbarát megközelítési lehetőség

*1 pont:* kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisforgalmú közúton vagy utcán lehetséges és a közösségi közlekedés lehetőségei rosszak

*2 pont:* kiépített vagy jelzett kerékpárút van *vagy* a közösségi közlekedés lehetőségei jók

*3 pont:* kiépített vagy jelzett kerékpárút van *és* a közösségi közlekedés lehetőségei jók

#### 7.2 A helyiek bevonása a szakvezetésbe

Van megállapodás helyi szakvezetőkkel. A bemutatóhelyről induló szakvezetés nem csak előzetes bejelentkezéssel igényelhető, hanem a helyi lakosságból kiválasztott és képzett emberekkel megállapodás van arra az esetre, ha bejelentés nélküli csoport érkezik.

*Fontos!* Szakvezetést csak olyan végezhet, aki a működési területével érintett nemzeti park-igazgatóság, vagy az általa felügyelt szervezet által szervezett képzésen részt vett, és szakvezető minősítéssel rendelkezik.

## 8. A bemutatás jellemzői „nyílt” bemutatóhely esetén

#### 8.1 A bemutatás célcsoportjainak száma

A bemutatás több szegmens (általános iskolás csoportok, felnőtt alkalmi ökoturisták stb.) számára is megvalósul.

#### 8.2 A bemutatás interaktív jellege

A látogatók bevonására alkalmazott eszközök sokszínűsége, hogy a látogatók számára lehetőséget biztosítanak valamilyen tevékenység végzésére, amellyel további ismeretekre tesznek szert, ugyanakkor ezek mindenki számára teljesíthető aktivitások.

*Interaktív elemek a „nyílt” tematikus bemutatóhelyeken:*

- valamit csak részben mutatnak meg, a teljes megmutatáshoz valamilyen tevékenységet kell végezni;
- „bebújni, leguggolni, lábujjhegyre állni, behajolni stb.” jellegű elemek;
- „Nyisd ki!” típusú dobozok, feliratok, képek;
- „Érints meg!” típusú, gombnyomásra induló elemek;
- megtapintható kiállítási tárgyak;
- kipróbálható eszközök;
- játékok (kirakó, kockák stb.);



- rejtvényes formák, pl. „Keresd meg a választ!” típusú elemek;
- érzelmekre ható elemek;
- rendhagyó szakvezetés játékokkal, rejtvényekkel.

*0 pont:* nincs interaktív elem;

*1 pont:* 1–3 elemében interaktív, egyféle interaktív módot alkalmazva;

*2 pont:* háromnál több, különböző típusú interaktív mód alkalmazása legalább két elemen;

*3 pont:* a bemutatás döntően interaktív elemekből áll, többféle interaktív módot használva

### 8.3 A tájékoztató anyagok szövegezése

A tájékoztató anyagok közé tartoznak a vezetőfüzetek (kiállításvezető-füzet, bemutatóhely körüli tanösvény vezetőfüzete), illetve a bemutatóhelyről szóló egyéb kiadványok. Az értékelés nem érinti a területtel átfogóan foglalkozó nyomtatott prospektusok, leporellók, regionális kiadványok körét.

*0 pont:* jellemzően nehezen érthető és nem szakszerű szövegezés, dominálnak a szaktárgyi ismeretek (0 pont jár akkor is, ha nincsenek tájékoztató anyagok)

*1 pont:* jellemzően közérthető és szakszerű szövegezés, néhány szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*2 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, több szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*3 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, a bemutatást végigkísérő szemléletformáló és élményszerű elemekkel

### 8.4 A tájékoztató anyagok (tábla és/vagy füzet) illusztrálása

*0 pont:* A képek életlenek, fakultak, nem esztétikusak.

*1 pont:* A tájékoztató anyagok részben élesek, képei és rajzai esztétikusak, de csak kevés témakört érintenek (pl. csak botanika) a képeken kevés látványos elem van, vagy nem életszerűek

*2 pont:* A tájékoztató anyagok szépek, rajzai esztétikusak, sokfélék, de statikusak, nem életszerűek

*3 pont:* A tájékoztató anyagok képei technikailag jók, valamint életszerű szituációban fotózott vagy rajzolt élőlények is találhatóak rajta

## 9. Családbarát infrastruktúra és szolgáltatások „nyílt” tematikus bemutatóhely esetén

### 9.1 A nyílt tematikus bemutatóhely családbarát jellege

*A gyermek- és családbarát infrastruktúra elemei „nyílt” tematikus bemutatóhelyeken (a lista bővíthető):*

▪ a kisgyermek számára is érhető, rajzos információk találhatóak;	
▪ van kifejezetten gyermekek számára szóló bemutatórész;	
▪ a gyermekeknek szóló ismeretek, számukra érthető módon a gyermekek szemmagasságában vannak elhelyezve;	
▪ a bemutatóhely mellett legalább egy kültéri játék van;	
▪ egyéb gyermek- és családbarát elem alkalmazása.	

*0 pont:* nincs családbarát elem

*1 pont:* egy családbarát elem található

2 pont: két családbarát elem is megtalálható

3 pont: három vagy annál több családbarát elem található

#### 7.4 Értékelőlap tanösvények látogató- és családbarát értékeléséhez

Az értékelőlapok kitöltésének módját ld. 7.1 melléklet elején.

Ssz.	Kritérium	LP	EP	Megjegyzés
<b>I. A fogadás alapfeltételét biztosító infrastruktúra és funkciók</b>				
<b>1.</b>	<b>Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés</b>			
1.1	A turisztikai vonzerő természeti és kulturális örökségen alapul	1		
1.2	A látogatás a természeti és kulturális örökség semmilyen elemét nem károsítja, veszélyezteti	1		
1.3	Környezetbarát módon megközelíthető (<)	1		
1.4	A helyi közösség támogatása megvalósul (<)	1		
1.5	Az ökoturisztikai létesítményhez kapcsolódik bemutatás	1		
1.6	Építészeti jellegében környezetbarát eszméket közvetít (<)	1		
<b>1.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>2.</b>	<b>A tanösvény alapfunkcióinak és alapinfrastruktúrájának megléte</b>			
2.1	Indítótábla	1		
2.2	Az indítóállomáson kívül legalább 2 állomás	1		
2.3	Az állomások közötti jelző, irányító elemek	1		
<b>2.</b>	<b>Összesen</b>	<b>3</b>		
<b>3.</b>	<b>A tanösvény kiegészítő infrastruktúrájának és funkcióinak megléte</b>			
3.1	Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben (<)	1		
3.2	Parkoló (<)	1		
3.3	A természeti és kultúrtörténeti örökség védelmét biztosító elemek (<)	0–2		
3.4	A természeti és kultúrtörténeti örökség megfigyelését biztosító elemek (<)	0–2		
3.5	A látogatók kényelmét és biztonságát szolgáló elemek (<)	0–2		
3.6	Egyéb információ nyújtása (<)	1		
<b>3.</b>	<b>Összesen</b>	<b>9</b>		

<b>4.</b>	<b>A tanösvény infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői</b>			
4.1	A megközelítést szolgáló információs hálózat (<)	0–2		
4.2	A jelzések és irányító elemek állapota (<)	0–2		
4.3	Az állomáson található tábla vagy jel állapota (<)	0–2		
4.4	A kényelmet és biztonságot szolgáló elemek állapota (<)	0–3		
4.5	A védelmet szolgáló elemek állapota (<)	0–2		
4.6	Akadálymentesség (<)	0–2		
<b>4.</b>	<b>Összesen</b>	<b>13</b>		
<b>5.</b>	<b>Tisztaság, rendezettség, higiénia</b>			
5.1	A tanösvény tisztasága (<)	0–2		
5.2	Hulladékátrolók rendszeres ürítése (<)	1		
<b>5.</b>	<b>Összesen</b>	<b>3</b>		
<b>6.</b>	<b>Környezetbarát, helyi jelleg</b>			
6.1	A környezetbarát megközelítés sokfélesége (<)	0–3		
6.2	A tájékoztató táblák kivitelezése (<)	0–3		
<b>6.</b>	<b>Összesen</b>	<b>6</b>		
<b>II. A bemutatás élményszerűsége</b>				
<b>7.</b>	<b>A bemutatás jellemzői</b>			
7.1	A bemutatás célcsoportjainak száma (<)	1		
7.2	A bemutatás tematikája (<)	0–2		
7.3	A bemutatás interaktív jellege (<)	0–3		
7.4	A tájékoztató táblák szövegezése (<)	0–3		
7.5	A tájékoztató táblák illusztrálása (<)	0–2		
7.6	A kiadványok szövegezése (<)	0–3		
7.7	A kiadványok illusztrációja (<)	0–3		
7.8	A tanösvény hossza, útvonalkombinációk (<)	0–3		
7.9	A terület értékben való gazdagsága (<)	1–3		
<b>7.</b>	<b>Összesen</b>	<b>23</b>		
<b>III. Családbarát jelleg</b>				
<b>8.</b>	<b>Családbarát infrastruktúra és szolgáltatások „nyílt” bemutatóhely</b>			
8.1	A tanösvény családbarát jellege (<)	0–3		
<b>8.</b>	<b>Összesen</b>	<b>3</b>		
	<b>Mindösszesen</b>	<b>66</b>		

I.	40		
II.	23		
III.	3		

## 2. Kitöltési útmutató

Az értékelési szempontok Kiss Gábor (szerk.): Tanösvények tervezése. Módszertani útmutató (BNPIg, Eger 2007) felhasználásával készültek.

### 1. Az ökoturizmus alapfeltételeinek való megfelelés

#### 1.3 Környezetbarát módon megközelíthető

Környezetbarát módon megközelíthető, ha a kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisforgalmú közúton, utcán, vagy kiépített kerékpárúton lehetséges, vagy a közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható.

*Környezetbarát megközelítés:* Olyan közlekedési eszközzel való közlekedés, amely nem jár jelentős károsanyag vagy CO<sub>2</sub> kibocsátással (kerékpár, ló stb.), illetve a közösségi közlekedés helyben igénybe vehető eszközei, amelyeknek a fajlagos kibocsátása kisebb, mint az egyéni motorizált eszközöké.

*Közösségi közlekedés:* Minden olyan közlekedési rendszer, amelyben az utasok nem saját járművekkel közlekednek. A közlekedési eszközt tekintve ide tartozik a helyi (városi és elővárosi) forgalomban a városi autóbusz, a villamos, a vasút (helyiérdekű vasút), a helyközi forgalomban az autóbusz, a vasúti közlekedés és a vízi közlekedés (Wikipédia alapján).

*A közösségi közlekedés lehetősége még elfogadható:* 400 méteren belül van megállóhely és a busz/vonat/hajó-párok száma  $\leq 3$ ;

#### 1.4 A helyi közösség támogatása megvalósul

A bemutatóhelyet helyi vállalkozó készítette, vagy helyi anyagokból készült, vagy van a helyiek által igénybe vehető szakvezetés. Helyi: kistérségen belül, vagy a helyszín 25 km-es körzetében. (ld. még 6.2).

### 3. A tanösvény alapfunkcióinak és alapinfrastruktúrájának megléte

#### 4. A tanösvény kiegészítő infrastruktúrájának megléte

##### 3.1 Hulladékgyűjtő-edények megfelelő mennyiségben

A bemutatóhely minden helyiségében legalább egy hulladékgyűjtő-láda van elhelyezve. A kültéri hulladéktárolók a bemutatóhely körül csak olyan helyen vannak, amelyek könnyen megközelíthetőek és üríthetőek. Ahol nincs hulladékgyűjtő, ott jelezzék, hogy miért nincs (nehezen megoldható a szállítás), illetve etikai kódex jelleggel hívják fel a figyelmet arra, hogy a vigyék tovább a hulladékot és a megfelelő gyűjtőbe (vagy otthon) helyezték el.

##### 3.2 Parkoló

Kijelölt parkolóhelyek megléte, legalább 1 busz és 5 személygépkocsi számára. A parkolóhelyeket úgy jelölték ki, hogy azok esős időben is használhatók legyenek.

##### 3.3 A természeti és kultúrtörténeti örökség védelmét biztosító elemek: védőkorlát, emelt szintű ösvény stb.

*0 pont:* nincs ilyen elem

*1 pont:* található ilyen elem, de nem mindenütt, ahol szükség lenne rá

*2 pont:* ahol szükséges, ott mindenütt megtalálható

3.4 A természeti és kultúrtörténeti örökség megfigyelését biztosító elemek: kiépített állatmegfigyelő-hely, kilátótorony, kutatóárok stb.

*0 pont:* nincs ilyen elem

*1 pont:* egy ilyen elem található

*2 pont:* egynél több megfigyelést biztosító elem található a tanösvény mentén.

3.5 A látogatók kényelmét és biztonságát szolgáló elemek: korlát, lépcső, kiépített pihenőhely, emelt szintű ösvény (pallósor), esőbeálló, híd, burkolat stb.

*0 pont:* nincs ilyen elem

*1 pont:* található ilyen elem, de nem mindenütt, ahol szükség lenne rá

*2 pont:* ahol szükséges, ott ez az elem megtalálható

3.6 Egyéb információ nyújtása: az információs tábla mellett még egyéb lehetőségek is vannak a terület megismerésére, amely elérhetőségei a táblán megtalálhatók (tanösvényvezető-füzet, szakvezetés stb.)

## **5. A tanösvény infrastruktúrájának és funkcióinak jellemzői**

4.1 A megközelítést szolgáló információs hálózat

*0 pont:* A tanösvényt nem jelzi tábla a környéken

*1 pont:* A fő közlekedési útvonalról, egy irányból iránymutató tábla található

*2 pont:* Több irányból is egyértelműen jelzett a tanösvény

4.2 A jelzések és irányító elemek állapota

*0 pont:* A tanösvény jelzései elkoptak, az irányító táblák nincsenek meg, az útvonal nem követhető egyértelműen

*1 pont:* A tanösvény jelzései és irányító táblái néhol felújításra szorulnak

*2 pont:* A tanösvény irányjelzései és útjelző tábláinak állapota megfelelő, az útvonal egyértelműen követhető

4.3 Az állomáson található tábla vagy jel állapota

*0 pont:* Az állomások felénél táblái nincsenek meg, vagy használhatatlan állapotban vannak

*1 pont:* Az állomások táblái jó állapotban vannak, olvashatóak, néhány helyen sérültek vagy nehezebben olvashatóak, kissé benőtte a növényzet, stb.

*2 pont:* Az állomásokon található táblák teljesen használható, jó állapotban vannak, a táblán látható információk jól láthatóak.

4.4 A kényelmet és biztonságot szolgáló elemek állapota

*0 pont:* a tanösvény egyes részei balesetveszélyesek, nincs pihenőhely, vagy használhatatlan állapotban van, és az útvonal növényzettel be van nőve

*1 pont:* A kényelmet és biztonságot szolgáló elemek legalább felének az állapota nem megfelelő, az útvonal egy része növényzettel be van nőve

*2 pont:* A kényelmet és biztonságot szolgáló elemek közül 1-2 nincs megfelelő állapotban.

*3 pont:* A kényelmet és biztonságot szolgáló elemek mindegyike megfelelő állapotban van, és teljes mértékben használható

*Megjegyzés:* kerékpáros és vízi tanösvény esetén a kerékpáros és a vízi közlekedés infrastruktúráját

kell figyelembe venni.

#### 4.5 A védelmet szolgáló elemek állapota

*0 pont:* az értékek védelmét szolgáló elemek állapota nem megfelelő, a funkciójukat nem látják el

*1 pont:* a védelmet szolgáló elemek néhány helyen rossz állapotúak

*2 pont:* a védelmet szolgáló elemek mindegyike jó állapotban van, funkcióját betölti.

#### 4.6 Akadálymentesség

*0 pont:* a tanösvény nem akadálymentes

*1 pont:* a tanösvény a mozgáskorlátozottak számára akadálymentes

*2 pont:* a tanösvény nem csak a mozgáskorlátozottak, hanem vakok- és gyengénlátók számára is akadálymentes

### 6. Tisztaság, rendezettség, higiénia

#### 5.1 A tanösvény tisztasága

*0 pont:* a tanösvény indítópontja környékén és az útvonal mentén is sok hulladék található.

*1 pont:* a tanösvény indítópontja vagy a tanösvény útvonala mentén van hulladék

*2 pont:* a tanösvény teljes szakasza hulladékmentes

### 7. Környezetbarát, helyi jelleg

#### 6.1 A környezetbarát megközelítés sokfélesége

*0 pont:* Nincs környezetbarát megközelítési lehetőség

*1 pont:* Kerékpáros megközelítés jelzetlen, kisforgalmú közúton vagy utcán lehetséges és a közösségi közlekedés lehetőségei rosszak

*2 pont:* Képzített vagy jelzett kerékpárút van *vagy* a közösségi közlekedés lehetőségei jók

*3 pont:* Képzített vagy jelzett kerékpárút van *és* a közösségi közlekedés lehetőségei jók

#### 6.2 A tájékoztató tábla kivitelezése

*0 pont:* a tájékoztató tábla nem természetes anyagból készült, nem helyi szakemberek készítették

*1 pont:* a tájékoztató tábla természetes anyagból készült, a tájba illeszkedik *vagy* helyi szakemberek készítették

*2 pont:* a tájékoztató tábla természetes helyi anyagból készült, a tájba illeszkedik *és* helyi szakemberek készítették

*3 pont:* teljesíti a 2. pont feltételeit, továbbá felhívja a látogatók figyelmét egy-két környezetbarát módszerre (a tábla anyaga ökológiai gazdálkodásból származik, környezetbarát festékanyag stb.)

### 8. A bemutatás jellemzői

7.1 A bemutatás célcsoportjainak száma: több látogatói célcsoport, szegmens (általános iskolás csoportok, felnőtt alkalmi ökoturisták stb.) számára történik bemutatás

#### 7.2 A bemutatás tematikája

*1 pont:* Döntően a környék természeti és kulturális örökségének valamely kiragadott elemét bemutató kínálat (egy téma)

*2 pont:* A környezet természeti és kulturális örökségét széleskörűen, több lényeges elemére kitérve bemutató kínálat (több téma)

### 7.3 A bemutatás interaktív jellege:

A látogatók bevonására alkalmazott eszközök sokszínűsége, hogy a látogatók számára lehetőséget biztosítanak valamilyen tevékenység végzésére, amellyel további ismeretekre tesznek szert, ugyanakkor ezek mindenki számára teljesíthető aktivitások.

*Interaktív elemek tanösvényeken:*

- valamit csak részben mutatnak meg, a teljes megmutatáshoz valamilyen tevékenységet kell végezni;
- „bebújni, leguggolni, lábujjhegyre állni, behajolni stb.” jellegű elemek;
- „Nyisd ki!” típusú dobozok, feliratok, képek;
- „Érints meg!” típusú, gombnyomásra induló elemek;
- megtapintható kiállítási tárgyak;
- kipróbálható eszközök;
- játékok (kirakó, kockák stb.);
- rejtvényes formák, pl. „Keresd meg a választ!” típusú elemek;
- érzelmekre ható elemek;
- rendhagyó szakvezetés játékokkal, rejtvényekkel.

*0 pont:* nincs interaktív elem;

*1 pont:* 1–3 elemében interaktív, egyféle interaktív módot alkalmazva;

*2 pont:* háromnál több, különböző típusú interaktív mód alkalmazása legalább két elemen;

*3 pont:* a bemutatás döntően interaktív elemekből áll, többféle interaktív módot használva

### 7.4 A tájékoztató táblák szövegezése

*0 pont:* jellemzően nehezen érthető és nem szakszerű szövegezés, dominálnak a szaktárgyi ismeretek

*1 pont:* jellemzően közérthető és szakszerű szövegezés, néhány szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*2 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, több szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

*3 pont:* minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, a bemutatást végigkísérő szemléletformáló és élményszerű elemekkel

### 7.5 A tájékoztató táblák illusztrálása

*0 pont:* a táblák képei életlenné, fakultak, nem esztétikusak

*1 pont:* a kiállítás képei részben élesek, esztétikusak, de csak kevés témakört érintenek (pl. csak botanika) a képeken kevés látványos elem van, vagy nem életszerűek

*2 pont:* a tájékoztató tábla illusztrációi technikailag jók, valamint életszerű szituációban fotózott vagy rajzolt élőlények láthatók rajta, van a táblán térkép is

### 7.6 A kiadványok (tanösvény-vezetőfüzet vagy foglalkoztató füzet) szövegezése:

*0 pont:* jellemzően nehezen érthető és nem szakszerű szövegezés, dominálnak a szaktárgyi ismeretek

*1 pont:* jellemzően közérthető és szakszerű szövegezés, néhány szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

2 pont: minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, több szemléletformáló vagy élményszerű elemmel

3 pont: minden elemében közérthető és szakszerű szövegezés, a bemutatást végigkísérő szemléletformáló és élményszerű elemekkel

#### 7.7 A kiadványok (tanösvényvezető-füzet vagy foglalkoztató füzet) illusztrálása:

0 pont: az illusztráció jellemzően nem esztétikus, a szöveggel nincs összhangban, a téma megértését nem segíti

1 pont: jellemzően esztétikus, a szöveggel nincs összhangban, vagy a téma megértését nem segíti, néha érdekes leírások és feladatok vannak a kiadványban

2 pont: jellemzően esztétikus, a szöveggel összhangban lévő, a téma megértését segítő illusztráció, érdekes leírásokkal, feladatokkal (foglalkoztató füzet)

3 pont: minden elemében esztétikus, a szöveggel összhangban lévő, a téma megértését segítő illusztráció, a foglalkoztató füzetben érdekes feladatokkal

#### 7.8 A tanösvény hossza, útvonalkombinációk

0 pont: a tanösvény rövidebb, mint 200 m, vagy 10 km-nél hosszabb, letérők és rövidítés nélkül (kerékpáros esetében 500 méternél kisebb, 30 km-nél hosszabb)

1 pont: az útvonal hossza megfelelő, de nincs alternatív útvonal (rövidítés vagy bővebb tartalom)

2 pont: az útvonal hossza megfelelő, van rövidítési vagy programgazdagító alternatív útvonal

3 pont: az útvonal hossza megfelelő, van rövidítési és programgazdagító alternatív útvonal

#### 7.9 A terület értékben való gazdagsága

POI (Point of Interest) Érdekes pont: látványos, érdekes tájlemnek minősül az a hely, ahol kőzettani, felszínalaktani, víztani, talajtani, növénytani, állattani vagy kultúrtörténeti érdekesség figyelhető meg, ahonnan szép kilátás nyílik.

1 pont: Ha a POI-k száma < 10

2 pont: 10 < POI-k száma < 15

3 pont: POI-k száma ≥ 15

## 9. Családbarát infrastruktúra

### 8.1 A tanösvény családbarát jellege

*A gyermek- és családbarát infrastruktúra elemei tanösvényeken (a lista bővíthető):*

▪ a kisgyermekek számára is érhető, rajzos információk találhatóak;	
▪ van kifejezetten gyermekek számára szóló bemutatórész;	
▪ a gyermekeknek szóló ismeretek, számukra érthető módon a gyermekek szemmagasságában vannak elhelyezve;	
▪ a tanösvény indító- vagy utolsó táblájánál legalább egy kültéri játék van;	
▪ útközben játékos elemek is találhatóak;	
▪ egyéb gyermek- és családbarát elem alkalmazása.	



*0 pont:* nincs családbarát elem a tanösvényhez kapcsolódóan

*1 pont:* egy családbarát elem található

*2 pont:* két családbarát elem is megtalálható

*3 pont:* három vagy annál több családbarát elem található meg a tanösvényen

## 7.5 Online kérdőív

### Természetvédelmi bemutatóhelyek látogatása

A kérdőív a természetvédelmi bemutatóhelyek látogatóbarát fejlesztését szolgálja. Kitöltése 5-10 percet vesz igénybe. Az eredményeket az országos ökoturizmus fejlesztési stratégia megvalósításának keretén belül használjuk fel, látogató- és családbarát fejlesztések érdekében.

Közreműködését köszönjük!

Észrevételeit, kérdéseit az [epenzes@almos.uni-pannon.hu](mailto:epenzes@almos.uni-pannon.hu) címre írja.

30 kérdés van ebben a kérdőívben

### Általános adatok

**1 Életkora** \* Kérem, írja ide a választát:

**2 Neme** \*

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Nő
- Férfi

**3 Lakóhelyének irányítószáma** Kérem, írja ide a választát:

**4 Kivel szokott utazni leginkább?** \*

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Egyedül
- Családdal
- Barátokkal, baráti körrel vagy klubtársakkal
- A párommal
- Osztálykiránduláson az osztálytársakkal
- Nem szoktam utazni
- Egyéb

### Látogatás bemutatóhelyeken

**5 Járt-e már természetvédelmi bemutatóhelyen?** \*

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Igen, biztosan
- Nem vettem észre, vagy nem emlékszem, vagy nem tudok róla

- Biztosan nem
- Egyéb

Természetvédelmi bemutatóhelyek közé tartoznak a természeti témájú kiállítások, nemzeti parki látogatóközpontok és fogadóhelyek, oktatóközpontok, ahol tematikus vagy a területet bemutató kiállítás található, információ szerezhető. Ide sorolhatóak a tanösvények is, valamint a nemzeti park-igazgatóságok által működtetett kiállítóhelyek, tájházak, farmok, erdei iskolák.

**6 A következőkben a "bemutatóhely"-et "kiállítás"-t értelmezze általánosan, nem feltétlenül a természeti bemutatóhelyekre vonatkozóan.**

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- tovább

**Utazási szokások (azoknak, akik már jártak természetvédelmi bemutatóhelyen)**

**7 Milyen gyakran látogatott ilyen helyet az elmúlt évben? \***

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Nagyon gyakran, egy hónapban többször is
- Gyakran, havonta kb. egyszer
- Ritkábban, csak ha ilyen hely közelében jártunk
- Nagyon ritkán, egy-két alkalommal

**8 Milyen bemutatóhelyen járt már? Ha már nagyon sok helyen járt, akkor ide a legutóbbi 3 helyet írja, vagy azt a hármat, amelyik a legemlékezetesebb volt.**

Kérem, írja ide a válaszait:

**9 Mi a véleménye ezekről a meglátogatott bemutatóhelyekről?**

Kérem, válasszon ki **mindent**, ami érvényes:

- Érdekes, kifejezetten szórakoztató
- Nekem, mint természettudományi érdeklődésűnek érdekes, másnak lehet, hogy nem
- Semmi különös, a szokásos kiállítás, tárgyakkal, képekkel
- Unalmas
- Egyéb:

Csak legfeljebb 3 lehetséges választ jelöljön be.

**10 Mi az ami tetszett? \***

Kérem, írja ide a válaszát:

**11 Mi az ami nem tetszett bennük (benne)? \***

Kérem, írja ide a válaszát:

**Amennyiben nem járt még természetvédelmi bemutatóhelyen:**

**12 Miért nem járt még természetvédelmi bemutatóhelyeken?**

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Nem érdekelnek a természetvédelmi bemutatóhelyek
- Nem tudtam, hogy ilyen is van
- Nem szoktam utazni
- Lehet, hogy voltam, de nem tudom, hogy az bemutatóhely volt-e

**13 Ha tudná, hogy vannak ilyenek a lakóhelye közelében (vagy bárhol az országban), meglátogatná ezeket? \***

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Igen, biztosan
- Ha közel van
- Esetleg
- Nem

**14 Hazai utazásai előtt hol tájékozódik a meglátogatni kívánt helyről? \***

Kérem, számozza be az összes dobozt a választási sorrendjének megfelelően 1-től eddig: 7

Ismerőseim ajánlják

Interneten keresgélek

A helyszínen szórólapokból

A helyszínen információs táblák segítségével/helyiek megkérdezésével

Tourinform irodákban

Rádióreklám- vagy műsorból

Televíziós műsorok alapján

**15 Előfordult már, hogy odament egy természetvédelmi bemutatóhelyre, és az zárva volt? (csak azok számára, akik már jártak bemutatóhelyen)**

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Nem
- Igen, hétközben és hétvégén is
- Igen, hétközben
- Igen, hétvégén
- Egyéb

**16 Milyen hónapban volt ez? \***

Kérem, írja ide a választ:

Több hónapot is odaírhat

**17 Előfordult, hogy egy ilyen bemutatóhelyen nem volt elérhető valamilyen szolgáltatás?**

Kérem, válasszon ki **mindent**, ami érvényes:

- Mindig minden elérhető volt
- Szakvezetés nem volt, vagy csak előtte bejelentkezetteknek
- A meghirdetett program nem volt
- A kiállításnak csak egy része volt meg
- Odamentünk, és nem is volt ott semmilyen látnivaló
- A madárlesről nem láttunk madarat
- Gyerekeknek nem volt érdekes a hely
- A büfé vagy ajándékbolt nem volt nyitva
- Egyéb:

**18 Mikor látogatná gyakrabban ezeket a helyeket? \***

Kérem, válasszon ki **mindent**, ami érvényes:

- Ha érdekes, látványos kiállítás vagy tanösvény lenne
- Ha olcsóbb lenne
- Ha a gyerekeknek is érdekes lenne
- Ha szórakoztatóbb lenne
- Egyéb:

Csak legfeljebb 3 választ jelöljön be.

**19 Ön mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? 1: egyáltalán nem értek egyet 2: inkább nem értek egyet 3: néha igaz, néha nem 4: inkább egyetértek 5: teljesen egyetértek \***

**(Csak azoknak, akiknek a válasza az volt: 'Nagyon gyakran, egy hónapban többször is' vagy 'Gyakran, havonta kb. egyszer' a Milyen gyakran látogatott ilyen helyet az elmúlt évben? Kérdésre)**

Kérem, jelöljön meg egy megfelelő választ minden felsorolt elem számára:

	1	2	3	4	5
A természetvédelmi bemutatóhelyeken mindig ugyanazt találom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A természetvédelmi bemutatóhelyek hasonlóak a hazai múzeumokhoz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A bemutatóhelyeinek táblái sokszor érthetetlenek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A természetvédelmi bemutatóhelyeinek kiállításai mindenki számára érdekesek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A természetvédelmi bemutatóhelyeken mindig van valami érdekes látnivaló	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Sokszor csalódom ezekben a kiállításokban és helyekben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sok nagyon jó kiállítóhely van, de vannak nagyon unalmasak is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ha lenne szakvezetés, igénybe venném	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A természeti bemutatóhelyeken mindig mindent megnézek, elolvasok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20 Milyen bemutatási formát kedvel a legjobban? Csak legfeljebb 2 választ jelöljön meg. \*

Kérem, válasszon ki **mindent**, ami érvényes:

- Szeretem, ha van szakvezetés vagy tárlatvezetés, az előszóban előadott dolgok általában érdekesek
- Ha lehet választani, inkább magam olvasgatom a tájékoztató táblákat, képaláírást
- Leginkább azt szeretem, ha saját magam fedezhetem fel a kiállítást, a bemutatott dolgokat, de ez is csak akkor érdekel, ha valamivel lekötik a figyelmem
- Kedvelem az technikai eszközöket, az érintőképernyőt, a modern megoldásokat
- Nem járok múzeumba, kiállítóhelyekre
- Vezetőfüzettel magam járom be a kiállítást
- Bérelhető hangos vezetéssel (audioguide) szeretem bejárni a kiállításokat, jó lenne, ha itthon is lenne ilyen
- Palmtopra, PDA-ra letölthető tájékoztató anyagok segítségével szeretném a kiállításokat bejárni
- Egyéb:

### Szolgáltatások

21 Milyen ökoturisztikai szolgáltatást vett már igénybe az alábbiak közül? \*

Kérem, válasszon ki **mindent**, ami érvényes:

- Szakvezetés terepen
- Tárlatvezetés
- Kerékpárölszöngés
- Fotóstúra-szakvezetés
- Filmvetítés
- Egyik sem
- Egyéb:

22 Ha nem vett igénybe szakvezetést, mi volt az oka? \*

Kérem, válasszon ki **mindent**, ami érvényes:

- Nem volt ilyen szolgáltatás
- Előre kellett bejelentkezni
- Drága volt
- Hosszú volt, nem akartunk ennyi időt ott tölteni
- Nem érdekelnek ilyen mélységben a természeti helyek

- A gyerekeink nem türelmesek még ezt végighallgatni
- Nem tudom, hogy mi az a szakvezetés
- Egyéb:

**Családdal utazók számára, akik nem vettek igénybe szakvezetést:**

**23 [Ha lenne kifejezetten gyerekeknek szóló játékos és rövid szakvezetés, igénybe vennék? \***

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Igen
- Nem
- Talán

**24 Hogyan viszonyul a játékos, interaktív kiállításokhoz? - Ahol mindent meg lehet fogni, rejtvények és feladványok vannak, és ahol aktívan részt kell venni a kiállítás megtekintésében, stb. \***

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Nagyon szeretem az ilyeneket felnőtt létemre is, keresem is az ilyen helyeket
- Ha olyan a hangulatom, akkor részt veszek benne
- Ritkán veszek részt ilyenben, inkább meghagyom a gyerekeknek
- Jó ötlet, de inkább játsszanak a gyerekek, én nem veszek részt benne
- Egyéb

**25 Az alábbiak közül melyik bemutatási formát mennyire kedveli? 1: Nem kedvelem 2: nem igazán kedvelem 3: nincs határozott elképzelésem a kedveléséről 4: kissé kedvelem 5: nagyon kedvelem\***

Kérem, jelöljön meg egy megfelelő választ minden felsorolt elem számára:

	1	2	3	4	5
Szokásos tárlatvezetés, szakvezetés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bérelhető hangos vezetés (audioguide)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tárgyak, dolgok, képek kiállítva, aláírás alatta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Érintőképernyő, hangokkal, sok információval	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingyenes (kiállítás)vezető füzet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Részletes, vásárolható (kiállítás)vezető füzet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szokásostól eltérő, interaktív szakvezetés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ha hozzá lehet nyúlni a kiállított tárgyakhoz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foglalkoztató füzet rejtvényekkel, kérdésekkel, feladatokkal, amihez nekem kell megtalálni a választ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1 2 3 4 5

Valamilyen mozgatást igénylő tárlók (forgatni kell valamit, hogy látszódjon a megfejtés, vagy felemelni a tetejét, stb.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diavetítés, diaporáma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hagyományos filmvetítés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3D-s filmvetítés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sok technikai "kütyü"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terepasztal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDA-ra letölthető tájékoztató, kiállítás- és kirándulásvezető anyag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26 Hogyan befolyásolják egy bemutatóhely megtekintése után az elégedettségét az alábbiak:

(1: egyáltalán nem fontos 2: kissé fontos 3: számít, de nem nagyon 4: eléggé fontos 5: nagyon fontos)

Kérem, jelöljön meg egy megfelelő választ minden felsorolt elem számára:

1 2 3 4 5

Van elég mosdó, toilett	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiszta a vizesblokk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Van szeméttároló	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olcsó	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Büfé, vendéglátóhely van	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ár/érték arány megfelelő	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Érdekes a látnivaló	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sokat lehet szórakozni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A gyerekeim elégedettek, lekötik őket a látottak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Különleges dolgot lássak, amit még máshol nem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Legalább az várjon, amit elvártam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ne kelljen sokat gyalogolni a járműtől	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ne legyenek ott sokan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajándékbolt van	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zöld vagy helyi terméket árusító ajándékbolt van	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Környezetbarát megoldások vannak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Családbarát szolgáltatások azoknak, akik családdal utaznak

27 Mit jelent önnek a "családbarát" bemutatóhely, kiállítás, szolgáltatás? Mennyire tartja fontosnak az alábbiak meglétét? 1: nem fontos 2: kis mértékben számít 3: számít 4: eléggé számít 5: nagyon fontos, alapvető\*

Kérem, jelöljön meg egy megfelelő választ minden felsorolt elem számára:

	1	2	3	4	5
Pelenkázóhely biztosított	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gyereksarok gyurmával, festő- vagy rajzeszközzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gyermekanimátor szolgáltatás megléte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Játszótér (kültéri vagy beltéri)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A gyermekeknek kedvezményes, vagy ingyenes szolgáltatások	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Megfoghadják a gyerekek a kiállított dolgokat (vagy legalábbis néhányat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A gyerekek számára is szól a kiállítás, rajzokkal, alacsonyan elhelyezett dolgokkal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Van tévésarok rajzfilmmel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tisztaság, rendezettség	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konnektorok védelme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Balesetveszélyes helyek nincsenek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1: nem fontos 2: kis mértékben számít 3: számít 4: eléggé számít 5: nagyon fontos, alapvető

28 Az Ön által meglátogatott természetvédelmi bemutatóhelyek családbarát jellegűek voltak?  
\*

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Rangsoroljon egytől ötig, 1: egyáltalán nem 5: teljes mértékben

29 Hány évesek a gyerekeik?

Kérem, írja ide a válaszait:

- 1:
- 2:



- 3:
- 4:
- 5:
- 6:

**30 Az alábbiak közül melyik illik Önre leginkább? \***

Kérem, válasszon **egy**et az alábbiak közül:

- Természetimádó, természetjáró, akit majdnem minden természettel kapcsolatos látnivaló érdekel
- Természetet is kedvelő utazó, akit érdekelnek a természeti vonzerők is, szívesen utazom el akár csak emiatt is
- Természetet is kedvelő utazó, aki ha éppen arra jár, megnéz egy természeti bemutatóhelyet is
- Természetet is kedvelő utazó, akit inkább csak a nagyobb jelentőségű és látványos bemutatóhelyeket látogatja
- Ritkán járok a természetben
- Szinte sohasem járok a természetben
- Egyéb

Köszönjük, hogy kitöltötte a kérdőívet.

## 8. Irodalom

- ARAMBERRI, J. 2005: The Host Should Get Lost. Paradigms in the Tourism Theory. Annals of Tourism Research Vol. 28 Nr. 3., Pergamon
- BECK, L. – CABLE, T. (1998): Interpretation for the 21th century. Fifteen guiding principles for interpreting nature and culture. Sagamore Publishing, Champaign, IL. USA
- CSIGÓ PÉTER: Késő modernitás és individualizáció
- FORMÁDI K., PÉNZES E. (2009): *Az interpretáció szerepe a magyarországi ökoturizmus stratégiában*. III. Országos Turisztikai Konferencia kiadványa, Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 2008. szeptember 25-26.
- HANIS Szonja (2008): Magyarország ökoturisztikai lehetőségeinek bemutatása egy fiktív tour-operátoron keresztül. Szakdolgozat, Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék
- JANCSIK, A. (2007): A versenyképesség és annak fejlesztési lehetőségei turisztikai célterületeken. In: Kovács Z. – Szabó L. : Menedzsment technikák a 21. században Pannon Egyetem, Veszprém
- Kiss G. (szerk.) (2007): Tanösvények tervezése – módszertani útmutató. Bükki Nemzeti Park Igazgatóság, Eger
- KISS K. (2008): *A zöldturizmus éve*. Beszámoló az MT Zrt. 2007-es kampányéről. Sajtóanyag, 2008. március 20. Budapest
- MAYER P. – FORMÁDI K. (2007): A turizmus társadalmi-gazdasági alapjai. Főiskolai jegyzet – kézirat, Pannon Egyetem, Veszprém
- MITCHELL, R. (1998): *Learning Through Play and Pleasure Travel: Using Play Literature to Enhance Research into Touristic Learning* In: Current Issues in Tourism, Vol. 1, No. 2, 1998, p. 177.
- O'RIORDAN, T., SHADRAKE, A. AND WOOD, C. (1989): *Interpretation, participation and national park planning*. In: D. Uzzell (szerk.) Heritage Interpretation – the Natural and Built Environment. London: Belhaven.
- PACKER, J. – BALLANTYNE, R. (2004): Is Educational Leisure A Contradiction in Terms? Exploring the Synergy of Education and Entertainment. In: Annals of Leisure Research, Vol. 7 No. 1, p. 55.
- PACKER, J. (2008): Beyond learning: Exploring visitors' perceptions of the value and benefits of museum experiences. In: Curator: The Museum Journal, Vol. 51. No. 1. p.33
- PORTER, M. 1990: Competitive Advantage of Nations, Free Press, New York
- PUCZKÓ L. - RÁTZ T. (2002) Az attrakciótól az élményig. Geomédia Kiadó, Budapest
- Schulze, Gerhard (2000): *Élménytársadalom - A jelenkor kultúrszociológiája* In.: Szociológiai Figyelő 2000/1-2 135-157 o.
- SEATON, A.W – BENNETT M. N. (2000) Marketing tourism products, Thomson Learning London, p. 132.
- SHARPE, G.W. (1982): *An overview of interpretation*. In: G.W. Sharpe (szerk.): Interpreting the Environment. New York: Wiley. pp. 2–27
- TILDEN, F. (1957): Interpreting our Heritage, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, USA
- TURLEY, SOPHIE K. (1999): Conservation and Tourism in Traditional UK Zoos. In: The Journal of tourism studies, Vol. 10, No. 2, pp. 2-13.

URRY, J. (1995): *Consuming places* Routledge London & New York

VINICZAINÉ CSÁKVÁRI TÜNDE (2009): Utazzunk bátran gyermekeinkkel! – avagy megoldások a megbízható baba-, és családbarát szolgáltatásokkal teli családi utazásokra, szakdolgozat, Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék

WEIR, J. – WHITE, P. (1991): Dartmoor Area Tourism Development Action Programme – Interpretation strategy. Dartmoor National Park Authority