

---

# A KULTURÁLIS TURIZMUS FELLEGVÁRA: TOSCANA

Matesz Krisztina<sup>1</sup>

## 1. BEVEZETÉS

Ezen tanulmány célja, hogy betekintést nyújtson egy olaszországi régió, Toscana idegenforgalmi helyzetébe. Munkámban rá szeretnék világítani e terület főbb adottságaira, sikereire és ezek okaira, hiszen egy olyan európai tartományról van szó, ahol a kulturális turizmus virágzik, így kitűnő minta lehet egy feljövőben lévő magyarországi idegenforgalmi régió számára is. Toscana természet földrajzilag három szóval jellemezhető: tenger, dombok, hegyek. Véleményem szerint azonban legnagyobb értéke a kulturális emlékeiben, hagyományaiban keresendő, melyek a régmúlt után érdeklődő, hagyománytisztelő ember számára kincset jelentenek. Legfőbb adottságai közé olyan nagy múltú városok tartoznak, mint Pisa, Siena, Firenze, és a középkor „Manhattanjének” számító San Gimignano. A területen látható művészettörténeti alkotások, ritkaságok a régió sikereinek alapját képezik. Mindezeket kiegészítik a tradicionális rendezvények, a változatos kulináris élményeket nyújtó bor és gasztronómia. E hely utánozhatatlan hangulatát kettőssége adja: a vidékies atmoszféra a nyugalmat, a nagyvárosi pezsgés a hely dinamizmusát biztosítja.

## 2. TOSCANA ÁLTALÁNOS JELLEMZÉSE

Olaszország az Európai Unión belül egy olyan tagország, amelyik örökségét, kulturális viszonyait vizsgálva az egyik legváltozatosabb terület. Regionálisan tanulmányozva azonban már igen szembetűnők a gazdasági különbségek. A klasszikus észak-dél ellentéte napjainkra már csak múlt időben említhető, a területi különbözőségek léteznek ugyan, de mára e kétarcú földrajzi modell megbomlani látszik. A hetvenes évektől fejlődésnek induló néhány köztes régióval új, de adottságait nézve nem egységes részek kerültek be az olasz gazdaság rendszerébe (HORVÁTH Gy. 1998). Ezzel a folyamattal az ország regionális tagozódása három- vagy négypólusú lett, hiszen az állam középső és északkeleti részén három régió – Toscana, Veneto, Emilia-Romagna – dinamikus gazdasági fejlődésével vívta ki magának a figyelmet. Ennek eredményeképpen e terület külön elnevezést kapott: „Harmadik Olaszország”. Ezek a vidékek átmenetet mutatnak az iparosodott északnyugat és a gazdaságilag elmaradott Dél között. 1950-90 közötti időszakban a mezőgazdasági foglalkoztatottak

---

<sup>1</sup>Matesz Krisztina doktorandusz - PTE Földrajzi Intézet Földtudományok Doktori Iskola

háromnegyede a városokba költözött. Ma ők adják a prosperáló kisvállalkozások alapját. Összességében e régiók a helyi adottságoknak, az alulról jövő kezdeményezéseknek, az üzleti szellemnek, a kis- és középvállalkozói rétegnek, a magasan kvalifikált munkaerőnek és a jó közlekedési viszonyoknak köszönhetik gyors felemelkedésüket (NAGLE, G. – SPENCER, K. 1999).

Toscana a középső országrész északnyugati felén, a Tírrén-tenger partján fekvő Maremma-vidék, az Apuáni-Alpok, az Appenninek vonulata és a Monte Amiata által közrezárt dombvidék. Legjelentősebb folyója az Arno. Kilenc tartományból áll: Massa-Carrara, Lucca, Pistoia, Firenze, Livorno, Pisa, Arezzo, Siena, Grosseto. A régió központja Firenze, területe 22 997 km<sup>2</sup>, lakóinak száma 3 504 800, népsűrűsége 152 fő/km<sup>2</sup> (1. ábra).



1. ábra. Toszkána

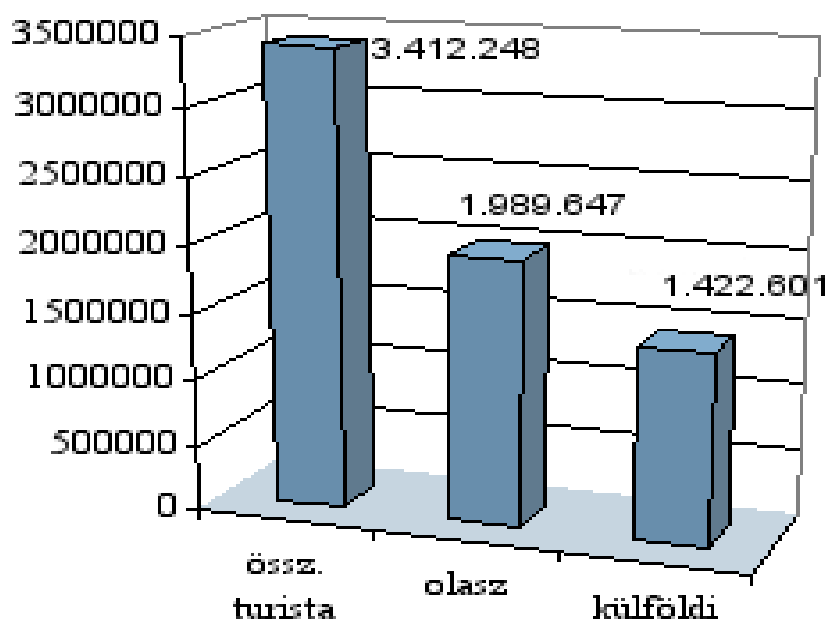
Forrás: [www.informagiovani-italia.com/map\\_of\\_tuscany.htm](http://www.informagiovani-italia.com/map_of_tuscany.htm)

Toscana az a táj, amely tükrözi Itália egészének jellegét, hiszen dombságok, hegyvidékek és a tenger szövevénye ez a rész, amelyet tovább színesítenek a gyakorta felbukkanó olajfaligetek és szőlőültetvények. Itália legjelentősebb művészeti körzetének számít a tartomány, amely két kulturális felvirágzást élt meg. Az első az ókori etruszk civilizációnak köszönhető, majd a középkor utolsó évszázadaiban (XV-XVI. század) következett be a második fénykor. A reneszánsz bölcsőjének számító Firenze, e város legjelentősebb vetélytársa Siena, a „középkor Manhattanjének” is nevezett San Gimignano, valamint Pisa emlékei világszerte ismert és keresett idegenforgalmi célpontok, az etruszk emlékek a régmúlt civilizációk után érdeklődőknek jelentenek különlegességet, aki viszont a kulináris örömök híve remek borokat, ételeket talál itt.

### 3. A KULTURÁLIS TURIZMUS TOSCANÁBAN

Olaszország Franciaország és Spanyolország után Európa legkedveltebb úti célja. Ez komplex kínálatának köszönhető, hiszen a síeléstől a természetjáráson, termálturizmuson, tengerparti pihenésen, művészettörténeti alkotásokon keresztül minden megtalálható. Toscana idegenforgalmi választékát is az előbb említett elemek alkotják, azonban a kulturális turizmus az, ami ezen a területen kiemelkedő. A régió idegenforgalmának kialakulása nem új keletű, már az ókori Róma vezető tisztviselői is felkeresték a toszkán tengerpartot és a gyógyfürdőket.

Véleményem szerint a kulturális turizmusról azt állapíthatjuk meg, hogy alapjában véve három tényező, a művelődés, a hit és a szórakozás a mozgatórugója. Ha ezeket az elemeket vesszük sorba, lefedhetjük az egész tartomány kulturális attrakcióit. Toscana évente közel 3,5 millió turistát fogad, ehhez nagyban hozzájárul az a tény, hogy a gazdag történelmi örökségen túl, olyan nagy művészek alkotásai kereshetők itt fel, mint Giotto, Donatello, Michelangelo (2. ábra).



**2. ábra. Az érkező turisták megoszlása Toszkánában**

Forrás: DODERO, F-SCACCHIERI, N. 2004. in:

[www.rete.toscana.it/sett/turismo/osservatorio/presentazione300604\\_statistica-ppt](http://www.rete.toscana.it/sett/turismo/osservatorio/presentazione300604_statistica-ppt)

A terület őslakói az etruszok voltak, akiket a rómaiak tuscinak, vagy etruscinak neveztek. Tartományuk az Etruria nevet viselte, melynek csak egyes részei esnek a mai Toscana vidékére, a többi területen Umbria és Lazio osztozik. E népcsoport eredete a mai napig nem tisztázott. Hérodotosz szerint a trójai háború után Lydiából menekültek ide, egzotikusabb származásméletnek mondható, mely a Tírrén-tengeri kalózok leszármazottainak tartja őket. A különféle elméleteknél izgalmasabb az az etruszk örökség, ami a képzőművészet, az építészet emlékei által maradtak az utókorra. Néhány fennmaradt lelet megtekinthető a firenzei Museo Archeologikoban. Az etruszok városállamokban, nekropoliszokban éltek, néhány fennmaradt romváros – Populonia, Vetulonia, Volterra – még ma is látogatható. Az etruszk értékek viszonylagos fennmaradása a Maremma-vidék hajdani mocsarainak köszönhető, hiszen a szerencsevadászoknak, sírablóknak megálljt parancsolt az ingoványos térszín.

### 3.1. Városi turizmus

A városlátogató-turizmus többnyire rövidebb (1-2 napos) kirándulás, minek során adott városban a legjellegzetesebb műemlékeket, műalkotásokat tekintik meg a látogatók. Toscana remek lehetőséget biztosít arra, hogy több karakteres várost egy körutazás formájában tekintsék meg az érdeklődők. Az egyik leglátogatottabb itáliai város Pisa, amely igazi fénykorát a középkorban élte, tengerparti városállamként már a IX. században uralta a Földközi-tenger nyugati medencéjének kereskedelmét. Hajdani gazdagságát korai, román stílusú építészeti alkotásai mutatják. Pisa a világörökség városa, a jelképének számító ferde torony (Campanile), a fehér márványból épített dóm ebben az időben épültek. A következő állomás Siena, egy középkori hangulatú város, amely gótikus jellegű több száz éve őrzi, legékesebb bizonyítéka a település legmagasabb pontján emelkedő fekete-fehér márvány dóm. Érdekessége, hogy a belvárost 1959-ben sétálóterré nyilvánították, helyet adva a terület legfontosabb rendezvényeinek, és a várost felkereső turistáknak. A Toscanába látogatóknak nem szabad elmenniük San Gimignano mellett, melyet 15-50 méter magas tornyairól „Olaszország Manhattanjének” neveznek, ezek ma UNESCO védelem alatt állnak. Mivel a tornyok már messziről látszanak, a középkorban gyakran érték rablótámadások az itt élőket, hiszen ezek a hivalkodó építmények a gazdagságot szimbolizálták. A körutazás kihagyhatatlan állomása Firenze, ami a művészettörténet iránt vonzódók Mekkája, „a reneszánsz bölcsője”. Ez a város a legnépszerűbb a turisták körében, szinte állandó ostrom alatt tartják a látogatók. Nehéz pár szóban összefoglalni mindazt, amit Firenze nyújt az ide érkezőknek. A XV. században indult el az irányzat, amely az embert állította középpontba. A városban a prosperáló textilkereskedelem és a bankok nyújtották azokat a gazdasági feltételeket, amelyek a mecénások művészszeretetével párosulva lehetővé tették a reneszánsz kultúra virágzását. Michelangelo híres Dávidjának négy méteres másolata több szobor társágában a Piazza della Signorián áll, eredetije a világörökségek tárházát gazdagítja. A szobrászat alapanyagául szolgáló carrarai fehér márvány Toscanában bányászott alapanyag, ma fontos kiviteli cikke az olasz gazdaságnak. Ez a fajta márvány az ókorban Augusztusz Rómájának szolgált nyersanyagul, ma a tehetősebb arab emírek építkeznek vele. Az Arnón átívelő hídon a Ponte Vecchiön boltok sorakoznak, itt a XVI. században arany- és ezüstművesek tevékenykedtek, a hídon ma is ékszerüzletek sorakoznak. A fentebb említett városokba töménytelen turista érkezik, kül- és belföldiek egyaránt. A kulturális turizmus jelentőségét a szezonmentessége adja, hiszen e városok az év bármely szakában felkereshetők, sőt a városi turizmus hívei legkevésbé – a legfőbb pihenőidőt – a nyarat kedvelik.

### 3.2. Vallási turizmus

Klasszikus értelemben vett vallási turizmusról nem beszélhetünk e tartományban, mert ennek alapvető feltétele egy-egy kegyhely léte és ennek felkeresése. Toscanában ilyen lehetőség nincsen, a látogatóknak be kell érnie a különböző dómok, templomok, kolostorok, kápolnák megtekintésével, azonban aki ezzel nem elégszik meg, lehetősége van elzarándokolni a szomszédos tartománybeli Assisibe, Szent Ferenc születési helyére.

### 3.3. Rendezvényturizmus

A rendezvényturizmus szintén nagy horderejű ezen a területen, szinte minden esetben évszázados hagyományok felidézéséről van szó. A különböző fesztiválok hozzájárulnak régió idegenforgalmának fejlesztéséhez, továbbá a helyi lakosok megismerését, gondolkodásmódjuk megértését, más-ságuk elfogadását segítik elő. Tovább növeli jelentőségüket, hogy az efféle összejövetelek egy más stílusú kultúrát is közvetítenek (TASNÁDI J. 2002). Különböző stílusú rendezvények kereshetők fel Toscanában, sajnos ezeknek egyre kevesebb közük van a hagyományokhoz, sokkal inkább az üzlet-hez. Minden városnak egyéni fesztiválja van, az egyik legszínvonalasabb, legnépszerűbb verseny a sienai palio, amit a középkor óta rendeznek meg. Ez ugyan egy lovas erőpróba, ami nem tartozik a kulturális turizmus tárházába, azonban, ha egy nép hagyományaihoz szorosan kapcsolódik, akkor joggal beszélhetünk róla e helyen is. E népi- vallásos ceremónia a firenzei húsvéthétfő, történelmi játékként kerül megrendezésre Arezzóban a népvándorlás korára emlékező Szaracénviadal.

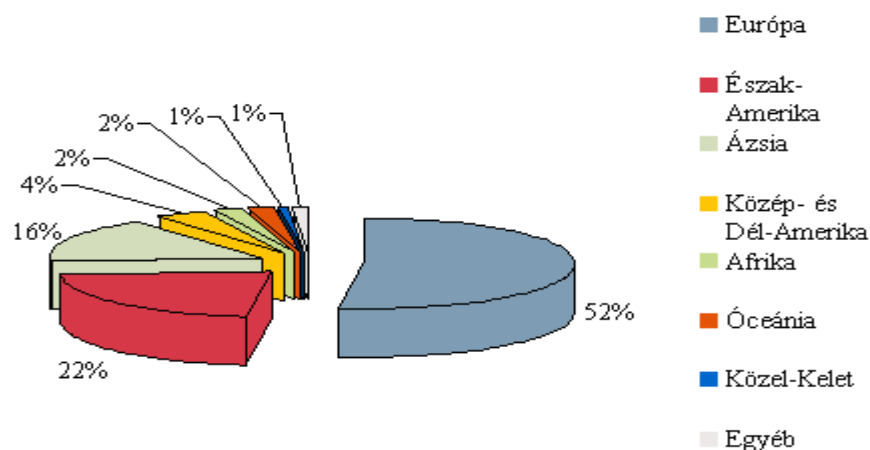
### 3.4. Bor és gasztronómia

A *borturizmus* szükségszerű szereplője az idegenforgalomnak, ami napjainkban virágkorát éri. Néhány komoly bornagyhatalom található Európában, ilyen Franciaország, Olaszország, Spanyolország, de hazánk is egyre jobb minőségű borokkal próbál betörni az európai piacokra. Mindegyik országnak vannak speciális bortermő vidékei és fajtái, Toscana leghíresebb bora a Chianti, ami a Firenze és Siena között elterülő Chianti-dombvidékről kapta a nevét (BODNÁR L, 2000). A szőlőművelést az etruszok kezdték, majd a szerzetesek munkájának köszönhetően folytatódott és népszerű-

sődött. Ennek a borfajtának minőségi kritériumait már 1444-ben szabályozták, a Lega del Chianti szigorúan megjelölte, hogy milyen ismérveknek kell megfelelnie az itt termelt nedűnek. Ennek ellenére rengeteg olyan „hamis” bor jelenik meg a piacokon, amit ezzel a márkajelzéssel látnak el. Azt mondják, ha akkora területű lenne a Chianti-vidék, mint amennyi bort ezzel a névvel adnak el, akkor nagysága Belső-Ázsia pusztáival vetekedne (C. POLI, 1997). Fontos, hogy a híres borvidékeknek ne csak az ital legyen a legfőbb vonzerejük, hanem borkóstolásra alkalmas helyekkel, pincékkel, szálláslehetőséggel, esetleges programokkal színesítsék a vidékre látogató terveit. Ez megint lehetőség arra, hogy a látogató közelebb kerüljön egy másik nép kultúrájához, megismerje szokásaikat, viselkedésüket, esetleg gasztronómiájukat. A hagyományos *toszkán konyha* nem a főtt tésztafélék paradicsoma, sokkal inkább jellemzője, hogy mindig is igazodott a táj adta lehetőségeihez. Toscana a helyben termelt olívaolajáról és juhsajtjáról a leghíresebb, de minden helynek megvan a maga specialitása a haltól a vadételekig, a gombától a szelídgesztenyéig.

## 4. ÖSSZEGRZÉS

Toscana minden művészetszerető, utazni vágyó ember kötelező állomása. Erénye, hogy minden meglévő adottságból működő turisztikai terméket kovácsoltak, továbbá a lakók gondolkodásmódja is elősegítette a turizmus építését, fejlesztését. Nem véletlen, hogy a világ minden részéről turisták ezrei keresik fel (3. ábra).



3. ábra. A külföldi turisták aránya Toszkánában

Forrás: DODERO, F-SCACCHIERI, N. 2004. in:

[www.rete.toscana.it/sett/turismo/osservatorio/presentazione300604\\_statistica-ppt](http://www.rete.toscana.it/sett/turismo/osservatorio/presentazione300604_statistica-ppt)

Az olasz példa mindenképpen kitűnő minta lehet az idegenforgalom fejlesztésében a hazai régióknak is, hiszen napjainkban a tengerparti turizmus mellett növekszik az igény a kulturális értékek megismerése iránt (AUBERT A. 2002).

## 5. FELHASZNÁLT IRODALOM

- AUBERT A. 2002. *A turizmus földrajza*. In: Tóth J. szerk. Általános társadalomföldrajz II. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, pp. 143-160.
- BODNÁR L. 2000. *A turizmus földrajzi alapjai*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Eger – Budapest, p. 321
- C, POLI. 1997. *Toszkána*. Gabo Kiadó, Budapest, p. 136
- DODERO, F-SCACCHIERI, N. 2004. *Regione Toscana – Settore Statistica* in: [www.rete.toscana.it/sett/turismo/osseatorio/presentazione300604\\_statistica.ppt](http://www.rete.toscana.it/sett/turismo/osseatorio/presentazione300604_statistica.ppt)
- G, NAGLE – K, SPENCER 1999. *Az Európai Unió földrajza*. Holnap Kiadó, Budapest, p. 156
- HORVÁTH A. 1999. *Turizmus a kultúrában: (kultúra a turizmusban)*. Magyar Művelődési Intézet, Budapest, p. 149
- HORVÁTH GY. 1993. *Régiók és városok az olasz modernizációban*. MTA RKK, Pécs, p. 384
- J, TAVERNE. 1999. *Toscana*. Vince Kiadó, Budapest, p. 159
- KASPAR, C. 1992. *Turisztikai alapismeretek*, KIT, Budapest, p. 157
- LENGYEL M. 2004. *A turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Budapest, p. 525
- MICHALKÓ G. 1999. *A városi turizmus elmélete és gyakorlata*. Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutató Intézet, Budapest.
- MUNDRUCZÓ GY. – STONE, G. 1996. *Turizmus elmélet és gyakorlat*. Közigazgatási és Jogi Könyvkiadó, Budapest, p. 193
- PUCZKÓ L – RÁTZ T. 2002. *A turizmus hatásai*. Aula Kiadó, Budapest, p. 490



- SZABÓ P. 2002. *Észak, Dél, Harmadik Olaszország és társai – Makroregionális tagozódás Olaszországban* In: Jakobi Á. (szerk) Regionális értékelő és kvantitatív analízisek. ELTE Regionális Földrajzi Tanszék, Budapest, pp. 39-77.
- SÁRFALVI B. 1994. *Olaszország*. In: Probáld F. (szerk) Európa regionális földrajza. Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Budapest, pp. 274-298.
- T, VESER. 1997. *Az emberiség kincsei – Világörökségünk*. Officina Nova, Budapest, p. 264
- TASNÁDI J. 2002. *A turizmus rendszere*. Aula Kiadó, Budapest, p. 281
- [www.toscana.it](http://www.toscana.it)
- [www.rete.toscana.it/sett/turismo/osservatorio/presentazione300604\\_statistica-ppt](http://www.rete.toscana.it/sett/turismo/osservatorio/presentazione300604_statistica-ppt)