BARBORSKÁ CESTA – NOVÝ PRODUKT CESTOVNÉHO RUCHU?

Bohuslava Gregorová

Abstract

“Barborská cesta” is a new project by the association called Terra Montanae. It aims to conceptually unify the territory of central Slovakia, which is characteristic for its mining history and unique natural, cultural and historical potential. As a new tourism product, the project is designed to deliver a comprehensive visitor’s experience. Given the accent on the tradition of mining history and cultural heritage associated with it, “Barborská cesta” could be included amongst the so-called ‘Cultural Routes’.

Keywords: cultural tourism, cultural routes, cultural heritage, tourism product, Barborská cesta

Úvod

Slovensko sa vďaka svojej centrálnej polohe v Európe stalo križovatkou obchodných a kultúrnych trás i politických záujmov, čo sa prejavilo aj v jeho kultúrnom bohatstve. Proces formovania samotnej kultúry sa dial na pozadí stredoeurópskych dejín a v súčinnosti s tradíciami etník, ktoré na našom území pôsobili. Tieto faktory sa spolu s reliéfom podieľali na vnútornej diferenciácii územia, ktorá sa odráža nielen v pestrých zvyklostiach, ale aj v osobitostiach kultúrno-historických pamiatok.

Takáto regionálna špecifickosť a variabilita spolu s hmotným historickým dedičstvom predurčuje územie Slovenska na rozvoj kultúrneho cestovného ruchu, ktorý sa v ostatných rokoch teší stále väčšej obľube v radoch turistov. Exploatácia hodnôt kultúrnej krajiny, ktorá má navyše dlhú historickú tradíciu, sa musí diať bez toho, aby sa narušil jej kultúrno-historický potenciál. Prijateľnú formu využitia takéhoto potenciálu predstavujú kultúrne trasy, ktoré sa budujú s cieľom ochrany a obnovy kultúrneho dedičstva a zároveň aj s cieľom jeho sprístupnenia návštevníkom.

Teoreticko-metodologický rámec výskumu

Kultúrne trasy reflektujú vzťah medzi kultúrou a cestovným ruchom, pričom ich tvorba môže osobitným spôsobom vplývať na rozvoj regiónu, obnovu jeho historického dedičstva a okrem ekonomického prínosu je nezanedbateľný aj ich sociálny rozmer v zmysle budovania kultúrnej identity, povedomia a hrdosti.

Našou ambíciou je popísať problematiku kultúrnych trás, poukázať na

historické súvislosti ich vzniku a predstaviť niektoré kultúrne či tematické trasy na Slovensku. Naším cieľom je zároveň analyzovať podmienky konštituovania novej kultúrnej trasy s názvom Barborská cesta, charakterizovať ju, ako aj zhodnotiť predpoklady jej transformácie do podoby nového produktu cestovného ruchu. Samotnému obsahu výskumu je prispôbený aj výber metodických nástrojov, pričom za bazálnu metódu považujeme štúdium a analýzu dostupných materiálov (vedecké štúdie, pracovné materiály združení participujúcich na tvorbe projektu Barborskej cesty). Súčasťou výskumných nástrojov boli aj sociologické metódy, najmä rozhovory s predstaviteľmi združení a zároveň aj účasť na workshope dňa 11.6.2014, kde bola predstavená základná myšlienka a obsahová náplň projektu budovania kultúrnej trasy. Z hľadiska verifikácie zistených skutočností má nezastupiteľnú funkciu terénny výskum, ktorý spolu s kartografickými a grafickými metódami umožňuje transformovať realitu do vizuálnej podoby.

Kultúrny cestovný ruch a kultúrne trasy

Ak kultúru chápeme ako súhrn duchovných a materiálnych hodnôt spoločnosti, vytvorených v priebehu jej vývoja, potom kultúrny cestovný ruch predstavuje taký druh cestovného ruchu, ktorého úlohou je uspokojovať duševné potreby ľudí prostredníctvom poznávania týchto hodnôt, kultúrneho dedičstva a spôsobu života autochtónnych obyvateľov navštívených cieľových miest.

Kultúrny cestovný ruch zvyšuje kultúrnu, spoločenskú i odbornú rozhľadenosť a často sa kombinuje s inými druhmi cestovného ruchu, napr. s kúpeľným, rekreačným alebo kongresovým cestovným ruchom (upravené podľa Gúčík a kol., 2006).

Práve tieto druhy cestovného ruchu sa v mnohých rozvojových stratégiách považujú na Slovensku za prioritne ťažiskové, spolu s mestským cestovným ruchom, letným a zimným cestovným ruchom, ako aj vidieckym cestovným ruchom a agroturistikou.

Kultúrny cestovný ruch môže mať primárnu i sekundárnu formu. V prvom prípade sa jedná o účasť na kultúrnom podujatí či kultúrnej udalosti, zatiaľ čo v druhom ide o návštevu kultúrnych pamätihodností a prehliadkových expozícií (Orieška, 2001). Kultúrno-historické pamiatky predstavujú objekty intenzívnej krátkodobej návštevnosti, preto vzniká potreba ich lineárneho alebo uzavretého prepojenia, smerujúceho k udržaniu návštevníka čo najdlhšie v danom regióne. Jednou z foriem takéhoto prepojenia môže byť aj kultúrna trasa.

Pojem samotný sa v cestovnom ruchu začal používať v 90. rokoch 20. stor. a súvisel s iniciatívou Kultúrneho výboru Rady Európy, ktorý predložil na schválenie rezolúciu o kultúrnych trasách s cieľom stanoviť kritériá smerujúce k ochrane európskeho kultúrneho dedičstva.

Podľa definície UNESCO tvoria kultúrnú trasu konkrétne prvky, ktorých kultúrny význam vyplýva z výmen a kontaktov medzi krajinami i regiónmi a ktoré

ilustrujú pohyb a činnosti pozdĺž trasy v čase a priestore (Kalousková, 2004). Úlohou kultúrnych trás je spoznávanie ciest, ktorými migrovali ľudia a idey, ako aj ďalšie umelecké, filozofické a religiózne fenomény (Gúčík a kol., 2006). Každá kultúrna trasa je charakteristická viacerými znakmi, ako je napr. jej priestorové a historické využívanie, alebo súčasné kultúrne i duchovné možnosti použitia.

Stručná história vzniku kultúrnych trás

Problematika chápania hodnôt kultúrneho dedičstva a jeho využitia na rozvoj cestovného ruchu vyústila v roku 1987 do vzniku projektu Program kultúrnych trás. Vtedy sa stanovili kritériá prispievajúce k trvalo udržateľnému užívaniu európskeho kultúrneho dedičstva, a to na báze vzájomného spoznávania i ochrany hodnôt identity jednotlivých európskych krajín. Zároveň sa oživila tradícia známych ciest, po ktorých v stredoveku smerovali pútnici z celej Európy do španielskeho Santiago de Compostela (Kosová, 2001), čím vznikla prvá európska kultúrna trasa.

História putovania do Santiaga siaha až do 9. stor., pričom je táto lokalita spojená s kultom sv. Jakuba. V nasledujúcom období jeho hrob navštevovalo množstvo pútnikov, a tak sa v 12. stor. pápežská kúria rozhodla uznať toto miesto za oficiálne. Po Jeruzaleme i Ríme sa stalo jedným z troch najdôležitejších pútnických miest kresťanského sveta. Symbolom pútnikov bola mušľa sv. Jakuba (Jackowski, 2003) a pútnické trasy smerujúce do Santiaga siahali až do strednej Európy (mapa 1).

Následne Rada Európy v spolupráci s Luxemburským kniežactvom zriadila Európsky inštitút kultúrnych trás, ktorý je zodpovedný za posudzovanie návrhov nových ciest, poskytovanie odbornej pomoci a koordináciu sietí. V súčasnosti existuje 40 európskych kultúrnych trás (tab. 1), ktoré sú kategorizované na hlavné kultúrne trasy, kultúrne trasy Rady Európy a kultúrne trasy v rámci Rady Európy (Orzechowska-Kowalska, 2003).

Kultúrne trasy na Slovensku

Z hľadiska kategorizácie Rada Európy vymedzuje 4 základné typy kultúrnych trás. Sú to jednak **historické cesty** (pútnické, námorné i pozemné obchodné trasy), **okružné cesty a trasy** (charakteristické spoločným ľudským, kultúrnym, geografickým a ekonomickým rozmerom lokalít), **geografické siete** (predstavujúce zoskupenie miest s podobným historickým vývojom) a **kultúrne siete** (tvorené zoskupením miest s rovnakým kultúrnym prejavom v minulosti i súčasnosti).

Mapa 1: Pútnické trasy do Santiago de Compostela

Map 1: Pilgrim routes to Santiago de Compostela

Zdroj: Jackowski, 2003

Tab. 1: Prehľad európskych kultúrnych trás

Table 1: List of European cultural routes

Názov trasy	Názov trasy
Pútnická cesta do Santiago de Compostela	Cesta sv. Olafa
Hansovná cesta	Hodvábne cesty
Cesta Heinricha Schickhardta	Barokové cesty
Cesta Vikingov	Kláštorné cesty
Cesta „Via Francigena“	Keltské cesty
Opevnené vojenské stavby v Európe	Cesty po parkoch a záhradách
Odkaz Al-Andalúzskej cesty	Európske mestá z objavných ciest
Mozartove cesty	Žijúce umenie, európska identita
Cesty Féničanov	Cigánska cesta
Železná cesta v Európe	Cesty humanizmu
Európska cesta Židovského dedičstva	Cesta svetiel severu
Cesta sv. Martina z Toursu	Ľudové festivaly a sviatky v Európe
Cesta olivovníkov	Cesta európskych cintorínov
Lokality kláštora v Cluny	Cesta pravekého skalného umenia
Kráľovská cesta	Iter Vitis – cesta viníc v Európe
Transromanica – románska cesta európskeho dedičstva	Život na vidieku – architektúra bez hraníc
Cesta „Via Carolingia“	Európska cesta keramiky
Cesta Dona Quijota	Európska cesta megalitickej kultúry
Európska cesta historických termálnych miest	Architektúra totalitných režimov 20. storočia
Cesta cisterciánskych opátstiev	Cesta Habsburgovcov

Zdroj: vlastné spracovanie na podklade http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/artnouveau_en.asp (22. 9. 2014)

Tvorbu projektov kultúrnych trás zastrešuje organizácia ICOMOS Slovensko, ktorej prioritnou úlohou je obnova historických kultúrnych trás prechádzajúcich Slovenskom (Kalousková, 2004). K najznámejším kultúrnym, resp. tematickým trasám na našom území patrí napr. Gotická cesta, Malokarpatská vínná cesta, Jantárová cesta, Sklárska cesta, Železná cesta, Hradná cesta atď. (mapa 2), z ktorých viaceré sú súčasťou Európskych kultúrnych trás.

Mapa 2: Vybrané kultúrne trasy na území Slovenska

Map 2: Selected cultural routes in Slovakia

Autor: B. Gregorová

Projekt Barborská cesta

Projekt kultúrnej trasy inštitucionálne zastrešuje Občianske združenie Banský región – Terra Montanae, ktoré bolo založené 19.3.2014 v Kremnici. Iniciatíva vytvorenia tzv. územia baníkov vznikla pred 15 rokmi, ale až v lete roku 2013 sa rozšírila o ďalšie podnety, ktoré sa neskôr pretavili do realizácie nového plánu vytvorenia kultúrnej poznávacej trasy podobnej napr. trase Johannesweg v Hornom Rakúsku, či samotnej trasy smerujúcej do Santiago de Compostela.

Cieľom projektu je tematicky zjednotiť územie stredného Slovenska charakteristické spoločnou históriou banskej tradície, ktoré navyše disponuje obrovským prírodným a kultúrnym potenciálom. Ústredná myšlienka vyjadrená slovným spojením „kráčaj za poznáním“ má návštevníka obohatiť novými vedomosťami na troch úrovniach. Jednak je to poznanie významných banských, kultúrnych a religióznych pamiatok, potom poznanie prírody a nakoniec poznanie

samého seba (interné materiály združenia Terra Montanae s názvom Barborská púť).

Stručná charakteristika trasy Barborskej cesty

Podľa tvorcov projektu je potenciál banských, kultúrnych, religióznych, historických a prírodných atraktivít z hľadiska cestovného ruchu nedostatočne využitý, a preto zjednotenie územia, ako aj efektívna spolupráca jednotlivých subjektov, prispeje k (interné materiály združenia Terra Montanae s názvom Barborská púť):

- oživeniu banských tradícií,
- zlepšeniu a dobudovaniu priestorového značenia jednotlivých úsekov trasy,
- zvýšeniu kvality poskytovaných ubytovacích, stravovacích a ďalších služieb cestovného ruchu,
- zvýšeniu návštevnosti v regióne, najmä v miestach, ktoré sa stanú súčasťou Barborskej cesty.

Vytýčenie trasy Barborskej cesty bolo realizované tak, aby sa do nej zahrnuli v súčasnosti najvýznamnejšie mestá regiónu – Banská Bystrica, Zvolen, Banská Štiavnica i Kremnica a zároveň sa dosiahla tvarom hranice silueta sochy sv. Barbory, ktorá je ústrednou postavou sprevádzajúcou na celej ceste (obr. 1). Za úvahu by stálo neskoršie rozšírenie trasy, napr. formou bočných či nástupných trás, o lokality resp. obce, ktoré boli súčasťou Zväzu stredoslovenských banských miest (Lubietová, Nová Baňa a Pukanec), čím by sa posilnil akcent na banícku tradíciu stredoslovenského priestoru.

Územie vyhraničené trasou Barborskej cesty zahŕňa niektoré významné geomorfologické celky centrálného priestoru Slovenska – Zvolenskú kotlinu, Štiavnické vrchy, Kremnické vrhy, Starohorské vrchy a spadá do pôsobnosti troch oblastných organizácií cestovného ruchu, a síce Stredné Slovensko, Región Banská Štiavnica a Turiec – Kremnicko.

Barborská cesta – nový produkt cestovného ruchu?

Z hľadiska typológie rozoznávame viaceré skupiny produktov cestovného ruchu, ako sú napr. veci, služby, eventy, balíky, objekty, líniové prvky a rekreačné priestory (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005, Čuka, 2011). Kultúrne trasy radíme k líniovým prvkom spolu s turistickými chodníkmi, cyklotrasami, bežeckými stopami či zjazdovkami.

Produkty podliehajú pri uvedení na trh procesom difúzie inovácie a ich akceptácia spotrebiteľom si vyžaduje určitý čas. Počas svojho fungovania na trhu prechádzajú viacerými etapami, ktoré sa nazývajú ako životný cyklus produktu cestovného ruchu (obr. 2).

Obr. 1: Náčrt trasy Barborskej cesty

Figure 1: Scheme of the cultural route „Barborská cesta“

Zdroj: Interné materiály združenia Terra Montanae s názvom Barborská púť

Obr. 2: Životný cyklus produktu cestovného ruchu

Figure 2: Life cycle of tourism product

Zdroj: upravené podľa – Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005

Príprava a realizácia projektu, ktorého výsledkom má byť nový produkt zjednocujúci a navonok propagujúci stredoslovenský priestor, je naplánovaná na 2-3 roky. Počas tohto obdobia sa má vytvoriť efektívna spolupráca rôznych subjektov verejného a súkromného sektora, napr. banských spolkov, kresťanských združení, samospráv, obcí, podnikateľských subjektov a poskytovateľov služieb cestovného ruchu, ktorí svojou iniciatívou vytvoria komplexný produkt cestovného ruchu orientovaný na zahraničných návštevníkov, najmä z Nemecka, Rakúska, Česka a Maďarska (interné materiály združenia Terra Montanae s názvom Barborská púť).

Súčasný stav rozpracovania projektu naznačuje, že produkt sa nachádza v tzv. predtrhovej etape, kedy sa formuje jeho idea, realizujú sa administratívno-správne kroky a začína sa s vyznačovaním trasy v niektorých úsekoch (v súčasnosti je vyznačených viac ako 11 km z celkovej trasy najmä v okolí Zvolena).

Záver

Tak ako sa vyvíja a mení cestovný ruch spolu s účastníkom a jeho nárokmi, tak sa mení a vyvíja aj produkt v súvislosti s nastavenými trendmi. Pokiaľ bude chcieť projekt Barborská cesta uspieť na trhu, jeho základnými charakteristikami sa musia stať *modifikovateľnosť* (schopnosť pružne reagovať na potreby trhu), *dostupnosť* (finančná, časová, informačná), *rôznorodosť*, *individuálnosť* (nemasový ráz) a *netradičnosť*.

Čas ukáže, či sa jednotlivým zainteresovaným osobám a inštitúciám podarilo projekt úspešne zrealizovať, teda vytvoriť komplexný produkt cestovného ruchu v podobe kultúrnej poznávacej trasy s názvom Barborská cesta. Každopádne akákoľvek iniciatíva na podporu rozvoja turizmu a spropagovania atraktivít územia, ktorá bude viesť k zvýšeniu návštevnosti regiónu, je vítaná.

Príspevok bol spracovaný v rámci projektu „Inovatívne kroky pre potreby vysokoškolského vzdelávania v 21. storočí“ ITMS: 26110230109.

Literatúra

- ČUKA, P. 2011. *Základy teórie, metodológie a regionalizácie cestovného ruchu*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity v Prešove, 2011. 93 s. ISBN 978-80-555-0471-1.
- GÚČIK et al. 2006. *Cestovný ruch – hotelierstvo – pohostinstvo*. Bratislava: SPN, 2006. 216 s. ISBN 80-10-00360-3.
- INTERNÉ MATERIÁLY združenia Terra Montanae s názvom Barborská púť. Dostupné z: http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/artnouveau_en.asp [cit. 22. 9. 2014]
- JACKOWSKI, A. 2003. *Święta przestrzeń świata*. Kraków: Wydawnictwo

- Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2003. 265 s. ISBN 83-233-1717-8.
- KACZMAREK, J. – STASIAK, A. – WŁODARCZYK, B. 2005. *Produkt turystyczny: pomysł, organizacja, zarządzanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2005. 389 s. ISBN 83-208-1564-9.
- KALOUSKOVÁ, J. 2004. Kultúrne trasy ako forma obnovy kultúrneho dedičstva a udržateľného cestovného ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*. ISSN 0139-8660, 2004, roč. 37, č. 2, s. 89-97.
- KOSOVÁ, K. 2001. Slovensko a kultúrne trasy v strednej Európe. In *Kultúra a cestovný ruch. Zborník z vedeckej konferencie*. Banská Bystrica: Ekonomická Fakulta, UMB, 2001. ISBN 80-8055-507-9, s. 65-71.
- ORIEŠKA, J. 2001. Kultúra a cestovný ruch. In *Kultúra a cestovný ruch. Zborník z vedeckej konferencie*. Banská Bystrica: Ekonomická Fakulta, UMB, 2001. ISBN 80-8055-507-9, s. 10-16.
- ORZECOWSKA-KOWALSKA, K. 2003. Zasady tworzenia Europejskich Szlaków Kulturowych. In *Turyzm*. ISSN 0867-5856, 2003, roč. 13, č. 2, s. 69-78.

BARBORSKÁ CESTA – NEW TOURISM PRODUCT?

Summary

The aim of this paper is to introduce the issue of cultural tourism and cultural routes not only in Europe but also in Slovakia. At the same time, it describes a new project which aims to create special tourism product called „Barborská cesta“. This new tourist route is designed to link important localities in central Slovakia, attracting new visitors to the region. The route combines three levels of cognition: (1), it is cognition of mining, cultural and religious monuments, (2) further cognition of nature and (3) self-cognition. Unification the territory under one brand and effective cooperation of local groups, individuals and businesses envisages create a comprehensive product dedicated to the Western and Central European market (Germany, Austria, Czech republic, Hungary).

The project is in its initial implementing phase, so-called pre-market, when partners are being searched for, the main theme (conception) of the route is being created (Saint Barbara will take you through cognition), marketing materials are being prepared and route is being marked in the terrain (Zvolenský zámok and Pustý hrad surroundings).

Since tourism is an important source of income, its development and increased number of visitors in the region is the only way to economically enhance this area.

Therefore, any initiative that will develop tourism in the region (for example by creating a cultural route) should be viewed positively.

PaedDr. Bohuslava Gregorová, PhD.

Katedra geografie a geológie

Fakulta prírodných vied, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici

Tajovského 40, 974 01 Banská Bystrica

E-mail: bohuslava.gregorova@umb.sk