

Acta Academiae Beregsasiensis

2012/2



Acta Academiae Beregsasiensis

A II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola
tudományos évkönyve

Науковий вісник
Закарпатського угорського інституту ім. Ф. Ракоці ІІ

A Scholarly Annual
of Ferenc Rákóczi II. Transcarpathian Hungarian Institute

2012
XI. évfolyam, 2. kötet
Том XI, № 2
Volume XI, № 2



PoliPrint
2012

УДК 001.2

ББК 72

A-19

Az *Acta Academiae Beregsasiensis* a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola tudományos kiadványa. Jelen kötet a 2012-es év második felének magyar, orosz és angol nyelvű tanulmányait foglalja magába. Az intézmény tanárainak, hallgatóinak, valamint külföldi tudósok munkáit publikáló kötet a nyelvészet, irodalom, biológia, történelem, turizmus és informatika tudományágainak különböző területeit öleli fel.

www.kmf.uz.ua/hun114/index.php/kiadvanyaink/110-a-ii-rakoczi-ferenc-karpataljai-magyar-fiskola-tudomanyos-evkoenyve

SZERKESZTÉS: *Kohut Attila, Penckófer János*

KORREKTÚRA: *G. Varcaba Ildikó*

TÖRDELÉS: *Kohut Attila*

BORÍTÓ: *K&P*

A KIADÁSÉRT FELEL: *dr. Orosz Ildikó, dr. Szikura József*

A KÖTET TANULMÁNYAIBAN ELŐFORDULÓ ÁLLÍTÁSOKÉRT MINDEN ESETBEN A SZERZŐ FELEL.

A kiadvány megjelenését a



BETHLEN GÁBOR
Alapkezelő Nonprofit Zrt.

támogatta

Készült: PoliPrint Kft., Ungvár, Turgenyev u. 2. Felelős vezető: Kovács Dezső

ISBN: 978-966-2595-29-1

© A szerzők, 2012

Tartalom

*

PÉCSI ANDREA: A II.RFKMF hallgatóinak nyelvhasználata kérdőíves felmérés alapján.....	7
ILONA HUSZTI – ERZSÉBET BÁRÁNY – MÁRTA FÁBIÁN – ILONA LECHNER: Teaching and learning a second language and a foreign language	19
MÁRKU ANITA: Szlovákiai magyar szakos egyetemisták nyelvválasztása, kommunikációs stratégiái, nyelvekhez és kontaktusjelenségekhez való viszonya	43
NAGYNÉ PAKSI MARGIT: Humoros effektusok, kép és szöveg szinergikus kölcsönhatása a reklámban	61
BRENZOVICS MARIANNA: <i>Boldog, ki látta e világot végzetes perceiben.</i> Varlam Salamov – a huszadik századi próza nagyja	79
KÁPOSZTAY JÁNOS: Egyetemesség és regionalitás. Kárpátaljai kötődésű szerzők a Nyugat folyóiratban	89

**

GERENCSÉR TIBOR: Lengyel menekültek Kárpátalján 1939-ben	107
PALLAGI LÁSZLÓ: A Somi Református Egyház anyagi helyzete a XX. század első felében a presbiteri jegyzőkönyvek alapján	125
SZÉKELY GUSZTÁV: Fejezetek a Nagy Idai család múltjából	133
VERES SZABOLCS: Magyar érdekképviselet Kárpátalján (1919–1939).....	141

JEVCSÁK MELINDA – KOHUT ERZSÉBET – ÖRDÖGH MÁTÉ – JÁMBORNÉ BENCZÚR ERZSÉBET: Paclobutrazol hatásának vizsgálata a <i>Leucojum aestivum L.</i> <i>in vitro</i> szaporítása során	151
SZANYI SZABOLCS: A Pannon biogeográfiai régió életföldrajzi sajátosságai.....	161
IZSÁK TIBOR: The Change of the Average Monthly Precipitation Rates in Beregszász Between 1947 and 2009	167

ДНІСТРЯНСЬКИЙ М.С. – ЖУЛКАНИЧ Б.М.: Демографічний потенціал та перспективи розвитку дуже малих міст Львівської області..... 171

MATESZ KRISZTINA: Tourism into the world of fiction 177

KOMONYI ÉVA–LÉTAI BÉLA: A magyar nyelvű kémiotankönyvek használhatósága Kárpátalján négy esettanulmány tükrében..... 185

JACENTA KRISZTINA: The effectiveness of studying collocations by the Form 5 and 6 learners in Transcarpathian Hungarian schools in the English Lessons 193

SZAKÁL MÁRTON – PERE TUMBAS – PREDRAG MATKOVIĆ – LAZAR RAKOVIĆ: Web 2.0 alapú online könyvek 205

ЧОТАРИ А. Ю.: Управління базами даних за допомогою програми Delphi 10 215

BOROS LÁSZLÓ – JANČÁR MÓNKA: Dr. Berényi András: *Kárpátalja magyarsága. Társadalmi-politikai és kulturális fejlődés (1991–2004)* című tanulmányáról 227

DOBOS SÁNDOR: *Tisza István és emlékezete. Tanulmányok Tisza István születésének 150. évfordulójára* (Szerkesztette: Maruzsa Zoltán és Pallai László, Debrecen, 2011. 476 oldal)..... 231

SZABÓ GÉZA: A koronavárosok hat évszázada (Csatáry György: *A máramarosi öt koronaváros levéltára 1326–1910 c. könyvéről*) 235

KARMACSI ZOLTÁN: Módszertani útmutató az anyanyelv oktatásához. „*A lehetetlent lehetni*” 239

JACENTA KRISZTINA: Book review: The use of learner reading aloud in the English lesson: a look at the micro and macro levels of oral reading..... 241

ESEMÉNYNAPTÁR 244

Tourism into the world of fiction

Rezümé Jelen tanulmány célja, hogy egy unikális turisztikai terméket mutasson be, amely a mesékben, regényekben szereplő fiktív tér felé irányul. Tapasztalataim, illetve empirikus kutatásaim értelmében, az egyes történetekben megjelenő földrajzi tér a valóságban mint turisztikai vonzeró jelenik meg. Annak ellenére, hogy ezen attrakciók önállóan még nem szerepelnek korunk idegenforgalmi palettáján, egyedi arculatukkal hozzájárulhatnak egy-egy program színesítéséhez. E kulturális turizmus tárházát bővítő terméket a cikk során példákkal erősítem meg, alátámasztva létjogosultságát a turisztikai piacon.

Talán túlzás lenne mindezt irodalmi, esetleg meseturizmusként említeni, de tény, hogy ezek a vonzerók a fikció világából származó vélt vagy valós helyszínek, személyek felé mutatnak, amelyek a gyermek-, illetve fiatalok romantikájával, nosztalgiájával felvértezett turisták érzelmeinek, érzésvilágának realizálódásaként jelennek meg az idegenforgalomban.

Abstract The main goal of the present study has been to represent unique tourism products, which point towards the fictional dimension present in tales and novels. Based on my personal experience and empirical research I arrived at the conclusion that, in reality, the geographical space occurs in several stories as tourist attraction. Nevertheless, these attractions have not yet appeared independently on the palette of tourism of modern time, despite the fact that they can contribute to a number of programmes with their unique facades. In this article a few examples will be provided to prove that this model is relevant to the tourism market.

It might be exaggeration to state that this is all literature, or perhaps fairy tale tourism, but it is a fact that these attractions are rooted in fiction, real or imaginary places, figures, which appear in tourism as a child's and adolescent's romance and nostalgia which aids tourists' feelings and relation to these places.

I would also like to prove that the places and people found in fiction can have a physical manifestation as tourist destinations. It is my personal belief that these manifestations appear on Earth as a result of a specific segment of cultural tourism, which takes readers and audience towards these made-up spaces (Figure 1).



Figure 1. The relationship between fictional space and reality

(Source: Partially based on G. Pirisi & A. Trócsányi 2011)

¹ Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Földrajzi Intézet, PhD-hallgató. A tanulmányt dr. habil Trócsányi András lektorálta.

The above Figure intends to show how a place from a novel might transform into a frequented tourist attraction. In order for a place to become a destination for travelers there has to be ample supply and demand, motivation and at least some marketing. The motivation in our case is to visit a place that played a significant role in a piece of fiction and the role of marketing is played by the book/film itself.

My first objective through the following few paragraphs is to showcase the strength of the motivation that literature is able to exert, after which I intend to introduce a few tourist destinations that had been popularized by tales and other works of fiction. It is probably an exaggeration to call this phenomenon literary tourism, but it is a fact that these attractions come to be as a result of the nostalgia that tourists feel towards the real or fictional places and characters they got to know when they were young. These moods and impressions hide deep in the memories of the individual and can then be triggered to inform and color the feelings they experience in a particular space or to create an image about a whole region.

1 The role and significance of tourism

Tourism constitutes one of the most dynamically expanding sectors of our modern economy. In our days tourism is a truly global market where both the supply and demand sides have gone through a number of quantitative as well as qualitative changes. There are more countries than ever competing for the attention of travelers, who are in turn becoming more and more demanding. According to the estimates the WTO published in 2007, a total of 908 million people have taken part in international tourism (Figure 2) of whom about 480 million chose a destination in Europe (during the same year Hungary had 8.6 million visitors). Another paper published by the WTO in 1998 estimates that in 2020 there might be as many as 1.6 billion tourist arrivals in the world.

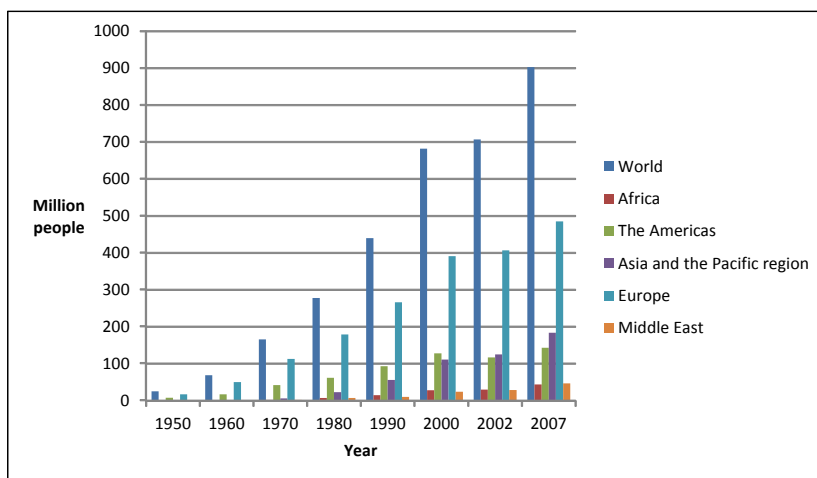


Figure 2. International tourist arrivals 1950-2007

Source: WTO

2 Tales, works of fiction and cultural tourism

The places and characters from fables and literary fiction are part of the cultural heritage of a place and may therefore constitute ideal cornerstones for events and festivals which may be used to improve the touristic appeal of a certain region. It is probably a far fetched idea to talk about fable- and/or literary tourism, but we can't deny that places like this exist and that therefore it might be a worthwhile venture to list which countries and regions have such tourist attractions as a part of their offerings.

3 Fable-based attractions

Attractions connected to the places in tales only rarely show up as an isolated, separate offering on the palette of tourist destinations. In most cases they just constitute a unique ingredient of a larger 'product', there to establish a certain atmosphere and build an emotional connection with the people visiting (G. Michalkó 2005). But there are a few exceptions, which can be separated into two distinct categories (Table 1). In the first category are places like Jičín, a actual, non-fictional region where the Rumcajs tales take place. The second category are places specifically manufactured to mirror locations from different stories, featuring fictional things and occurrences in a form where they can be touched, experienced, consumed or bought. The best example for the latter is the global system of Disney Worlds with locations in Orlando, Los Angeles, London, Paris and the upcoming one in Shanghai.

Table 1. Tourist attractions based on fables, legends and movies

	"Real" locations		Artificially built	
	Places	Characters	Places	Characters
1.	Santa Claus Village – Rovaniemi	Santa Claus	Disneyland, Eurodisney	<ul style="list-style-type: none"> • Donald Duck • Mickey Mouse • Pluto etc.
2.	Jičín	Rumcajs, the bandit and his family		
3.	Sherwood	Robin Hood	Popeye Village	Popeye the sailor
4.	Middle East	<ul style="list-style-type: none"> • Aladdin • Ali baba and the forty thieves • Scheherazade • The queen of Sheba • Sindbad 		
5.	Bremen	The town musicians of Bremen		
6.	Copenhagen	Little Mermaid		
7.	The main square of Altdorf (Uri canton)	William Tell		
8.	Prague - U kalicha pub	Švejk		

9.	Bran	Dracula		
10.	Paris - Notre Dame	The hunchback of Notre-Dame		
11.	The castle of Buda and Visegrád	Matthias Corvinus		
12.	Small Balaton, the hut of Matula	The characters from István Fekete's novel "The Thorn Castle"		

(Source: -)

Despite the fact that you can describe attractions like these, themed after a cartoon, a film or a work of literature in geographical terms, at the end of the day we're still talking about products that have been artificially created. Eurodisney - which is mostly built around decades-old, highly commercialized stories and characters - still manages to bring in as many as 14.5 million visitors each year, making it one of the most popular tourist hotspots in Europe.



Figure 3: National distribution of the 14.5 million people who've visited Eurodisney in 2007

(Source: <http://www.independent.co.uk/news/business/news/magic-results-euro-disney-plans-new-hotels-899529.html>)

Santa Claus Village, located 8 kilometers away from the Finnish village of Rovaniemi (and attracting 480.000 visitors every year) is also in the same category. Built on the imagery of Christmas and somewhat in the general vicinity of the North Pole (the place where Santa is actually supposed to live at), it might be considered the poster child of the trend, where smart businessmen adopt the general theme and visuals of a fable and turn a formerly unknown place into a highly profitable venture (T. Rátz –L. Patterman 2004).

Popeye Village on Malta is a somewhat different sort of animal, built in 1980, it's a set village they've used for the "Sweetheaven" Popeye musical, which has been maintained by local businesses and open for the public ever since.

And to mention some attractions in a "real" location you'll really have to put Jičín first, where they're doing a whole festival every summer honoring Rumcajs and the other characters surrounding him in his folk tales (www.czechtourism.com). Hungary also has a couple of initiatives honoring heroes like Matthias Corvinus and paying tribute to famous rascals like Sándor Rózsa.

The places and characters of literary works also make an appearance on the palette of tourist destinations. The U Kalicha pub in Prague is one such space. Jaroslav Hašek's famous book *The Good Soldier Švejk* uses it as one of its settings and the author himself was also a regular customer, writing the bulk of the novel in the drinking establishment. The hut of Matula, located on the Diás island of the Small Balaton is a similar destination. The hut is a reproduction of the fishing burrow in István Fekete's *The Thorn Castle* and is a part of the memorial park honoring the writer (E. Körtvélyesi 2001).

I've interviewed two professionals who have spent decades working in the travel industry about their experiences with products like these and asked them how they see these destinations evolving in the future. Their responses were largely consistent, since both of them regularly lead groups to areas like Paris, Rome, Prague and Bohemia, all places that are popular set pieces with writers and other artists. While they agree that the spaces, moods and feelings people get from the world of fiction probably constitute a significant factor in their choice of a traveling destination, most tourists aren't consciously aware of this and are regularly surprised when a travelling guide reveals a connection between a place and a popular fable or novel. So based on these experiences both professionals concluded that most products similar to the ones described in this article are as of yet not ready to stand on their own as tourist destinations.

I think that the significance of these products lies in the fact that they are able carry a concentrated set of local values on the global stage. They broadcast the thinking, the habits and values of different ethnical groups through their heroes and are therefore a great tool to popularize the local culture of an area and to extend and enrich the image of a country.

4 Fiction and cultural tourism – Summary

Overall we can say that cultural tourism is a complex segment of the travel industry, with a varied and versatile offering. The ever expanding scope of human knowledge and the rapidly changing daily life of the population means that there will be more and more demand to learn about the trials and tribulations of past generations and to rediscover the artifacts and customs of exotic cultures. As people become more and more knowledgeable about the world experienced travellers will gradually turn away from mass tourism, favoring instead destinations that have the potential to educate, to provide new experiences and to show a different face of humanity.

The above-mentioned places and characters from fables and literature extend the offering of cultural tourism and bring a unique color to the image of regions, countries and settlements. Despite the fact that these tourism sites are not at all the same with the space, several settlements can profess for themselves areas, characters which we can find in different works around which they build special

touristic products. It is essential that the adaptations of the locations stay true to the mood and atmosphere of the story they were built to represent.

Future trends point towards innovation, renewal, enrichment of character and locality in the face of globalization. So we can say that this unique segment of cultural tourism will remain an important part of the whole, giving people memories that might last a lifetime.

BOOKS, PARTS OF BOOKS, STUDY GUIDE

- Aubert Antal 2002. A turizmus földrajza. – In: Tóth J. (szerk.): Általános társadalomföldrajz II. Budapest–Pécs, Dialóg Campus Kiadó. 143–160. o.
- Bodnár László 2000: A turizmus földrajzi alapjai. Eger – Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó
- Horváth Attila 1999. Turizmus a kultúrában: (kultúra a turizmusban). Budapest Magyar Művelődési Intézet
- Körtvélyesi Erzsébet (szerk.) 2001. Látnivalók Magyarországon. Miskolc, Well-Press Kiadó
- Lengyel Márton 2001. A turizmus általános elmélete. Budapest, KIT
- Michalkó Gábor 1999. A városi turizmus elmélete és gyakorlata. Budapest, Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutató Intézet
- Michalkó Gábor – Rátz Tamara 2005. A kulturális turizmus élmény-gazdaságtani szempontjai. – In: Enyedi György – Keresztély Krisztina (szerk.): A magyar városok kulturális gazdasága. Budapest, MTA Társadalomkutató Központ. 123-141. o.
- Mundruczó György – Stone, Graham 1996. Turizmus elmélet és gyakorlat. Budapest, Közigazgatási és Jogi Könyvkiadó
- Puczkó László – Rátz Tamara 2000. Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei. Budapest, Geomédia
- Puczkó László – Rátz Tamara 2002. A turizmus hatásai. Budapest, Aula Kiadó
- Trócsányi András 2001. A kulturális földrajz alapjai. – In: Tóth József. (szerk.): Általános társadalomföldrajz I. Pécs, Dialóg Campus Kiadó 336-359. o.
- Trócsányi András 2010. Kultúrgeográfia alapjai. – In: Tóth József. (szerk.): Világföldrajz. Budapest, Akadémiai Kiadó 619-645. o.
- Trócsányi András – Tóth József 2002. A magyarság kulturális földrajza II. Pécs, Pro Pannonia Kiadói Alapítvány

MAGAZINES, PERIODICALS

- Csapó János – Matesz Krisztina 2007. A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. – Földrajzi Értesítő LVI. évf. 3-4. 291–301. o.
- Michalkó Gábor 2005. A turisztikai miliő földrajzi értelmezése. – *Tér és Társadalom* 19. 43-63. o.
- Rátz Tamara – Patterman Lilla 2004: A karácsony mint turisztikai attrakció. – *Turizmus Bulletin*. VIII. évf. 3. szám 18–25. o.

INTERNET

- Bajmócy Péter – Boros Lajos – Pál Viktor 2006. Egy képzeletbeli tér geográfiája: helyek, terek, szimbólumok a „Harry Potter Univerzumban” in: <http://209.85.129.132/custom?q=cache:sgQwt7ACJU0J:www.sci.u.szeged.hu/gafo/letoltes/hp.pdf+egy+k%C3%A9pzeletbeli+t%C3%A9r+geogr%C3%A1fi%C3%A1ja:+helyek+%C3%A9s+terek&hl=hu&ct=clnk&cd=1&inlang=pl&client=pub-8962558862962174>
- Bassa László 2004. Irodalom és földrajz. In: http://geography.hu/mfk2004/mfk2004/cikkek/bassa_laszlo.pdf.

- Behringer Zsuzsa – Mester Tamás 2001 Turisztikai trendek a világban és Európában. – Turizmus Bulletin. V. évf. 3. szám In: http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/01_09/TE56.htm
- Boros Lajos: Művészeti alkotások földrajzi vizsgálatának néhány elméleti kérdése. In: http://www.human.geo.u-szeged.hu/files/c/Boros%20Lajos/bk_boros_lajos.pdf
- <http://czechtourism.com/eng/uk/docs/holiday-tips/holiday-with-children/reasons-why/01-fairy-tales/independent.co.uk/news/business/news/magic-results-euro-disney-plans-new-hotels-899529.html>
- Irimiás Anna (2010): Utazások a dolcsevitába. In: http://fmh.hu/hetvege/20100508_utazasok_a_dolcsevitaba
- [mek.fi/w5/meken/index.nsf/\(Pages\)/Tourist_Attractions?opendocument&np=F-10](http://mek.fi/w5/meken/index.nsf/(Pages)/Tourist_Attractions?opendocument&np=F-10)
- pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1179/1179-1.pdf

A-19 **Acta Academiae Beregsasiensis.** Науковий вісник Закарпатського угорського інституту ім. Ф. Ракоці II. – Ужгород: ПоліПрінт, 2012 – 248 с.
ISBN 978-966-2595-29-1

«Acta Academiae Beregsasiensis» є науковим виданням Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II. Даний том вміщує дослідження угорською, російською та англійською мовами за друге півріччя 2012 року. До випуску ввійшли публікації викладачів та студентів інституту, а також закордонних науковців у сфері мовознавства, літератури, біології, історії, туризму та інформатики.

УДК 001.2

ББК 72

Наукове видання

Acta Academiae Beregsasiensis

Науковий вісник

Закарпатського угорського інституту ім. Ф. Ракоці II

2012/2

Том XI, № 2

РЕДАКЦІЯ: *Козут А., Пенцкофер І.*

КОРЕКТУРА: *Г. Варцаба І.*

ВЕРСТКА: *Козут А.*

ОБКЛАДИНКА: *K&P*

ВІДПОВІДАЛЬНІ ЗА ВИПУСК: *Орос І., Сікура Й.*

Здано до складання 12.11.2012. Підписано до друку 10.12.2012.

Папір офсетний. Формат 70x100/16.

Умовн. друк. арк. 20. Тираж 250.

СП "ПоліПрінт", м. Ужгород, вул. Тургенева, 2.