

Szegedi Tudományegyetem
Természettudományi és Informatikai Kar
Földtudományok Doktori Iskola
Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék

**A GASZTRORENDEZVÉNYEK GAZDASÁGI, TÁRSADALMI ÉS
KULTURÁLIS VONATKOZÁSAI A GLOBALIZÁCIÓS ÉS
LOKALIZÁCIÓS FOLYAMATOK KÖLCSÖNHATÁSÁBAN
DÉL-ALFÖLDI PÉLDÁK ALAPJÁN**

Doktori (Ph.D.) értekezés

Tóth Bettina

Témavezető
Dr. Hegedűs Gábor
egyetemi adjunktus

Szeged
2022

Tartalomjegyzék

Bevezetés	1
1. Problémafelvetés és a kutatás indokoltsága.....	3
2. Célkitűzés és kutatási kérdések	5
3. A kutatás során alkalmazott módszerek	7
4. A helyi sajátosságok felértékelődése a globalizáció és a lokalizáció kontextusában.....	14
4.1. A helyi adottságokon alapuló fejlesztés elmélete és kritikái	18
4.2. A gasztronómia mint helyi erőforrás szerepe a helyi fejlesztésekben	20
5. A gasztrofesztiválok mint a helyi fejlesztések eszközei.....	22
5.1. A fesztivál fogalom definiálási lehetőségei	23
5.2. A fesztiválok téma szerinti jellemzői: a gasztrofesztiválok.....	25
5.3. A gasztrofesztiválok időbelisége	30
5.4. A gasztrofesztiválok térbelisége, területi jelentősége és volumene.....	32
5.5. A gasztrofesztiválok által elérhető településfejlesztési célkitűzések.....	35
5.5.1. Gazdasági dimenzió	36
5.5.2. Társadalmi dimenzió	38
5.5.3. Kulturális dimenzió	40
5.5.4. A gazdasági, társadalmi és kulturális dimenziók szinergiái.....	41
5.6. A gasztrofesztiválok fenntarthatóságát érintő kihívások	42
5.6.1. Fesztivalizáció	42
5.6.2. A különböző érdekcsoportok szerepe a gasztrofesztiválok fenntarthatóságában ...	46
6. A hazai gasztrorendezvény-kínálat helyzetképe az empirikus kutatás alapján	49
6.1. A gasztrorendezvények térbeli jellemzők szerinti tipizálása	52
6.2. A gasztrorendezvények téma szerinti tipizálása	60
6.3. A gasztrorendezvények időbeli jellemzők szerinti tipizálása	74
6.4. A téma, a térbeliség és az időbeliség összefüggései	78
6.4.1. A hazai gasztrorendezvények típusai a területi jelentőségük és a témájuk hangsúlyossága alapján	82
7. A hazai gasztrorendezvény-kínálat létrejöttének okai.....	87
8. A hazai gasztrorendezvény-kínálat fenntarthatóságának feltételei	95
8.1. Az érdekcsoportoktól való függőség	95
8.2. Megújuló- és alkalmazkodóképesség	104
Összegzés	113
Summary.....	119
Irodalomjegyzék	125
Mellékletek	140
Köszönetnyilvánítás	160
Témavezetői nyilatkozat.....	161

Bevezetés

Az 1970-es évektől kiteljesedő globalizáció és az ezzel párhuzamosan zajló lokalizáció kölcsönhatásainak következtében változások mennek végbe az élet minden területén, így a gazdasági szerkezetben, a termelésben, a fogyasztásban, a településfejlesztési gyakorlatban, a mindennapi kapcsolatokban és az egyéni és közösségi értékrendekben is. A városi terek a hagyományos értelemben vett ipari termelés helyett egyre inkább a fogyasztás színhelyei és annak tárgyaként értelmezhetők, ezért a kulturális értékeken alapuló szolgáltatások bővítése nagy szerepet kap a településfejlesztési stratégiákban (JOHANSSON, M.–KOCIATKIEWICZ, J. 2011; NAGY A. J. 2015). A vidéki tereket is érinti a gazdasági szerkezet átalakulása, itt is a termelő funkció helyett egyre inkább a fogyasztás kerül előtérbe, felértékelődik az ökológiai és lakófunkció, melyek a helyi társadalom átalakulását eredményezik (HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2003; CSURGÓ B. 2014). A kereslet is átalakul, a fogyasztás során az uniformizált termékek és szolgáltatások helyett egyre nagyobb szerepet kap az egyediség, ezen belül például a különleges kultúrák iránti érdeklődés is, amivel párhuzamosan egyre növekszik a minőségi szabadidő eltöltésére irányuló igény (QUAN, S.–WANG, N. 2004; KÓRÓDI M. 2005; ZÁTORI A. 2016). Mindezt felismerve a városi és vidéki térségekben egyre nagyobb szerepet kapnak a helyi erőforrásokra alapozott település-, illetve turizmusfejlesztési gyakorlatok (BESSIÈRE, J. 1998). E fejlesztések közé tartozik a kulturális sajátosságok alapján történő másoktól való megkülönböztetés, a lokalitások egyediségére építő imázs tudatos formálása és gazdasági előnyszerzés, továbbá a társadalmi fejlődés a helyi és közösségi identitás erősítése által.

A kulturális értékeken mint helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés (RAY, C. 1998) koncepciójában növekvő szerepet kapnak a különböző fesztiválok, melyek közül az egyik legjellemzőbb típus a gasztrofesztivál nemzetközileg és Magyarországon is (JÁSZBERÉNYI M.–KÖKÉNY L. 2018; MAIR, J. 2019). A gasztrofesztiválok településfejlesztési szerepe gazdasági szempontból elsősorban a helyi termékek eladási pozíciójának javításában és a turisztikai bevételek növelésében nyilvánul meg, társadalmi szempontból a közösségek, kulturális szempontból pedig a sokszínűség fenntartását támogatják. A fesztiválok és gasztrofesztiválok a lokális kultúrát ünneplik és tartják fenn (FALASSI, A. 1987), ám jellemző az új hagyományok alkotása e rendezvények keretében. A második világháborút követően egyre több lokalitás ismerte fel nemzetközi szinten a gasztrofesztiválok szervezéséből fakadó előnyöket (CUDNY, W. et al. 2012), míg Magyarországon csak a rendszerváltozás után, az 1990-es évek elejétől terjedt el ez a szemlélet (KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017). Mindez a fesztiválok rohamos terjedését, számuk dinamikus változását és globális trenddé válását eredményezte (SULYOK J.–SZIVA I. 2009; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018). A fesztiválok létrejötté a településmérettől függetlenül városi és vidéki terekben egyaránt jellemzővé vált. E fejlődést törte meg, és tette a fesztiválok jövőjét bizonytalanná a 2020 februárjában megjelenő világjárvány. Jelen kutatás elsősorban a hazai vidéki folyamatok feltárására irányul, hiszen a falvak és kisvárosok példáján jól tetten érhető a helyi sajátosságok hangsúlyozása és azok aktuális trendekhez igazítása a külső, globális változásokra adott reakcióként (LOVAS KISS A. 2021).

A fesztiválok gyarapodása a kínálati paletta sokszínűségét okozta (KWIATKOWSKI, G. 2018). Így az egymástól merőben eltérő rendezvényekre is használják a fesztivál és gasztrofesztivál kifejezéseket az ünneptelt téma, a területi jelentőség, azaz a vonzerő és lépték, valamint az elérendő célok tekintetében. Azonban e rendezvények meghatározásában nincs sem nemzetközi, sem hazai szintű egyetértés (HUNYADI ZS. 2018). Ha viszont megfogalmazásra kerülne egy olyan gasztrofesztivál-definíció, mely a gyakorlatban alkalmasabb lenne ezeknek a rendezvényeknek az egységesebb mérésére, regisztrálására, tipizálására és időbeli-térbeli statisztikai összehasonlítására hazánkban, akkor egyértelműbbé válhatnának a gasztrofesztiválokkal kapcsolatos vidék- és turizmusfejlesztési lehetőségek, korlátok és irányok, továbbá hatékonyabbá válna a területi tervezésük, időbeli ütemezésük és a témaválasztás. Minderre szükség lenne, hiszen a fesztivál mint településfejlesztési eszköz olyannyira népszerűvé vált, hogy számuk növekedése a térbeli és időbeli sűrűsödés mellett az egymáshoz hasonló, a helyi sajátosságokat kevésbé tükröző, a fesztiválokban rejlő, a célcsoport

igényeihez illeszkedő potenciális értéket kevésbé kifejező rendezvények létrejöttét is eredményezte (HALL, C. M. 1997). Így a fesztivál nevű rendezvények terjedése a fesztivál kifejezés leértékelődéséhez is vezethet, és fennáll a veszélye, hogy a rendezvények nem képesek betölteni a fesztiválok eredeti, lokalizációs szerepét, ráadásul tömegjelenséggé válásukkal a globalizációt és az uniformizálódást támogatják. Ugyanakkor a fesztiválok által elérhető társadalmi, gazdasági és kulturális megújulás és a fenntarthatóság a kínálat mennyiségén és minőségén felül a különböző érdekcsoportok közti együttműködéstől, az általuk biztosítható erőforrások megszerzésétől is nagyban függ.

E problémákat a hazai és a nemzetközi szakirodalom is felismeri, azonban a kutatók kevésbé foglalkoznak a fesztiválok és gasztrofesztiválok definiálásával, több szempontú, összefüggéseket kereső elemzésével. Hiányoznak az olyan kutatások, melyek egyszerre vizsgálnák egy terület gasztrofesztivál-kínálata létrejöttének okait, a kínálat kategorizálási lehetőségeit, térbeli elrendeződési mintázatát, illetve a rendezvények fenntarthatósági feltételeit. A kutatások elsősorban egy-egy probléma elemzésével foglalkoznak, gyakran egy vagy esetleg néhány, kvantitatív módszerekkel feltárt esettanulmány alapján. Míg a nagyobb elemszámra kiterjedő kvantitatív és kvalitatív módszereket ötvöző kutatások kevésbé jellemzők a szakirodalomban (SHIPWAY, R. et al. 2012; GOUTHRO, M. B.–FOX, D. 2019).

E hiányosságok pótlása és a gasztronómiai témájú rendezvények jövőbeli fenntartható működési kulcspontjainak azonosítása érdekében a disszertációban az endogén fejlesztési modellbe illesztve, a globalizációs és lokalizációs kölcsönhatások függvényében vizsgálom a hazai gasztrorendezvények pandémia előtti működését. A szakirodalom és az empirikus kutatásom eredményei alapján definiálom a fesztivál és a gasztrofesztivál fogalmát, vizsgálom, hogy ezeknek a magyar gasztrorendezvények mennyire feleltethetők meg, feltárom a rendezvények létrejöttének motivációit, többszempontú tipizálási lehetőségeit és térbeli jellemzőit, valamint a kitűzött településfejlesztési célok elérését támogató vagy hátráltató feltételeket. A kutatási szempontjaim alapján bemutatom, hogy a gasztrorendezvények mennyire lehetnek a településfejlesztés eszközei. Felhívom a figyelmet a rendezvények működését érintő nehézségekre, mint például a fesztiválok gyarapodásából fakadó versenyhelyzet, a külső változásokhoz való alkalmazkodó képesség, valamint a megvalósításban szerepet játszó különböző érdekcsoportok és az általuk biztosítható erőforrások szerepére a rendezvények fenntarthatóságában, a célok megvalósulásában.

A kutatás több szempontra való kiterjedése miatt többféle módszert alkalmaztam. Internetes média-tartalomelemzés segítségével összegyűjtöttem a hazai gasztronómiai témájú rendezvényeket és legfontosabb térbeli, időbeli és témabeli jellemzőiket, melyek alapján kategorizáltam azokat. Kérdőíves kutatást végeztem az összegyűjtött gasztrorendezvények szervezői körében, mely eredmények részletesebb vizsgálata érdekében – a mintaterületet leszűkítve a Dél-Alföld tervezési-statisztikai régióra – interjú vizsgálatot folytattam kiválasztott szervezőkkel. A kutatás során három dél-alföldi falusi gasztrorendezvényt esettanulmányként vizsgáltam meg interjúk segítségével a szervezésben részt vevők, illetve a fesztiválokon jelen lévő látogatók körében. Mindemellett interjú kutatás készült a hazai település- és turizmusfejlesztésre, gasztrorendezvények működésére rálátó szakértők körében.

A kutatási szempontok többféle módszer együttes alkalmazásával történő vizsgálata választ ad arra, hogy a lokális sajátosságok fenntartása érdekében létrejött gasztrofesztiválok tömegessé válásuk miatt a lokalizációs vagy inkább a globalizációs folyamatokat erősítik inkább, valamint arra, hogy milyen szerepet tölthetnek be a települések társadalmi, gazdasági és kulturális fejlődésében. Az erre vonatkozó eredmények elsősorban közvetlen a COVID-19 pandémia megjelenése előtti, és az az alatti helyzetet tárják fel, így felhívják a figyelmet a gasztrorendezvények szervezéséből fakadó előnyökre és a kínálatban fellépő problémákra. Az eredmények hozzájárulhatnak a gasztrorendezvény-kínálat működési nehézségeit kiküszöbölő megújításra úgy, hogy értéket képviselő, a hazai kultúra sokszínűségét kifejező, az elérendő célokat és célcsoportot egyértelműen definiáló, a helyi lakosok életminőségét közvetetten és közvetlenül is javító gasztrorendezvények és gasztrofesztiválok jöjjenek létre.

1. Problémafelvetés és a kutatás indokoltsága

A globalizáció homogenizáló hatása az élet minden területére kiterjed, így a lokális gazdasági, társadalmi és kulturális sajátosságok elvesztéséhez is vezethet. Azonban a különböző helyek nem passzív befogadói a globális hatásoknak, hanem a globalizáció ellenében egyre inkább felértékelődnek a lokalizációs törekvések. Ennek következtében egyre nagyobb szerepet kapnak a helyek egyedi adottságai a keresletben és a kínálatban egyaránt. A fogyasztók egyre inkább elfordulnak az univerzális tömegtermékek felől az egyedi, különleges termékek felé, melyek fogyasztása túlmutat azok használati értékén, szimbolikus jelentéseket kapnak, továbbá az életstílus, valamint az identitás is kifejeződik ez által. A kínálatban és a termelésben szintén változások zajlanak le a kereslet igényeinek kielégítése érdekében. A kínálaton belül kiemelendők a különböző helyek, mint például a városok és a vidéki települések változásai. A városi és vidéki terület- és településfejlesztők egyre inkább elfordulnak a sztetenderd fejlesztési mintáktól, és a lokalitások egyedi, sajátos értékeire igyekeznek alapozni a helyi társadalmi, gazdasági és kulturális megújulást, valamint a turizmusfejlesztést. E törekvéseknek köszönhetően értékelődtek fel a fesztiválok is.

Bár a különböző jellegű fesztiválok évszázados múltra tekintenek vissza (FALASSI, A. 1987), elterjedésük intenzívebb szakasza az elmúlt néhány tíz évre tehető (BENEDEK M.–STARK J. 2009; MAIR, J. 2019). Nemzetközi szinten, főként Európában és az angolszász országokban a második világháborút követően (SMITH M. 2009; CUDNY, W. et al. 2012), míg Magyarországon a rendszerváltozás után, egyre több település igyekezett társadalmi, kulturális és gazdasági megújulását a fesztiválok által elérni (KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017). E rendezvények a helyek és a helyi közösségek egyedi kulturális és táji értékeit ünneplik, így segíthetik a helyi közösségi kohézió és identitás erősítését a társadalmi fenntarthatóság érdekében, illetve a kulturális hagyományok megőrzését és népszerűsítését is támogatják. Gazdasági szempontból például az imázs formálásában, a helyi termelők helyzetbe hozásában, illetve a települések turisztikai kínálatának és vonzerejének bővítésében vagy pótlásában segíthetnek. Ugyanakkor a fesztiválok népszerűsége nemcsak a kínálati oldalról jellemző, hanem a kereslet is megélnékvült irántuk, mivel élményforrást jelentenek a látogatók, a helyi lakosok és a turisták számára is az újdonságok megtapasztalása vagy a régi emlékek felidézése, illetve a közösségi kapcsolatok ápolása által. Ennek köszönhetően egy új turisztikai fogyasztói szegmens, a fesztiválturisták köre alakult ki (ZÁTORI A. 2016). A fesztiválok keresleti és kínálati oldaláról elérhető előnyök felismerése pedig e rendezvények ugrásszerű gyarapodását és bizonyos térségekben tömegesedését is okozta nemzetközi szinten és Magyarországon is (SULYOK J.–SZIVA I. 2009; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018).

A fesztiválok számának nemzetközi és hazai növekedése miatt a kínálati paletta egyre színesebbé válik, egyre különbözőbb célokat megjelölő, eltérő volumenű és területi jelentőségű, valamint témájú rendezvényekre használják a fesztivál kifejezést (KWIATKOWSKI, G. 2018). A fesztiváloknak többféle típusa alakult ki, melyek közül nemzetközileg és Magyarországon is az egyik legjellemzőbb típust a gasztronómiai témát ünneplő fesztiválok, a gasztrofesztiválok alkotják. *Azonban a fesztivál és a gasztrofesztivál fogalma sem tisztázott a tudományban és a szakpolitikában sem, ezért a rendezvények széles skáláján használt a fesztivál, illetve gasztrofesztivál kifejezés, ami e szavak túlhasználásához, elértéktelenedéséhez, illetve az érdeklődők megtévesztéséhez vezet.* Mindemelllett a fesztiválok tömegessé válása egyediségük elvesztését okozhatja. Így felvetődik a probléma, *hogy az egyediség kifejezése és a lokalizációs törekvések támogatása érdekében létrejött fesztiválok tömegessé válásuk okán nem a heterogenizálás, hanem inkább a homogenizálás irányába hathatnak* (1. ábra).

Ahhoz, hogy a gasztrofesztiválok a településfejlesztés eszközei legyenek, szükség van a különböző belső és külső érdekelt felek bevonására, és az általuk biztosítható anyagi és humán erőforrásokra is. Ugyanakkor nem minden településen áll rendelkezésre ugyanolyan mennyiségű és minőségű erőforrás ahhoz, hogy a gazdasági, társadalmi és kulturális megújuláshoz hozzájáruló, hosszútávon fenntartható gasztrofesztiválokat legyenek képesek nyújtani. Ennek következtében *felmerül a probléma, hogy a különböző erőforrásoktól való*

függőség, valamint az erőforrásokhoz való hozzájutási képesség lokalitásonként eltérő, ami miatt a gasztrofesztiválok újratermelhetik a területi egyenlőtlenségeket.



1. ábra: Globális és lokális kölcsönhatások a gasztrofesztiválok mentén

Forrás: Saját szerkesztés

A fesztiválok település- és turizmusfejlesztésben játszott szerepét, ugrásszerű gyarapodását, az erőforrásoktól való függőségét a kutatók is felismerték. Sokféle diszciplína képviselői foglalkoznak a fesztiválok jellemzőinek vizsgálatával, például antropológusok, szociológusok, közgazdászok, menedzsment szakemberek és geográfusok is. A fesztiválkutatások bővülésével GETZ, D. (2010; 2012) szerint a klasszikus, az instrumentális és a menedzsment kutatási megközelítések jöttek létre. A klasszikus megközelítés a legrégebbi és a legkidolgozottabb, a szociológusokhoz és antropológusokhoz köthető leginkább, mely a fesztiválok szerepét, jelentését és társadalmi-kulturális hatásait vizsgálja. Ez foglalkozik a fesztiválok ünnepi jellegének feltárásával, a közösség motivációinak és fesztiválokon játszott szerepének vizsgálatával, a befogadó közösség és a látogatók interakcióinak elemzésével, a fesztiválok autentikusságának kérdéseivel, valamint azok árucikké válásának problémáival. Ide sorolhatók azok a kutatások is, melyek a fesztiválok szerepét vizsgálják a helyi- és csoportidentitás létrejöttében, a társadalmi és kulturális tőke bővítésében (például FALASSI, A. 1987; BALI J. 2007; PUSZTAI B. 2007; CSURGÓ B. 2014; QUINN, B. 2019). Az instrumentális vagy más néven fesztiválturizmusról szóló megközelítés elsősorban a fesztiválok gazdaságfejlesztésben betöltött szerepét vizsgálja, melyben a fesztiválok tömegessé válása okainak és következményeinek feltárása kerül előtérbe. Vizsgált téma a fesztiválok helymarketinggel és turizmussal való kapcsolata, valamint a gazdasági hatáselemzéssel és a fesztiválok minőségi értékelésével kapcsolatos kutatások is ide sorolhatók. Továbbá népszerűek a fesztiválokon való részvétel motivációit, az elégedettséget és a viselkedést feltáró vizsgálatok is (például HALL, C. H.–SHARPLES, L. 2008A; ZÁTORI A. 2016; BOTTYÁN I. 2017; KRAJÍČKOVÁ, A.–ŠAUER, M. 2018). A fesztiválkutatás legfiatalabb irányzata a fesztiválmenedzsment, melyen belül elsősorban a fesztiválok menedzselése, a különböző érdekcsoportok szerepe, a kockázatok, kihívások és a marketing szempontok feltárása jellemző (például REID, S.–ARCODIA, C. 2002; ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008; PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012).

Kutatásom során számos hazai és nemzetközi tanulmányt dolgoztam fel, mely alapján relevánsnak tartom a fesztiválkutatási irányok e hármas felosztását. *Azonban a vizsgálatok túlnyomó része nyugati, angolszász szerzőkhöz kötődik, a poszt szocialista, vagy más kelet-közép-európai országok fesztivál-helyzetéről szóló kutatások csak kisebb részt jelennek meg a nemzetközi szakirodalomban* (például CUDNY, W. et al. 2012; KRAJÍČKOVÁ, A.–ŠAUER, M. 2018; ZARĘBSKI, P.–ZWĘGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020). De nem csak a fesztiválkutatások területi lefedettségében figyelhetők meg anomáliák. Emiatt a fentebb említett hiányzó szempontok kutatásával, a szempontok közötti összefüggések feltárásával, változatosabb alkalmazott módszerekkel és nagyobb minták vizsgálatával is lehetne bővíteni a szakirodalmat.

A hazai és nemzetközi tanulmányok zöme említi, hogy számos fesztivál, azon belül gasztrofesztivál jött létre szerte a világon és sok típusuk van, de *alig találkoztam olyan kutatással, mely megkísérelte volna a gasztrofesztiválokat számszerűsíteni, azokat tipizálni, valamint országos területi jellemzőiket elemezni, létrejöttük okait feltárni* (KWIATKOWSKI, G. 2018; KESGIN, M. et al. 2022). Ennek oka feltehetően az, hogy évről évre új rendezvények jönnek létre és régebbiek szűnnek meg, így nehéz nyomon követni a számukat.

A fesztiválok kapcsán számos tanulmány foglalkozik a motivációk feltárásával, elsősorban a kereslet szempontjából. E rendezvények kínálati oldalát, a létrejöttük okait és céljait kevesebb kutatás vizsgálja, általában néhány esettanulmány segítségével, a menedzsment megközelítést alkalmazva. E tanulmányok elismerik, hogy a fesztiválok és az ünnepelt témájuk fontos kulturális erőforrásoknak tekinthetők, valamint a település- és turizmusfejlesztés napjainkban divatos eszközei. A kutatók felhívják a figyelmet arra is, hogy a fesztiválok megrendezése az általuk elérhető széleskörű, gazdasági, társadalmi és kulturális előnyök megszerzése miatt történik (KUNDI V. 2013). A kitűzött célok nagyban befolyásolják a fesztiválok differenciálódását a téma, területi jelentőség és az időbeli jellemzők tekintetében, ráadásul egyes célok nem összeegyeztethetők egymással, mely akár társadalmi konfliktusokhoz vezethet (PUSZTAI B. 2003; 2007; KISS M. 2014). *Azonban a szakirodalomban ritkák az olyan kutatások, melyek feltárnák a gazdasági, társadalmi és kulturális célok összeegyeztethetőségét, és vizsgálnák azok elérhetőségét és fenntarthatóságát befolyásoló tényezőket* (ÁSVÁNYI, K.–JÁSZBERÉNYI, M. 2017A). Továbbá *a fesztiválkutatások döntően kis elemszámú mintákat, esettanulmányokat vizsgálnak lokális léptékben főként kvantitatív módszerekkel, egy adott terület fesztiválkínálatának többféle módszertant ötvöző elemzése ritka a szakirodalomban* (GOUTHRO, M. B.–FOX, D. 2019). Ennek oka e rendezvények ismeretlen száma és területi elterjedése, valamint a nem egységes definiálás lehet.

Mindezek alapján a fesztiválkutatások népszerűsége ellenére *a fesztiválok fő jellemzőinek együttes feltárása és azok összekapcsolása, a több nézőpontból való vizsgálata, és a fesztiválok különböző aspektusai (térbeli, témabeli, időbeli jellemzők, célok és érdekcsoportok, valamint alkalmazkodóképesség) közötti összefüggések feltárása kevésbé jellemző kutatási téma*. Azonban úgy vélem, hogy a több megközelítés nagyobb területi léptékben való együttes feltárására szükség lenne. Ilyen vizsgálatokkal képet kaphatunk a fesztiválok népszerűségét előidéző tényezőkről, a fesztiválok szervezése mögött meghúzódó motivációkról, a bővülő paletta mellett megjelenő lehetséges kihívásokról, mint például az egyediség elvesztéséről, valamint az erőforrásoktól való függőségről. E problémák ismerete pedig hozzájárulhat ahhoz, hogy a fesztiválok képesek legyenek betölteni az eredeti céljaikat, mégpedig az egyediség ünneplésén keresztül a lokalizáció támogatását a globalizáció homogenizáló hatásaival szemben. Az azonosított problémákat magyarországi, elsősorban vidéki gasztrorendezvények példájára szűkítve mutatom be és oldom fel.

2. Célkitűzés és kutatási kérdések

A disszertáció céljának meghatározásakor figyelembe vettem, hogy az reflektáljon a gasztrofesztiválok működését érintő, a szakirodalomban megjelenő problémákra, pótolva az előbbieken feltárt témabeli hiányosságokat. Ennek megfelelően *a disszertáció fő célja a hazai gasztronómiai témájú rendezvények többszemponútú, összefüggéseket kereső, mikro-, mezo- és makroléptékű empirikus kvantitatív és kvalitatív adatokon alapuló vizsgálata, melynek segítségével feltárható, hogy az egyediséget ünneplő, de tömegessé váló rendezvények a lokalizáció, a globalizáció vagy a glocalizáció elősegítői-e Magyarországon*. Értelmezésem szerint a gasztronómiai elnevezést viselő rendezvények akkor tekinthetők a lokalizáció és ezzel a helyi erőforrásokon alapuló endogén, heterogenizáló fejlesztés támogatóinak hazánkban, ha az ünnepelt témák szerint diverzifikált az országos kínálat, melyben a rendezvények valóban a kiválasztott, többnyire a lokalitáshoz szorosan kapcsolódó gasztronómiai témát helyezik a fókuszba. Továbbá, ha a rendezvények volumene és területi jelentősége szerint a kisebb- és nagyobb vonzerejű rendezvények is megtalálhatók. Illetve, e rendezvények céljai és a

célcsoportjai egyértelműen definiáltak, a program és az elnevezés ahhoz illeszkedik, a rendezvények térbeli és időbeli elrendeződése kiegyenlített. Ezzel ellentétben a hazai gasztrorendezvények a globalizációt és ezzel együtt a homogenizációt támogatják, ha a gasztronómiai elnevezés ellenére megjelennek olyan elemek a kínálatban, melyek programjai nem a gasztronómiai téma szerves kiegészítői. Továbbá, ha a turisztikai vonzerejű gasztrorendezvények mellett olyan, kizárólag helyi lakosoknak szólóak is léteznek, melyek céljai és a célcsoportja nem egyértelműen definiált, és nincsenek összhangban a programkínálattal és az elnevezéssel (főként a fesztivál szó használatával), valamint a rendezvények térbeli és időbeli sűrűsödése jellemző. A gasztrorendezvények hazai globalizációját pedig a lokalizációt és globalizációt támogató tényezők kínálatbeli keveredése jelenti.

A célkitűzéshez kapcsolódóan három fő kérdést fogalmaztam meg, melyekhez részkérdéseket rendeltem. Az első fő kérdésre elsősorban a szakirodalom alapján adok választ, melyben vizsgálom, hogy

1. *A globalizáció és a posztfordi átmenet milyen változásokat eredményez a vidéki és városi kultúratermelésben és a -fogyasztásban?*

A fő kérdés megválaszolásához rendelt részkérdések a változások feltárására, valamint a gasztronómia azokban betöltött szerepére irányulnak:

1.1. *Melyek azok a tényezők, amelyek a (vidéki) helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés felértékelődését eredményezték?*

1.2. *A gasztronómiai hagyományok hogyan illeszthetők a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztési modellbe?*

A második fő kérdésben a szakirodalom és az empirikus kutatás alapján feltárom, hogy

2. *A külföldi szakirodalom szerinti gasztrofesztivál jellemzők és hazai gasztrorendezvény-kínálat többszemponútí tipizálása és térbeli mintázatának elemzése alapján milyen különbségek és hasonlóságok fedezhetők fel a külföldi és a hazai gyakorlatban a gasztrofesztivál értelmezésében?*

E fő kérdéshez kapcsolt részkérdésekben keresem a választ arra, hogy

2.1. *Hogyan definiálható a gasztrofesztivál fogalma?*

2.2. *Hogyan értékelhető a gasztrorendezvények kapcsolata a befogadó hely kulturális sajátosságaival a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés elmélete alapján?*

2.3. *A gasztrorendezvények milyen szerepet töltenek be az egyes lokalitások turisztikai kínálatában?*

A harmadik fő kérdésem a gasztrorendezvények által elérendő településfejlesztési célok, illetve e célok elérhetőségét és fenntarthatóságát befolyásoló tényezők feltárására irányul a szakirodalom és az empirikus kutatásaim segítségével, elsősorban a Dél-Alföld tervezési-statisztikai régió gasztrorendezvényeinek példáján. Ezek alapján a kérdés a következő:

3. *Milyen szerepük lehet a gasztrorendezvényeknek a helyi erőforrásokon alapuló települési társadalmi, gazdasági és kulturális megújulásban a globalizáció és a lokalizáció kontextusában egy dinamikusan változó környezetben a kiválasztott dél-alföldi mintaterület esetében?*

A fő kérdésekhez kapcsolt részkérdések utalnak a célok elérhetőségét és fenntarthatóságát befolyásoló tényezőkre, azaz feltárára kerül, hogy

3.1. *Milyen kockázatokat és konfliktusokat rejthetnek magukban a gasztrorendezvények erőforrásvonzó-képességében esetlegesen megmutatkozó különbségek a területi egyenlőtlenségek alakulása tekintetében?*

3.2. *Hogyan befolyásolhatja a gasztrorendezvények megújuló-, illetve külső és belső változásokhoz és hatásokhoz való alkalmazkodóképessége ezeknek a rendezvényeknek a fenntarthatóságát?*

Mindezek alapján a dolgozat célkitűzése, valamint az ahhoz kapcsolt fő- és részkérdések válaszai magyarázatot adnak a gasztrofesztiválok helyi fejlesztésben betöltött szerepének felértékelődésére, az e folyamat eredményeként létrejött gasztrorendezvények témabeli, térbeli

és időbeli problémáira, valamint arra, hogy az egyediséget ünneplő gasztrofesztiválok hogyan tudják betölteni településfejlesztő szerepüket a különböző befolyásoló tényezők függvényében.

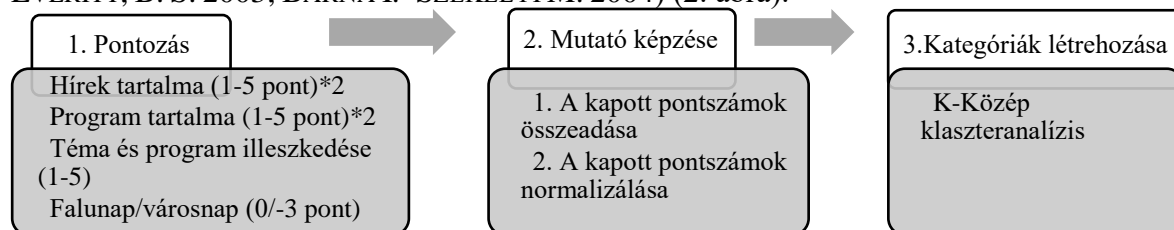
3. A kutatás során alkalmazott módszerek

A disszertációban a nemzetközi szakirodalomban azonosított klasszikus, instrumentális és menedzsment megközelítés együttes alkalmazásával tárom fel a hazai gasztrorendezvények területi mintázatát, létrejöttük okait és a működésük során fellépő problémákat, melyek között összefüggéseket keresek. A téma több szempontra való kiterjedése és azok közötti kapcsolatok vizsgálata többféle, kvantitatív és kvalitatív módszer együttes alkalmazását indokolta (SHIPWAY, R. et al. 2012). Az alkalmazott módszerek eredményei kapcsolódnak egymáshoz, egyes módszerek során született eredmények más módszerek kiindulási alapját képezték.

Kutatásom kezdetén vizsgálataim alapján nem létezett egy olyan elérhető adatbázis, mely koherens, pontosabb, az egész országra kiterjedő módon tartalmazta volna a hazai gasztronómiai témájú rendezvények kutatásom szempontjából releváns listáját, azok területi és időbeli adatait (BENEDEK M.–STARK J. 2009; BOTTYÁN, I. 2015; GOMBOS SZ. 2016). Azonban a hazai fesztivál-helyzetkép feltárásához ilyen gyűjtemény meglete nélkülözhetetlen volt. Például a Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program ugyan rendelkezik fesztivál adatbázissal, ám ez önkéntes bejelentésen alapul, valamint a regisztrációs rendszer szigorú feltételeket szab a fesztivál szó használatára. Azonban turisztikai programajánló honlapokon (például programturizmus.hu) számos olyan, a fesztivál szót az elnevezésében viselő rendezvény szerepel, melyeket a fesztiválregisztráció nem rögzít (például Szanki Méz- és Meggyfesztivál), illetve e adatbázisban vannak fesztivál nevet nem viselő rendezvények is (például Móri Bornapok). Mindez indokolta a saját *gasztrorendezvény-adatbázis megalkotását*, melyet *internetes média-tartalomelemzéssel* végeztem a 2019-es év rendezvényeire vonatkozóan (BOTTYÁN, I. 2015; GOMBOS SZ. 2016). A tartalomelemzés kulcsszavas keresés alapján történt, mely kulcsszavakat archív fesztivál adatbázisokban (NETA, fesztivalportal.hu, napok.4.hu) szereplő rendezvények elnevezésének áttanulmányozásával határoztam meg más külföldi kutatásokhoz hasonlóan (HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018; ZARĘBSKI, P.–ZWEGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020). Ennek eredményeként a „fesztivál”, a „főzőverseny” és a „disznótor” kulcsszavakat használtam. A dél-alföld régió végzett 2018-as próbakeresés során a „gasztrofesztivál” a „nap” és az „ünnepe” kulcsszavakat is használtam, viszont ezek nem eredményeztek érdemben több találatot, mint a kiválasztott kulcsszavak, így ezeket nem alkalmaztam a további keresés során. A kulcsszavakból és az összes magyarországi település nevéből végzett szókapcsolatokra egyesével kerestem rá a Google keresőprogramban. A keresést követő találatok címét és tartalmát mint média cikkeket, a rendezvények honlapját, önkormányzati tájékoztató anyagokat áttekintettem, és ha találtam olyan rendezvényeket, melyek elnevezésében szerepelt valamilyen étel vagy ital, termék, termés, vagy élelmiszer előállító eljárás (LYONS, H. 2008; PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012; BOTTYÁN, I. 2015; KESGIN, M. et al. 2021), rögzítettem az adatbázisban a szervező település és a rendezvény nevét, időpontját, valamint a megrendezési éveket (1. melléklet). A rendezvény elnevezésében a fesztivál szó szereplése nem volt kitétel, hiszen például a legnagyobb hazai zenei fesztiváloknak titulált rendezvények sem mindegyike használja a fesztivál szót, mint például a Szegedi Ifjúsági Napok. A létrehozott gasztrorendezvény-adatbázisban egyedül Budapest eseményei nem szerepelnek, ugyanis a kutatás elsődleges célja a vidéki, valamint a kisvárosi folyamatok feltárása, ami nem indokolta a főváros eseményeinek regisztrálását. A gyűjteményt az előre meghatározott szempontrendszerem, a keresőprogram által kiadott események és azok saját értékelés szerinti szűrése alapján hoztam létre a kiválasztott, 2019-es évre vonatkozóan. Végezetül 987 gasztronómiai elnevezésű rendezvény került az adatbázisomba, melyeket az internetes média tartalmak, a következőkben bemutatandó interjúk szerint megrendeztek 2019-ben. Az adatbázisba került rendezvényeket összefoglalóan gasztrorendezvényként nevezem, melyek közül a további kutatási módszereimmel tárom fel, hogy melyek felelnek meg a saját szempontrendszerem szerint felállított gasztrofesztivál-követelményeknek.

Az adatbázisban rögzített, 2019-ben megrendezett gasztrorendezvényekről dokumentált adatokat tovább bővítettem internetes médiatartalom-elemzéssel, mely módszer használatos a nemzetközi kutatásokban is (1. melléklet) (BRADLEY, A. 2012; JÁSZBERÉNYI M.–KÖKÉNY L. 2018; GOUTHRO, M. B.–FOX, D. 2019; KESGIN, M. et al. 2022). Az egyes rendezvények jellemzőinek részletesebb feltárását indokolta, hogy a fesztiválok minőségének értékelése leggyakrabban a kereslet oldaláról (SMITH, S.–COSTELLO, C. 2009; KRAJÍČKOVÁ, A.–ŠAUER, M. 2018; GETZ, D. et al. 2019) vagy a fesztiválkörnyezet terepi felmérése alapján (VESCI, M.–BOTTI, A. 2019) történik, a média által közvetített imázs szerinti értékelés kisebb szerepet kap a nemzetközi kutatásokban, de kisebb elemszámon végzett hazai példa is hozható erre (ÁSVÁNYI, K.–JÁSZBERÉNYI, M. 2017B). Mindemellett számos tanulmány bizonyítja, hogy a média régóta az egyik legfontosabb imázsformáló eszköz, mely befolyásolja a turisták fogyasztói döntéseit (POVEDÁK K.–POVEDÁK I. 2003; SPIEGLER P. 2009; ZHOU, L. 2014; HANAN, H.–KARIM, S. A. 2015). Továbbá a rendezvények médiaaktivitásából következtetni lehet azok volumenére és a téma hangsúlyosságára is (ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008). Mindezek alapján a kutatás következő lépéseként a leggyűjtött 987 gasztrorendezvényre külön-külön kerestem rá a Google keresőprogramban, és a keresés során kiadott cikkek, leírások, fotók, valamint plakátok tartalma alapján, előre meghatározott szempontjaim szerint pontoztam a rendezvényeket. A vizsgált szempontokból létrehoztam a „fókusz” és a „funkció” komplex mutatókat, amiket haladó statisztikai módszerekkel dolgoztam fel. Fontos megjegyezni, hogy a mutatók képzése során figyelembe vett szempontok kutatói megítélésem alapján születtek, akárcsak a szempontokra adott pontszámok.

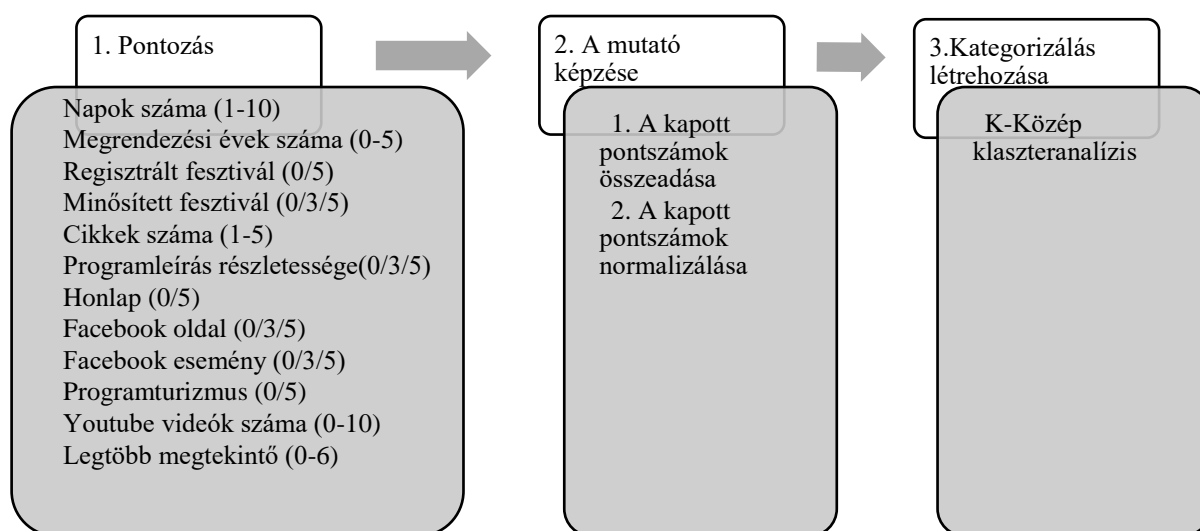
A „fókusz” mutató arra utal, hogy a gasztronómiai témájú rendezvények az internetes médiában megjelent szöveges tartalmak alapján, programkínálatukat milyen hangsúllyal helyezik az ünnepelt gasztronómiai témára, azaz mennyire tekinthetők gasztronómiai vagy inkább kulturális-zenei fókuszúnak. A médiatartalom-elemzés három vizsgálati szempontja került e mutatóba. Pontoztam 1-től 5-ig terjedő skálán és kétszeres súllyal vettem figyelembe, hogy a médiában megjelent hírek a rendezvények kulturális-zenei programkínálatáról, vagy inkább a gasztronómia bemutatásáról szóltak. Például, ha megítélésem szerint a leírásokból nem derült ki, hogy a rendezvény milyen módon ünnepelte az elnevezésében szereplő témát, mert a leírások inkább a szórakoztató, zenei programokról szóltak, akkor a rendezvényt e szempontból 1 pontra értékeltem. Ugyanezt a logikát és pontozást alkalmaztam a rendezvények plakátját, programleírását elemezve. A harmadik szempont a rendezvény ütemtervében feltüntetett programok és a téma illeszkedésének pontozása volt. Tehát, ha például valamely helyi termék ünnep programkínálatában valamely populáris, könnyűzenei előadó műsora volt a fő attrakció, azt 1 pontra értékeltem, de ha például egy disznótoros rendezvény programját népi táncos és zenei műsorok kísérték, 5 pontot adtam (1. lépés). E három szempont pontszámából egy pontszámot képeztem. Viszont, ha az eseményt az elnevezésében vagy leírásában falunapnak vagy városnapnak nevezték, vesztett a gasztrojellegéből, a megszerzett pontokból 3 pont levonásra került, hiszen megítélésem szerint ebben az esetben a rendezvény fókusza nem kifejezetten az ünnepelt témára irányult, hanem a település egészére (2. lépés). A pontszámok normalizálását követően K-Közép klaszteranalízis segítségével öt csoportot alkottam meg az SPSS Statistics programban, annak megfelelően, hogy a „fókusz” mutató alapján kulturális-zenei vagy gasztronómiai fókuszú-e az esemény (3. lépés) (LANDAU, S.–EVERITT, B. S. 2003; BARNA I.–SZÉKELYI M. 2004) (2. ábra).



2. ábra A „fókusz” mutató létrehozásának lépései

Forrás: Saját szerkesztés

A „funkció” mutató a gasztrorendezvények területi jelentőségére, volumenére és célcsoportjára utal, megalkotása során az időbeli terjedelembre, valamint internetes média aktivitásra utaló jellemzőket vettem főként figyelembe. A mutató létrehozásakor pontoztam az internetes marketing felületeken való megjelenést, például azt, hogy a rendezvénynek van-e elérhető plakátja vagy programja, honlapja, Facebook-oldala és- eseménye, szerepel-e a hazai egyik legnépszerűbb programajánló honlapon, a programturizmus.hu-n, illetve hány videó jelent meg róla a YouTube-on, mennyien nézték meg a legnépszerűbb videót. A rendezvények minőségére utalhat a hazai Fesztiválminősítési programban való részvétel, így arra is járt pont, hogy minősített, vagy regisztrált-e a rendezvény. Továbbá a megrendezési évek és az időtartam, azaz a napok száma is minőségjelző lehet, ezért ezekből is képeztem pontszámokat (1. lépés). Minden szempontra adott pontszámot összeadtam, az adathiányok kiküszöbölése miatt normalizáltam (2. lépés). Végezetül 5 kategóriát alkottam meg K-Közép klaszteranalízis segítségével az SPSS Statistics programban (3. lépés) (3. ábra). A magasabb pontszám az aktívabb internetes média marketing tevékenységet fejezi ki, melyből arra következtetek, hogy ebben az esetben a rendezvény volumene nagyobb és célcsoportja is bővebb volt, mint egy kisebb marketing tevékenységgel rendelkező rendezvényé.



3. ábra: A „funkció” mutató létrehozásának lépései

Forrás: Saját szerkesztés

A gasztrorendezvények témabeli, térbeli és időbeli jellemzői közötti kapcsolatok és különbségek feltárása érdekében egyutas varianciaanalízist (one-way ANOVA) végeztem az SPSS Statistics programban. E módszer a vizsgálatba bevont sokaságok átlagai közti különbségek vizsgálatára alkalmas, illetve megmutatja, hogy egy független változó hogyan befolyásolja a függő változó alakulását. Az átlagok szignifikáns különbözősége esetén (ha a szignifikancia érték kisebb 0,05-nél) a független változó hatással van a függő változóra. A párba állított változókhoz tartozó szignifikancia értéket, a szabadságfok értékét (df), valamint a csoportok közötti és csoportokon belüli eltérésnégyzetének arányát kifejező F értéket a 2. melléklet tartalmazza (LANDAU, S.–EVERITT, B. S. 2003).

A gasztrorendezvények létrejötte okainak, valamint működési feltételeinek feltárása érdekében *kérdőíves kutatást* végeztem az összegyűjtött gasztrorendezvények szervezői körében (SHIPWAY, R. et al. 2012; ADONGO, R. 2019; GOUTHRO, M. B.–FOX, D. 2019), melyhez hasonló, egy terület a lehetőségekhez képest dokumentált összes gasztrorendezvényére kiterjedő kutatások ritkán jelennek meg a nemzetközi szakirodalomban (GETZ, D. 2010; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018) (3. melléklet). A kérdőívet a Google űrlapban készítettem, és online, e-mail-ben küldtem ki a leírásokban, plakátokon megadott kapcsolattartóknak, a település önkormányzatának, polgármesterének, valamint kulturális

intézményének e-mail címére, meglepte esetén helyi turisztikai szervezetnek is, összesen 3 alkalommal. Az online kérdőívezés 2020.01.16. és 2021.02.04. között zajlott, mely hosszú időtartamot indokolja, hogy a kérdőívek első kiküldése után – mikor még alacsony volt a válaszadási arány – jelent meg Magyarországon a koronavírus járvány, ami miatt új kérdéseket kellett beépíteni a kérdőívbe (amiket a már választ adó szervezőknek külön kiküldtem), illetve a többször megváltozó fesztiválszervezési korlátozások az újabb kiküldések későbbi ütemezését is befolyásolták. E helyzetnek köszönhetően a kérdőív átfogó képet ad a hazai gasztrorendezvények COVID-19 megjelenése előtti működéséről, valamint feltárja, hogy az egyes rendezvények szervezői hogyan reagáltak a gyakran változó, szervezést érintő korlátozásokra a pandémia idején.

A beérkezett válaszok ellenőrzése és szelektálása után 479 releváns válasszal zártam a kérdőíves kutatást, de 4 fesztiválról 3-3, 28 fesztiválról 2-2 válasz érkezett be a több e-mail cím felkeresése okán. E válaszokat nem vontam össze, külön véleményként értékeltem a feldolgozás során, hiszen a kérdőív nagy arányban tartalmazott nyitott kérdéseket is. Összesen 443 különböző rendezvényről érkezett válasz, ami 44,9%-os válaszadási arányt jelent. Regionális szinten egyes régiók esetében 50% feletti a kitöltési hajlandóság, de a legalacsonyabb válaszadási aránnyal rendelkező régiók is megközelítik a 40%-ot. Módszertani szempontból ez a kitöltési arány megfelelőnek mondható (1. táblázat). A kérdőívet 389 különböző településről töltötték ki, ami a gasztrorendezvényt szervező összes település 55,7%-át jelenti. A vizsgált mintában a kisebb lélekszámú településeken tartott rendezvények dominálnak, ami a teljes kínálatra is jellemző. A gasztrorendezvényt szervező összes település 72,8%-a, a vizsgált mintába került települések 70,7%-a 5000 fő alatti népességszámú. Mindezek alapján a minta reprezentatívnak tekinthető (BABBIE, E. 2008).

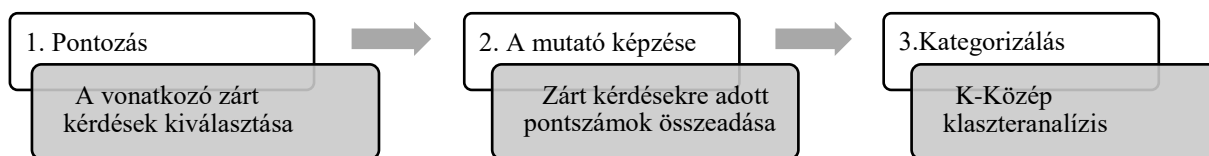
1. táblázat: A kérdőív válaszadási aránya a tervezési-statisztikai régiók alapján

Régió	Dél-Alföld	Észak-Magyarország	Dél-Dunántúl	Észak-Alföld	Nyugat-Dunántúl	Közép-Magyarország	Közép-Dunántúl
Válaszadási arány	56,2%	51,6%	44%	40,6%	40,6%	39,6%	37%

Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőív nyitott és zárt kérdéseket egyaránt tartalmazott. A nyitott kérdésekre adott válaszokból az eredmények feldolgozása során idézek állításaim alátámasztására. A zárt kérdések túlnyomó részében 4 fokozatú Likert-skálát alkalmaztam az állításokkal való egyetértés mérésére „egyáltalán nem” (1), „inkább nem” (2), „inkább igen” (3) és „teljes mértékben” (4) opciókkal, mely a középre húzó is-is jelölések kiszűrésére volt alkalmas. Alkalmaztam 5 fokozatú szemantikus differenciál skálát is, melynek bal oldalán a negatív, vagy kisebb jelentőségre, a jobb oldalán a pozitív, vagy nagyobb jelentőségre utaló állítások szerepeltek (BABBIE, E. 2008). Az adatok feldolgozásához alap- és haladó statisztikai (varianciaelemzés és K-Közép klaszteranalízis) módszereket végeztem az SPSS Statistics programban, mely eredményeket diagramokon ábrázoltam.

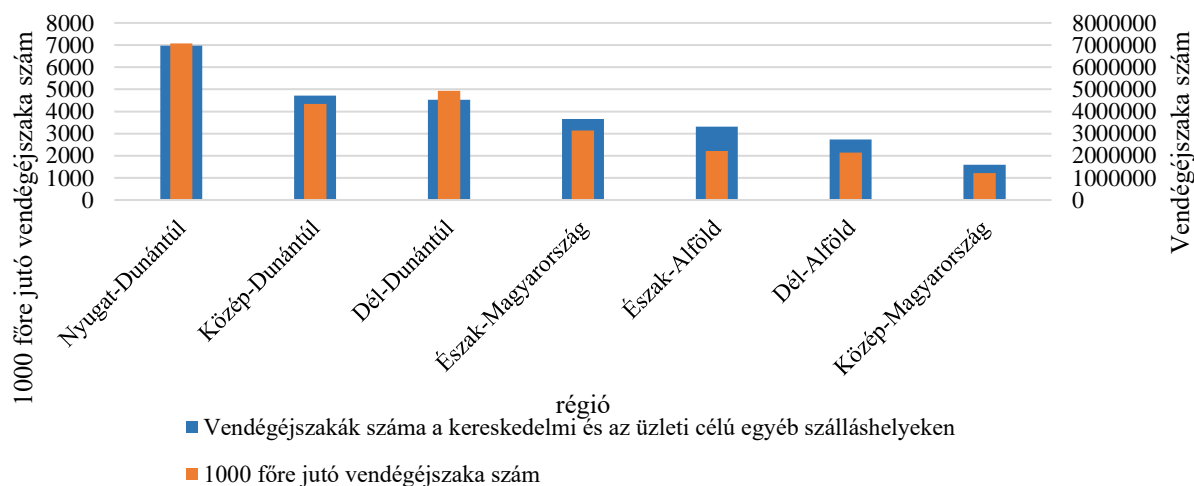
A kérdőív zárt kérdéseit a kutatásban vizsgált fő témák szerint csoportosítottam (1. lépés), melyek alapján 4 komplex mutatót, a „funkció”, „fókusz”, „függőség”, valamint az „életciklus” mutatókat hoztam létre, a tartalomelemzés feldolgozásához hasonlóan (ADONGO, R. 2019). A mutatók a Benett módszerrel, a vonatkozó zárt kérdésekre adott pontszámok összeadásából jöttek létre (Likert-skála 1-4 pont, szemantikus differenciál skála 1-5 pont), melyeket a hiányzó adatok torzító hatásának kiküszöbölése miatt normalizáltam (2. lépés) (3. melléklet). A mutatók képzéséhez felhasznált kérdések a kérdőív elemzésénél kerülnek bemutatásra. A kapott pontszámok alapján kategorizáltam a rendezvényeket a 4 mutató tükrében, mely kategóriákat K-Közép klaszteranalízis segítségével hoztam létre az SPSS Statistics programban (3. lépés). A statisztikai próba többszöri lefuttatása után mindhárom mutató esetében 5 klaszter létrehozását tartottam megfelelőnek az eredmények alapján (4. ábra).



4. ábra: A „funkció”, „fókusz”, „függőség” és „életciklus” mutatók létrehozásának és kategorizálásának lépései

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatás *interjú vizsgálat*a során 68 félig strukturált interjút készítettem, mely célcsoportja két fő részre tagolható (GOUTHRO, M. B.–FOX, D. 2019). Egyrészt a hazai gasztrorendezvények helyzetének, valamint a kérdőívezés során kapott eredmények közötti összefüggések mélyebb feltárása érdekében a Dél-Alföld tervezési-statisztikai régióban működő gasztrorendezvények szervezői körében készítettem interjút. A mintaterület kiválasztásakor figyelembe vettem, hogy az ne tartozzon Magyarország legfrekvenciáltabb turisztikai desztinációi közé. Ennek a szempontnak a régió megfelel, hiszen vendégéjszaka adatai abszolút értékekben és az ezer főre jutó értékek szerint is a legalacsonyabbak a Budapest nélküli Közép-Magyarország régió után (5. ábra). A Dél-Alföld turisztikai kínálata viszonylag homogénnek tekinthető a hasonló táji adottságai miatt (GULYÁS P. 2016), így más régiókhoz képest szűkebb materiális vonzerővel rendelkezik. Ám a mezőgazdasági hagyományai okán gasztronómiai potenciálja kedvezőnek mondható, mely alapja lehet a gasztrofesztiváloknak. E rendezvények olyan megteremtett turisztikai attrakciók lehetnek, amelyek képesek pótolni a látványos természeti és épített attrakciókat (PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 2000; HANUSZ Á. 2013).



5. ábra: A kereskedelmi és az üzleti célú egyéb szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma és ezer főre jutó értéke tervezési-statisztikai régióként 2019-ben

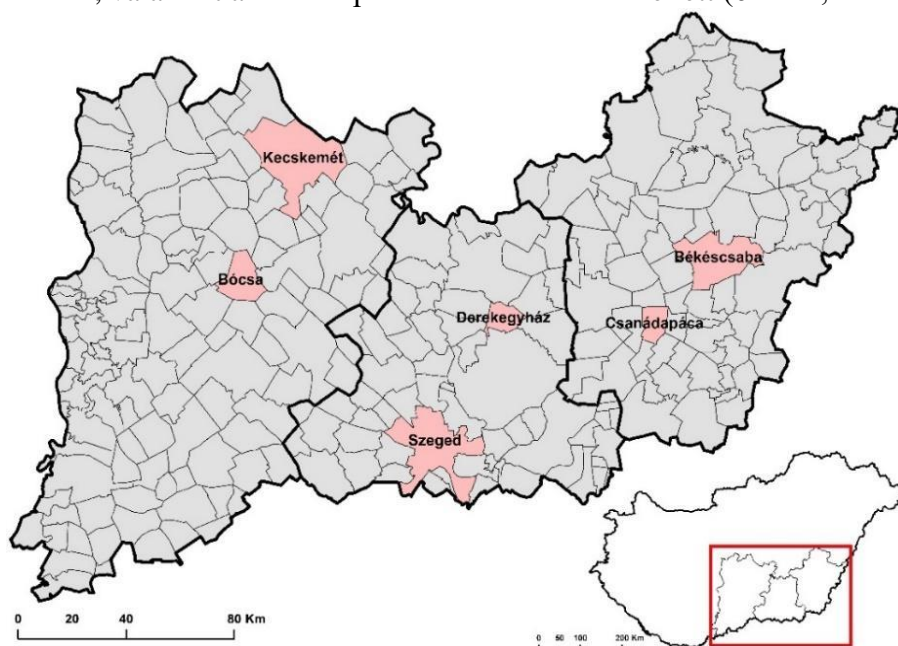
Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

Az interjúk kutatás során minden dél-alföldi gasztrorendezvényt szervező településről elsősorban telefonon, kisebb részt e-mail-ben felkerestem legalább egy rendezvény egy szervezőjét, akik között szerepeltek művelődésszervezők, polgármesterek, civil szervezeti tagok és vállalkozók is (4. melléklet). A megkeresés eredményességének függvényében 34 szervezői interjút készítettem el, így a régióbeli gasztroesemények 20,1%-a, a régióbeli szervező települések 30,6%-a került a mintába. Az interjúk közül 15-öt Csongrád-Csanád, 12-t Bács-Kiskun, 7-et Békés megyei gasztrorendezvények szervezőivel készítettem. A vizsgált események közül huszonhárom 5000 fő alatti, öt 5000 és 10 000 fő közötti, hat pedig 10 000 főnél magasabb állandó népesszámmal rendelkező településen került megrendezésre. Az interjúkérdések a szervezési motivációkra, az ételek megjelenésének módjára, a különböző érdekcsoportok és az általuk biztosítható anyagi és humán erőforrások szerepére, a működtetés nehézségeire, a jövőbeli tervekre, valamint a COVID-19 okozta korlátozásokra adott reakciókra vonatkoztak.

Az interjúk kutatás másik részét szakértői interjúzásnak nevezem, ugyanis olyan személyekkel készítettem interjúkat, akiknek van rálátásuk és véleményük a hazai gasztrofesztiválok kialakulásáról és helyzetéről, településfejlesztésben játszott szerepéről és jövőjéről. Ennek során 34 interjú készült, melyek között megkérdeztem megyei önkormányzatok dolgozóit, LEADER és egyéb fejlesztési intézmények tagjait, gasztronómiai, turisztikai, civil és fesztiválszervezői szervezeteket, vállalkozókat, polgármestereket, valamint kutatókat is (5. melléklet). Az interjúpartnerek közül 26 a Dél-Alföld régióhoz kötődik, a többi partner tevékenysége többnyire országos szintre terjed ki. Az interjúpartnerek egy részét magam választottam ki a szakértői kiválasztás módszerével internetes keresés alapján, viszont több partnerhez a hólabda módszer segítségével jutottam el (BABBIE, E. 2008).

A szervezői, valamint a szakértői interjúk félig strukturált interjúk voltak, ami azt jelenti, hogy a válaszok függvényében eltértem az előre meghatározott kérdésektől, valamint többször újabb kérdéseket vettem fel. Továbbá a legfontosabb kérdéseim mellett alkalmaztam személyre szabott kérdéseket is, melyeket az interjúpartnerek tevékenysége és szakterülete alapján fogalmaztam meg. Az interjúk kutatás két része párhuzamosan zajlott, 2020. november és 2021. február között. A kutatás a COVID-19 járvány okozta legszigorúbb, személyes kapcsolatteremtésre vonatkozó korlátozások ideje alatt történt, ezért 13 interjút személyesen, a többi telefon- vagy videóhíváson bonyolítottam le. Az interjúk átlagosan 50-60 percet vettek igénybe, valamint mindegyiket teljes egészében transzkriptáltam. Az interjúk feldolgozása kérdéscsoportonként történt a kérdőív kapcsolódó kérdéseivel párhuzamosan, tartomelemzési szoftvert nem alkalmaztam. Az eredményeim bemutatása során többször idézek interjúrészleteket az állításaim alátámasztása érdekében.

A kutatás során *esettanulmányokat* is megvizsgáltam. Kutatási tervem szerint hat példát választottam volna, azonban a pandémia okozta rendezvényszervezési tilalom és korlátozás a kutatásom idejére esett, ezért három esettanulmány feltárását tudtam megvalósítani a járványt megelőzően, 2019-ben. Hiányukat a 34, egy-egy eseményre vonatkozó szervezői interjúval pótoltam. Az esettanulmányok kiválasztásakor a Dél-Alföld régió próbaként készített gasztrorendezvény-adatbázisa már rendelkezésemre állt, melyben rögzített adatok alapján választottam ki a példákat. Figyelembe vettem, hogy a régió három megyéjéből 1-1 hasonló életkorú, de különböző témájú rendezvény legyen, illetve a települések lakosságszáma ne haladja meg az ötezer főt, egymástól jelentősebb különbség nélkül. A leszűkített listából a kapcsolatfelvételi lehetőségek alapján döntöttem a bócsai Bócsator, a Derekegyházi Palacsintafesztivál, valamint a csanádapácai Kakasfesztivál mellett (6. ábra, 2. táblázat).



6. ábra: Az esettanulmányi mintaterületek elhelyezkedése a megyeszékhelyekhez képest

Forrás: Saját szerkesztés

Az esettanulmányok vizsgálata során interjúkat végeztem a gasztrorendezvények szervezői és aktív támogatói körében (6. melléklet). A szervezői interjúzás 2018. november és 2019. január között zajlott, mely eredményeként Bócsán 8, Derekegyházon és Csanádapácán 7-7 interjút készítettem polgármesterekkel, művelődésszervezőkkel, valamint a szervezésben és lebonyolításban részt vevő aktív helyi lakosokkal (CUDNY, W. et al. 2012). Az interjúpartnerek kiválasztása a hólabda módszer alapján történt (BABBIE, E. 2008), ugyanis kívülállóként egyedül a fő szervezőket tudtam elérni, az aktív helyi segítők felkeresésében az ő segítségükre volt szükségem. Az interjúk kutatás eredményei rávilágítottak arra, hogy a kiválasztott esettanulmányok szervezőit mi motiválta a rendezvények létrehozásában, a megvalósításban mennyire vannak ráutalva a különböző érdekcsoportoktól származó segítségre, valamint milyen módon jelenik meg a rendezvényeken a gasztronómia ünneplése. Továbbá az esettanulmányok a szervezői kérdőívezést, illetve a szervezői és szakértői interjúzást megelőzően készültek és feldolgozásra is kerültek. Ennek eredményei alapján határoztam meg a kérdőívezés és az interjúzás legfőbb irányait, illetve a disszertáció empirikus fejezeteiben állításaim alátámasztására is felhasználom azokat.

2. táblázat: Az esettanulmányok főbb adatai

Fesztivál neve/adatok		Bócsator	Derekegyházi Palacsintafesztivál	Csanádapácai Kakasfesztivál
Befogadó település jellemzői	Település	Bócsa	Derekegyház	Csanádapáca
	Megye	Bács-Kiskun	Csongrád-Csanád	Békés
	Lakónépesség	1921 fő	1569 fő	2542 fő
Fesztivál jellemzői	Megrendezési alkalom (2019-ben)	9.	13.	13.
	Időtartam (nap)	1	4 (+1 nap falunap)	1 (+1 nap búcsú)
	Megrendezés időpontja	2019. november 09.	2019. július 10-14.	2019. augusztus 10-11.
	Becsült látogatószám (átlag a kitöltött kérdőív és interjúk alapján)	2500 fő	3000 fő	1500 fő
Alkalmazott módszerek	Félig strukturált interjúk	8 interjú: polgármester alpolgármester 2 szervező 4 helyi lakos	7 interjú: polgármester 2 szervező 4 helyi lakos	7 interjú: polgármester 1 szervező 5 helyi lakos
	Strukturált interjúk – látogatók	30 strukturált interjú összesen 62 fővel, melynek 18%-a helyi, 82%-a turista	60 strukturált interjú összesen 105 fővel, melynek 15%-a helyi, 85%-a turista	30 strukturált interjú összesen 60 fővel, melynek 60%-a helyi, 40%-a turista

Forrás: Saját szerkesztés

A kiválasztott események jellemzőit nemcsak a kínálati oldaláról tártam fel, hanem a keresleti motivációkat, igényeket és véleményeket is megvizsgáltam (LYONS, H. 2008). A rendezvények állandóan változó látogatószáma és látogatói összetétele miatt a reprezentatív feltárás problémákba ütközött, valamint a látogatókat sem tartottam célszerűnek hosszú ideig feltartani, így a módszer kiválasztása hosszabb mérlegelést igényelt. Végül rövidebb, körülbelül 5-10 perc alatt megválaszolható, kvalitatív adatokon alapuló strukturált interjúkat készítettem a látogatók kisebb csoportjával (2-3 fő), vagy 1-1 személlyel (7. melléklet). A Derekegyházi Palacsintafesztivál többnapos, ezért azon két nap alatt 60 interjú, míg az egynapos Bócsatoron és Kakasfesztiválon 30-30 interjú készült. Az interjúkból a rendezvények zajossága miatt hanganyag nem készült, hanem jegyzeteltem a válaszokat. A Palacsintafesztiválon és a

Kakasfesztiválon egyedül készítettem az interjúkat körülbelül este 8 óráig, míg a Bócsatoron – mely őszi időpontjából adódóan hamarabb, késő délután véget ért – demonstrátor segítségével végeztem el a kutatást a megfelelő mennyiségű interjú elérése céljából.

Mindezek alapján a disszertáció eredményei főként primer adatgyűjtésen alapulnak, melyek négy módszer együttes alkalmazásával születtek meg. A két részre tagolható tartalomelemzés során létrehoztam saját gasztrorendezvény-adatbázisomat, és az ebbe sorolt eseményeket elemeztem a médiában megjelent tartalmak alapján. Az adatbázisba került gasztrorendezvények szervezői körében kérdőíves kutatást végeztem, majd a Dél-Alföld régiót mintaterületként választva, elsősorban az alacsony népességszámú településekre fókuszálva, szervezői és szakértői interjúk segítségével vizsgáltam a gasztrorendezvények helyzetét, melynek mélyebb feltárása érdekében esettanulmányokat dolgoztam fel strukturált és félig strukturált interjúk segítségével a kereslet és a kínálat oldaláról (3. táblázat).

3. táblázat: A kutatás során alkalmazott módszerek összegzése

Módszer		Elemzés	
Tartalomelemzés		987 fesztivál	
Kérdőíves kutatás		479 kérdőív	
Interjúk kutatás	Fesztivál szervezői interjúk	34 félig strukturált interjú	Összesen 90 félig strukturált interjú
	Szakértői interjúk	34 félig strukturált interjú	
Esettanulmányi kutatás	Fesztivál szervezői interjúk	22 félig strukturált interjú	
	Látogatói interjúk	120 strukturált interjú	

Forrás: Saját szerkesztés

4. A helyi sajátosságok felértékelődése a globalizáció és a lokalizáció kontextusában

A földrajzi terek egyedi, sajátos tulajdonságokkal rendelkező, értéket hordozó helyekből állnak. A helyek kifejezik az ember és környezetének összefüggésrendszerét, így az elhelyezkedésük, a természeti és kulturális sajátosságaik, történelmük, politikai jellemzőik, valamint a külső hatások kapcsolatából és kölcsönhatásaiból létrejött termékeknek tekinthetők. Egyedi adottságaik pedig befolyásolják a bennük zajló társadalmi, gazdasági és kulturális folyamatokat, tovább differenciálva a térelemek közötti különbségeket (NEMES NAGY J. 1998; MÉSZÁROS R. 2010). Azonban egyes megközelítések szerint olyan globális változások zajlanak le, melyek a helyi sajátosságok elvesztéséhez vezetnek, míg más értelmezések szerint éppen ellenkezőleg, a helyek jelentősége egyre inkább felértékelődik, valamint az egyedi adottságaik a fejlesztési stratégiákban is egyre nagyobb szerepet kapnak.

A lokális sajátosságok közül kiemelendő a *kultúra*, mely az élet minden területére kiterjedő differenciáló tényezőként értelmezhető. A kultúra fogalmára számos definíció és megközelítés született, melyek közül a kultúrgeográfusok értelmezését alkalmazom a disszertációban. Eszerint a kultúra „*a tanult és tartós emberi viselkedésformák együttese, amellyel eszmék és képzetek örökíthetők át egyik generációról vagy egyik népcsoportról a másikra*” (HAGGETT, P. 2006, p. 206). Egyetértek azzal a nézettel, mely a kultúrát értékek, normák és társadalmi gyakorlatok rendszerének tekinti. Ez alapján a kultúra olyan értékek rendszereként értelmezhető, mely vonatkozási pontokat ad az egyes társadalmi csoportok számára. A kultúra a társadalmi normákat is jelenti, miközben kifejezi az egyes társadalmi csoportok közösnek vallott és közösen felvállalt értékeit. Ugyanakkor a kultúra napi társadalmi gyakorlatnak is tekinthető, mely kifejezi a közösség által fontosnak tartott értékeit és világnézetét. Továbbá a kultúra olyan társadalmi termék, mely folyamatosan változásban van, miközben kifejezi a társadalmon belüli struktúrákat és hatalmi viszonyokat (NAGY E.–BOROS L. 2010). A kultúrákhoz kapcsolódnak a kulturális javak, melyek „*egyrészt tekinthetők gazdasági értéket képviselő áruként, másrészt értelmezhetők úgy, mint amik értékeket, érzelmeket, viselkedési mintákat közvetítenek, harmadrészt pedig reprezentációs funkcióval is rendelkeznek, azaz folyamatosan újraformálják a világhoz, a társadalomhoz kapcsolódó jelentéseket*” (BOROS L.–PÁL V. 2010, p. 250). Mindemellett, ahogy az 1990-es évek elején

kibontakozó kulturális fordulat során is felismerésre került, „*a térbeli-társadalmi folyamatok saját kulturális közegükbe ágyazottan értelmezhetők és érthetők meg leginkább*”, mely további érveket támaszt a kulturális sajátosságok vizsgálata mellett (NAGY E.–BOROS L. 2010, p. 58).

Az 1970-es évek óta olyan változások zajlanak le a mindennapi életben, amelyek jelentősen befolyásolták és befolyásolják ma is az egyes kultúrákat. A kommunikációs és közlekedési technológiák dinamikus fejlődése, az emberek, az információ, valamint az áruk és szolgáltatások a földrajzi távolságoktól független szabad áramlása hatására növekszik a lokalitások és a kultúrák közti interakciók gyakorisága és intenzitása (MCLUHAN, M. 1964; WOODS, M. 2007; ILLÉS T. 2018), melynek további növekedését eredményezi a 21. században az információs és kommunikációs technológiák rohamos fejlődése (LENGYEL I. 2021). Ezt a folyamatot globalizációnak nevezzük, amelyet egyetértve GIDDENS, A. (1990, p. 64) definíciójával úgy értelmezek mint „*a világot átfogó társadalmi kapcsolatok intenzitásának növekedése, amely révén távoli helyek úgy kapcsolódnak össze egymással, hogy az egyik helyen bekövetkező eseményeket sok kilométernyi távolságban lejátszódó folyamatok befolyásolják, és viszont*”. A globalizáció az élet minden területére kiterjed, nemcsak a kultúrára, hanem a gazdaságra, a politikára, a társadalomra, a természeti folyamatokra is (MCLUHAN, M. 1964; ENYEDI GY. 2000). Azonban egyes megközelítések olyan nagy jelentőséget tulajdonítanak a kultúra és a globalizáció kapcsolatának, a kulturális globalizációnak, hogy azt a globalizáció egészének tekintik. A globalizáció olyan többirányú változásokat eredményez a kultúrában és a különböző léptékek kapcsolatában, ami a kultúra és globalizáció kölcsönhatásainak többféle értelmezési lehetőségét tette lehetővé. Így a kulturális globalizáció értelmezhető *kulturális homogenizációként, kulturális heterogenizációként, valamint kulturális hibridizációként* is (BOROS L.–PÁL V. 2010; ILLÉS T. 2018).

Egyes kutatók szerint a globalizációt megteremtő feltételek a kultúra homogenizálódását eredményezik, ugyanis egyes kultúrkörök – elsősorban az angolszász, nyugati kultúra – és az azt tükröző értékrendek, fogyasztási minták, kulturális termékek és ünnepek a világ legtöbb területén elterjednek, aminek következtében elsorvadhatnak azok a lokális kulturális sajátosságok, melyek egy helyet egyedivé tesznek (HAGGETT, P. 2006; BOROS L.–PÁL V. 2010; ILLÉS T. 2018). Ez a folyamat úgy értelmezhető, hogy „*jelenleg nem a kultúra, hanem az áruk világának egyesülése, valamint az árukhoz közvetlenül kapcsolódó szimbólumok és magatartásminták globális terjedése zajlik*” (CSÉFALVAY Z. 1999, p. 37). Például a turizmus okozta gyakoribbá váló interakciók hozzájárulhatnak a kultúra homogenizálásához, ugyanis egyes nézetek szerint „*a turizmus által a helyi kultúra megszűnik és helyette egy globális monokultúra jön létre*” (BOORSTIN, D. J. 1975; MACCANNEL, D. 1976; PUSZTAI B. 2011, p. 24). E folyamat oka, hogy „*a turizmusipar egy teremtett, átalakított és jól ellenőrizhető valóságot tár az utazók elé, azaz a helyi kultúrát a fogyasztó kényelmi és kockázatmentes igényei szerint szabja át*” (KISS M. 2013, p. 71). Így a globalizáció olyan jelenségként értelmezhető, amely eltünteti a helyi értékeket és sajátosságokat, ugyanakkor a kultúrák globális asszimilációja csökkentheti a kultúrák közti egyenlőtlenségeket (LOVAS KISS A. 2013).

Azonban meglátásom szerint a kulturális globalizáció kulturális homogenizációként való értelmezése leegyszerűsítve szemléli a globális folyamatokat, és nem veszi figyelembe, hogy a lokalitások nem pusztán passzív befogadói a globális jelenségeknek (HAGGETT, P. 2006; BOROS L.–PÁL V. 2010). Számos kutató értelmezése szerint a globalizáció nem a kulturális sajátosságok eltűnéséhez, hanem a földrajzi sokszínűség felértékelődéséhez vezet (WOODS, M. 2007; ENYEDI GY. 2000; ILLÉS T. 2018). Ennek oka, hogy a különböző helyi szereplők felismerik azt, hogy a globális értékminták terjedése veszélyezteti a helyi kultúrák fennmaradását, ami következtében a lokalitások megerősödnek és újra definiálják magukat a kulturális heterogenizáció irányába mutatva (PETRÁS E. 2005; KIS K. 2014; RITTER K. 2018). Ez a folyamat a *lokalizáció*, mely „*egy olyan innovatív endogén fejlődési folyamatként írható le, aminek fő jellemzője, hogy a globális trendekkel sok esetben ellentétes helyi törekvések a globalizáció kínálta lehetőségek kihasználása révén valósíthatók meg*” (KIS K.–PESTI K. 2015, p. 12). A lokalizáció elsősorban a települési szint felértékelődését jelenti (PETRÁS E. 2005),

hiszen az egyes helyek ritka, sajátos tudáson alapuló, más helyeken nehezen utánozható értékekkel és adottságokkal rendelkeznek (ENYEDI GY. 2000). A helyek egyedi sajátosságai pedig különböző lehetőségeket és nehézségeket jelentenek a helyi közösségek és helyi gazdaságok számára a fejlődési irányaik tekintetében. Mindez pedig tovább fokozza a helyek különbözőségét (HAGGETT, P. 2006; KIS K.–PESTI K. 2015). A lokalizáció irányába hatnak például a különböző fesztiválok, ha egy adott közösség kultúrájának egyes elemeit ünneplik és tartják fenn (HUNYADI ZS. 2004; PUSZTAI B. 2019). Például CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. (2007) egy katalán fesztivál alapján mutatja be, hogy egy közösség hogyan működtet fesztivált a kultúrájuk és identitásuk védelme érdekében a globalizáció homogenizáló hatásaival szemben. Mindemellett maga a turizmus is a helyek különbözőségén alapul (URRY, J. 2002), mely kapcsán KÖSTLIN, K. (1996) amellett érvel, hogy a turizmus a kulturális homogenizálódással szembeni ellenállást jelenti, segítve a kultúra egyediségének hangsúlyozását. Ennek következtében a turizmus segít felértékelni, megőrizni és tovább adni a helyi hagyományokat (CRANG, M.–FRANKLIN, A. 2001; PUSZTAI B. 2011). Tehát a heterogenizációs megközelítés szerint a globalizáció a világ kulturális sokszínűségét tartja fenn, valamint a helyi közösségekre is pozitív hatással lehet, hiszen cselekvési kényszerre, a saját értékeik felismerésére, védelmére és aktivizálására, együttműködésre és innovatív válaszadásra készíti azokat a fennmaradásuk érdekében (MURÁNYI P. 2012; KIS K.–PESTI K. 2015). Azonban felerősítheti a kultúrák és lokalitások közti versengést is abban a tekintetben, hogy melyik az egyedibb és a különlegesebb (LOVAS KISS A. 2013). Mindemellett a lokalizáció a globalizációt támogatja is, hiszen a lokalizáció globális jelenséggé vált (PETRÁS E. 2005). Viszont HALL, C. M. (1997) szerint ironikus, hogy azok a helyek, amelyek igyekeztek megkülönböztetni magukat egymástól, végül ugyanolyanok lettek, és a homogenitás irányába mutatnak egyhangú – például fesztivál – kínálatuk miatt.

A kulturális globalizáció harmadik értelmezési lehetősége szerint a globális és a lokális folyamatok kölcsönösen hatnak egymásra a homogenizáció és a heterogenizáció irányába egyaránt mutatva (ILLÉS T. 2018), ami a *glokalizáció* kifejezéssel írható le (ROBERTSON, R. 1995). A megközelítés szerint a globális értékminták terjedése nem szünteti meg a helyi kultúrák sajátosságait, hanem beleolvadva módosítja azokat, egy kevert, hibrid kultúrát eredményezve, míg a lokális folyamatok visszahatnak a globális rendszerre szintén módosítva azt (CSÉFALVAY Z. 1999; WOODS, M. 2007). A kulturális *hibridizáció* felhívja a figyelmet a kultúra dinamikus jellegére, hiszen az állandóan változásban van és fejlődik a belső igények és a kívülről érkező hatásokra reagálva (PUSZTAI B. 2011). Például a turizmusban különböző kultúrák találkozhatnak egymással, mely során a turisták igényeihez illeszkedően a helyi kultúrák egyes elemei kiszelektálódhatnak vagy átalakulhatnak (BOROS L.–PÁL V. 2010). Ezen belül a fesztiválok is példaként hozhatók, hiszen a fesztiválkultúra globális terjedése érhető tetten, a világvárosoktól kezdve a legkisebb falvakig jellemző a fesztiválszervezés. A fesztiváloknak jellemzően meghatározott menete van, de lokális szinten ezek a globális szokásátvétel idomulnak a helyi sajátosságokhoz és preferenciákhoz (LOVAS KISS A. 2021), melyre FOLEY, M. et al. (2006) is rávilágít Szingapúr fesztiváljainak példáján.

Meglátásom szerint a homogenizáció, a heterogenizáció és a hibridizáció együttesen formálja a lokális kultúrát, változásokat eredményezve a termelésben és a fogyasztásban. A fogyasztás esetében a globalizáció kibontakozását megelőzően, a szervezett kapitalizmus idejében a fordizmushoz kötődő tömegfogyasztás volt a jellemző, mely során a fogyasztóknak kevesebb választási lehetőségük volt, a kínálatot a tömegtermékek dominálták. A turizmust a tömegesség jellemezte, amikor a turisták főként passzív befogadók voltak, elsősorban a szórakozás és kikapcsolódás céljából utaztak, mintsem a helyi kultúra megismerése miatt. Ezzel szemben a globális kapitalizmus változásokat hozott a fogyasztásban, ugyanis a posztfordista fogyasztás vált uralkodóvá. A fogyasztás válik meghatározóvá a termelés helyett, a fogyasztási minták széleskörűen differenciálódnak és változnak, megnövekszik az igény a különleges termékek és szolgáltatások iránt (URRY, J. 2002; QUAN, S.–WANG, N. 2004; PÁL V.–BOROS L. 2010). A turisztikai keresletben is hasonló változások következnek be, az élmények és az

újdomság aktív átélése kerül előtérbe (CRANG, M.–FRANKLIN, A. 2001), ami a helyi adottságokon alapuló, fenntartható alternatív turisztikai termékek terjedését támogatja (CSAPÓ J.–MATESZ K. 2007; HANUSZ Á. 2012; GONDA T. 2022). Viszont a fogyasztást több tényező is befolyásolja, mint például az életstílus. BOURDIEU, P. (2010 [1979], p. 53) szerint „*az életstílus egységes rendszere azon különböző preferenciáknak, amelyek az önmegjelenítés ugyanazon szándékát fejezik ki*”. Az életstílus mögött húzódó generáló minta „*az ízlés, amely az osztályozott és osztályozó tárgyak és gyakorlatok egy meghatározott osztályának elsajátítására való hajlandóság és képesség*”, mely nagyban befolyásolja a különböző (kulturális) termékek és szolgáltatások fogyasztására irányuló igényt a mennyiség és a minőség tekintetében egyaránt. Egyre nagyobb szerep jut az esztétikumnak is, valamint a fogyasztási cikkek értéke túlmutat azok funkcióján, szimbolikus jelentésekkel ruházódnak fel. A fogyasztás pedig tükrözi a vallott értékeket és az identitást, egy csoporthoz való tartozást, fogyasztói kultúrát eredményezve. A fogyasztás új terei jönnek létre, melyek a társadalmi kapcsolatok ápolásának adnak teret (SZIJÁRTÓ ZS. 2005; DOBÓ E. 2007; NAGY E.–BOROS L. 2010; ILLÉS T. 2018).

A fogyasztói igények gyors változásával párhuzamosan a termelés is átalakul, a korábbi méretgazdaságosság helyébe a választékgazdaságosság lép, melyben egyre nagyobb szerepet kapnak a lokalitásokban rejlő egyediségek (PÁL V.–BOROS L. 2010). A – posztindusztriális – városok esetében az 1980-as évektől kezdve fejlesztési stratégiáikban meghatározóvá válik a kultúra és a kultúrára alapozott szolgáltatások egyedi kínálata, valamint a központokat fogyasztási terekké alakítják át a politikai döntéshozók, megtöltve rekreációs és szolgáltató funkciókkal az azt fogyasztó közösség szokásaihoz, kultúrájához és életstílusához illeszkedően (HARVEY, D. 1990; ENYEDI GY. 2002; CUDNY, W. et al. 2012).

A globalizáció és a lokalizáció, valamint a termelési és fogyasztási paradigmák átalakulása a vidéki terekben is változásokat okoznak. A globalizáció a vidéki terekre pozitív és negatív hatásokat is gyakorolhat. Egyrészt fenyegetést jelenthet, hiszen homogenizáló hatása révén eltörölheti a helyi kulturális értékeket, a helyi és közösségi identitást – például a városból beköltözők által – és erősítve a versenyhelyzetet kiszolgáltatottabbá teheti a vidéki gazdaságot a változó külső körülményektől (SZÖRÉNYINÉ KUKORELLI I. 2005; KÁPOSZTA J.–NAGY H. 2013). Más oldalról közelítve viszont a globalizáció hozzájárul a helyi termékek piacának bővüléséhez, valamint felerősíti a lokalizációs törekvéseket. Ennek következtében egyre inkább felértékelődhetnek a vidéki sajátosságok, az a változatosság és sokszínűség, mely a társadalmi, gazdasági, környezeti és kulturális adottságokban egyaránt rejlik (KIS K. 2019). Az, hogy a vidéki térségekben a globalizáció negatív vagy pozitív hatásai érvényesülnek inkább a helyi közösség összefogásától és kreativitásától, valamint a tökevonzó képességtől függ. E képességek viszont az egyes vidéki helyeken eltérő mértékben vannak jelen, melyek befolyásolják a vidéki terek alkalmazkodóképességét, a változásokra adott reakciókat, tovább erősítve a helyek közti különbségeket (CSETE L. 2005; KIS K. 2014; PAPP S. 2021).

A globális kapitalizmus és az arra jellemző posztfordista termelés okozta gazdasági szerkezetátalakulás a vidéki tereket is érinti (LENNERT J. 2017). Míg korábban a vidék egyet jelentett a mezőgazdasági termeléssel, napjainkra a vidéki gazdaság fokozatosan multifunkcionálissá válik (VAN DER PLOEG, J. D.–ROEP, D. 2003), valamint egyre nagyobb szerepet kap a diverzitás, erősödnek a fogyasztó-termelő kapcsolatok, a vidék fogyasztási térként való értelmezése kezd felértékelődni (WOODS, M. 2010; CSURGÓ, B.–MEGYESI, B. 2015). Hangsúlyosabb szerepet kapnak a vidék posztmodern értékei mint a szociokulturális értelemben vett, a várositól eltérő életstílus és értékrend, valamint az ökológiai megközelítés szerinti érintetlen természeti környezet (HARVEY, D. 1989; WOODS, M. 2010; G. FEKETE, É.–LIPTÁK, K. 2011). Ennek köszönhetően a vidék lehetőséget kapott arra, hogy helyi adottságaira alapozva új funkciókat töltsön be mint lakóhely, illetve a rekreáció és a turizmus új színhelye (PIÑEIRO, M. V. et al. 2019). Egyre több vidéki területen a helyi gazdaság fejlesztését a turizmussal igyekeznek orvosolni, melyben a természeti környezet, a kultúra, a mezőgazdasági hagyományok, valamint az ezek kombinációjából létrejött gasztronómia is hangsúlyos szerepet kap (HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2003; KÓRÓDI M. 2005; RITTER K. 2017). A vidéknek a

városiak fogyasztói terévé való átalakulása CSURGÓ B. (2014) szerint a „vidéki idillben” gyökerezik, mely a nyugalomban, a békében, a természetközelségben és a közösséghez való tartozásban nyilvánul meg. Felértékelődésének oka pedig a globalizáció következtében elidegenedett és elmagányosodott városi társadalom béke utáni vágya.

A funkciók átalakulásának következtében felbomlanak a hagyományos vidéki társadalmak. A vidék termelési funkciójának visszaszorulása az agrártársadalom átalakulását eredményezi és településeken belül is egyre inkább egymástól elkülönülő foglalkozási és társadalmi csoportok jönnek létre (LENNERT J. 2017). A vidék mint fogyasztási tér, azaz a lakó- és rekreációs funkció irányába való elmozdulás a városi lakosság vidékre való áramlását okozza, miközben a magukkal vitt városi értékrend és szokások tovább differenciálják a helyi társadalmat, konfliktusforrást teremtve a különböző társadalmi csoportok között, melyre több hazai kutató is rávilágít (CSITE A. 1999; MURÁNYI P. 2012; KISS M. 2013; CSURGÓ B. 2014). Mindez a helyi kultúrát is átalakítja, ami a vidék identitásválságát eredményezi. Így a vidéki vezetők feladata lett olyan helyi értékek felkutatása vagy megalkotása és azok prezentálása, melyek segítenek megerősíteni a közösségi összetartozást, ugyanakkor a turisták számára is vonzóak lehetnek – például fesztiválok formájában (KÉKESI E. 2020).

A funkciók átalakulása nem egyszerre és egyenlő mértékben kezdődött Európa minden területén. Míg Nyugat-Európában e változások az 1970-es években indultak, Kelet-Közép-Európa nagy részén később kezdődtek és még most is zajlanak (HÄGERSTRAND, T. 1967; KÁPOSZTA J.–NAGY H. 2013). Magyarországon leginkább a rendszerváltozást követően indultak el a változás e folyamatai. Azonban a funkcióinak megváltozása ellenére a hazai vidéki térségek nagy részére a városi terektől való leszakadás és lemaradás, az elszegényedés és a népességszökkenés jellemző (SZÖRÉNYINÉ KUKORELLI I. 2005; KÁPOSZTA J.–NAGY H. 2013).

A globalizáció fentiekben felvázolt hatásai, a fogyasztói értékrend átalakulása és azzal párhuzamosan a termelés átstrukturálódása értelmezésem szerint felhívják a figyelmet a lokalitásokban rejlő egyediségekre és különbözőségekre, például a helyi kultúra fontosságára. Mivel minden lokalitás egyedi, fejlesztésükre és problémáik megoldására eltérő eszközöket kell alkalmazni (KIS K. 2014). A korábban alkalmazott, fentről lefelé irányuló top down fejlesztési megközelítés a helyi sajátosságokat kevésbé vette figyelembe (G. FEKETE É. 2005; MEZEI C.–VARJÚ V. 2018), melynek felismerése egy új fejlesztési paradigma létrejöttét eredményezte (RITTER K. et al. 2013). Így került előtérbe az 1980-as évek végétől az alulról szerveződő a *helyi erőforrásokon alapuló (endogén) fejlesztési modell*, valamint az ahhoz szorosan kapcsolódó *kultúragazdaság* (RAY, C. 1998; FARKAS T. 2002; G. FEKETE É. 2005; KIS K. 2014).

4.1. A helyi adottságokon alapuló fejlesztés elmélete és kritikái

A globalizáció okozta lokális törekvések felértékelődésének köszönhetően a helyi adottságok egyre nagyobb szerepet kapnak a helyi fejlesztési stratégiákban. Azonban ahhoz, hogy a helyi adottságokra a fejlődést alapozni lehessen, az adottságoknak erőforrássá kell válniuk. Ez pedig meglátásom szerint az endogén vagy más néven helyi erőforrásokon alapuló fejlesztési modellben teljesebben ki tud jönni. Ennek célja, hogy olyan helyi erőforrásokra és helyi igényekre alapozott fejlesztések valósuljanak meg, melyek helyi kontroll alatt állnak, és támogatják a lokalitások fejlődését, fenntarthatóságát és versenyképességét, miközben csökken a lokalitások globális folyamatoktól való kiszolgáltatottsága és függősége. E modellen belül pedig napjainkban a „helyalapú” szemlélet egyre nagyobb hangsúlyt kap (LENGYEL I. 2021).

Az endogén fejlesztési modell a lokalizációra, a helyi adottságok feltárására és erőforrásokká alakítására, valamint hasznosítására helyezi a hangsúlyt (WOODS, M. 2010; BODNÁR G. 2013; LUDESCHER G. 2016; KÁPOSZTA J. 2018). Azonban a lokalitások sajátosságai nem mindig egyértelműek még a helyieknek sem, ezért a legfontosabb, hogy a helyi közösség felismerje és értékelni tudja az adottságait (PÓLA P. 2014). A helyi adottságok körének nincs egységes és pontos szakirodalmi meghatározása, a disszertációban az egyes lokalitások minden olyan sajátosságait jelentik, amelyek megkülönböztetik egymástól a lokalitásokat és a közösségeket. A helyi adottságok nem minden esetben pozitív tartalmúak, mivel nemcsak

előnyt, de hátrányt is jelenthetnek. A megkülönböztető tényezők lehetnek materiálisak és immateriálisak, például a lokalitás fekvéséből és természeti környezetéből fakadó egyediségek, a helyi társadalom szerkezete, a helyi emberek tudása és hagyományai, a gazdaság jellemzői és maga a kultúra, valamint az ezek ötvözetéből létrejött gasztronómia is. E tényezők önmagukban pusztán lehetőségeket jelentenek, erőforrássá akkor válhatnak, ha valamilyen fejlesztési cél érdekében felhasználásra kerülnek (KIS K.–FÖRGETEG L. 2017). Az erőforrásnak tekinthető adottságok köre nem állandó. Függ az uralkodó fejlesztési paradigmától és az aktuális értékrendtől, kik térképezik fel a helyi erőforrások körét, illetve milyen fejlesztési célok elérése érdekében akarják használni azokat. Valamint attól, hogy a helyi közösség mennyire nyitott a fejlődésre, mennyire képes arra, hogy az adottságokból erőforrásokat teremtsen (G. FEKETE, É.–LIPTÁK, K. 2011; MEZEI C.–PÓLA P. 2016; PÓLA P. 2019). Az eltérő adottságok pedig eltérő fejlesztési irányokat eredményeznek, hozzájárulva a diverzitáshoz. Azonban nem minden terület rendelkezik egyenlő mértékben erőforrássá alakítható sajátosságokkal, melynek okán a kevesebb kihasználható adottságú területek hátrányba kerülhetnek (FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D. 2018; LENGYEL I. 2021; PAPP S. 2021), ami a területi egyenlőtlenségek újratermelődéséhez vezethet (HARVEY, D. 1982), hacsaknem alkotnak meg új sajátosságokat kreativitásukra alapozva vagy a felső irányítás nem törekszik a külső, helyi fejlődést segítő erőforrások méltányos elosztására (SANTINI, C.–CAVICCHI, A. 2014).

Az endogén modell az alulról szerveződő gyakorlat szerint működik, figyelembe véve a decentralizáció és a szubszidiaritás elveit, tehát helyi, közösségi kezdeményezéseken alapul. A helyi közösség tudásában, kreativitásában, innovatív gondolkodásában és összefogásában rejlő társadalmi tőke eredményezheti az adottságok erőforrássá válását és erőforrások megalkotását, valamint az azokra alapozott fejlesztéseket (COLEMAN, J. S. 1994; G. FEKETE É. 2001; ARCODIA, C.–WHITFORD, M. 2006; ZARĘBSKI, P.–ZWĘGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020). Egyetértve KIS K.–PESTI K. (2015) meglátásával, csak azok a közösségek képesek kivédeni a globalizáció negatív következményeit, és reagálni a termelésben és a fogyasztásban lezajlott változások adta lehetőségekre, amelyek tisztában vannak értékeikkel és közösségi kezdeményezéseik révén kihasználják azokat, így biztosítva életképességük és társadalmi funkciójuk fennmaradását. Tehát az endogén fejlesztés eredményessége alapvetően a helyi közösség képességein múlik, mely lokalitásonként eltérő, így tovább növekedhetnek a területi különbségek a fejlettség tekintetében (CSURGÓ B.–SZATMÁRI A. 2014; NEMES G.–VARGA Á. 2015). Ennek kiküszöbölése érdekében fejlesztette tovább RAY, C. (2006) az endogén fejlesztés elméletét neo-endogén megközelítéssé. A „neo” előtaggal felhívja a figyelmet arra, hogy a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés eredményesebben működhet, ha a helyen és a közösségen kívüli, extralokális erőforrások is bevonásra kerülnek, pótolva és kiegészítve a helyi hiányosságokat. Így e modell nem elsősorban a helyi erőforrásokra helyezi a hangsúlyt, hanem az alulról építkezésre, melyet horizontális kapcsolatokat ápoló gazdasági és társadalmi szereplők, intézmények segítenek. A fejlesztési folyamatokba az állam és egyéb külső szereplők nem avatkoznak be, szerepük a folyamatsegítésben, a képessé tételben, a cselekvőképesség fejlesztésében nyilvánul meg, melyekhez anyagi erőforrásokat is társítanak (WOODS, M. 2010; G. FEKETE É. 2016; KULCSÁR L. 2020). A modell célja, hogy a lokalitások hosszú távon elszakadjanak a külső erőforrásoktól való függőségtől, és az önerős fejlesztések fenntarthatóan működjenek (RITTER K. et al. 2013). Azonban egyes kritikák szerint a fejlődést elősegíteni igyekvő források elosztása túlságosan centralizált, merev és generalizáló, továbbra is kevésbé képes a valós fejlesztési célok megvalósításának segítésére, ugyanakkor a lokalitások tőkevonzó képessége is eltérő (FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D. 2018; FINTA I. 2020). További probléma, hogy a helyi és központi alrendszer működési iránya és logikája eltérő, ami miatt konfliktusokba ütközhetnek, tovább fokozva a helyi problémákat, melyet korábbi kutatásaim is bizonyítanak (TÓTH B. 2016). Viszont e modell pozitívuma, hogy nem ágazati (elsősorban a mezőgazdasági) fejlesztésekre irányul, hanem integráltan, egyszerre támogatja a lokalitások társadalmi, gazdasági fejlődését, fenntarthatóságát és versenyképességét (MEZEI C.

2006; LENGYEL I. 2021). Emellett a vidéki térségek esetében a posztproduktivista megközelítést alkalmazza és elismeri azok multifunkcionális szerepét (BODNÁR G. 2013).

Az endogén fejlesztési modellen belül egyre jellemzőbbek hazánkban is a helyi, egyedi kulturális erőforrásokra alapozó társadalmi és gazdasági fejlesztéseket célzó törekvések (CZENE Zs. 2002; ENYEDI GY. 2002; PUSZTAI B. 2008; MURÁNYI P. 2013). E fejlesztési megközelítést RAY, C. (1998) kultúragazdaságnak nevezi, melyben a gazdaság az erőforrások, a termelés és a fogyasztás összefüggéseire, a kultúra a lokalitások közötti különbségekre és egyedi jellegükre utal. A kultúragazdaság a termelő oldalára vonatkozik, mely az erőforrás-készletet biztosító területet jelenti. Az elméletben nemcsak a lokális erők hatnak, hanem a külső, extralokálisak is, melyek a fogyasztókban nyilvánulnak meg, akiknek a helyiek el akarják adni termékeiket vagy a helyet. Így a kultúragazdaság endogén és exogén elemeket is magában foglal. KIS K.–PESTI K. (2015, p. 11) szerint „*az endogén fejlődés keretében az egyes lokalitásoknak lehetősége nyílik arra, hogy kulturális erőforrásaik (területi identitásuk) révén újraértékelődjének, gazdaságukat átalakítsák, újraformálják, s ezáltal megtartsák (visszaszerezzék), (re)lokalizálják a gazdasági kontrollt, miközben a globális gazdaság részévé válnak*”.

RAY, C. (1998) a kultúragazdaság négyféle működési módját azonosítja. Az első működési mód szerint a helyi identitásjegyek kerülnek létrehozásra és felhasználásra, mely a helyi vagy regionális kultúra áruvá tételét jelenti a kultúra termékbe foglalása és marketingje által. A második működési mód a területi identitást kifelé közvetíti, külső kulturális erőforrásokat épít be a helyi identitásba a terület reklámozása érdekében. A harmadik működési mód értékesítési iránya befelé mutat, a célcsoportja a helyi közösség. Hangsúlyozza, hogy a helyi közösség képes a helyi erőforrások, elsősorban a kultúrában rejlő lehetőségek kiaknázására. A negyedik működési mód magában foglalja a másik három mód jellemzőit egyszerre, a kultúra alapú innovatív és egyedi fejlődésben való hasznosítását jelenti.

RAY, C. (1998) elfogadja azt a megközelítési módot, amely szerint a kultúra lokális tudásként értelmezhető és a világ megértésének módjait jelenti. Ennek tükrében a kultúragazdaságot olyan stratégiaként értelmezi, amelynek célja a lokális tudás létrehozása, felismerése és kiaknázása, tehát erőforrássá alakítása és beágyazása a helyi gazdaságba.

4.2. A gasztronómia mint helyi erőforrás szerepe a helyi fejlesztésekben

A helyi kultúrák részét képezi a gasztronómia, melyen keresztül jól reprezentálhatók a kultúrát érintő különböző globális folyamatok (QUAN, S.–WANG, N. 2004). Az ételek homogenizációjára példaként hozható az élelmiszertermelés és fogyasztás globalizációja. A világ bármely pontján elérhető gyorséttermi láncok jöttek létre, az éttermek hasonló kínálatot nyújtanak, a világ távol eső pontjairól származó élelmiszereket fogyasztunk, otthon is egyre gyakrabban készítünk nemzetközi ételeket, valamint a szezonális élelmiszerek az év egyre nagyobb részében érhetők el (SCARPATO, R.–DANIELE, R. 2003; FEHÉR P. et al. 2010; MAK, A. et al. 2012). Mindezek alapján létrejött a globális konyha (SCARPATO, R. 2002A), mely az egységesült világ által kialakult *globális falu* ellátórendszerévé vált (MCLUHAN, M. 1964). RITZER, G. (1993) megalkotta a *mcdonalizáció* kifejezést, melyben a McDonald's étterem példáján mutatja be a világ globalizálódását, amely a termelés és a fogyasztás standardizálását, és a helyi sajátosságoktól való függetlenedést eredményezi (ILLÉS T. 2018). Ugyanakkor a hibridizáció is megjelenik a gasztronómiában (SCARPATO, R.–DANIELE, R. 2003; FEHÉR P. et al. 2010), hiszen a konyhák keveredése zajlik, helyi tradíciók egészülnek ki globális trendekkel. E folyamat alátámasztására MAK, A. et al. (2012) Szingapúr konyháját hozza példának, ahol egy új, kreolizált kultúra jött létre, ötvözve a keleti kultúra hagyományait és alapanyagait a modern nyugati technikákkal. Azonban a globalizáció, valamint a termelésben és a fogyasztásban lezajló változások felerősíthetik a lokalizációs folyamatokat a helyi étkezési kultúra esetében. Például a magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény célja a különböző területi jelentőségű (például települési vagy nemzeti), de a magyar kultúrához köthető értékek védelmén keresztül a nemzeti identitás erősítése és az orszáгимázs javítása (TÓTH B. 2017). Ugyanakkor a globális fogyasztási minták terjedése elleni

küzdelem, a természeti fenntarthatóság, valamint a lokális szinten tevékenykedő, a globális termelési hálózatba belépni kevésbé képes termelők védelme érdekében a világ egyre több pontján és hazánkban is népszerű a helyi termékek termelése és fogyasztása (CSURGÓ, B.–MEGYESI, B. 2015; BAKOS I. M. 2017; BURKA N. ZS. 2017; GONDA T. et al. 2022).

A gasztronómia kifejezi a helyek egyediségét, hiszen a gasztronómiai hagyományok a helyi emberek tudásának, a hely kulturális sajátosságainak és egyedi földrajzi jellemzőinek ötvözetéből jönnek létre (BESSIÈRE, J. 1998; 2013; RAVENSCROFT, N.–WESTERING, J. 2002; RINALDI, C. 2017). Ennek köszönhetően az ételkészítési szokások segítenek megkülönböztetni egymástól az egyes helyeket, támogatva a lokalizációt és a kulturális heterogenizációt. Ebben a tekintetben pedig a gasztronómia kulturális erőforrásként értelmezhető, mely az endogén fejlesztési modell megvalósításának egy eszköze lehet, melyet hazai és külföldi példák is bizonyítanak (RAY, C. 1998; PRIVITERA, D. et al. 2018; RITTER K. 2018; CSURGÓ, B. et al. 2019; FONTEFRANCESCO, M. F. 2020). A helyi fejlesztés gasztronómiai alapokra való építése különösen népszerű olyan periférikus vidéki helyeken, melyeket a modernizáció kevésbé érintett, erőforráshiányosak, de kulturális hagyományaik magasfokú értéket képviselhetnek (WOODS, M. 2010; PIÑEIRO, M. V. et al. 2019), melyre hazánkban példának hozható a Szatmár Fesztivál rendezvénysorozat, ezen belül például a Szilvalekvárfőző és Cinkefőző verseny, ami a helyi termékek eladását, a térség turisztikai vonzerőinek bővítését egyaránt segíti (HANUSZ Á. 2013). A kulturális adottságok erőforrássá alakítása pedig a lokalizációs törekvések mellett a termelésben és a fogyasztásban lezajlott változások eredménye.

A kínálat oldaláról egyre több helyi önkormányzat és/vagy közösség ismeri fel azt, hogy a gasztronómiára mint kulturális erőforrásra alapozott fejlesztések hozzájárulhatnak a hely gazdasági és társadalmi fejlődéséhez. A helyi élelmiszereknek nagy szerepük lehet az imázs formálásában és a márkaeépítésben, mely a hely és a helyi termékek eladásán keresztül a gazdasági fejlődésben és a versenyképesség fokozásában segíthet (BURKA N. ZS. 2017; LAI, M. Y. et al. 2018; PIÑEIRO, M. V. et al. 2019). Ugyanakkor az ételek nagy szerepet játszhatnak a helyi és közösségi identitás építésében, ezen keresztül a közösségek hosszútávú fennmaradásában és a társadalmi tőke fokozásában is. Ennek oka, hogy napjainkban az étel nemcsak a fiziológiai szükségletek kielégítésére szolgál, hanem olyan kulturális tárgyként értelmezhető, mely szimbolikus és esztétikai értékeket is tartalmaz, miközben kifejezi a helyi társadalom életmódját, egy helyhez és közösséghez való tartozást (GYIMÓTHY, SZ.–MYKLETUN, R. 2009; CSURGÓ, B.–MEGYESI, B. 2015; CHATZINAKOS, G. 2016). A helyi fejlesztés része lehet a gasztronómia turisztikai hasznosítása is, melyen keresztül szintén kifejezhetők a helyek kulturális különbségei (HALL, C. M. et al. 2003; BESSIÈRE, J. 2013). Azonban a gasztronómiára alapozott fejlesztések felértékelődése és terjedése nemcsak a kínálat oldalán megjelenő következménye, hanem egyben reakció is a fogyasztói igények változására.

Az étkezés mindig is részét képezte az utazásoknak, így a desztinációk turisztikai bevételeiből az étkezés jelentős, körülbelül 30%-ot tesz ki (UNWTO 2012). Azonban napjaink turistái körében az étel nagyban meghatározza az utazás minőségét, és az étkezés nem csak a szükségletek kielégítésére szolgál. A gasztronómia egyre nagyobb szerepet kap az utazási élményben, fontos kiegészítőjévé válik annak, de akár az utazás fő motivációja is lehet (QUAN, S.–WANG, N. 2004). Ennek oka, hogy a turisztikai kereslet elfordul a tömeges turizmus felől az egyedi élményeket kínáló desztinációk és turisztikai termékek felé, a gasztronómián keresztül pedig átélhetők a helyek szokásai, miközben a státusz és az életstílus is kifejezhető a fogyasztás által (CORIGLIANO, A. M. 2002; KIVELA, J.–CROTTS, J. C. 2006; THOMÉ-ORTIZ, H. 2018).

A gasztronómia idegenforgalomban való felértékelődése következtében jött létre a gasztroturizmus mint a turizmus egy alternatív formája, mely a kulturális turizmus egyik típusának, de növekvő jelentőségének köszönhetően önálló turizmusformaként is tekinthető (RINALDI, C. 2017; GONDA T. 2018; RICHARDS, G. 2018). HALL, C. M.–MITCHELL, R. (2001, p. 308) definíciójában a gasztroturizmus során végezhető tevékenységek jelennek meg, miszerint *„a gasztroturizmus az elsődleges és másodlagos élelmiszertermelők, élelmiszerfesztiválok, éttermek és konkrét helyszínek felkereséseként határozható meg, amelyek esetében az utazás fő*

motivációs tényezője az ételkóstolás és/vagy a speciális élelmiszertermelő régió jellemzőinek megtapasztalása”. E szerzőkkel egyetértve a disszertációban magam is a gasztroturizmus részeként tekintem borturizmust és más italokhoz kötődő turisztikai tevékenységeket is. Az UNWTO (2019, p. 44) a gasztroturizmust az utazó élménye felől közelíti meg, megfogalmazása szerint *„a gasztroturizmus olyan turisztikai tevékenységtípus, amelyet az jellemez, hogy a látogató utazása során az élelmiszerekkel és a kapcsolódó termékekkel és tevékenységekkel kapcsolatos élményeket szerez*”. A WORLD FOODTRAVEL ASSOCIATION gasztroturizmus definíciója pedig arra a turisztikai cselekményre irányul, amely során azért utazunk, hogy átéljük a hely szellemét a helyi ízek megismerésén keresztül [1].

Magyarországon az egyik legnépszerűbb turisztikai termék a gasztroturizmus (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2013), aminek köszönhetően a MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG önálló turisztikai terméktípusnak tekinti. Megfogalmazása a HALL, C. M.–MITCHELL, R. (2001)-féle definícióhoz hasonló, a gasztroturizmust olyan turisztikai terméknek tekinti, *„melynek során a látogató fő motivációja a felkeresett célterületre jellemző ételek és italok megízlelése, a nemzeti és tájjellegű konyha kipróbálása, a desztináció vendéglátási tradícióival való megismerkedés, de megjelenhet az igény a gasztronómiai különlegességek elkészítési módjának elsajátítása iránt is*” [2]. Azonban a definíció ellenére az étkezési hagyományok átélése a magyar utazók körében ritkán jelenik meg elsődleges motivációként, inkább az utazás szerves részét képezi más jellegű élmények szerzése mellett (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2013).

Összességében a bemutatott gasztroturizmus definíciók mindegyike ugyanazt fejezi ki, azaz a turista azért utazik el egy helyre, hogy megismerkedjen a hely étkezési kultúrájával, bár a megismerés iránti vágy intenzitása eltérő lehet (HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2003). Ahogy HALL, C. M.–MITCHELL, R. (2001) definíciójában is megjelenik, a turistának számos módja van a helyi gasztronómia átélésére, mely folyamatosan bővül egyre innovatívabb lehetőségekkel. A gasztroturizmus részét képezi az étteremlátogatás, de csak abban az esetben, ha az az utazás elsődleges célja. Ugyanakkor népszerűek a tematikus utak, helyi termék piacok, helyi termelők műhelyeinek és birtokainak látogatása is. Ide sorolható egyes szállodák kínálata is, hiszen egyre több helyen kínálnak tematikus gasztronómiai programokat, ugyanakkor főzőiskolák látogatására is mutatkozik igény a külföldi példák szerint (PRIVITERA, D. et al. 2018; DIXIT, S. K. 2019). Viszont a gasztroturizmus legjelentősebb kínálati oldalát a különböző gasztronómiai rendezvények, gasztrofesztiválok jelentik nemzetközi szinten és Magyarországon egyaránt (UNWTO 2012; BOTTYÁN, I. 2015; VÁRHELYI T. 2016). A disszertációban a gasztrofesztiválok vizsgálatára helyezem a hangsúlyt a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztési modell keretébe illesztve, figyelembe véve a globális és lokális kölcsönhatásokat, a vidéki terekre fókuszálva. Ehhez feltárom a gasztrofesztiválok jellemzőit, definiálási lehetőségeit, az elérhető települési célokat, illetve a célok elérését befolyásoló tényezőket.

5. A gasztrofesztiválok mint a helyi fejlesztések eszközei

A fesztiválok szervezése több évszázados múltra tekint vissza (FALASSI, A. 1987; BENEDEK M.–STARK J. 2009; MAIR, J. 2019), azonban elterjedésük, valamint a település- és a turizmusfejlesztés eszközzé válásuk nem egyenlően zajlott a világ különböző részein (HÄGERSTRAND, T. 1967). Elsősorban az angolszász országokban az 1950-es évektől (SMITH M. 2009; CUDNY, W. et al. 2012), míg Magyarországon az 1990-es években kezdődött (KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017) és a kétezres évek elejétől vált meghatározóvá (PUSZTAI B. 2003, 2007; SÜLYÖK J.–SZIVA I. 2009; KULCSÁR N. 2016). Népszerűségük kínálati és keresleti oldalról egyaránt magyarázható. A kínálat szemszögéből felismerésre került, hogy a fesztiválok kiváló eszközei a helyi sajátosságokra való figyelem felhívásának, melyen keresztül segíthetnek az egyes lokalitások társadalmi, gazdasági és kulturális előnyszerzésében. Keresleti oldalról pedig az igény az egyedi élményeket kínáló, az újdonságok megismerését vagy a múlt felidézését ígérő tevékenységekre helyeződött.

5.1. A fesztivál fogalom definiálási lehetőségei

A fesztiválok népszerűsége ellenére a számukat nem ismerjük, melynek fő oka, hogy nem létezik egy egységes, minden állam és kutatási terület által elfogadott fesztivál-definíció (BOTTYÁN I. 2015; ZÁTORI A. 2016; HUNYADI ZS. 2018). A fesztiválok értelmezésére számos meghatározást alkalmaz a szakirodalom, jelentésük, céljuk országonként, kultúrkörönként és a történelem során is eltérő lehet (KUNDI V. 2013). Egyes megközelítések szerint nem is szükséges a fesztivál fogalom egységes keretek közé szorítása, hiszen „*fesztivál mindaz, amit a szervezők annak tartanak*”, a fogalom értelmezésének így a kijelölt célokhoz kell igazodnia (HUNYADI ZS. et al. 2006, p. 16). Azonban a szervezők és a fesztivállátogatók eltérően értelmezhetik e fogalmat, emiatt az egymástól merőben eltérő rendezvények fesztiválként nevezése megtévesztő lehet a kereslet számára.

A társadalomtudományi és kultúraantropológiai szakirodalomban gyakran megjelenő fesztiválértelmezés FALASSI, A.-hoz (1987, p. 2) köthető, aki szerint „*a fesztivál általában olyan időszakosan ismétlődő, társadalmi eseményt jelent, amelyen a formák sokaságán és összehangolt események sorozatán keresztül közvetlenül vagy közvetve és különböző mértékben vesznek részt egy egész közösség tagjai, akiket etnikai, nyelvi, vallási, történelmi kötelek egyesítenek, és közös a világnézetük. A fesztivál társadalmi funkciója és szimbolikus jelentése is szorosan kapcsolódik egy sor olyan nyilvánvaló értékhez, amelyeket a közösség ideológiája és világnézete, társadalmi identitása, történelmi folytonossága és fizikai túlélése szempontjából fontosnak tart, és végső soron ezt ünnepli a fesztivál*”. E definíció szerint a fesztivál legfontosabb sajátossága, hogy a közös értékek ünneplése révén hozzájárul a közösség fennmaradásához. FALASSI, A. megközelítéséhez kapcsolódóan HALL, C. M.–SHARPLES, L. (2008A) megjegyzi, hogy a fesztiválok a helyi közösség ünnepei, melyet a közösség meg akar osztani a szélesebb közönséggel is, lehetővé téve számukra a közösségi élmény átélését. FALASSI, A. megfogalmazása hangsúlyozza a helyi közösség kultúrájának ünneplését a közösség összetartozásának erősítése érdekében, azonban így egyes megközelítések szerint e definíció kevésbé alkalmazható napjaink fesztiváljaira. A múlt fesztiváljai annak ellenére, hogy fontos szerepet töltöttek be a gazdasági, társadalmi és kulturális életben, nem voltak gondosan előre tervezettek és nem professzionalizálódtak. Napjainkban pedig már nem ez jellemző, a fesztiválokat úgy tervezik meg, hogy megfeleljenek valamilyen konkrét gazdasági, társadalmi vagy kulturális céloknak (GETZ, D. 2007). Ehhez illeszkedően PUSZTAI B. (2019, p. 99) kritikusan áll napjaink fesztiváljaihoz. Szerinte a fesztiválok „*funkciójában a közösségtudat megerősítése, normák megőrzése helyett a települési identitás felépítése, látványosságtermelés a cél. Szerveződésükben az évkör ünneplési rendjébe illeszkedő, korosztályos vagy csoportszervezésű ünnep helyett professzionális szervezésű, turisztikai megfontolásokat figyelembe vevő e rendezvények szervezése*”, melyek között véleményem szerint átmenetek is lehetnek. Tehát az idők során átalakultak, keveredtek a fesztiválok céljai. Egy másik gyakran idézett fesztivál meghatározás GETZ, D.-hez (1997, p. 8) kötődik, aki szerint a fesztiválok „*tematikus, nyilvános ünnep*”-ként definiálhatók, azaz valamilyen témát ünnepelnek, és nyilvánosságuk révén nyitva állnak a közönség számára is. A meghatározás tág keretet ad a fesztivál értelmezésének, ennek köszönhetően nem kizáró semmilyen fesztiváltípussal szemben, ám álláspontom szerint túlságosan generalizáló (PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012). Egyetértve KUNDI V. (2013) meglátásával, a túl tágra szabott fesztivál definíció lehetőséget teremt arra, hogy a fesztivál szót sokféle rendezvényre alkalmazzák, ami annak „*elkommereszedéséhez*” vezethet.

DIMMOCK, K.–TIYCE, M. (2001, p. 358) szerint a fesztiválok „*a társadalom életmódjának értékes aspektusait ünneplő, rövid időtartamra tervezett, tematikus nyilvános események*, mely GETZ, D. (1997) tömör meghatározásának kibővítése az időbeliséggel és az ünneplés tárgyával. HÄUSSERMAN, H. (1993) (idézi KUNDI V. 2013 p. 33) pedig kiemeli a fesztiválok térbeli, időbeli és témabeli jellemzőit, bevonja a szervezésben érdekelt feleket és az általuk biztosított erőforrásokat, illetve a célokra is utalást tesz: „*a fesztiválok olyan sajátos térhasználati rendszerként értelmezhetők, melyek többnyire kulturális, művészeti vagy*

sporttevékenységekhez kapcsolódnak, térben és időben korlátozottak, tartalmilag egy adott téma köré szerveződnek. Két fő jellegzetességük, hogy pénzt, embereket és médiumokat mobilizálnak kampányszerűen egy tisztán körülhatárolt cél érdekében”. MAIR, J. (2019, p. 5) a fesztiválokat „rövid távú, ismétlődő, nyilvánosan elérhető rendezvényekként” definiálja, „amelyek általában a kultúra olyan bizonyos elemeit ünneplik és/vagy tartják fenn, amelyek fontosak a hely és a közösség szempontjából is, továbbá lehetőséget kínálnak a kikapcsolódásra és a szórakozásra; valamint a hovatartozás és megosztás érzéseit idézik elő”. E megközelítés FALASSI, A. (1987) definíciójához hasonló, viszont bevonja a fesztiválok szórakozási és kikapcsolódási lehetőséget nyújtó szerepét is. HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. (2018) szerint pedig a szakirodalmi elemzésük alapján a fesztiválok időben korlátozottak, meghatározott kezdettel és véggel rendelkeznek, miközben egy adott helyszínre korlátozódnak. Előre megtervezett és meghatározott célokkal, témákkal és programokkal rendelkező események, bár tartalmazhatnak bizonyos spontán elemeket. Többféle tevékenységet kombinálnak, valamint nyitottak és vonzóak, tehát bárki részt vehet rajtuk.

A Magyar Fesztivál Szövetség megközelítése kiemeli a fesztiválok témáját és az időbeli jellemzőket, bevezeti a helyszínre utaló szempontokat, viszont a közösségi értékek ünneplése helyett a kultúrákövetítést és a szórakoztatást hangsúlyozza. A definíció szerint „*fesztiválnak nevezhető minden olyan – egy vagy több téma köré szerveződő, rendszeresen megrendezésre kerülő, egy vagy több helyszínen történő, meghirdetett programmal rendelkező kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb – eseménysorozat, amelynek célja, hogy közönsége részére kiemelten színvonalas, értékközvetítő, minőségi, ismereteket is bővítő és egyben szórakoztató, szabadidős közösségi élményt nyújtson*” (idézi SÜLYÖK J.–SZIVA I. 2009, p. 3). A Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program pedig azokat a rendezvényeket tekinti fesztiválnak „*amelyek egy koherens és markáns koncepció alapján megfogalmazott egyedi, kivételes események, melyek koncentráltak, van „sűrűségük”, azaz: folyamatosan, egymás utáni napokon szervezi programjait (nem csak hétvégeken és nem hónapokon át, egy-egy este), naponta több (min. 2-3) programja van, lehetőleg több helyszínen, legalább két napig tart, széles közönségnek szól (nem zárt szakmai napok), a közönség nagysága és a programokra és promócióra szánt költségvetése is számottevő, nem falunap (nem néhány száz fős a közönsége és a költségvetése is legalább 2-3 millió)*” (INKEI P. 2010, p. 11). A definíció a fesztiválok céljairól, a közösségben betöltött szerepéről és az ünneplés tárgyáról nem tesz említést, inkább a számszerűsíthető elemekre helyezi a hangsúlyt, a szervezettség, a menedzsment oldaláról közelíti meg a fesztiválok jellemzőit, melyek főként a fesztiválok volumenére utalnak. Meglátásom szerint ez a megfogalmazás szűk, szigorú határokat szab a fesztiválok értelmezésére, különösen a látogatószám és az előírt minimális időtartam tekintetében, ami miatt Magyarországon kevés fesztivál elnevezésű esemény válhatott minősített fesztivállá (KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017). Egyes vélemények szerint akárcsak a túl általános, a túl szűkre szabott fesztivál definíció sem megfelelő, ugyanis egyes szempontoknak való meg nem felelés kizár a fesztivál fogalomból magas értéket képviselő, a turistáknak és helyi lakosoknak is élményt nyújtó rendezvényeket (KUNDI V. 2013). KUNDI V. (2013, p. 33) több fesztivál definíciót összevetve határozta meg saját fesztivál értelmezését doktori értekezésében. A szerző „*fesztivál alatt azokat a legalább egynapos, rendszeresen ismétlődő, ünnepélyes, gasztronómiai, sport, zenei, művészeti és összművészeti rendezvényeket érti, melyek egyszerűek és megismételhetetlenek. Programkínálatukban nem kizárólagosan ingyenes, hanem jegyáras előadások is megjelennek. Helyszínüket tekintve egyaránt lehetnek szabadtéri- vagy fedett helyen bonyolított rendezvények. Jellemzi őket a kultúra egy szeletének élményszerzéssel párosuló bemutatása, ezen értékek átadása. Témájuk kapcsolódik a rendező város, terület adottságaihoz, kultúrájának szerves részét képezi. Szervezőjük egyaránt lehet magánszemély, cég, vállalkozás, önkormányzat, illetve alapítvány*”. E definíció a fesztiválok számos aspektusára kiterjed, ugyanis utal a fesztiválok térbeli, időbeli és témabeli jellemzőire, valamint kiemeli a kulturális sajátosságok átadását, és kitér a fesztiválok szervezőire is.

A felvázolt fesztivál fogalmak alapján látható, hogy e rendezvények számos jellemzővel bírnak, ami megnehezíti a fesztiválok rövid, lényegre törő, de minden fontos aspektusára kiterjedő definiálását (4. táblázat). Erre azonban kevésbé merül fel az igény a nemzetközi szakirodalomban, melynek oka lehet a nagy esetszámú mintán végzett, több szempontra kiterjedő elemző kutatások szükségessége. A fesztiválok legfőbb ismérvei szerint a dolgozatban a szakirodalom alapján *fesztiválnak tekintem az olyan rendezvényeket, melyek korlátozott időtartamúak, a tér egy adott pontján, valamilyen téma köré szerveződve, egy közösség kultúrájának valamely elemeit ünneplik és tartják fenn, de nyitva állnak a szélesebb közönség számára is, miközben különböző célok elérése érdekében működnek.*

4. táblázat: A fesztiválfogalom szakirodalomban megjelenő jellemzői

Fesztivál komponens	Fesztivál komponens jellemzői	Kapcsolódó fesztivál fogalom szerzője
Téma	Minden fesztivál valamilyen kiválasztott témát ünnepel, ami sokféle lehet, de általában a helyi kultúra valamely eleme áll a központjában. Emellett maga a fesztivál napjaink globalizált világának és a fogyasztói társadalmának aktuális ünneplési trendje.	FALASSI, A. 1987; GETZ, D. 1997; HÄUSSERMAN, H. 1993; DINMOCK-TIYCE 2001.; KUNDI V. 2013; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018; MAGYAR FESZTIVÁL SZÖVETSÉG
Időbeliség	A fesztiválok időbeli jellemzőkkel bírnak, ugyanis adott időpontban kerülnek megrendezésre és általában rendszeresen ismétlődnek, illetve az időben változó jelenségek.	FALASSI, A. 1987; HÄUSSERMAN, H. 1993, DINMOCK-TIYCE 2001; KUNDI V. 2013; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018; MAIR, J. 2019; MAGYAR FESZTIVÁL SZÖVETSÉG; MAGYAR FESZTIVÁL REGISZTRÁCIÓS ÉS MINŐSÍTÉSI PROGRAM
Térbeliség	A fesztiválok térbeli tulajdonságokkal rendelkeznek, egy adott területen kerülnek megrendezésre, egy adott kultúrát ünnepelnek. A térbeliséghez szorosan kapcsolódik a fesztiválok nyilvános jellege, ugyanis a helyi közösség a kultúrájuk ünnepeit meg akarja osztani másokkal, így a fesztiválok nem csak a helyi közösségnek szólnak, hanem a helyi közösségen kívülről érkezők (turisták) részére is fennáll a lehetőség, hogy részt vegyenek rajtuk, differenciálva a fesztiválokat a célcsoportjuk, területi jelentőségük szerint.	HÄUSSERMAN, H. 1993, GETZ, D. 1997, DINMOCK-TIYCE 2001; KUNDI V. 2013, HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018, MAGYAR FESZTIVÁL SZÖVETSÉG; MAGYAR FESZTIVÁL REGISZTRÁCIÓS ÉS MINŐSÍTÉSI PROGRAM
Célok	A fesztiválok valamilyen cél elérése érdekében működnek, melyek általában társadalmi, gazdasági és/vagy kulturális előnyök, szorosan kapcsolódva a terület-és turizmusfejlesztéshez.	HÄUSSERMAN, H. 1993; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018; MAIR, J. 2019; MAGYAR FESZTIVÁL SZÖVETSÉG

Forrás: A szakirodalom alapján saját szerkesztés

5.2. A fesztiválok téma szerinti jellemzői: a gasztrofesztiválok

A fesztivál szó a latin „festum” szóból származik, ami nyilvános élvezetet, mulatságot, ünnepet jelent (FALASSI, A. 1987). Ehhez illeszkedően GETZ, D. (2010, p. 2) szerint „*a fesztiválok közösségi értékeket, ideológiákat, identitást és folytonosságot ünnepelnek*”. Az ünnepléssel kifejezhető a hely és a közösség egyedisége és sajátosságai, a lokalitás szimbólumai, melyek megkülönböztetik azokat más helyektől. Mindemellett a fesztivál keretében való ünneplés segíthet megvédeni a lokális értékeket a globalizáció homogenizáló erőivel szemben (WOODS, M. 2007; ROTHERHAM, I. D. 2008), miközben fogyaszthatóvá teszik a kultúrát (URRY, J. 2002). E megállapításokhoz illeszkednek a fesztivál fogalom komponensei, melyek szerint a fesztiválok valamilyen téma köré szerveződve, egy közösség kultúrájának valamely elemeit ünneplik és tartják fenn. Tehát minden fesztiválnak van valamilyen témája, mely leggyakrabban egy közösség – hagyományos, magas, illetve populáris – kultúrájához köthető (KALKSTEIN-SILKES, C. et al. 2008; MAIR, J. 2019).

A fesztiválokat leggyakrabban az ünnepelt téma szerint kategorizálják. Léteznek például ételre, zenére, sportra vagy művészetre alapozó, illetve komplexen többféle tematikát magukban foglaló fesztiválok külföldön és hazánkban is (SMITH M. 2009; GEORGE, J. et al. 2015). A fesztiválok egyik legnépszerűbb típusa a gasztronómiai témát, például valamilyen ételt, italt, terményt, terméket, ételkészítési eljárást ünneplő fesztiválok. E rendezvényeket a hazai szakirodalom elsősorban gasztrofesztiválnak nevezi, de például a Magyar Fesztivál Szövetség a gasztrokulturális fesztivál kifejezést használja (KALKSTEIN-SILKES, C. et al. 2008; GETZ, D. 2010; VÁRHELYI T. 2016; KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017). Akárcsak a fesztivál fogalomnak, a gasztrofesztivál fogalomnak is sokféle definíciója létezik a szakirodalomban.

HALL, C. M.–SHARPLES, L. (2008A, p. 13) szerint „*a gasztrofesztiválok egyszeri vagy ismétlődő események, melyeket azért alkottak meg, hogy felhívják a figyelmet, elősegítsék rövid- vagy hosszútávon bizonyos termékek eladását, javítsák jövedelmezőségét*”. Eszerint a gasztrofesztiválok elsősorban gazdasági előnyök elérése érdekében működnek, mégpedig a gasztronómiai termékek piacra juttatása céljából. Ehhez kapcsolódik BOTTYÁN, I. (2015, p. 190) megközelítése, aki a gasztrofesztiválok jelentőségét a gasztronómiai értékek bemutatásában látja. Definiálása alapján „*gasztrofesztiválnak tekinthető minden olyan egy vagy többnapos rendezvény, amelyet rendszeresen szerveznek, fő célja a helyi gasztronómia, valamint a mezőgazdasági nyersanyagok és termények bemutatása*”. FOLGADO-FERNÁNDEZ, J. A. et al. (2019, p. 1) szerint pedig a gasztrofesztiválok „*korlátozott időtartamúak, általában évente egyszer kerülnek megrendezésre, és a fesztivál befogadó helyéhez kapcsolódó termékek kóstolására és megvásárlására szolgálnak*”. Eszerint e rendezvények a kereskedelem és a fogyasztás tereként tekinthetők. MÁTÉ A.–SZABÓ G. (2011, p. 141) a gasztrofesztiválok turizmusban betöltött szerepére hívják fel a figyelmet. Szerintük „*a hazai turisztikai termékfejlesztés sikeres vonulatának tekinthetők azok a rendezvények és fesztiválok, amelyek az év egy jól kiválasztott időpontjában, a legjellegzetesebb helyi terméket, annak készítési módját, vagy a helyi gasztronómiai tradíciókat bemutatva vonzzák a programokra vágyó közönséget*”. A gasztronómiához kapcsolódó programok fontosságát LEE, I.–ARCODIA, C. (2011, p. 5) is kiemelik, viszont a célokról nem tesznek említést. Szerintük a „*gasztrofesztivál egy olyan speciális fesztivál, melynek középpontjában helyi vagy regionális étel áll, vagy egy olyan étel-tematikára felépített esemény, melyben étel-központú programok és események vannak*”.

A felvázolt gasztrofesztivál definíciók mindegyike szerint e rendezvények központi, ünnepelt témája valamilyen gasztronómiai elem, mely értelmezésem szerint étel és ital egyaránt lehet. Legtöbbjük említést tesz az időbeliségről és az ünnepelt gasztronómiai téma befogadó hellyel való kapcsolatáról is, kisebb eltérések a célokban fedezhetők fel. Ezek és a disszertációban használt fesztivál fogalom alapján gasztrofesztiválnak tekintem az olyan rendezvényeket, *melyek korlátozott időtartamúak, a tér adott pontján, a helyi közösség kultúrájához köthető gasztronómiai témát ünneplik és tartják fenn, de nyitva állva szélesebb közönség számára is, különböző célok elérése érdekében*.

A gasztrofesztiválok felhívják a figyelmet a helyi adottságok (pl. geológia, éghajlat), valamint a helyi közösség kultúrájának és hagyományainak ötvözetéből létrejött helyi ételekre, italokra vagy terményekre (ROTHERHAM, I. D. 2008; MANDABACH, K.–CHUANBIAO, W. 2019). Ez alapján a hely és az érték szoros kapcsolatban állhat egymással, ugyanis a hely a közösségi értékek hordozójaként értelmezhető, a közösségi értékek pedig tükrözik a helyi adottságokat és a kultúrát (DERRETT, R. 2003; LAI, M. Y. et al. 2018; DIXIT, S. K. 2019). Például a sör ünneplését célzó müncheni Oktoberfest a bajor kultúra jelképének tekinthető (GATELY I. 2005). Számos hazai és külföldi településen a helyi aktorok a rendelkezésre álló, az egyediségüket kifejező gasztronómiai értékeket helyi kulturális erőforrásoknak tekintik, azok terméké alakításán és áruba bocsátásán keresztül a település- és turizmusfejlesztés eszközeként használják fel különböző célok elérése érdekében a fesztiválokon keresztül (BESSIÈRE, J. 1998; CSURGÓ, B.–MEGYESI, B. 2015; LENKOVICS B. 2017; VUKIC, M. et al. 2016; RINALDI, C. 2017). Így a gasztrofesztiválok olyan attrakciót jelentenek (PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 2000; SÁNTA Á. K. 2020), amelyek a helyi hagyományok megelevenítésének, bemutatásának, megőrzésének,

fenntartásának és újra felfedezésének fontos módjai lehetnek (SCARPATO, R.–DANIELE, R. 2003; HANUSZ Á. 2012; HORVÁTH A. et al. 2016). A gasztrofesztiválok jelentősége abban is rejlik, hogy lehetőséget teremtenek arra, hogy a látogató a kultúra gasztronómiai termékeit abban a földrajzi és kulturális környezetben élje át, ahova az kötődik, autentikus élményt nyújtva (RINALDI, C. 2017). Ebben az értelemben az autentikusság olyan helyi ételek fogyasztását jelenti, amelyet helyben, a helyiek készítenek helyi alapanyagokból, a hely sajátos receptjei alapján (BAKER, A. M.–KIM, K. 2019). Ez a megközelítés kapcsolódik a hely szelleméhez, mely egy helyhez kötött erő, ami csak akkor érezhető, ha az adott helyen tartózkodunk (JANKÓ F. 2002). Például a szicíliai Hagymafesztiválon (Sagra Della Cipolla), a tiroli Gombócfesztiválon (Köndelfest) vagy szatmárcsekei Szilvalekvárfőző és Cinkefőző versenyen a helyi jellegzetes ételek ízeit és elkészítési módjait helyben ismerhetik meg látogatók a helyiektől (KISS M. 2013; BALOGH B. 2021).

PUSZTAI B. (2007, p. 14) szerint a gasztrofesztiválok népszerűségének egyik oka, hogy *„számos helyi közösség igyekezett olyan módon újrafogalmazni és kommunikálni önképét, hogy az minél egyedibb és eredetibb, autentikusabb legyen. Az önkép építését számos helyen valamilyen marginális unikum megtalálásával érték el. Számos helyen a paraszti kultúra valamely már eltűnt eleme lett ez a fellelt erőforrás”*. A témaválasztás e módja azonban konfliktusforrást jelenthet a kevésbé együttműködő lokalitások között, ha egy gasztronómiai érték regionális vagy országos jelentőségű és több települési közösség is fesztivál formájában ünneplné azt. Például a Halfőző Fesztiválnak köszönhetően Baja a „A halászlé fővárosa” szlogent viseli, mely márkáról más halban gazdag helyek lemaradtak. Ez a probléma a szatmári térségben is felmerült, mely elsőszámú terménye a szilva, amire Szatmárcseke hozott létre először fesztivált. Így *„a legismertebb hagyomány „elkelt”, a többi résztvevő településnek valami más, kevésbé ismert dologgal kellett előrukkolnia”* (KISS M. 2014, p. 78). Ebben az esetben pedig *„ahol történeti, természeti vagy kulturális sajátosság nem volt, ezen egyediséget kognitív építéssel, ritualizációval, megalkotott ünnepekkel lehetett gyorsan megvalósítani”* (PUSZTAI B. 2003, p. 15). Ezért *„a szervezők egy alapanyag szimbolikus lefoglalásával, kötésével kívánnak egy kiemelhető, felfuttatható szimbólumot alkotni egy adott településnek”* (PUSZTAI B. 2020, p. 324). Ez pedig meglátásom szerint bizonyítja, hogy a kultúra az aktuális hatalmi, társadalmi és egyenlőtlenségi viszonyok leképeződését jelenti.

Mindez alapján a fesztiválalkotás nem csak a helyi gasztronómiai hagyományokon alapulhat, mely hazai kutatások szerint elterjedt mód a magyar gyakorlatban (PUSZTAI B. 2003, 2007; KISS M. 2014; KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017). Sok fesztivál esetében az ünneplésre szánt étel/ital nem kifejezetten helyi sajátosság, hanem valamilyen lokalizált, általános, a földrajziságtól, sajátos kultúrától független téma (ROTHERHAM, I. 2008; PUSZTAI B. 2020). PUSZTAI B. (2003, p. 17) szerint gyakran *„a szervezők valamilyen nem foglalt, közönséges, de helyben sem különösebben fontos eledelt választanak ki tárggyul”*, aminek alkalmasnak kell lenni a kultúrát érintő hiányosságok betöltésére illeszkedve az aktuális trendekhez (LOVAS KISS A. 2021). PUSZTAI B. (2003) példaként hozza a Pusztamérgesen szervezett töltöttkáposzta főző versenyt, ahol ugyanúgy készítették töltöttkáposztát, mint bárhol máshol hazánkban, a helyi közösséghez pedig nem kötődött sajátos recept. Például a világhírű müncheni Oktoberfest mintájára számos Oktoberfest elnevezésű sörfesztivál jött létre szerte a világban és Magyarországon is, különösebb előzetes helyi sörfőzési hagyományok nélkül (GATELY I. 2005). A fesztiválalkotás e módja különösen jellemző lehet olyan térségekben, melyek kevésbé rendelkeznek turisztikailag eladható természeti látványossággal, materiális örökséggel, egyedi kultúrával, vagy az aktuális trendeknek megfelelő attrakcióval, de szeretnék kihasználni a turizmusból fakadó előnyöket, melyre több példát is hoz a hazai szakirodalom (KÓRÓDI M. 2005; BÓDI J. 2008; KISS M. 2014). Meglátásom szerint e megalkotott hagyományok is tükrözik a helyi sajátosságokat, ugyanis ebben az esetben a hely egyedisége a helyiek kreativitásában, hozzáadott értékeként jelenik meg (RAY, C. 1998; DOBÓ E. 2007; BODNÁR G. 2013).

PUSZTAI B. (1999, pp. 327-328) szerint *„a hagyományok alkotása vagy a kitalált hagyományok használata olyan időszakokban jellemző, amikor a társadalom gyors változása*

miatt az identitás alapjául szolgáló kontinuitás érzése megszűnhet, a régi hagyományok, szimbólumok és szokások nem töltik már be korábbi funkciójukat”, vagy a turisták változó igényei más követelnek meg. E jelenség nem csak Magyarországra jellemző. MACLEOD, N. E. (2006) szerint egyre növekszik a hely nélküli, globalizált, vagy a befogadó lokalitástól idegen témára alapozó (például vidéki értéket városban ünneplő) fesztiválok száma, melyek kínálatukban egyre eltávolodnak az adott hely jellegzetességeitől, közösségétől, kulturális jellemzőitől, de sokuknak már létrejöttükkor sem volt kapcsolata a hely sajátosságaival. A szerző e fesztiválokat globális bulinak nevezi, melyek a desztináció marketingje, a turisztikai keresletnek való megfelelés, a közösségi élmény, valamint a fogyasztás és a fogyasztáshoz kötődő hedonizmus szolgáltatában működnek, miközben a tér bármely pontján előfordulhatnak (GATELY I. 2005; MACLEOD, N. E. 2006). E megközelítés szerint az eredetileg a lokalizáció támogatása érdekében létrejött fesztiválok a kulturális homogenizáció irányába mutathatnak, illetve a megalkotott hagyományokra alapozó fesztiválok nem tekinthetők autentikusnak, hiszen nem eredeti hagyományokhoz kötődnek. Egyetérték azzal, hogy a tömeges gasztr fesztivál-alkotás és koncepció nélküli témaválasztás hozzájárul a kulturális homogenizációhoz, ám nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy a kultúra nem statikus, folyamatos változásban van, így maga a hitelesség társadalmi konstrukciónak tekinthető (SIMS, R. 2009; LUNCHAPRASITH, T.–MACLEOD, D. 2018): LINNEKIN, J. (1997, p. 217) szerint „a kulturális identitás megalkotásáról vagy hagyományalkotásról beszélni azt jelenti, mint hangsúlyozni, hogy a kultúra az emberi tudat dinamikus terméke, amely a kortárs kontextus szerint állandóan újrafogalmazódik”. Továbbá egyetértve SCARPATO, R. (2002B) érvelésével, a hagyományos, helyhez kötött ételek ünneplésétől való elszakadás, az új hagyományok alkotása támogathatja a gasztronómiai sokszínűséget. Természetesen abban az esetben, ha a lokalitás az új hagyomány tudatos kiválasztásával, megalkotásával képes kifejezni egyediségét. Mindemellett mivel „a gasztronómiai hitelességet a posztmodern világban nem csak a hely földrajzi vagy történelmi értelme adja” (SCARPATO, R. 2002A, p. 63), egyetérték azzal az állásponttal, hogy hiteles akkor lehet a gasztr fesztivál által nyújtott élmény, ha a helyi közösség képes befogadni és sajátjának érezni azt (BAKER, A. M.–KIM, K. 2019). A megalkotott hagyományok kultúrába való beépítése, autentikussá tétele pedig a megfelelő és tudatos kommunikáción, a helyiek partnerségén múlik (BOGATAJ, J. 2019). Mindezek alapján a gasztr fesztiválok hozzájárulnak a helyi gasztronómiai hagyományok ápolásához és újrafelfedezéséhez, de még átformálásához is. Segítenek az identitásválsággal küzdő helyi közösségeknek önmaguk definiálásában az új hagyományok megteremtése által, de emellett az új fogyasztási trendek, az egészségtudatos táplálkozás népszerűsítésének is eszközei lehetnek, miközben konfliktusokat is kiválthatnak a különböző társadalmi csoportok eltérő érdekei és értékrendjei miatt (HINDLEY, A.–WALL, T. 2019; MANDABACH, K.–CHUANBIAO, W. 2019).

Bármely módon is jön létre az adott rendezvény, és bárhogyan is értelmezzük ennek okait és hatásait, a gasztr fesztiválok számának gyarapodása e rendezvények széleskörű téma szerinti differenciálódását eredményezi, melyre a fesztiválok elnevezése mutat rá leginkább (BOGATAJ, J. 2019; PUSZTAI B. 2020; KESGIN, M. et al. 2022). Az egyre növekvő gasztr fesztivál-kínálat és a bővülő témák ellenére a szakirodalomban egy adott terület gasztr fesztiváljainak ünneptelt témák szerinti osztályozásával kevésbé találkoztam a kutatásaim során, egyedül néhány tipizálási módot fedeztem fel (5. táblázat). BALI J. (2007) és BOGATAJ, J. (2019) az ünneptelt téma idővel való kapcsolata alapján állít fel lehetséges fesztivál típusokat, míg HALL, C. M.–SHARPLES, L. (2008A), BOTTYÁN I. (2015) az ünneplésre szánt ételek jellege alapján tipizál, KÓRÓDI M.–BAKOS R. (2017) pedig az ételkészítési eljárás módjai alapján különíti el azokat. E három megközelítési módot ötvözi FEHÉR I.–KÓRÓDI M. (2008), SÁNDOR D. (2012) és GONDA T. (2016) kategorizálási rendszere, ugyanis az étel és ital jellegére, az ételkészítési eljárásra és az idővel való kapcsolatra is utalnak kategóriáik. Egyik tipizálási mód sem említi a nemzetiségi ételekhez kapcsolódó fesztiválokat, pedig a magyarországi fesztiválkínálatban sajátos csoportot képviselnek (HORVÁTH A. et al. 2016).

5. táblázat: A gasztrofesztiválok téma szerinti besorolási lehetőségei a szakirodalom szerint

Tanulmány	Téma szerinti kategorizálás
BALI J. 2007, p. 382	<ul style="list-style-type: none"> • Továbbélő a hagyomány, ha a fesztivál nem változtatja meg az étel ismertségét és megítélését a közösségben; • Felújított, ha a külső hatások következtében a helyiek szemében megváltozik a hagyomány; • Felélesztett, ha a gasztronómiai fesztivál a már csak a közösségi emlékezetben élő ételre épül; • Újra felfedezett, ha a gasztronómiai fesztivál már az emlékezetben sem meglévő, ám történeti források igazolják, hogy a tájra, településre jellemző ételre épül; • Új (teremtett), ha a fesztivál a tájra addig sohasem jellemző étel főzésének hagyományát teremti meg.
BOGATAI, J. 2019, p. 57	<ul style="list-style-type: none"> • Hagyományos ételre épülő • Kortárs ételre épülő • Modern, újításokra épülő
HALL, M.–SHARPLES, L. 2008A, p. 14	<ul style="list-style-type: none"> • Általános fókuszú, nincs helyi termék • Általános fókuszú, de egy helyre épülő • Sokféle témájú, helyi fókuszú, és termékkombinációjú • Egyféle termékre épülő • Egyféle speciális termékre vagy ételre épülő
BOTTYÁN I. 2015, p. 190	<ul style="list-style-type: none"> • Mezőgazdasági termés/termény (pl. tök, cseresznye, alma) • Egy bizonyos fajta étel (pl. halászlé, dödölle) • Egy bizonyos fajta élelmiszer (pl. sonka, sajt, bor) • Speciális hagyományos, élelmiszerekhez kötődő mesterség (pl. böllér)
KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017, p. 480	<ul style="list-style-type: none"> • Egy étel több változatban elkészítve • Egy alapanyagon alapulva minél több technológiát felvonultatva • Ugyanazon technológiát több alapanyagon alkalmazva
FEHÉR I.–KÓRÓDI M. 2008, p. 83	<ul style="list-style-type: none"> • Magyaros ételekhez kapcsolódó rendezvények (pl. bográcsételek fesztiválja vagy töltöttkáposzta-főző verseny) • Jeles napokhoz kapcsolódó rendezvények (aratóünnep, kenyérünnep) • A népi, tájjellegű gasztronómia rendezvényei (palóc napok) • A magyarság múltjához kapcsolódó rendezvények (reneszánsz vigasságok) • Szakmai jellegű rendezvények
SÁNDOR D. 2012, p. 272	<ul style="list-style-type: none"> • Helyi termékek, termények ünnepei (zöldségek, gyümölcsök) • Hagyományos ételek főző ünnepei, versenyei (halászlé) • Szakács-, gasztronómiai versenyek, főzőversenyek • Vegyes rendezvények
GONDA T. 2016, p. 159	<ul style="list-style-type: none"> • Termék (pl. pálinka) • Termékünnep (pl. újbó) • Termény (pl. medvehagyma) • Hagyományos étel (pl. halászlé) • Ételkészítési eljárás (pl. grill)
Programturizmus.hu [3]	<ul style="list-style-type: none"> • Borfesztivál • Édesség • Étél • Főző • Pálinkafesztivál • Sörfesztivál • Szüret • Zöldség-gyümölcs • Egyéb

Forrás: A szakirodalom alapján saját szerkesztés

Meglátásom szerint a gasztrofesztivál-tipizálás hiányának egyrészt oka lehet a fesztivál fogalom sokféle, akár országon belül is eltérő definiálása, így a fesztiválok számáról nem áll rendelkezésre egységesebb, egymással jobban összevethető adat, ami például a földrajzi összehasonlítást jobban lehetővé tenné. Másrészt az említett tipizálási módokat túl általánosnak tartom, nem adnak átfogó képet egy terület gasztrofesztivál-kínálatának téma szerinti differenciálódásáról, vagy éppen egyes kategorizálási rendszerek átfedik egymást, például egy terményünnep is lehet főzőverseny. Ugyanakkor az ünnepelt témák kultúrkörönként és nemzeteként is eltérőek lehetnek, megnehezítve a nagyobb léptékű területi besorolást. Álláspontom szerint az országokénti gasztrofesztivál-kínálat tipizálására, a fesztiválok egyes kategóriák alá való besorolására pedig szükség volna, ami segítene rávilágítani a hazai kínálat esetleges differenciálatlanságára, és új fesztiválok tervezése esetén megtalálni a hiányzó témákat, és elkerülni, hogy témában hasonló, egyedi arculat nélküli fesztiválok jöjjenek létre.

5.3. A gasztrofesztiválok időbelisége

A fesztiválok és gasztrofesztiválok időbeli jellemzőkkel is bírnak. A disszertációban használt fogalmak alapján egy adott időkeretben zajlanak le, ám az időbeliség a szakirodalom szerint több más módon is kifejezhető.

Az időtartamon belül értelmezhető a fesztiválok hossza, az ütemezés és a szezonális is. A fesztiválok előre meghirdetett időpontban vagy időtartamban kerülnek megrendezésre és legalább egy napra terjednek ki (KUNDI V. 2013). SÜLYÖK J.–SZIVA I. (2009) és ZÁTORI A. (2016) megközelítése szerint pedig elkülöníthetők egy- vagy több napos, egy- vagy többhetes fesztiválok is. Tehát e szerzők szerint fesztiválnak tekinthetők az egynapos rendezvények is, eltérően a Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program definíciójától, mely két nap terjedelemtől engedélyezi a fesztivál szó használatát. A fesztiválok hosszától függetlenül KISS M. (2014) szerint fontos, hogy azokat mindig azonos településen és azonos időben tartsák, hogy a fesztiválok jól azonosíthatók legyenek a szervező településekkel. Hiszen a fesztiválok évente egy alkalommal biztosítanak kiemelt figyelmet a szervező településre és annak kultúrájára.

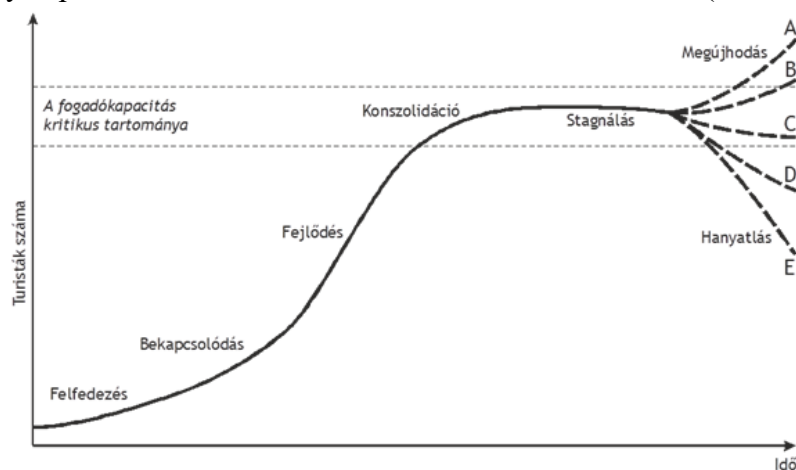
A fesztiválok ideiglenes jellegűek (DI MATTEO, D. 2019), adott térben és időben adnak keretet az ünneplésre, a termelésre és a fogyasztásra (HAGGETT, P. 2006; PEDRANA, M. 2015; JORDAN, J. 2016). Ez lehetőséget teremt a hétköznapi tevékenységektől és viselkedési mintáktól való eltérésre, a hétköznapi rutinból való kiszakadásra (FALASSI, A. 1987; URRY, J. 2002; GERHÁTH GY. 2003; QUINN, B.–WILKS, L. 2017). Ebben ellentmondás fedezhető fel, hiszen egyes ünnepelt értékek (például paprikáskrumpli, dinnye) a fesztivált befogadó helyhez és közösséghez, vagy akár az egész nemzethez köthetők, így a kultúra, ezáltal a hétköznapi élet részét képezik. Ebben a tekintetben a megszokottól és a hétköznapiól való eltérés nem az ünneplésre szánt gasztronómiai érték jellegéből adódik, hanem magából az ünneplésből és annak módjából, tematikájából és programjából, hiszen például nem megszokott tevékenység, hogy a város főterén egyszerre több ezer ember főz halászlét, mint például a Bajai Halfőző Fesztiválon (PUSZTAI B. 2007). LOVAS KISS A. (2021) szerint a vidéki fesztiválok a vidékiek számára a városi időhasználat ideiglenes átvételét jelentik, hiszen a városihoz hasonló nyüzsgést és fennforgást kölcsönöznek a falvak számára a nyugodt hétköznapiaktól eltérően.

A fesztiválok témája nagyban meghatározza az időpontot, tehát az ütemezést. Egyes ünnepelt termények, ételek és italok, illetve ételkészítési eljárások szezonálisával rendelkeznek (LYONS, H. 2008; ZARĘBSKI, P.–ZWĘGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020). Például a különböző terményünnepek (barack, paprika) a nyári és az őszi hónapokhoz köthetők, míg a disznótoros fesztiválok a hűvösebb hónapokban kerülhetnek megrendezésre. Emellett a turisták vonzását is célzó fesztiválok ütemezésének fontos jelentősége van a turizmus szempontjából (HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008B). Ennek oka, hogy a fesztiválok a frekvenciált turisztikai hónapokon kívüli megrendezésük esetén segíthetnek a turisztikai szezon meghosszabbításában (BENEDEK M.–STARK J. 2009; PAGE, S.–CONNELL, J. 2012; HUNYADI ZS. 2018).

A gasztrofesztiválok periodikusan, általában évenként ismétlődnek, melyre szükség van a kulturális folytonosság fenntartása érdekében (SMITH M. 2009; MAIR, J. 2019). Általában egy

közösség és egy hely kultúráját ünneplik, így ezáltal segíthetnek a hagyományok és a közös értékek fenntartásában, a nosztalgiában, valamint a fiatalabb generációknak való átadásában (DERRETT, R. 2003; BÓDI J. 2008; BESSIÈRE, J. 2013; CSURGÓ B. 2014). Így e rendezvények kapcsolatot teremtenek a múlt, a jelen és a jövő között. Erre utal BALI J. (2007) gasztrofesztiváltipizálása, amely szerint a gasztrofesztiválok témája lehet továbbélő, felújított, felélesztett, újra felfedezett, valamint újonnan teremtett hagyomány. A fesztiválok témájának idővel való kapcsolatát fejezi ki BOGATAJ, J. (2019) is, hiszen hagyományos, kortárs és modern ételeket ünneplő fesztiválokat különböztet meg. Emellett a téma kapcsán megfigyelhető, hogy adott időszak fesztiválkínálatában jellemző egyes népszerű témákra alapozó fesztiválok létrejötte (MAIR, J. 2019). Míg korábban például a vallási és terményünnepekhez kapcsolódó események domináltak, napjainkban inkább a modern, újításokra alapozó, valamint a hagyományokat a modernitással vegyítő fesztiválok egyre népszerűbbek (SMITH M. 2009).

A fesztiválok időben változó jelenségek mennyiségük és minőségük szempontjából is. Számuk dinamikusan változik, évről évre jönnek létre újak, illetve szűnnek meg korábbi események az érdeklődés, a támogatás elvesztése vagy a pénzhiány esetén, melyet például a Szatmár Fesztivál rendezvénysorozat egyes rendezvényei bizonyítanak (ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008; HANUSZ Á. 2012; KISS M. 2014). A fesztiválok számának változását a fesztivál fogalom általánosítása is okozza, hiszen míg korábban csak a nemzetközi léptékű, nagyszámú közönséget vonzó művészeti eseményeket tekintették fesztiválnak, mára fesztiválnak nevezik a regionális vonzerővel rendelkező eseményeket, és a helyi szinten jelentős, szűkebb közönséget megmozgató kisebb eseményeket, sőt, a falunapokat is (PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 2000; ZÁTORI A. 2016). Mindemellett az idő során a fesztiválok át is alakulhatnak elsősorban céljaik, területi jelentőségük szerint (APIJOK V. 2014). A fesztiválok időbeli jelentőségének változása pedig utal arra, hogy a fesztiválok életciklussal rendelkező (turisztikai) termékeknek tekinthetők (GETZ, D. 2010; BOTTYÁN I. 2017; AUBERT A. et al. 2020). A turisztikai termékek életciklus-modelljét BUTLER, R. (1980) alkotta meg, melyben több fejlődési szakaszt azonosított, melyek párhuzamba hozhatók a fesztiválok életciklusával (7. ábra).



7. ábra: BUTLER, R. (1980) turisztikai életgörbéje

Forrás: [4]

Az első a felfedezés szakasza, amikor a desztinációba még kisszámú turista érkezik, kapcsolatuk a helyi lakosokkal magas fokú, a turisztikai infrastruktúra még nem kiépített. Ez a fesztiválokra vetítve azt jelenti, hogy még helyi, közösségi funkciókat töltenek be, a közösségerősítés és hagyományörzés a cél, a látogatók döntően a helyi lakosok, de kisebb részt a turisták érdeklődését is kiváltják. A második szakaszban a helyi lakosok bekapcsolódnak az idegenforgalom fejlesztésébe, részt vesznek a turisták ellátásában, bevonásuk egyre tudatosabbá válik. Ebben a szakaszban a fesztiválok egyre nagyobb vonzerőt jelentenek a turistáknak, a gasztrofesztiválokon az ételek és italok kínálásában a helyi lakosok részt vesznek. A harmadik a fejlődés szakasza, mikor a desztináció, illetve a fesztivál turisztikailag

felértékelődik, a helyi lakosok általi kontroll és a helyi részvétel egyre kisebb szerepet kap, egyre inkább elszakadva a helyi közösségtől. A fő célok közé tartozik a turisták vonzása, a turisták igényeinek kielégítése és a gazdasági előnyök elérése. A konszolidációs szakaszban a turisták száma továbbra is magas a növekedési ütem csökkenése ellenére, a helyi közösség fesztivál iránti támogatása még inkább csökken, akár az ellenállás és az elégedetlenség is megjelenik. A stagnálás szakaszában a látogatók száma és a fesztiválok befogadóképessége eléri a csúcst, a fesztivál már nem divatos, nagymértékben támaszkodik a visszatérő látogatókra. A stagnálás után két fő fejlődési irány képzelhető el, a hanyatlás és a megújulás. Hanyatlás esetén a desztinációk, illetve a fesztiválok iránti érdeklődés csökken, kevésbé tudják felvenni a versenyt a konkurenssekkel, a turisztikai funkciók leértékelődnek, egyre inkább fokozódik a helyiek részvételének szükségessége. Végül helyi jelentőségű rendezvénnyé alakul, vagy akár meg is szűnik, ha a helyiek újbóli támogatását nem nyeri el. A másik fejlődési irány a megfiatalodás és megújulás, amikor az attrakció struktúrája átalakul, új, a piaci igényeknek megfelelő elemekkel gazdagítják, sokszor állami és magán erőforrások nagyfokú bevonásával (7. ábra).

5.4. A gasztrofesztiválok térbelisége, területi jelentősége és volumene

A fesztiválok a térhez és a helyhez szorosan köthetők, mely több szempontból értelmezhető. A fesztivál és a gasztrofesztivál fogalmában használt „*a tér egy adott pontján*” komponens magában foglalja a befogadó hely jellemzőit, illetve utal a fesztiválok térbeli elterjedésére és mintázatra is. A fesztiválok alapvetően egy hely sajátosságaira igyekeznek felhívni a figyelmet, miközben nyitva állnak a szélesebb közönség számára is, mely a fesztiválok területi jelentőség és volumen szerinti differenciálódását eredményezi.

Napjainkban a településhierarchia minden szintje, a nagyvárosok, kis- és középvárosok, valamint a különböző lélekszámú falvak is befogadó helyei lehetnek a gasztrofesztiváloknak (MANDABACH, K.–CHUANBIAO, W. 2019). Ehhez illeszkedően a befogadó hely jellege szerint két fő típust különít el a szakirodalom, a városi és a vidéki fesztiválokat (FALASSI, A. 1987; ELSAYED, Y. et al. 2012; FROST, W. 2012). FALASSI, A. (1987, p. 3) a fesztiválok e két típusát az ünneplés jellege, az ünnepelt téma idővel való kapcsolata alapján különbözteti meg: „*a vidéki fesztiválok feltehetően régebbiek, agrárjellegűek, középpontjukban a termékenységi rítusok és a kozmogónia-mítoszok állnak, míg az újabb keletű, városi fesztiválok kevésbé archaikus formában ünneplik a jólétet, és alapító legendákhoz, történelmi eseményekhez és hőstettekhez köthetők*”. Ehhez hasonló RICHARDS, G. (2002) megközelítése, amely szerint a vidéki gasztrofesztiválok általában a gasztronómiai hagyományokat, míg a városi gasztrofesztiválok inkább a divatos (poszt)modern értékeket ünneplik. FROST, W. (2012) a vidéki és városi fesztiválok különbségeit az eltérő célokban és a rendelkezésre álló erőforrásokban látja, ugyanis a vidéki fesztiválok inkább a helyi identitás erősítéséről és a közösségi ünneplésről szólnak, a turizmus inkább másodlagos jelentőségű. A vidéki fesztiválok éppen e jellemzője lehet vonzó a turisták számára, akik a fesztivál ideje alatt a közösség tagjaivá kívánnak válni, autentikus, nosztalgikus élményeket átélve, ami a zsúfolt és elidegenedett városokra egyre kevésbé jellemző. Ezt fejezi ki MACKAY, M. et al. (2019, p. 220) megközelítése is, amely szerint „*a vidéki fesztiválok olyan társadalmi események, amelyek összehozzák a helyi embereket, azért, hogy együtt ünnepeljék meg a közösség valamely kiválasztott adottságát, miközben a hely sajátos érzetét is megjelenítik és erősítik*”. A két fesztiváltípuson eltérő a szervezés és az irányítás jellege, ugyanis általában a vidéki rendezvényeken sokkal nagyobb szerepet kapnak a helyi, önkéntes segítők (BERTELLA, G. 2017). Ellenben a városi fesztiválokkal, amelyek sokkal inkább képesek az állami finanszírozás és a nagy volumenű szponzorok megnyerésére, képessé válva nagy volumenű rendezvények nyújtására. Annak ellenére, hogy a befogadó hely jellege alapján e két fő típust különíti el a szakirodalom, a városi és vidéki fesztiválok között lehetnek átmenetek, például a pár tízezer és a milliós lakosságszámú városok rendezvényei között is jelentős különbségek lehetnek akár a rendelkezésre álló források, akár a célcsoport között.

A fesztiválok térbeli jellemzője a területi elterjedésük is, ám ennek vizsgálatával alig foglalkozik a nemzetközi és hazai szakirodalom (KESGIN, M. et al. 2022), aminek háttérében például a fesztiválok nem egyértelmű definiálása, így a fesztiválok adatbázisba való rendezésének hiánya áll (ZARĘBSKI, P.–ZWĘGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020). Azonban GETZ, D. (2010) állításával egyetértek, miszerint szükség lenne egy adott terület lehető legteljesebb fesztiválsokaságaira kiterjedő vizsgálatokra a térbeli (és időbeli) minták vizsgálatához, amin keresztül feltárható lenne, hogy mi állhat a fesztiválok számának változása, az újonnan létrejövő rendezvények és régiók bukása, és állandó intézménnyé válásuk háttérében.

A fesztiválok térként is értelmezhetők (EDENSOR, T. 2001), így e rendezvényeket vizsgáló szakirodalom gyakran foglalkozik a fesztivál és a tér kapcsolatával, jellemzően a városi tereken keresztül (SZIJÁRTÓ Zs. 2004; JOHANSSON, M.–KOCIATKIEWICZ, J. 2011). QUINN, B.–WILKS, L. (2017) szerint a fesztivál és a városi tér kölcsönösen hatnak egymásra, jelentéssel ruházzák fel egymást: a fesztivál befogadó közegét jelenti, míg a fesztivál fesztiváltterekké alakítja át a városi teret (STEVENS, Q.–SHIN, H. 2014). Ideiglenes jelleggel funkcióval tölti meg azt, hiszen a hétköznapi cselekvések befogadására fenntartott terek a kultúra átélésére, a szórakozásra, az élményeknek keresésére adnak lehetőséget (JOHANSSON, M.–KOCIATKIEWICZ, J. 2011; CUDNY, W. et al. 2012). Továbbá a fesztiválok a kereskedelem és a fogyasztás ideiglenes tereiként is szolgálnak (HALL, C. M. et al. 2003). Így a fesztiváloknak jelentősebb szerepük lehet a települések megújításában, amit egyre több városi önkormányzat – vagy maga az állam, illetve annak különböző szintjei – ismer fel, ezért fesztiváltterekké alakítják a városi teret, mely folyamat a vidéki terekre egyaránt jellemző (SZIJÁRTÓ Zs. 2004; HALL, C. M.–PAGE, S. J. 2012; TIMÁR J.–NAGY E. 2019).

A fesztiválok térrel való kapcsolatának feltárása pedig elvezet LEFEBVRE, H. (1991) koncepciójához, ami szerint a (társadalmi) tér egyfajta (társadalmi) termék is, amely megközelítésben a tér termelése a dolgok fizikai (materiális) előállításán túl a társadalom, a tudás, az intézmények termelését, a koncepciók, ideológiák létrehozását, és a „spirituális termelést” is magában foglalja. Az így létrejött (társadalmi) tér a hatalom és a kontroll eszköze is egyben (TIMÁR J.–NAGY E. 2019). LEFEBVRE, H. (1991) szerint a tér termelésének megértésének három módja van, mégpedig a térbeli gyakorlatokon (érezelt tér), a terek reprezentációi (elgondolt tér) és a reprezentáció terein (megélt tér) keresztül, melyek nem egymás ellentétei, hanem egymás mellett, együttesen léteznek és kölcsönösen hatnak egymásra (BERGER V. 2018). A térbeli gyakorlatok tere, tehát az érezelt tér az, amely materiális elemeket foglal magában, a térbeliség fizikai kereteit adja, és a mindennapi életet befolyásoló és újratermelő társadalmi, gazdasági folyamatokat jelenti. A terek reprezentációjaként is emlegetett elgondolt tér felfogása szubjektív, egyénenként és társadalmi csoportonként is eltérő, és kifejezi, hogy hogyan gondolkodunk a térről. A tér megélésére utalnak a reprezentáció terei, melyek nem magáról a térről alkotnak képzetet, hanem inkább a társadalmi értékeket, hagyományokat, kollektív tapasztalatokat, élményeket vagy vágyakat foglalják magukban, szimbólumokkal és jelentésekkel telítve (LEFEBVRE, H. 1991; BERKI M. 2015; BERGER V. 2018). BÓDI J. (2008) a tér értelmezésének e hármas felosztása mentén elemzi a Nagyszakácsi Királyi Szakácsok Nyomdokán nevű gasztrofesztivált. A szerző az érezelt tér kapcsán a befogadó falu történelmét tárja fel, és bemutatja a fesztivál létrejöttének háttérét és az évek alatti változását. Az elgondolt teret a nyilvánosság tereként értelmezi, melyben a fesztiválok imázsformáló hatását hangsúlyozza, melyben a médiának nagy szerepet tulajdonít. Ezáltal a kevésbé ismert helyek is felhívhatják magukra a figyelmet, illetve megteremti a települések (város és vidék egyaránt) közötti versenyt. A megélt tér kapcsán a háttérben zajló folyamatokat elemzi, a lakosságnak a fesztivál működésében játszott szerepéről, fesztiválról alkotott véleményeiről, valamint a fesztivál és a helyi közösség viszonyáról ír. Értelmezésem szerint az elgondolt tér és a megélt tér párhuzamba hozható MCCANNEL, D. (1973) azon elméletével, miszerint a turizmus építése során a helyi közösség egy úgynevezett előteret (front region) és egy hátsó régiót (back region) hoz létre. Az előtérben zajlanak az életük és kultúrájuk azon tevékenységei, melyeket a helyiek alkottak meg a turisták számára, melyekről a turisták azt

gondolják, hogy a valóságot látják. Azonban a valódi, megélt élet a hátsó régióban zajlik, például a fesztivál szervezési és megvalósítási folyamatai és közben felmerülő konfliktusok.

A definícióm szerint a fesztiválok egy közösség kultúrájának valamely elemeit ünneplik és tartják fenn, tehát alapvetően a közösségi összetartozás jegyében működnek a közös értékek ünneplése által. Ennek ellenére a fesztiválok nyilvánosak (hacsaknem belépőjegyesek), tehát nyitva állnak a szélesebb közönség számára is, hiszen a helyi közösség gyakran motivált abban, hogy kultúráját és identitását megossza másokkal is (DERRETT, R. 2003; ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008; ZIFKOS, G. 2015). A nyilvánosság mellett érvel KÖSTLIN, K. (1996, p. 118) is, ugyanis szerinte „*a helyi ünnepeknek szükségük van közönségre, visszhangra*”, mivel a helyi kultúrák fő fenntartói a kívülről érkező érdeklődők, azaz a turisták. A fesztiválok közösségi jellege és nyilvánossága okán KÓRÓDI M.–BAKOS R. (2017) a lakossági rekreáció és a turizmus metszéspontjába helyezi a gasztrofesztiválokat. Azonban a közösségen kívüliek, azaz a turisták bevonása fesztiválonként eltérő mértékben jelenik meg célként, illetve valósul meg, aminek eredményeként különböző vonzerejű, területi jelentőségű és különböző funkciókat betöltő fesztiválok jönnek létre (FROST, W. 2012). E differenciálódás alapján két fő fesztiváltípust különít el a szakirodalom, a helyi, közösségi fesztiválokat, valamint a turizmusorientált fesztiválokat, melyek között átmenetek is lehetnek (SMITH M. 2009; KUNDI V. 2012; DWYER, L.–JAGO, L. 2019). A turizmusorientált fesztiválok látogatószáma jellemzően magas, vonzerejük regionális, országos, de akár a nemzetközi léptékre is kiterjedhet (KUNDI V. 2012). A turisztikai fesztiválok kvantitatív lehatárolásával alig foglalkozik a szakirodalom, viszont SÜLYÖK J.–SZIVA I. (2009) szerint turisztikai szempontból jelentősek azok a rendezvények, melyek 60 km-en túlról is vonzanak látogatókat, akik legalább egy éjszakára szálláshely szolgáltatást vesznek igénybe. E rendezvények főként gazdasági előnyök elérése érdekében működnek, és szervezésük általában magas színvonalú (TODD, L. et al. 2017; DWYER, L.–JAGO, L. 2019; VESCI, M.–BOTTI, A. 2019). Ugyan nem törvényszerű, de a turizmusorientált fesztiválok általában városi környezetben kerülnek megrendezésre, hiszen a városok a vidéki településeknél nagyobb kapacitással rendelkeznek nagy volumenű fesztiválok lebonyolítására mind az infrastruktúra, mind az anyagi erőforrások tekintetében (GETZ, D. 2008). A fesztiválok között nemzetközi és hazai szinten is nagyobb számmal voltak jelen a helyi, közösségi fesztiválok (HUNYADI ZS. 2004; PAGE, S.–CONNELL, J. 2012; DWYER, L.–JAGO, L. 2019), melyek tükrözik a közösség értékeit és kultúráját (RITCHIE, B. 2012). Elsősorban a hagyományok ünneplését és a közösségi élmény átélését helyezik előtérbe, nem pedig a látogatók tömeges vonzását (SMITH M. 2009; SÜLYÖK J.–SZIVA I. 2009). Viszont a kisleptékű turizmus fejlesztésében e rendezvényeknek nagy szerepük lehet a hazai és a külföldi vidéki térségekben egyaránt, hiszen közvetlen a helyi közösség által adnak lehetőséget a turistáknak a vidéki életérzés átélésében, melyre hazánkban példaként hozható a Szatmár Fesztivál (KISS M. 2014; CLEAVE, P. 2016). Továbbá HUNYADI ZS. (2004) szerint a helyi, közösségi fesztiválok jelentősége abban rejlik leginkább, hogy e rendezvények szólnak a legtöbb társadalmi réteghez, mivel nem zárják ki a marginalizált csoportokat sem. Egyetértek GETZ, D. (2008) álláspontjával, aki elismeri a kisleptékű események fontosságát a nagy volumenű turizmusorientált rendezvények mellett, ugyanis szerinte nem is szükséges, hogy minden fesztivál nagy turisztikai vonzerővel bírjon. Továbbá a gasztrofesztiválok az alternatív turisztikai formának tekinthető gasztroturizmus formái, mely kis léptékben is hozzájárulhatnak a helyi fejlesztésekhez. Azonban CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. (2007) szerint a helyi rendezvények nem tekinthetők fesztiválnak, hiszen egy fesztivál a helyiektől szélesebb közönségnek szól. Meglátásom szerint a közösségi rendezvények is nevezhetők fesztiválnak, egyedül abban az esetben nem tekinthetők annak, ha egyáltalán nem váltják ki a közösségen túliak érdeklődését, illetve a szervezők nem is szólítják meg azokat. Erre utal a fesztivál definíció azon jellemzője, miszerint a fesztiválok a helyi közösség ünnepei, de nyitva állnak szélesebb közönség számára is.

Esetleges céljaik ellenére egyes közösségi fesztiválok vonzereje éppen a közösségi jellegükben rejlik (SMITH M. 2009), mely fennmaradását veszélyeztetheti a turisták számának

gyarapodása, hiszen a két célcsoport igényeit általában nehéz összehangolni (PUSZTAI B. 2019). A helyi, közösségi fesztiválok értékének megőrzése érdekében fontos, hogy irányításuk helyi kézben maradjon (SMITH M. 2009), hiszen többnyire nemcsak résztvevők, hanem megvalósítók is a helyi lakosok – leggyakrabban önkéntes munka formájában (HUNYADI ZS. 2004; BERTELLA, G. 2017; VESCI, M.–BOTTI, A. 2019). Ehhez kapcsolódóan BIAETT, V. (2015) szerint a közösségi fesztiválok értéke pont a közösség, illetve a közönség aktív részvételében és a közösségi élmények átélésében, nem pedig az események sorozatának passzív befogadásában rejlik. A közösségi fesztiválok e jellemzőit kiválóan összefoglalja JEPSON, A.–CLARKE, A. (2015, p. 2), mely szerint *„a közösségi fesztivál olyan események sorozata, melyek közös témához kapcsolódnak és meghatározott idő alatt zajlanak le. A közösségen belül alakul ki és azt kell ünnepelnie és pozitívan népszerűsítene, ami a közösséget jellemzi. A közösségi fesztivál a részvételről, a bevonásról, és az identitástudat megteremtéséről szól, és ezeken keresztül egy közösség társadalmi jóllétében fontos szerepe van. Egy közösségi szervezetnek vagy egy közösségvezérelt együttműködésnek kell kezdeményeznie és vezetnie. Nem elegendő egy fesztivált egy közösség számára szervezni – a közösségnek komoly szerepet kell játszania annak kialakításában, lebonyolításában és birtokolnia kell azt”*. Több szerző szerint e fesztiválok sokkal inkább a vidéki terekben jellemzőek (BERTELLA, G. 2017; VESCI, M.–BOTTI, A. 2019), melyek erőforrásai korlátozottabbak a városoknál, de emellett az elérendő célok és funkciók is alapvetően eltérőek lehetnek (FROST, W. 2012; MACKAY, M. et al. 2019).

A fesztiválok időbeli jellemzőihez kapcsolódva a területi jelentőségük is változhat az idők során. Például léteznek olyan fesztiválok, melyek helyi, közösségi fesztiválként indultak, viszont a megnövekedett érdeklődés következtében turisztikai jelentőségű eseményekké váltak (SMITH M. 2009). Azonban a fesztiválok felértékelődése és a professzionalizálódó szervezés esetén fennáll a veszélye, hogy a helyi közösség elveszíti a fesztiválhoz való kötődését (DUFFY, M.–MAIR, J. 2015; PUSZTAI 2020). A megnövekedett érdeklődés akár a fesztivál helyszínének megváltoztatásával is járhat, például a Napkori Böllérfesztivál Nyíregyházára került át Nyírségi Disznótoros Fesztivál néven [5]. Olyan események is léteznek, például a Szatmár Fesztiválon belül, melyeket turisztikai céllal hoztak létre, viszont a fesztivál adottságai (elhelyezkedés, programkínálat, marketing) miatt vonzerejük helyi szintű maradt, esetleg kudarcba is fulladtak, nem voltak képesek egy szélesebb közönség megszólítására (KISS M. 2014).

Az, hogy egy gasztrofesztivál helyi, közösségi vagy inkább turisztikai funkciókat tölt be, több tényező függvénye. Elsősorban az elérendő célok és a rendelkezésre álló erőforrások határozzák meg, de befolyásolja az ünneplésre szánt téma és az ünneplés módja, az időzítés, az adott terület időbeli és térbeli fesztivál kínálata, és az aktuális szabályozási környezet is.

5.5. A gasztrofesztiválok által elérhető településfejlesztési célkitűzések

Az utóbbi években a helyi identitást és a kultúrát egyre inkább árucikké és a fogyasztás tárgyává teszik a városok a városi terek megújítása és az életminőség javítása érdekében, melyre több hazai és külföldi szerző is rávilágít (SZIJÁRTÓ ZS. 2004; JOHANSSON, M.–KOCIATKIEWICZ, J. 2011; HALL, C. M.–PAGE, S. J. 2012; PUSZTAI B. 2019). Ez valójában nemcsak a városokra, hanem a falvakra egyaránt jellemző, hiszen a vidéki térségek megváltozott funkcióik révén egyrészt identitás- és gazdasági válsággal küzdhetnek, másrészt általában a városi társadalom rekreációs fogyasztási tereivé váltak (BRÁS, N. et al. 2019; CSURGÓ B. et al. 2019). Ez alapján a fesztiválok térnyerésének oka az elérhető településfejlesztési előnyökben keresendő. Fő funkciójuk nem csak a hagyományörzés, ami inkább csak eszközként szolgál a települések és a települési közösségek fennmaradása érdekében (PUSZTAI B. 2003, 2007; GEUS, S. D. et al. 2016; VÁRHELYI T. 2016). Mindez utal a szakirodalom szerinti fesztivál fogalomra, ugyanis értelmezésem szerint a fesztiválok különböző célok elérése érdekében működnek.

A fesztiválok hozzájárulnak a helyi gazdaság fejlődéséhez és a helyi társadalom erősítéséhez, miközben fejlődik, átalakul a helyi kultúra is (HUNYADI Zs. et al. 2006; GETZ, D. 2012; GEUS, S. D. et al. 2016; BRÁS, N. et al. 2019). Egyes szerzők a gazdasági, társadalmi és kulturális dimenziók mellett a környezeti dimenziót is említik, utóbbit általában a környezeti

fenntarthatóság szempontjából elemzik (GETZ, D. 2012; PAGE, S. J.–CONNEL, J. 2012; DWYER, L.–JAGO, L. 2019). Például a gasztrofesztiválok a helyi termékek népszerűsítése révén támogathatják a rövid ellátási láncokat a szállítási távolságok csökkentésével, terjeszthetik az etikus fogyasztás elveit, és a biológiai sokféleség, illetve az alternatív mezőgazdasági módok fenntartását és a szemléletformálást segíthetik (HALL, C. H.–SHARPLES, L. 2008B; HEDE, A. 2008). Azonban a környezeti dimenzió vizsgálata a nemzetközi szakirodalomban ritkán jelenik meg, a hazai kutatásokban pedig még szűkebb a téma elemzése, és inkább a fesztiválok okozta környezeti terheléssel foglalkoznak (KOVÁCS B.–ÚJSZÁSZI GY. 2009; GONDA T. 2022). A szakirodalmi források szűkössége kapcsán a környezeti dimenziót nem elemzem külön, de a többi dimenzió elemzésénél teszek rá utalásokat a kapcsolódási pontok esetében.

A disszertációban a gazdasági, társadalmi, kulturális dimenziókat mint elérendő célokat és motivációkat vizsgálom. Az egyes dimenziók fesztiválonként eltérő fontossággal jelennek meg, de kölcsönösen befolyásolják egymást, így a fesztiválok fenntarthatóságára, valamint a fesztiválok területi jelentőségére, funkciójára is nagy hatást gyakorolnak (CORVO, P.–FONTEFRANCESCO, M. F. 2019; DWYER, L.–JAGO, L. 2019).

5.5.1. Gazdasági dimenzió

Számos város és vidéki település vezetősége ismerte fel, hogy a gasztrofesztiválok hozzájárulhatnak a helyi gazdaság fejlődéséhez, ugyanis közvetlenül, illetve közvetetten elérhető gazdasági előnyök, valamint materiális és immateriális pozitív eredmények is elérhetők ezek által (ROTHERHAM, I. D. 2008; BRADLEY, A. 2012). A gasztrofesztiválok szervezéséből fakadó pozitív gazdasági hatások pedig kitörési lehetőséget biztosíthatnak a településeknek és a vállalkozóknak, hozzájárulhatnak az adott lokalitás versenyképességének növeléséhez, valamint a turisztikai kínálat bővítéséhez is (HUNYADI ZS. et al. 2006; GETZ, D. 2008; CUDNY, W. et al. 2012). Így nem véletlen, hogy számos gasztrofesztivál és más típusú, például zenei fesztivál is gazdasági jellegű célok elérése érdekében jött létre.

HALL, C. M.–SHARPLES, L. (2008A) szerint a gasztrofesztiválok elsődleges funkciója, hogy lehetőséget biztosítsanak a helyi termékeknek és a hozzájuk kapcsolódó lokalitásoknak arra, hogy megmutathassák magukat a piacon. Ez alapján e rendezvények hozzájárulhatnak a fesztiválok fókuszába helyezett termék népszerűsítéséhez és piacra jutásához, valamint elsősorban közvetett módon, a termelők, illetve kisvállalkozók bevételeinek növeléséhez (LEE, I.–ARCODIA, C. 2011; BOTTYÁN I. 2017; HARCSA I. M. 2017; CHOE, J. Y.–KIM, S. 2018; GONDA T. et al. 2018). A gasztrofesztiválok ideiglenes teret biztosítanak a termelő és a fogyasztó találkozására, segítve közöttük a bizalom kiépítését a jövőbeli üzleti kapcsolatok ápolása érdekében, ezáltal is támogatva a fenntartható rövid ellátási láncok működését a globális hálózatokkal szemben (TÓTH R. et al. 2017; HINDLEY, A.–WALL, T. 2019). Például a Szatmár Fesztivál rendezvénysorozat létrejöttének célja is az volt, hogy felkeltse a fogyasztók figyelmét a helyi termékek iránt, bemutatkozási lehetőséget adjon a helyi termékeknek és növelje a helyiek vállalkozási kedvét. Azonban a helyi termékek és termelőknek gazdasági haszna elsősorban nem közvetlen, inkább hosszabb távon remélhetők tőlük pozitív eredmények (KISS M. 2014). Vagy a Föld egyik legnépszerűbb fesztiválján, a müncheni Oktoberfest-en csakis a hat helyi sörfőzde árusíthat GATELY I. (2005) szerint, védve a helyi termelők piaci pozícióját.

A gasztrofesztiválok nemcsak az ünnepelt gasztronómiai érték promóciójában játszanak nagy szerepet, hanem számos település vezetősége az adott lokalitás népszerűsítése és egyediségének hangsúlyozása érdekében hozta létre azokat (FIELDS, K. 2002; KÁSA A. 2003; HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008B). A település különleges értékeinek megismertetésére és azok által a többi lokalitástól való megkülönböztetésre pedig szükség van, hiszen a települések egymással versenyeznek a befektetők és a turisták vonzásáért, a külső források megszerzéséért, a beköltözni vágyók megnyeréséért és a lakosok helyben maradásáért. Mindez nemcsak a gazdasági növekedés, de a társadalmi és kulturális értékek védelme és fejlesztése érdekében is fontos (ENYEDI GY. 2002; TÓZSA I. 2014; RINALDI, C. 2017). A versenyképesség fokozásának egyik eszköze a településmarketing (KOZMA G. 1995; HEGYI F. B. 2007). Ennek feladata a

pozitív imázs létrehozása azért, hogy a lokalitás neve a minőség biztosítását jelentő márkanévvé váljon (SZAKÁL GY. 1995; GORDOS T. 2000; JANKÓ F. 2002). A fesztiválokat pedig gyakran használják fel e célokra, hiszen számos település neve szerzett már ismertséget az ott rendezett rendezvénynek köszönhetően (HUNYADI ZS. 2006; GETZ, D. 2010; BRADLEY, A. 2012).

A településmarketing eredményessége az általa kialakított és kommunikált imáztól függ (NAGY A. J. 2015). Az imázs „mindazoknak az elképzeléseknek és benyomásoknak az összessége, amit az egyének gondolnak a fogadó-területről” (KOZMA B. M. 2000, p. 198). Ez alapján az imázs nem az objektív valóságot fejezi ki, csupán egy olyan kép, ami az emberek tudatában alakult ki (JANKÓ F. 2002). Ennek oka, hogy „a térben soha nem a valós fizikai megjelenés (objektív tér) alapján tájékozódunk, hanem a benne élő szubjektív kép, az észlelt tér alapján” (BOROS L.–GARAMHEGYI Á. 2010 p. 63). Az imázs alkotása során SZAKÁL GY. (1995, p. 27) azzal érvel, hogy a „várost mint a körülöttünk létező objektív környezetet mindig csak pillanatában látjuk, észleljük, ebből alkotunk magunknak egy képzetet, amelyet érzelmileg interpretálunk”. Mindez alapján alakul ki az imázs az emberek mentális terében, mely személyenként változhat. Ezt számos tényező befolyásolhatja, például személyes tapasztalat, ismerősök véleménye, a médiában megjelent hírek (SPIEGLER P. 2009; HANAN, H.–KARIM, S. A. 2015). A média imázsformáló szerepére PUSZTAI B. (2019, p. 98) felhívja a figyelmet a gasztrofesztiválok kapcsán. Szerinte „jól tetten érhető, hogy limitált morfológiai készletből építkeznek egy-egy termény vagy étel kapcsán az ötletesnek gondolt ritualizációs kísérletek. Természetesen ezen újonnan kitalált versenyek és díjak egzotikusságukból fakadó hírértékük okán e fesztiválok médiareprezentációjának fontos részei, és általában ezek szolgáltatják a médiareprezentációk vizuális anyagát is”. A fesztiválok nagyságára, ezáltal a szervező település képességeire igyekeznek utalni az olyan tartalmú médiahírek mint például „Több mint száz bográcsban főtt a csülökpörkölt” [6] vagy „Derekegyházon palacsintából lesz a kerítés is” [7]. Ugyanakkor egy település, illetve fesztivál imázsát negatívan is befolyásolhatják a médiában megjelent tartalmak, mint például a „Gyilkosság történt a kávai falufesztiválon” [8] című cikk után feltételezhetően romlott a fesztivál és a település megítélése. Egy hely megromlott imázsa tudatosan is formálható, például a településvezetés által. BRADLEY, A. (2012) felvázolja, hogy napjainkban a világ számos pontján elhelyezkedő településre jellemző, hogy az imázsjavító kampányokat a gazdaságfejlesztési stratégiájuk részeként tekintik, mely során fesztiválokkal népszerűsítik magukat. Az így létrehozott imázs hatással van az egész településre, valamint idegenforgalmi szempontból fontos lehet a látogatók vonzása érdekében (KÁSA A. 2003; FOLGADO-FERNÁNDEZ, J. A. et al. 2019). Ehhez kapcsolódóan foglalkozik SPIEGLER P. (2009) a turisztikai imázs fogalmával, melyet a turizmusért felelős aktorok, marketing szakemberek irányítanak és kommunikálnak. Az aktorok imázskommunikációját pedig egyrészt kívülrre, a turisták vonzását célzó kommunikációra, másrészt belülrre, a lakosság felé irányuló, a turizmustudatosságot formáló kommunikációra bontja. Mindezek alapján az imázs kialakítása tudatos tevékenység, így társadalmi konstrukcióként értelmezhető (SPIEGLER P. 2009; GETZ, D. 2010; CSURGÓ B. 2013). A fesztiválok által létrehozott pozitív imázs pedig hozzájárul a település nevének márkanévvé válásához, a megkülönböztethetőség révén segítve a versenyképességét (LEE, I.–ARCODIA, C. 2011; VUKIC, M. et al. 2016; RINALDI, C. 2017).

A turizmus a helyi gazdaságfejlesztés egyik húzóágazatának tekinthető, mely akkor tud megvalósulni, ha az a helyi erőforrások fenntartható hasznosításán alapul (KIS K.–FÖRGETEG L. 2017). Számos település, külföldön és Magyarországon is azért hozott létre fesztiválokat, mint például az 1990-es évek elején Pusztamérges a Nemzetközi Töltöttkáposzta-főző Versenyt, hogy bővítse turisztikai kínálatát a turisták vonzása, valamint a tartózkodási idő meghosszabbítása érdekében (PUSZTAI B. 2003; HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008B; ALVES, H. M. B. et al. 2010). Illetve egyes településeknek a fesztivál az egyetlen idegenforgalmi attrakciója, mellyel a turizmusba való bekapcsolódás volt a cél (SÁNTA Á. K. 2020).

A gasztrofesztiválok támogatják a helyi élelmiszertermelést, miközben élményforrást biztosítanak a látogatóknak az étkezés és az étkezés látványán keresztül (QUAN, S.–WANG, N. 2004). Ehhez illeszkedően KÓRÓDI M.–BAKOS R. (2017) a gasztrofesztiválokat az

élménygazdaságtani termékek közé sorolja, hiszen az élménynyújtás mellett gazdasági haszonnal is járhatnak. A közvetlen bevételszerzés elsősorban a szálláshelyadókat és a vendéglátóhelyeket érinti, hiszen a fesztivál ideje alatt általában növekszik a kapacitásuk kihasználtsága, melyet több külföldi és hazai kutatás bizonyít (ALVES, H. M. B. et al. 2010; BOTTYÁN I. 2015), valamint a fesztiválturistákat a legtöbbet költő vendégeknek tekintik (HUNYADI Zs. et al. 2006). Például egy kutatás szerint a Csabai Kolbászfesztivál jelentős bevételt generál a szállásadóknak és más vendéglátóknak Békéscsabán és környékén, támogatva a vállalkozók gazdasági fejlődését (FORMÁDI K. et al. 2019). Azonban egyes hazai kutatók eredményei azt mutatják, hogy főként a vidéki fesztiválok közvetlen gazdasági haszon reményében történő megszervezése ritka, inkább veszteségesek, és a támogatóik anyagi és immateriális erőforrásaira van szükségük az eredményes lebonyolítás érdekében (HUNYADI Zs. et al. 2006; SÜLYÖK J.–SZIVA I. 2009). Éppen ezért a társadalmi és kulturális célok gyakran fontosabbak lehetnek a gazdasági előnyszerzésnél, különösen a közösségi fesztiválok esetében (SHARPLEY, R.–STONE, R. P. 2012; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018).

5.5.2. Társadalmi dimenzió

A gasztrofesztiválok egy közösség kultúrájának valamely elemeit ünneplik és tartják fenn, melynek társadalmi jelentése is van, hiszen hozzájárulnak az identitás erősítéséhez, a közösségi kohézió megerősítéséhez és a társadalmi tőke fejlődéséhez, ami a hely hosszútávú fennmaradásában és megújulásában, valamint a helyi fejlesztések sikerességében segít (ARCODIA, C.–WHITFORD, M. 2006; QUINN, B. 2019; ZARĘBSKI, P.–ZWEGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020). Ezért számos gasztrofesztivált a helyi társadalmi megújulás érdekében hozták létre.

A megalkotott közös értékek ünneplésére városi és vidéki térségekben egyaránt szükség van, hiszen számos település lakossága identitásválsággal és a közösségi kapcsolatok fellazulásával küzd. Ennek több oka lehet, például demográfiai változások mint az új beköltözések okozta társadalmi átalakulás vagy az elvándorlás, illetve az elöregedés miatt megszűnő folytonosság és hagyományátadás, valamint az értékrendek megváltozása és az elidegenedés vagy a helyi gazdaság strukturális átalakulásai, melyekre több hazai szerző is utal (SZIJÁRTÓ Zs. 2004; BALI J. 2007; MURÁNYI P. 2013; CSURGÓ B. 2014). Mindehhez kapcsolódóan egyetértek KÖSTLIN, K. (1996) MURÁNYI P. (2013, pp. 424-425) által összefoglalt megfigyeléseivel, miszerint *„az áttekinthetetlen modernséggel szemben ott áll a regionális kultúra újszerű reneszánsza, amely egyfajta kísérlet az elviselhető komplexitás kialakítására, vágyakozás a személyiség egysége, az identitás után. Ennek köszönhető a fesztiválok elburjánzása is, amelyek az autentikusnak kikiáltott kultúra megmentőinek, hagyományozóinak szerepében tetszelegnek. A városi mindennapokban közösségi (communitas) élménnyel nem találkozó, elidegenedett, közömbös és a globalizáció „cseppfolyós” folyamataival szembesülő egyén menedéket, a lokalitásban képzelt közösséget szeretne találni egy földrajzilag is elkülönülő helyen”*. E tekintetben álláspontom szerint a gasztrofesztiválok társadalmi innovációként értelmezhetők, melyet bizonyít NEMES G.–VARGA Á. (2015) e fogalomról alkotott elképzelése. A szerzők szerint *„társadalmi innovációnak tekinthető minden olyan új, az eddigi gyakorlattól eltérő szemlélet-, megközelítési-mód, paradigma, termék, eljárási folyamat, gyakorlat, amely a társadalomban felmerülő problémák és szükségletek megoldását célozza meg, miközben új értékek, attitűdök, új társadalmi kapcsolatok, esetleg új struktúrák jönnek létre”* (NEMES G.–VARGA Á. 2015, p. 1).

A gasztrofesztiválok egyik legfontosabb társadalmi célja az identitás erősítése (CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. 2007; PEDRANA, M. 2015), mely tudatos tevékenységnek tekinthető, ezáltal az imázshoz hasonlóan társadalmi konstrukcióként definiálható (CSURGÓ B.–SZATMÁRI A. 2014). Ehhez kapcsolódik CASTELLS, M. (2006, p. 28) identitás értelmezése, aki *„identitáson társadalmi szereplők esetében az életcélok felépítésének folyamatát érti, valamely kulturális attribútum vagy kulturális attribútumok valamely összefüggő halmaza alapján, ami a célok más forrásaival szemben elsőbbséget élvez”*. Az identitás megerősítéséhez vagy erősítéséhez pedig szükség van a lokális múlttudatra (CASTELLS, M. 2006), mely a

hagyományokban lelhető fel, ennek hiánya pedig hagyományok alkotásával pótolható (PUSZTAI B. 1999; CSURGÓ B. 2014). A hazai és külföldi fesztiválok között gyakori hagyományos vagy megteremtett ünnepelt téma a gasztronómia, ugyanis az étkezési és ételkészítési szokások kulturálisan meghatározzák az egyént, kifejezik a fogyasztási szokásokat és a státuszt, így egy társadalmi és kulturális rendbe helyezik (BOURDIEU, P. 1984; BESSIÈRE, J. 1998; PUSZTAI B. 2020). Ennek eredményeképp „a gasztronómia a posztmodern társadalmakban az identitásképzés jelentős forrásává vált” (RICHARDS, G. 2002, p. 3).

Az identitás egyik komponense a területi identitás (PAP Á. 2014), melynek megteremtésére szükség van napjaink globalizálódó korában, amikor számos szerző a helyi sajátosságok elvesztése és arc nélküli, uniformizálódó helyek kialakulásáról ír (CASTELLS, M. 2006). A gasztronómiai értékek kifejezik egy terület egyediségét, és megkülönböztetik más lokalitásoktól, hiszen a helyi közösség kultúrája mellett a hely természeti adottságaiból jöttek létre (RINALDI, C. 2017). A fesztiválok ünneplik ezeket a lokális értékeket, mely által segítenek a helyi lakosoknak a területhez való kötődésük megteremtésében és erősítésében (DERRETT, R. 2003; BESSIÈRE, J. 2013; THOMÉ-ORTIZ, H. 2018). A területi identitást tovább fokozza, hogy a gasztronómiai élmények autentikus átélése helyben valósulhat meg (BESSIÈRE, J. 2013), mely a hely szellemének fontos részét képezi (JANKÓ F. 2002).

A gasztrofesztiválok a közösséghez való kötődés erősítésében is nagy szerepük van, így a fesztiválok olyan tereknek tekinthetők, melyek az egyénekből közösséget teremtenek (DERRETT, R. 2003; DUFFY, M.–MAIR, J. 2015). A fesztiválok felhívják a figyelmet a közös értékekre az összetartozás jegyében, így fokozzák a helyiek büszkeségérzetét a közös értékeik, a rendezvényük és a lakhelyük iránt, melyet tovább fokoz, ha értékeik a turisták érdeklődését is kiváltják (GURSOY, D. et al. 2004; BALI J. 2008; HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008A). Mivel a fesztiválok találkozási lehetőséget biztosítanak a helyi lakosok számára, összekötik az embereket és erősítik köztük a bizalomra épülő társadalmi kapcsolatokat (REID, S. 2003; QUINN, B. 2019). Továbbá segítik az adott helyről és közösségből elszármazottak kötődésének fenntartását is, hiszen az elvándoroltak gyakran visszalátogatnak a rendezvények idejére. A gasztronómiára épülő fesztiválok társadalmi szerepe megnyilvánul abban is, hogy a közös ételkészítés és ételfogyasztás mint közösségi élmény családi hangulatot teremtve közelebb hozza egymáshoz az egyéneket (CSURGÓ B. 2014; ÁSVÁNYI K. et al. 2019). A fesztiválok e társadalmi előnyei hozzájárulnak a társadalmi tőke gyarapításához (BIAETT, V. 2015; ZARĘBSKI, P.–ZWEGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020), ami a helyi közösség ellenálló képességét is növeli a negatív külső változásokkal szemben (PAPP S. 2021). Egyetértek MACKAY, M. et al. (2019, p. 214) meglátásával, miszerint az ellenálló közösség olyan közösség, mely „társadalmilag összetartó, összekapcsolt és kommunikatív, és amelynek lakói erős identitástudattal és összetartozással rendelkeznek, és végső soron törődnek egymással és a helységükkel”. Azok a közösségek, amelyeknek nincsenek közösségi kezdeményezéseik, melyek által kifejezhetik identitásukat, hosszabb távon nem tudják betölteni társadalmi funkciójukat, és életképességüket, valamint ellenállóképességüket veszítik (BODA T. 2007). Azonban ahhoz, hogy a helyiek azonosuljanak a terület és a közösség fesztivál által létrehozott imázsával, a településmarketingnek nemcsak a külső szereplők megnyerésére kell irányulnia, hanem a helyi lakosok felé is kommunikálni kell. Ha a megkonstruált identitást és imázst nem fogadják el, a közösségi kohézió nem erősödik ez által (CSURGÓ B.–LÉGMÁN A. 2015).

Társadalmi szempontból a fesztiválok életminőségjavító intézményként is értelmezhetők (SHARPLEY, R.–STONE P. R. 2012). A fesztiválok – különösen a helyi, közösségi rendezvények – leggyakrabban ingyenesen nyújtanak szórakozási, kikapcsolódási, illetve művelődési lehetőséget, biztosítva a hozzáférés lehetőségét azon társadalmi csoportok számára, akik kevésbé tehetik meg, hogy költségesebb szolgáltatásokat vegyenek igénybe (HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008B; DUFFY, M.–MAIR, J. 2015). Más szerzők viszont e jellemzők ellen érvelnek, ugyanis szerintük a fesztiválok fokozzák a társadalmi kirekesztést, mivel kiválogatva ünneplik a helyi kultúra egyes elemeit, ami egyes társadalmi csoportok kizárásához vezet (GEORGE, J. et al. 2015). Ugyanakkor a fesztivál el is veszítheti a helyi közösség támogatását,

ha a társadalmi célok helyett a közvetett vagy közvetlen gazdasági előnszerzés kerül előtérbe, a helyi lakosság komfortérzetét rontja, vagy nem tudnak azonosulni az ünnepektől való távolodással (DOXEY, G. 1975; FORMÁDI K.–HUNYADI ZS. 2019). Például FORMÁDI K. et al. (2019) a Csabai Kolbászfesztiválról állapította meg, hogy a helyi lakosok több negatív hatását, mint pozitív hozadékát érzékelik a rendezvénynek, hiszen jellemzően zavarja őket a fesztivállal járó tömeg és zaj, valamint drágának tartják a részvételt.

5.5.3. Kulturális dimenzió

Mivel a gasztrofesztiválok a kultúra egy sajátos formájának és kifejezésének is tekinthetők (KUNDI V. 2013), a kulturális sokszínűség fenntartását és a közösségek egymástól való megkülönböztethetőségét szolgálják, amellyel, hogy idegen kultúrák megismerésének és megtapasztalásának adnak teret a gasztronómiai értékeken keresztül (FIELDS, K. 2002; GURSOY, D. et al. 2004; BÜYÜKŞALVARCI, A.–AKKAYA, A. 2018). E jellemzőknek köszönhetően a gasztrofesztiválok kulturális terméknek tekinthetők a kulturális- és a gasztroturizmushoz kapcsolódva, valamint hozzájárulnak egy terület kulturális infrastruktúrájának bővítéséhez (HUNYADI, ZS. 2006). Így számos település valamely kulturális cél elérése érdekében hozta létre fesztiválját a gasztronómiára alapozva, mint például Geresdlak a Gözgombóc Fesztivált. Ugyanis a gasztronómia olyan kulturális elem, mely a fiziológiai szükségletek kielégítésén túlmutat, értéket közvetít, megkülönböztet másoktól, de mégis összeköt (FIELDS, K. 2002; HALL, C. M.–MITCHELL, R. 2003; SZEIDL K. 2018).

A gasztrofesztiválok kiemelt kulturális célja az étkezési hagyományok ápolása vagy megteremtése a helyi közösség összetartozásának erősítése és az egyediség hangsúlyozása érdekében (HORVÁTH A. et al. 2016), viszont ennek fenntartásában a turistáknak, azaz az idegen kultúrák iránt érdeklődő látogatóknak is nagy szerepük van. Ez illeszkedik a fesztivál fogalom azon komponenséhez, hogy a fesztiválok nyitva állnak a szélesebb közönség számára is, mely utal arra, hogy a befogadó közösség saját kulturális értékeit meg akarja osztani másokkal. Így a fesztiválok céljaként megjelenik a turisták újdonságok megismerése iránti vágyának kielégítése is. Napjainkban jellemző trend, hogy a gasztronómia egyre nagyobb szerepet tölt be az utazási élményben, de az étkezés akár az utazás fő motivációja is lehet, hiszen a fesztivál- és gasztroturisták azért indulnak útnak, hogy az utazási élményt idegen kultúrák megtapasztalása során éljék át az ételek által (CHOE, J. Y.–KIM, S. 2018; KIVELA, J.–CROTTS, J. C. 2006; PRIVITERA, D. et al. 2018). A fesztiválok az ételeken keresztül betekintést nyújtanak a fogadó közösség életmódjába főként a vidéki térségekben autentikus élményt nyújtva (BAKER, A. M.–KIM, K. 2019; BOGATAJ, J. 2019; CSURGÓ, B. et al. 2019), hacsaknem egy megalkotott színpadra vitt kultúrát kapnak, míg a valódi események a háttérben zajlanak (MACCANNELL, D. 1973). Így az élmény a lokalitások egyedi étkezési szokásainak megismeréséből és megtapasztalásából, az étel és az ételkészítés látványából, az érzékekre való hatásokból, valamint az együtt étkezés és ételkészítés közösségformáló hatásából származik (QUAN, S.–WANG, N. 2004; KIVELA, J.–CROTTS, J. C. 2006), nem pedig az étel bőségéből, hiszen napjaink fogyasztói társadalmában a bőség már nem csak az ünnepi alkalmak kiváltsága (LOVAS KISS A. 2011). A gasztrofesztiválok felhívják a figyelmet a kultúrák és a helyek különbözőségére is, valamint segítenek megérteni a kultúrák sokféleségét, ami lebontja a kultúrák, a nemzetiségek és a földrajzi területek közötti akadályokat (BOGATAJ, J. 2019; MULCAHY, J. D. 2019). Viszont a kultúra megjelenése és értelmezése nem minden fesztiválon értendő ugyanúgy, hiszen például SULYOK J.–SZIVA I. (2009) a fesztiválok témája alapján két végletet különít el, a kultúra közvetítése, illetve a szórakoztatás céljából létrejött fesztiválokat.

A gasztrofesztiválok támogatják a kultúrák közti interakciókat is, ugyanis találkozási lehetőséget biztosítva a helyi lakosok és turisták között megteremtik a lehetőséget egymás kultúrájának megismerésére és befogadására (RICHARDS, G. 2002; KALKSTEIN-SILKES, C. et al. 2008). COHEN, E.–AVIELI, N. (2004) amellyel érvel, hogy a turisták és a befogadó közösség kultúrájának találkozása a helyi (gasztronómiai) kultúra megváltozását eredményezi. Azonban a kultúra és a hagyományok változását a helyi közösség is kezdeményezheti, hogy az a turisták

számára eladható legyen, vagy a turistákból lett beköltözők alakítják át a kultúrát és a helyi közösséget, de a két csoport együttesen is hozhat létre új kultúrát. Egyetértek KISS M. (2013, p. 73) megállapításával, hogy „nem lehet többé statikus, »igazi«, vagy egyetlen »autentikus« kultúráról beszélni”. GIBSON, C. et al. (2010, p. 281) negatívan állnak a fesztiválok által generált turizmus általi kultúraátalakító folyamathoz, ugyanis szerintük „a fesztiválok mindig képesek szelektíven keresni és képviselni a helyi kultúrák és identitás egyes elemeit, miközben másokat elűznek, fokozva a társadalmi kirekesztést – akaratlanul vagy akarva”.

KÖSTLIN, K. (1996, pp. 118-121) szerint a turizmus nem hat rombolóan a helyi kultúrára, ugyanis szerinte „épp a turizmus teremtette meg a vidéket mint kulturális jelenséget” így „a szokások, olvashatjuk, a turizmus korszakában nemcsak, hogy nem károsodtak, hanem ellenkezőleg: nem volnának mások, mint a homogenizálódással szembeni ellenállás, valamint a saját kultúra hangsúlyozásának megelevenedett kifejeződései”. RICHARDS, G. (2002) szerint a gasztronómia fejlődése éppen annak köszönhető, hogy a körülötte lévő kultúra folyamatosan változik. Mindezek alapján értelmezésem szerint a gasztrofesztivál nemcsak statikusan a múlt megőrzését célozza, hanem a kultúra bővítését is, hiszen a hagyomány innovatív fejlesztésével és a külső változásokra való reagálással nagyobb az esélye a fennmaradásnak, a társadalmi funkciók betöltésének, valamint a gazdasági előnyök szerzésének az örökség fogyaszthatóvá tételén keresztül (HALL, C. M.–MITCHELL, R. 2002; GYIMÓTHY, SZ.–MYKLETUN, R. 2009; LUNCHAPRASITH, T.–MACLEOD, D. 2018; BOGATAJ, J. 2019).

5.5.4. A gazdasági, társadalmi és kulturális dimenziók szinergiái

A disszertációban egyetértek PUSZTAI B. (2007) azon meglátásával, hogy napjaink hazai gasztrofesztiváljainak legfontosabb célja nem a hagyományörzés, hanem a településfejlesztés. A lokalitások a turisták vonzása érdekében egy vonzó, márkázható és eladható erőforrás megteremtésére törekszenek. E erőforrástól pedig nemcsak a gazdasági előnyszerzés várható, hanem a helyi társadalmi megújulás is. Az erőforrás alapja pedig a helyi kultúra vagy annak hiányában egy új, megteremtett kultúra, melyet a turisták igényeihez, az aktuális trendekhez és a fennálló hatalom értékrendszeréhez illeszkedően alakítanak. Mindez pedig felhívja a figyelmet a gasztrofesztiválok célrendszerének összefüggéseire, utalva arra, hogy a gazdasági, társadalmi és kulturális dimenziók szoros kapcsolatban állnak, valamint befolyásolják egymást. Meglátásom szerint a három dimenzió együttes megvalósítása nehéz, valamint nem egészen egyenrangúak. A kulturális dimenzió az, melyen belül a legkevesebb célt azonosítottam, és a megfogalmazottak sokkal inkább utalnak arra, hogy a gasztrofesztiválok kulturális jellemzői eszközként szolgálnak a társadalmi és gazdasági célok eléréséhez.

A kulturális és a gazdasági dimenzió kapcsolata a kultúragazdaság elméletéhez kapcsolódik, ami szerint a fesztiválok nem csupán a hagyományok megőrzésére koncentrálnak, hanem segítenek a hely gazdaságának fejlesztésében (RAY, C. 1998; BESSIÈRE, J. 2013). A fesztiválok szervezői a kulináris javakat mint kulturális erőforrásokat használják fel a lokalitás imázsának javításán keresztül a márkaépítés céljából, mely a versenyképesség fokozásában segít (HALL, C. M. 1997; ENYEDI GY. 2002; SMITH, S.–COSTELLO, C. 2009; JOHANSSON, M.–KOCIATKIEWICZ, J. 2011). Utóbbi magában foglalja a turisztikai versenyképességet is, hiszen számos fesztivál a turisták vonzása érdekében jött létre, közvetett és közvetlen bevételt várva azoktól, a turisták pedig hajlandóak fizetni a más, idegen kultúrák megismeréséért (DIXIT, S. K. 2019). Mindezek alapján a helyi kultúra árucikké válik, ami miatt a fesztiválok akár a kulturális örökség elpusztítását is eredményezhetik, ha a gazdasági célok elérése – például növekvő számú látogató igényeinek kielégítése – miatt kevésbé veszik figyelembe a kultúra és a társadalom kapcsolatát (GYIMÓTHY, SZ.–MYKLETUN, R. 2009; DWYER, L.–JAGO, L. 2019).

A társadalmi és a kulturális dimenzió kapcsolata a legszorosabb, egyes szerzők nem is választják el egymástól (SHARPLEY, R.–STONE, P. R. 2012). E két dimenzió összefüggései a helyi lakosság szempontjából elsősorban abban nyilvánulnak meg, hogy a közös kulturális értékek ünneplése, a közös étkezés és ételkészítés segít a helyi és a közösségi identitás építésében, a valahova tartozás érzésének elősegítésében (SHARPLEY, R.–STONE, P. R. 2012;

CSURGÓ B.–SZATMÁRI A. 2014). GYIMÓTHY, SZ.–MYKLETUN, R. (2009, p. 262) pedig a turisták szempontjából utal a társadalmi és kulturális összefüggésekre, szerintük „*az evés egy szimbolikus cselekedet: »a helyi ételek« elfogyasztásával egy másik kultúrát vagy földrajzi helyet fogyasztunk, beépítve saját identitásunkba*”. A fesztiválok találkozási helyet jelentenek a helyiek és a turisták számára, megteremtve a lehetőséget a társadalmi kapcsolatok építésére, ami által a kulturális cserére is sor kerül (HUNYADI ZS. et al. 2006). A társadalmi és kulturális összefüggésekre az is utal, hogy a társadalmi és kulturális célokat előtérbe helyező rendezvények általában ingyenes szórakozási lehetőséget biztosítanak, megteremtve a kultúrához való hozzáférhetőség lehetőségét a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok számára is. Végül soron a fesztiválok a társadalmi és kulturális fenntarthatóság eszközeinek tekinthetők, hiszen képesek előmozdítani a befogadást, felhívják a figyelmet a kulturális sokszínűségekre, miközben segítenek a közösségi kapcsolatok ápolásában.

A gazdasági és társadalmi dimenzió céljai közötti kapcsolat elsősorban az imázs és az identitás között nyilvánul meg. A helymarketingnek befelé és kifelé is kell kommunikálnia egyaránt, hogy egyszerre erősítse a helyiek identitását, és formálja a területről alkotott imázst, illetve az imázs identitásba való beépítése szintén fontos tényező, hiszen a pozitív önkép tovább segítheti a területtel vagy a közösséggel való azonosulást (KALKSTEIN-SILKES, C. et al. 2008; SPIEGLER P. 2009; PAP Á. 2014). CSURGÓ B.–SZATMÁRI A. (2014) hazai kutatásai szerint a vidék társadalmi fenntarthatóságában nagy szerepe van a pozitív vidékkép kialakításának, mely vonzóvá teszi azt a városi beköltözők számára. Mindemellett a fesztiválok növelhetik a helyi lakosok foglalkoztatottságát, bevételhez juttathatják a helyi vállalkozásokat, közvetetten hozzájárulhatnak a hely infrastrukturális fejlődéséhez, melyek az életminőség és a jóllét fokozását segíthetik elő (ELSAIED, Y. et al. 2012; BOTTYÁN, I. 2015).

A gasztrofesztiválok céljai idővel változhatnak is, erre hívja fel a figyelmet APJOK V. (2014) a Makói Hagymafesztivál példáján. Kutatásai szerint az 1990-es évek elején induló fesztivál elsősorban szakmai fórumként működött a helyi hagymatermelők marketingje és helyzetbe hozása érdekében, majd a szakmaiság iránt mutatott csökkenő érdeklődéssel hasonló jelentőségűvé vált a szakmaiság és a társadalmi célok mint a látogatók számára a kikapcsolódás nyújtása és a közösség összehozása. Ezt követően, a 2010-es évek elejére a rendezvény fő célja a szórakoztatás és a közösségi élmény nyújtása lett, de a szerző szerint a szervezőknek nem sikerült egy tartósan identitásépítő rendezvénnyé alakítani a Hagymafesztivált, hiszen a hagyma összekötő szerepét és a makói tudatot nem definiálták egyértelműen a lakosság irányába (APJOK V. 2014).

Ahhoz azonban, hogy a gazdasági, társadalmi célok megvalósuljanak és fenntarthatóan elérhetők legyenek, a különböző célokat követő érdekcsoportok igényeit, valamint a növekvő fesztiválkínálatból fakadó versenyhelyzetet is figyelembe kell venni (GONDA T. 2022).

5.6. A gasztrofesztiválok fenntarthatóságát érintő kihívások

A gasztrofesztiválok az elérhető gazdasági, társadalmi, valamint kulturális előnyök elérhetősége miatt kiváló eszközei lehetnek a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztéseknek. Azonban egyre több lokalitás várja a megújulást a fesztiváloktól, ami miatt felmerül a kérdés, hogy valóban megfelelő eszközei lehetnek-e a fejlesztéseknek. Ugyanakkor az is kérdéses, hogy rendelkezésre áll-e megfelelő mennyiségű és minőségű erőforrás ahhoz, hogy a gasztronómiát mint helyi kulturális adottságot a fejlődés eszközeként tegyék.

5.6.1. Fesztivalizáció

A fesztiválokból egyes lokalitások az előnyök széles körére tettek szert, melynek hatására más települések is motiválttá váltak fesztiválok lebonyolítására, azt remélve, hogy számukra is pozitív irányú változást eredményez a rendezvény, melyet például a Szatmár Fesztivál rendezvénysorozat bővülése bizonyít (BÓDI J. 2008; HANUSZ Á. 2013; KISS M. 2014). Ez pedig a fesztiválok nemzetközi szintű és hazai növekedését idézte elő (JOHANSSON, M.–KOCIATKIEWICZ, J. 2011; KUNDI V. 2013). KULCSÁR N. (2016) szerint már alig van olyan vidéki

település Magyarországon, amely ne ünnepelné meglévő vagy megalkotott hagyományait fesztivál formájában. De nem csak a hazai vidéki térségekben jellemző a fesztiválkínálat bővülése. CUDNY, W. et al. (2012) szerint egyes városok fesztiválkínálata olyan nagy, hogy a helyi lakosok és a turisták egész évben a rendezvények széles skálájából választhatnak. Egyre több szerző problémának tekinti a fesztiválok terjedését, ami azok időbeli, térbeli, valamint témabeli sűrűsödéséhez is vezethet (SMITH M. 2009). A sűrűsödés pedig veszélyeztetheti a célok elérését, például az egyediség révén a más lokalitástól való megkülönböztethetőséget, és a turisták vonzását. RICHARDS, G. (2007) e problémát felismerve megalkotta a *fesztivalizáció* kifejezést, mely során azt vizsgálta, hogy a fesztiválok miért és hogyan váltak globálisan a helymarketing és a turisztikai fejlesztések kedvelt eszközeivé. PUSZTAI B. (2019, p. 102) hazai viszonylatban is használja a kifejezést, szerinte a fesztivalizáció az, „*ahogyan a városi terekben mesterségesen, a turizmus gazdasági előnyeinek kiaknázására létrehozott és a szimbólumok ökonómiájába illeszkedően működő, a várospolitikai célokba illeszkedő fesztiválnak nevezett eseményeket az elit létrehoz*”. Meglátásom szerint a fesztivalizáció nemcsak a városokra, hanem a falvakra is jellemző, az elit alatt pedig a politikai és kulturális (művelődésszervezők) felek egyaránt érthetők. A fesztivalizáció folyamata pedig a fesztivál fogalom felhígulásához és kommercializálódásához, a fesztiválok tömegcikké válásához, a célcsoport és területi jelentőség nem egyértelmű definiálásához, a fesztiválok egyediségének elvesztéséhez és egy hamis imázs kialakításához vezethet. Mindez pedig veszélyeztetheti a fesztiválok értékét, miközben a kulturális homogenizálódást támogatja (HALL, C. M.–TUCKER, H. 2004; GETZ, D. 2010; PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012; JORDAN, J. 2016).

PUSZTAI B. (2019) szerint a fesztiválok gyarapodása miatt a fesztivál fogalma és jelensége is egyfajta proliferációnak van kitéve hazánkban. Állítását GRÉTSY L. (2006; 2014, idézi PUSZTAI B. 2019, p. 101) érvelésével támasztja alá, miszerint „*(...) megítélésem szerint egyre jobban eltolódnak az arányok a fesztivál javára, illetve az egyéb, esetenként kitűnően használható szavak rovására. Ismétlem: jó szó a fesztivál, de féktelen divatja néhány év vagy évtized alatt háttérbe szoríthat olyan, szintén számtalanszor remekül használható szavakat, mint bemutató, díszszemle, erőpróba, játék, karnevál, kiállítás, mustra, nap(ok), parádé, randevú, szemle, találkozó, torna, versengés, vetélkedés, viadal, vigasság(ok)*”. A fesztivál fogalom divatosává válására és ezáltal felhígulására hívja fel a figyelmet HUNYADI ZS. et al. (2006), akik szerint korábban fesztiválnak csak a nemzetközi jelentőségű, nagy volumenű rendezvényeket tekintették, azonban a szó használata kiszélesedett, hazánkban fesztivál néven kezdték illetni és illetik napjainkban is a kis volumenű helyi, közösségi rendezvényeket is. Ennek okán ugrásszerűen gyarapodni indult az így értelmezett fesztiválok száma, hiszen a szerző korábbi megállapításai szerint „*csupán közművelődési intézmények által szervezett helyi fesztiválból kb. 3000 volt a tavalyi év során, bár e szám valamelyest csalóka, mert olykor korábbi rendezvények, a régi falunap, búcsú jelentek meg a »fesztivál« kifejezés alatt*” (HUNYADI ZS. 2004, p. 5). Az alapvetően helyi közösségnek szóló falunapok fesztivállá való alakítása napjainkban is bevett szokás Magyarországon, ami egyetértve LOVAS KISS A. (2021) meglátásaival, egy bizonyos értelemben innovatív, az aktuális fogyasztási trendekhez való illeszkedést és fejlődési folyamatot jelent. Ennek problémáját viszont abban látom, hogy számos esetben, mint például a Szatmár Fesztiválba tartozó Diófesztiválon, a szervezők összemosták a turizmus fejlesztése érdekében létrehozott gasztronómiai témájú fesztivált a korábbi falunapi elemekkel (HANUSZ Á. 2013; KISS M. 2014). Holott egyetértve KÉKESI E. (2020, p. 260) megfogalmazásával „*a fesztiváloknak mindig van valamilyen témája, megcélzott terméke, amelyre fel kívánja hívni a figyelmet, míg a falunapoknál ez a speciális termék maga a falu és annak közössége*”. Meglátásom szerint a falunapokon jellemzően egy kötelező programelemként megjelenő közös étkezés a falu lakóinak összetartozását fejezi ki. Addig a gasztronómia szerepe a gasztrofesztiválon ennél sokkal több, a gasztrofesztivál a helyre és a közösségre jellemző gasztronómiai értékek mint identitásképző elem hangsúlyozásával célozza a közösség összetartozását, valamint a közösség, a termék és a település szélesebb körben való népszerűsítését. A fesztiválok falunapoktól való megkülönböztetése, valamint a fesztivál szó

értékének védelmére jött létre Magyarország fesztiválnyilvántartási és- minősítési rendszere, mely objektív szempontrendszer alapján igyekszik a fesztiválok rögzítésére és értékelésére, melynek köszönhetően „*túlléphetünk végre a »több mint 3000 fesztivál« semmitmondó »városi legendáján«*” (INKEI P. 2009, p. 47). Azonban, mivel a fesztiválok minősítése önkéntes alapú, így olyan rendezvények is létezhetnek, melyek alapvetően fesztiválnak számítanak a rendszer alapján, de nincsenek az adatbázisban, ráadásul a nyilvántartási rendszer sem szüntette meg a fesztivál szó széleskörű hazai használatát.

Gyakori eset, hogy a helyi közösség értékeit ünneplő gasztrofesztiválok olyannyira kiváltják a turisták érdeklődését, hogy a szervezők elfordulnak a helyi, közösségi céloktól a turisták igényeinek kielégítése felé, a gazdasági előnyök kiaknázásának reményében (CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. 2007). A szervezés professzionálissá válása a helyi lakosság fesztiváltól való elidegenedését és a fesztivál helyi ünnepi jellegének elvesztését okozhatja (GURSOY, D. et al. 2004; PUSZTAI B. 2020). Például BÓDI J. (2008, p. 137) szerint a nagyszakácsi lakosok egy része a Királyi Szakácsok Nyomdokán nevű fesztivál „*lokális jellegének elvesztését sérelmezi*”, hiszen nemcsak a látogatók, de a szervezők és a megvalósítók zöme is a közösség határain túlról érkezett. Azonban egyes fesztiválok szervezői éppen arra törekednek, hogy korlátok közé szorítsák a fesztiválon résztvevők számát, mert az nem felel meg eredeti céljaiknak, a tömeg rontana a rendezvény minőségén, valamint nincs is kapacitásuk kiszolgálni azt (LAING, J. et al. 2019). Tehát a fesztiválszervezőknek kihívást jelent a volumen szabályozása, a megfelelő célcsoport megszólítása, valamint a különböző látogatók igényeinek kiszolgálása, akik eltérő módon szeretnék használni ugyanazt a teret (KOZMA G. 1995; CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. 2007; KISS M. 2014).

A fesztivalizáció a fesztiválok tömegcikké válásához, valamint egyediségük elvesztéséhez is vezethet, veszélyeztetve a fesztiválok által elérhető egyik legjellemzőbb célt, az egyediség hangsúlyozását (HALL, C. M.–TUCKER, H. 2004; ZÁTORI A. 2016). Így földrajzi elhelyezkedésüktől függetlenül merőben hasonló fesztiválok jöhetnek létre, ráadásul „*az egyedi jelenségek csak addig egyediek, amíg hasonló jelenségeket mellőlük nem állítunk, és nem adunk nekik egy közös és globálisan is értelmezhető magyarázó keretet*” (SZABÓ Á. T. 2015, p. 111). CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. (2007) szerint a fesztiválok egyediségének elvesztésének oka, hogy a helyi, hagyományos kulturális értékekről, vagy például azok helyettesítése miatt, a hangsúly eltolódott a globalizált, populáris kultúra fókuszba helyezése felé, illetve a fesztivál rituális jellege helyett a látvány került előtérbe. Az egyediség és a fesztiválok értékének elvesztésére SZIJÁRTÓ ZS. (2004, p. 1169) is rámutat. Szerinte „*a lokális és globális dimenzió e találkozásának egyik tanulsága éppen az, hogy ezek az események gyakorlatilag mindenhol meglehetősen hasonló kulturális mintákat követnek, ez jól látható (...) a kulturális rendezvények egymástól szinte megkülönböztethetetlen programfüzérére (...). Mindennek eredménye az, hogy a város [megközelítésem szerint bármely település](...) imázsának kialakítása (paradox módon) sok esetben a lokális identitás további visszaszorulásához, sőt: elvesztéséhez is vezethet*”. PUSZTAI B. (2019) pedig amellet érvel, hogy a fesztiválok terjedésével egyre több a hasonló vagy ugyanolyan témát ünneplő fesztivál, mígnem az egyedi arculat nélküli fesztiválok be nem hálózzák Magyarországot. A sok hasonló témájú fesztivál létrejöttének oka pedig a területileg hasonló kulturális alapokban és a megalkotott hagyomány koncepciójában rejlik. A téma kiválasztása és lokalizálása során gyakran a népszerűség, illetve a költséghatékonyság a fő szempont, melyre külföldi szerzők mutatnak rá (BAKER, A. M.–KIM, K. 2019). Ebben az esetben a helyiek lehet, hogy egyedinek tartják a saját rendezvényüket, de a turista számára nem különbözteti meg a többi településtől (LAING, J. et al. 2019). Holott a (gasztro)turizmus a helyi adottságok különbözőségén alapul, valamint a fesztiválok eredetileg a lokalizáció és a kulturális heterogenizáció támogatására jöttek létre (SCARPATO, R. 2002A). HUNYADI ZS. et al. (2006, pp. 22-23) a Financial Times írását idézve a fesztiválok értékének elvesztésére hívja fel a figyelmet azok magas száma és hasonlósága kapcsán: „*a fesztiválok valami különlegességet jelentettek. Valamilyen zarándoklatként éltük meg azokat, ahol a kultúrák keveredtek, és amelyek egzotikumot*

sugároztak, hiszen kevés volt belőlük, és olyasmit kínáltak, amihez egyébként nem lehetett hozzáférni”. Tehát a fesztiválok legfőbb problémája külföldön és hazánkban is az egyediség kihangsúlyozása és a turizmus szempontjából az, hogy napjainkban – leszámítva a pandémiás időszakot – a fesztiválok lényegében bárhol, bármikor és bárki számára elérhetők.

A fesztivalizáció jelensége nemcsak a fesztiválok terjedése, területi jelentőség szerinti széleskörű differenciálódása és egyediségük elvesztése miatt jelenthet problémát, hanem az ünneplésre szánt téma eltérő hangsúlyossága miatt is. Az élelmiszer szinte minden fesztiváltípuson megjelenik (KALKSTEIN-SILKES, C. et al. 2008), de ha nem a gasztronómia kapja a hangsúlyos szerepet, nem tekinthető a rendezvény gasztrofesztiválnak, akkor sem, ha a fesztivál elnevezése gasztronómiai témára utal (LEE, I.–ARCODIA, C. 2011; HORVÁTH A. et al. 2016). A gasztrofesztiválok fő témájuk mellett jellemzően kísérő programokat is kínálnak a látogatók számára (KRAJÍČKOVÁ, A.–ŠAUER, M. 2018; MAIR, J. 2019). A kísérő programok között léteznek az ünneptelt témához kapcsolódó szórakoztató vetélkedők, melyeket főként a látogatók vonzása, esetenként bevonása céljából szerveznek. Például az angliai nemzetközi palacsintanapon a résztvevő háziasszonyok jelmezbe öltözve teljesítik a palacsintasütéshez kapcsolódó versenyfeladatot, vagy a spanyolországi Sáfrányfesztiválon versenyre megy a sáfrányszedés (BALOGH B. 2021). Ugyanakkor a gasztronómiai fesztiválok zömén a látogatók szórakoztatása és számuk növelése érdekében híres zenei fellépőkkel igyekeznek színesíteni a programkínálatot a szervezők. A sztárfellépők pedig jellemzően a globális vagy a nemzeti általánosabb kultúrafogyasztási szokásokat tükrözik, melynek különös jelentősége az ezektől jellemzően elzárt falvakban van, hiszen a falvak lakói így e alkalmakkor a globális vagy nemzeti kulturális egész részeként érezhetik magukat (LOVAS KISS A. 2021). Például a Geresdlaki Gözgombóc Fesztivál alapvetően a sváb kultúra népszerűsítését célozza a nemzetiségi ételek és színpadi műsorok bemutatásával, de a programkínálatban a kulturális élet aktuális trendjeihez illeszkedő populáris koncerteket is felsorakoztatnak a vendégkör bővítése érdekében (SZEIDL K. 2018). Előfordulhatnak olyan rendezvények, melyeken a névadó gasztronómiai téma ellenére a zenei programkínálat hasonló, vagy akár nagyobb fókuszot kap a gasztronómiánál, valamint a fesztiválra rekreációs, szórakoztató programként tekintenek a közös értékek ünneplése helyett, ami a fesztivál kommercializálódásához vezethet (BÓDI J. 2008; ZÁTORI A. 2016; VEREBÉLYI K. 2017). E problémáról KISS M. (2014, p. 106) is beszámol egy hazai turisztikai szakértővel készített interjúrészletében: *„Az első nagy buktám az volt, amikor nem bírtam már a polgármesterekkel, és ha ma megnéz egy fesztivált, akkor minden fesztiválnak a fő attrakciója, az a sztárvendég. Amikor Milota elkezdte – ahol én díszpolgár vagyok, és nagyon jóban vagyok a polgármesterrel –, és nem győztem meg, hogy ne hozza el Lagzi Lajcsit. De ha a közönségnek az kell! Mondom, ez igaz, hogy szívesen hallgatja a falusi közönség, de a te feladatod, hozd el Falunapra, mit bánom én! De a Diófesztiválra ne, mert a Diófesztiválnak a dióról kell beszélni!*”. A tematikus programok felhígulása egyrészt történhet a falunap és a gasztrofesztivál összemosisából, de gyakran a látogatókör bővítése és a bevételek növelése érdekében történik (KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017). Például BÓDI J. (2008) a Nagyszakácsi Királyi Szakácsok Nyomdokán elnevezésű fesztivál alapján ír arról, hogy a rendezvény kulturális, zenei programkínálata egyre inkább elszakadt a fesztivál témájától az érdeklődés növekedésével. BOTTYÁN I. (2017) Bajai Halászléfőző Fesztiválon végzett kutatásai pedig bizonyítják, hogy a fesztiválok kísérő programjai nagy hatással vannak a vonzerőre, és ezáltal a közönség összetételére is. APJOK V. (2014) szerint pedig a Makói Hagymafesztivál szakmai vásárból a fesztivalizáció fokozódásával szórakoztató népzenei alkalmá alakult át.

A látogatók vonzása, a fesztivál egyediségének megteremtése a bővülő kínálatban versenyhelyzetbe kényszeríti a fesztiválokat (CSAPÓ J.–MATESZ K. 2007; HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018), *„melyek a lokális és regionális szimbolikus rivalizálás terepeivé váltak*” hazánkban és külföldön is (PUSZTAI B. 2007, p. 18). Értelmezésem szerint a versenyben azok a fesztiválok képesek helytállni, melyek innovatív megoldások alkalmazásával folyamatosan képesek megújulni és igazodni a változásokhoz, valamint elérni a célokat a település fejlődése érdekében (G. FEKETE É. 2001; LUKOVICS M. 2005; DI MATTEO, D. 2019).

Azonban, ha számos település ugyanazon erőforrásra és stratégiára – a gasztrofesztiválra – igyekszik a helyi fejlődését alapozni, nem biztos, hogy eredményesek lehetnek, hiszen egyes bevett gyakorlatok nem működhetnek mindenhol az eltérő befogadó közegek miatt, és a fesztiválok számuk rohamos növekedése okán egymás rovására is mehetnek (GORDOS T. 2000; HALL, C. M.–PAGE, S. J. 2012; KISS M. 2014; KULCSÁR L. 2020). A gasztrofesztiválok alapvetően nem tekinthetők csodaszernek egy település társadalmi, gazdasági és kulturális megújításában, de jelentős szerepük lehet abban, amire a külföldi és hazai szerzők is rávilágítanak (REID, S. 2003; FROST, W. 2012; CSURGÓ, B. et al. 2019). A fenntarthatósági problémákkal küzdő, a település fejlődésére nem ható fesztiválok megtartását viszont érdemes átgondolni, és más jellegű fejlesztési eszközre koncentrálni.

5.6.2. A különböző érdekcsoportok szerepe a gasztrofesztiválok fenntarthatóságában

A külföldi szerzők rávilágítanak arra, hogy a gasztrofesztiválok szervezéséből fakadó előnyök elérése és fenntarthatósága, a célcsoport meghatározása és a programkínálat minősége az anyagi (pénz, alapanyag) és immateriális (tudás, munkaerő) erőforrások meglététől erősen függ (PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012; ADONGO, R. et al. 2019; CORVO, P.–FONTEFRANCESCO, M. F. 2019). A fesztiválok szervezőinek a legtöbb esetben nem áll rendelkezésükre a megfelelő mennyiségű erőforrás céljaiknak megfelelő kínálat létrehozására, és a hiányzó erőforrásokat a különböző érdekeket képviselő csoportok tudják biztosítani (BOYNE, S.–HALL, D. 2003; ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008; SANTINI, C.–CAVICCHI, A. 2014; LAING, J. et al. 2019).

FREEMAN, R. E. (1984) érdekelt félnek tekint minden olyan csoportot vagy egyént, akik hatással lehetnek egy szervezet céljainak elérésére, vagy akiket ezek befolyásolhatnak. GETZ, D. (1991, p. 15) szerint a fesztiválok esetében az érdekelt feleknek *„érdeke fűződik a rendezvényhez és annak eredményeihez, beleértve a rendezvény lebonyolításában részt vevő valamennyi csoportot, a szponzorokat és támogatókat, a közösség képviselőit és mindenkit, akire a rendezvény hatással van”*. GETZ, D. et al. (2007) szerint az érdekcsoportoknak több típusa lehet. A szerzők megkülönböztetik a támogató érdekcsoportokat, akik erőforrásokat nyújtanak a célok eléréséhez, a szabályozókat (például a kormányzat különböző szervei), a társproducereket, melyek szervezetek vagy személyek is lehetnek, akik segítik a fő szervezők munkáját. Továbbá érdekcsoportnak tekintik a szövetségeseket és az együttműködőket (például turisztikai szervezeteket), valamint az érintetteket is, akik jellemzően a fesztiválok látogatói és a helyi közösség. REID, S.–ARCODIA, C. (2002) az érdekcsoportokat hatásuk szerint két fő csoportba osztja. Az elsődleges érdekcsoportok azok, akik közvetlen támogatása nélkül nem valósulhatna meg a rendezvény, mint például az alkalmazottak, az önkéntesek, a szponzorok, beszállítók és a résztvevők. A másodlagos érdekcsoportok közé a kormányzat, a befogadó közösség, a média, a szolgáltatók és a turisztikai szervezetek tartoznak, melyek nem kevésbé fontosak, mint az elsődleges csoportok, viszont hatásuk a célok elérésére általában nem közvetlen. A bevonható érdekcsoportok köre és határfoka azonban nem állandó, mivel függ az elérendő céloktól, a volumentől, a szervezők rendelkezésére álló erőforrásoktól, valamint a fesztivál életciklusától is (ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008; BERTELLA, G. 2017).

A szakirodalom alapján a gasztrofesztiválok megvalósításában, fenntarthatóságában, végső soron pedig a helyi fejlesztésben játszott szerepük alapján legfontosabb érdekcsoportoknak tekintem a kormányzat különböző szerveit, a helyi lakosokat, a vállalkozókat, valamint a médiát. Az érdekcsoportok e felbontását hazai kutatások is alátámasztják, például a Geresdlaki Gözgombóc Fesztivál megvalósítása és évről évre történő fejlődése is e csoportok egyműködésének köszönhető (SZEIDL K. 2018). Azonban az érdekelt felek eltérő erőforrásokat birtokolnak, és más-más motivációból ajánlják fel erőforrásaikat, akár egymással eltérő célokat képviselhetnek (BERTELLA, G. 2017). E csoportok lehetnek helyiek, illeszkedve az endogén fejlődés elméletéhez, illetve lehetnek a lokalitáson és a közösségen kívüliek is, melyek szerepére a neo-endogén fejlesztési modell hívja fel a figyelmet.

A kormányzat különböző szintjei közül kiemelendő elsődleges érdekcsoportok a helyi önkormányzat és a megyei/országos állami szervezetek. A fesztiválok szervezői általában a

helyi önkormányzatok, melyek elsősorban a település népszerűsítését és imázsának javítását, a helyi vezetőség hatalmi pozíciójának erősítését, a turisztikai kínálat bővítését és a lakosság szórakozási lehetőségének biztosítását célozzák meg (CUDNY, W. et al. 2012; ADONGO et al. 2019). Ezek érdekében forrásokat szereznek a különböző lokális és extralokális érdekcsoportok megnyerésével, így erőforrásuk a kapcsolatokban, a tudásban, valamint a koordinálási és kezdeményező képességben jelenik meg (RAGADICS T. et al. 2007). Az állam az egész nemzet fejlődését célozza a lokalitások társadalmi, gazdasági és kulturális fejlesztésén keresztül, mely eléréséhez támogató és szabályozó szerepet egyaránt betölt (ERDŐSI P.–SONKOLY G. 2005; NAGY E. 2017; GETZ, D. et al. 2019). A hazai és Európai Unió pályázati források keretében jelentős pénzbeli támogatásokat nyújt a helyi fejlődés érdekében, melyen belül a fesztiválok szervezésére is, többek között a turizmus serkentése érdekében (RAY, C. 2006; SANTINI, C.–CAVICCHI, A. 2014; DWYER, L.–JAGO, L. 2019). Azonban a pályázatnak való megfelelés és a szabályozási környezet korlátozó tényezőt is jelenthet a helyi célok elérésében (SCARPATO, R. 2002A; CHOE, J. Y.–KIM, S. 2018). Hazai szerzők szerint a kormányzat által megfogalmazott célok és azok megvalósításához társított támogatási források mennyisége nagyban befolyásolják a fesztiválok mennyiségét és minőségét (ESKULICS GY. et al. 2014; KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017), ami viszont az endogén és neo-endogén fejlesztési modellek felülről való irányítottága felé mozdíthat el (FARKAS J. Zs.–KOVÁCS A. D. 2018).

A fesztiválok megvalósíthatóságában nagy szerepet tulajdonítok a helyi lakosoknak, akiket elsődleges támogató érdekcsoportnak tekintek. A fesztiválszervezőknek a helyi lakosok támogatását meg kell nyerni, hiszen a turisztikai fesztiválok esetében ők jelentik a befogadó közösséget, az ő kultúrájuk kerül eladásra – tehát sok esetben a látványosságot is ők maguk jelentik (MACCANNELL, D. 1976). Továbbá nekik kell elviselni a turizmusból fakadó esetleges negatív hatásokat, hogy hosszútávon az előnyeit élvezzék (DOXEY, G. 1975; GURSOY, D. et al. 2004; BRÁS, N. et al. 2019, MARTYIN-CSAMANGÓ Z. 2020). Ugyanakkor legtöbbször közülük kerülnek ki azok, akik önkéntes munkájukkal segíthetik a szervezők munkáját egyénileg vagy civil szervezetek tagjaiként, valamint kezdeményezői lehetnek a fesztiváloknak az alulról szerveződő gyakorlat szerint (REISINGER A. 2010). A önkéntesek azok, akik munkaerejükkel, tudásukkal, képességeikkel és tapasztalataikkal, valamint azok fejlesztésével kiemelkedő módon járulnak hozzá az általuk is támogatott célok eléréséhez, csökkentve a szervezőkre háruló költségeket (HUNYADI ZS. et al. 2006; SCHLENKER, K. et al. 2012; DUFFY, M.–MAIR, J. 2015). A nagy volumenű, turizmusorientált, belépőjegyes események esetében vonzó lehet például az ingyenes belépés a munkájukért cserébe, míg a közösségi, vidéki fesztiválok esetében leginkább önzetlenül, a közösségi érdekek és a társadalmi fenntarthatóság szolgálatában, illetve saját önmegvalósításuk céljából ajánlják fel munkájukat, nem anyagi nyereségvágy érdekében (HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018; ADONGO, R. et al. 2019; HOLMES, K. et al. 2019). Feladatuk szerint az önkéntesek azok, akik segítenek a szervezőknek a rendezvényhelyszín berendezésében, de sok esetben ők készítik el a rendezvény témáját adó ételeket és kínálják azt a közönségnek (VESCI, M.–BOTTI, A. 2019). Ugyanakkor a szervezők számára kihívást is jelenthet az önkéntes munkaerő alkalmazása. Egyrészt a közösségi segítők céljai ellentétesek lehetnek a település hosszútávú fejlődési céljaival, másrészt munkájuk minőségének bírálása, koordinálásuk, toborzásuk, megtartásuk is nehezebb. Viszont a helyi lakosok önkéntesként való bevonása annál könnyebb, minél inkább magukénak érzik a fesztivált és az általa elérendő célokat, így a helyi önkéntesek aránya a fesztivál közösségi részvételének mutatójaként használható (SCHLENKER, K. et al. 2012; HOLMES, K. et al. 2019). A helyi lakosok a fesztiválok működtetésébe való bevonása pedig felhatalmazza őket arra, hogy valódi befolyásuk és ellenőrzésük legyen a helyi adottságok erőforrássá alakításában, hozzájárulva a társadalmi tőke bővítéséhez, a helyi fejlesztés megvalósulásához (REID, S. 2003; ARCODIA, C.–WHITFORD, M. 2006; RAGADICS T. et al. 2007; KIS K. 2014; BIAETT, V. 2015). Ám egyes hazai kutatások szerint a helyi lakosok nem minden esetben kapnak kiemelt szerepet a helyi fejlesztésben, különösen akkor nem, ha azok megvalósítói a közösség határain kívülről érkeznek (BÓDI J. 2008; CSURGÓ B. 2013). Vagy, ahogy FARKAS J. Zs.–KOVÁCS A. D. (2018,

p. 75) kutatási eredményei bizonyítják, „számos példa mutatja, hogy a helyi értékeken alapuló fejlesztések egyik akadályozó tényezője épp maga a helyi társadalom, amely sok helyen nem képes megújulni....(…). Ezért nem szabad a lokális társadalmi erőforrásokat túlzottan felértékelni. A vidéki települések egy része már így is súlyos önértékelési zavarral küzd, egyesek többnek akarnak látszani (lásd erőltetett turizmus), de hiányzik a valódi tartalom. Felülről jövő segítség nélkül nem vagyunk képesek továbblépni, nem tudjuk megőrizni a lakosságunkat és fokozatosan eltűnnünk majd a térképről (...).”

A vállalkozókat elsődleges támogató érdekcsoportnak tekintem, hiszen olyan anyagi erőforrásokat képesek biztosítani, melyekkel nagyban hozzájárulnak a fesztiválok megvalósításához, támogatókként vagy fő szervezőkként. A vállalkozók között megkülönböztetem a (helyi) termelőket, illetve a szponzorokat. A termelők jellemzően azok a szereplők, akiknek a termékeiről szól a fesztivál, például a borfesztiválok esetében a borászok, vagy akik kiegészítő szolgáltatásokat nyújtanak, például az ételárusok a borfesztiválon. A termelők lehetőséget kapnak arra, hogy bemutassák termékeiket, gyakran ingyenesen. Emellett a fesztiválok szervezőinek is fontos a termelők megnyerése és bevonása, hiszen termékeikkel növelhetik a fesztiválok színvonalát (HEDE, A. 2008; ELSAYED, Y. et al. 2012; KISS M. 2014). A vállalkozók szponzorokként is felléphetnek, és pénzbeli vagy eszközbeli támogatást nyújtva a fesztiválok egyik legfontosabb finanszírozási forrásának tekinthetők (GETZ, D. et al. 2019). Többnyire gazdasági haszon, közvetlen bevétel, a helyi politikummal való kapcsolatépítés vagy imázsuk növelése érdekében nyújtják támogatásukat, hiszen általában számukra marketing felületet biztosítanak a fesztiválokon a szervezők, de előfordulhat az is, hogy önzetlenül segítenek a közösségi célok elérése érdekében (HEDE, A. 2008; ADONGO, R. et al. 2019).

A különböző médiatulajdonosokat és médiumaikat egy támogató másodlagos érdekcsoportnak tekintem, melyek érdekei kevésbé értelmezhetők, de olyan eszközként funkcionálnak, mellyel nagyban befolyásolják a fesztivál híret, imázsát, ezáltal látogatottságát, végső soron a célok elérését (BRADLEY, A. 2012; ELSAYED, Y. et al. 2012; VAJDA A. 2015; BÜYÜKŞALVARCI, A.–AKKAYA, A. 2018). Ennek oka, hogy napjaink turistáira jellemző, hogy az úti célok megválasztásában nagy szerepet játszik a médiában megjelent információ, a hírek mennyisége és minősége. Ezért fontos a fesztiválok aktív média jelenléte (internet, televízió, rádió, újságok), amivel fel lehet hívni a potenciális látogatók érdeklődését. Ugyanakkor más utazók internetes közösségi médiában megosztott tartalmi is hatással vannak az utazási döntésekre, így a látogatók elégedettségének elérése is fontos szempont, hiszen ha pozitív tapasztalatokat, megnyerő fotókat osztanak meg az interneten a rendezvényről, felkelthetik mások érdeklődését (HANAN, H.–KARIM, S. A. 2015; LAI, M. Y. et al. 2018). Azonban a média nehezen kontrollálható, hiszen nemcsak a pozitív tartalmakat, hanem a negatív híreket és tapasztalatokat is megjeleníti (BRADLEY, A. 2012; MANDABACH, K.–CHUANBIAO, W. 2019).

A gasztrofesztiválok támogató érdekcsoportjai különböző, a fenntarthatósághoz nélkülözhetetlen erőforrásokat képesek biztosítani. Az egyes érdekelt felek azonban eltérően részesíthetik előnyben a gazdasági, társadalmi és kulturális célokat, melyek egymással versenghetnek is (HEDE, A. 2008; PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012; GEORGE, J. et al. 2015). Míg például általánosságban a helyi lakosok a kultúra ünneplését és fejlesztését tűzik ki célul, a vállalkozók és a kormányzat inkább a gazdasági fejlődés eszközeként tekintenek a kultúrára (CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. 2007). PUSZTAI B. (2003, p. 15) szerint a „*kultúra megalkotását egymással versengő személyek, illetve érdek-, hatalom-, dominancia- és célközösségek hajtják végre*”. Egyes hazai kutatások azt bizonyítják, hogy a különböző érdekcsoportok együttműködési hajlandósága alacsony (NEMES G.–VARGA Á. 2015), holott a gazdasági, társadalmi és kulturális megújulás, valamint az erőforrásokkal való hatékony gazdálkodás a különböző érdekcsoportok bizalomra épülő kooperációján múlik (HEDE, A. 2008; HANUSZ Á. 2012; KISS M. 2014; ADONGO, R. et al. 2019). Az érdekcsoportok és erőforrásaik bevonásához a szervezőknek fel kell tárni ezek körét és megnyerni őket a támogatásra. Ám az erőforrások bevonása és ezáltal a célok elérése gyakran nem tudatos

erőforrás kereséssel és tervezéssel történik, hanem spontán együttműködések, az úgynevezett kollektív bricolage-on alapul (KISS M. 2014).

A gasztrofesztiválok által kitűzött célok elérése, és végső soron a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés megvalósíthatósága a különböző érdekcsoportok bevonásától, érdekeik összeegyeztetésétől, valamint a rendelkezésükre álló erőforrások kombinálásától függ (GONDA T. et al. 2016). Így a célok elérése érdekében különböző erőforrás-függőségekről beszélhetünk. A függőség úgy jön létre, hogy a szervezőknek szükségük van a különböző erőforrások bevonására, melyek felett az egyes érdekcsoportoknak van ellenőrzése és hatalma (ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008; ADONGO, R. et al. 2019). Az erőforrások köre pedig szűkös, amelyekért a különböző fesztiválok szervezői versenyezhetnek is egymással (GETZ, D. et al. 2019). Különösen a külső, állami finanszírozást a legnehezebb megszerezni, pedig számos hazai kutatás bizonyítja, hogy külső segítség nélkül a helyi fejlesztések kevésbé képesek megvalósulni, holott a hosszútávú cél a külső segítségnyújtástól való függetlenedés lenne (HUNYADI ZS. et al. 2006; BENEDEK M.–STARK J. 2009; NAGY E. et al. 2015; FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D. 2018; MEZEI C.–VARJÚ V. 2018). A különböző lokalitások tökevonzó képessége, tudása és kreativitása pedig merőben eltérő, ami újratermelheti az egyenlőtlenségeket, de fenntartja a lokalitások közti különbözőséget is. Azokon a helyeken, amelyek nem képesek megszerezni a szükséges anyagi és immateriális, külső és belső erőforrásokat, a fesztiválok nem lesznek képesek megfelelő minőségű szolgáltatásokat nyújtani a céljaiknak megfelelően, ami akár a fesztiválok kudarcához is vezethet (PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012; ADONGO, R. et al. 2019). A fesztiválok kudarcra pedig a helyi közösség és a fesztiválokra alapozott endogén fejlesztés kudarcra is lehet.

6. A hazai gasztrorendezvény-kínálat helyzetképe az empirikus kutatás alapján

A szakirodalmi áttekintésben bemutatott gasztrofesztivál fogalmi megközelítéseket, a gasztrofesztiválok témabeli, térbeli és időbeli jellemzőit, a fenntarthatóságuk feltételeit, helyi erőforrásokkal való kapcsolatát, illetve a lokalitások társadalmi, gazdasági és kulturális megújulásában játszott szerepét empirikus kutatásomban a hazai gasztronómiai témájú rendezvények esetében is megvizsgáltam. A terepi kutatásaim során annak vizsgálatára fókuszáltam, hogy a hazai, azon belül pedig a Dél-Alföldi régióbeli gyakorlat mennyire felel meg a szakirodalomban feltárt, nemzetközi tendenciáknak. Továbbá, hogy a hazai rendezvények segíthetnek-e a lokalitások számára kiemelni egyediségüket napjaink uniformizálódó világában, és végső soron megfelelő eszközei lehetnek-e a helyi erőforrásokon alapuló vidékfejlesztési modellnek. A kutatás során kvantitatív és kvalitatív módszereket mint tartalomelemzést, kérdőívezést, interjúzást és esettanulmányi vizsgálatot egyaránt végeztem, a különböző módszerek eredményeit szintetizálva elemzem.

A disszertáció szakirodalmi áttekintésében bemutatásra került a fesztivál és gasztrofesztivál fogalom nemzetközi szintű értelmezése, ami alapján meghatároztam saját fesztivál- és gasztrofesztivál definícióm. A tudományos megközelítés mellett szükségesnek tartom annak feltárását is, hogy a hazai gasztrorendezvények szervezői, gyakorlati oldalról hogyan értelmezik a gasztrofesztivál jelentését, hiszen a kutatási tapasztalataim azt mutatják, hogy nemcsak a tudományos életben, de a gyakorlatban is vitatott a jelentése. Például a kérdőívet kitöltő egyik gasztrorendezvény szervezője szerint *„érdekes kérdés, hogy pontosan mit is takar a gasztrofesztivál elnevezés? Sok mindenre rá lehet húzni ezt a fogalmat, mert jól hangzik”*. A fogalom értelmezésének megismeréséhez a szervezői kérdőívben a kitöltőknek fel kellett sorolni azt a három legfontosabb tényezőt, amelyek szerintük feltételei annak, hogy egy rendezvényt gasztrofesztiválnak lehessen nevezni (3. melléklet). A felsorolt szavakat és kifejezéseket adott esetben hasonló tartalmuk alapján egy-egy jelentésüknek megfelelő szóval helyettesítettem, melyek előfordulási gyakoriságát összegeztem, végül 4 fő kategóriába soroltam. Így hoztam létre a gasztronómiára, a látogatásra, a körülményekre, valamint a

programkínálatra utaló szavak kategóriáit, melyek egy részét további alcsoportokra osztottam (6. táblázat).

6. táblázat: A gasztrofesztivál jellemzőire utaló szavak és gyakoriságuk a kérdőív szerint

Kategória/ alcsoport		Említett szavak és gyakoriságuk a gasztrofesztivál 3 legfontosabb jellemzőjének kitöltői felsorolása szerint
Gasztronómia	Tevékenységek	kóstol (117), bemutat (91), készít (65), verseny/főzőverseny (55), vásárol (32), árul/árus/vásár/termelő/vállalkozó (39), megismer (27), népszerűsít (20), zsűriz (9)
	Térbeliség	helyi (90), tájjellegű/térségi (26), helyben (12), magyar (3)
	Jellege, kínálata	hagyomány/hagyományos/hagyományörzés (116) egyedi/különleges/jellegzetes/sajátos/speciális (110), központ (85) minőségi (32), bőséges (18), változatos/többféle/széleskörű/sokszínű/különböző (37), látványos (10), finom (9), új/modern (8), idényjellegű (5), kedvelt (5), ismert (3)
Látogatás	Közösségi jelleg	közösség/közösségi/közösségépítés/családi/baráti/találkozás/együtt (44)
	Turisztikai jelleg	turizmus/látogatószám/tömeg/ezres nagyságrend (36)
	Hozzáférhetőség	ingyen/megfizethető/jótkony (23) bevonás (9), elérhető (5), nyilvános (5)
Körülmény, környezet		hangulat (11), szervezett (10), helyszín (8), infrastruktúra (7), szakmai (5), folytonos/többnapos/időpont (13), kulturált (4)
Program		élmény (24) szórakozás/szórakoztató (25), kikapcsolódás (8) kapcsolódó (27) kulturális (34) vonzó (18) széleskörű/változatos (22) egyéb/kiegészítő (19) értékes/érdekes/minőségi/színvonalas/megfelelő (28) zene/fellépő/előadó/művész (21) sztár (3), helyi (3)

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Összességében az említett szavak között a szakirodalomhoz illeszkedően a *gasztronómiára* utaló szavak fordultak elő leggyakrabban a kitöltők válaszaiban, összesen 1024 alkalommal, melyen belül 3 alcsoportot hoztam létre. A *tevékenységet* kifejező szavak (455 említés) alapján a gasztrofesztivál elsődleges feltétele, hogy az ételeket a látogatók megkóstolhassák, és megismerhessék azok elkészítési módjait a helyiektől. A rendezvényen a témához kapcsolódó árusok, helyi termelők is jelenjenek meg, hogy a látogatók meg is vásárolhassák az ünnepelt és egyéb gasztronómiai terméket a rendezvény teljes időtartama alatt, bár a szervezői interjúk kutatás eredményei és a terepi tapasztalataim azt mutatják, erre nem minden rendezvényen fektetnek kellő hangsúlyt. Például Csanádapácán a Kakasfesztiválon csak ebédidőben lehetett kakaspörköltet venni. A kérdőív alapján 55 fő szerint a gasztrofesztivál feltétele főzőverseny vagy valamilyen egyéb gasztronómiai verseny is, melyet zsűri bírál el. A 20 említés szerint a gasztrofesztivál feladata népszerűsíteni az adott gasztronómiai terméket és a befogadó lokalitást is. A kérdőívben szereplő, összesen 131 említés indokolta a gasztrofesztiválok *térbeli jellemzőire* vonatkozó alcsoport létrehozását, mely alapján valamilyen helyhez vagy tájhoz kötődő, helyben készített gasztronómiai terméket kell ünnepelniük. A kóstolás lehetősége mellett a gasztrofesztiválok feltétele a hagyományos, egyedi, különleges, az adott hely jellegzetes gasztronómiai termékének a központba állítása. Azonban a szervezői interjúzás során kiderült, a szakirodalommal megegyezően, egyre több az olyan gasztrorendezvény, amely új hagyományt alkotva, nem helyi sajátosságot ünnepel. Ilyen például a Derekegyházi Palacsintafesztivál is. A harmadik alcsoportot képező, a *kínálat jellegére* vonatkozó 333 említés alapján, a kérdőívet kitöltők szerint fontos, hogy a rendezvény minőségi és bőséges gasztrokínálatot nyújtson, a látogatók változatos, többféle módon elkészült ételeket

kósztolhassanak meg. 10 fő kiemelte a látvány és az érzékekre való hatás fontosságát is. Egyesek szerint a gasztrofesztivál alkalmas az újítások és a modern étkezési szokások bemutatására, míg mások szerint célszerű, ha az ünnepelt téma valamilyen kedvelt és ismert étel vagy ital, aminek nagyobb lehet a vonzereje (6. táblázat).

A látogatásra utaló szavak (összesen 122) hasonló arányban fejezik ki a fesztiválok közösségi (44) és turisztikai (36) jellegét (6. táblázat), melyek külön alcsoportot jelentenek. A kérdőív alapján a közösségi funkció szerint a gasztrofesztiválok segítenek a helyi közösség építésében és lehetőséget teremtenek a találkozásra, a kapcsolatok ápolására, hiszen az egyik válaszadó szavaival élve, többen igyekeznek „az étkezés közösségformáló-közösségépítő szerepét kihasználni”. Ezt a dél-alföldi, falvakban megrendezett gasztrorendezvények szervezői is alátámasztják a velük készített interjúkban, hiszen kivétel nélkül a közösségformálást tartják a gasztrofesztiválok legfontosabb szerepének. Ugyan a gasztrofesztiválok társadalmi funkcióját a nemzetközi szakirodalom is elismeri, nem elsődleges szerepkörnek tartja. Ugyanakkor a közösségi jellemzőkkel ellentétben, a gasztrofesztiválokon tömegeknek, ezres nagyságrendű résztvevőnek kell lenni 36 kitöltő szerint. A látogatás kategórián belül harmadik alcsoportként megkülönböztettem a 42-szer említett hozzáférhetőségre utaló szavakat is, melyek arra utalnak, hogy az ételhez ingyen vagy megfizethető áron kell hozzájutni a látogatóknak. A „bevonás” szót 9-en említették, akik szerint lehetőséget kell teremteni a látogatóknak, hogy maguk is kipróbálhassák az ételek elkészítését, mely a gasztroturizmus egyik alapvető feltétele a nemzetközi szakirodalom szerint. Egyes kitöltők szerint a helyieknek pedig szerepet kell kapniuk a szervezésben, mely az endogén fejlesztési modell megvalósulásának feltétele (PÓLA P. 2019).

Az előbbiekhöz képest ritkábban, 58 alkalommal említett, *körülményekre, környezetre* utaló szavak szerint fontos, hogy a rendezvény jól megszervezett legyen, megfelelő infrastrukturális háttérrel biztosítson, évenként ismétlődjön adott időpontban, valamint néhányak szerint legalább három napra kell kiterjednie. Néhányszor (5) előfordult a szakmai szó is, mely a zsűrire, vagy a szervezésre utal. Ugyan alacsony említési gyakoriságú (3), de kiemelendő, hogy egyesek szerint profi, szakmai szervezetnek kell szervezni a fesztivált, míg mások a helyi lakosok szervezésbe és megvalósításba való bevonását (9 említés) tartják fontosnak azért, hogy „érezzék, elsősorban értük van”, mint a legtöbb helyi erőforráson alapuló fejlesztés. Vannak, akik szerint fontos a fesztiválhangulat biztosítása, melynek értelmezését a 232-szer említett, *programokat* kifejező szavak indokolnak. Egy kitöltő fogalmazása szerint a gasztrofesztiválnak „értékes színpadi és kísérő programokat kell tartalmaznia, legyen az gyermekprogram vagy épp kézműves kirakodóvásár. Máskülönben csak egy főzőversenyről lenne szó”. A gasztrofesztiválok további jellemzője az egyik kitöltő szerint, hogy „az adott gasztrotermék vagy a gasztronómia határozza meg a rendezvény karakterét”. De kiegészítő jelleggel, a rendezvény témájához kapcsolódó, színvonalas, szórakoztató, kulturális művészeti programkínálatot is nyújtson, mellyel tovább fokozható a rendezvény vonzereje, valamint a fesztivál által nyújtott élmény. Az egyik kitöltő szerint a „gasztrofesztivál esetében mindenképpen fontos a színvonal (ne süllyedjen a helyi vurstli szintre), az egységes megjelenés, a minőségi étel- és italkínálat. Nem szabad, hogy egyéb programok elvigyék a show-t, a kiválasztott ételt minél szélesebb körben, többféleképp be kell mutatni”. Tehát több válaszadó véleményét összefoglalva az egyik kitöltő választát idézve, a gasztrofesztivál „helyileg vagy területileg meghatározó gasztronómiai érték hagyományának ápolása céljából kerül megszervezésre a szórakoztatás, értékes szabadidős közösségi élményszerzés biztosítása mellett”. A rendezvényeknek értéket kell képviselniük, ugyanakkor edukációs szerepet is betöltenek, hiszen helybe viszik a kultúrát azon csoportok számára, akiknek egyébként kevesebb lehetősége lenne annak elérésére, melyre a szakirodalom is rávilágított (DUFFY, M.–MAIR, J. 2015) (6. táblázat).

Mindezek alapján, a gasztrorendezvények szervezői által leggyakrabban említett jellemzők szerint *gasztrofesztiválnak értelmezhető minden olyan rendezvény, mely központjában valamely lokalitás hagyományaihoz kötődő, egyedi és különleges termék áll.*

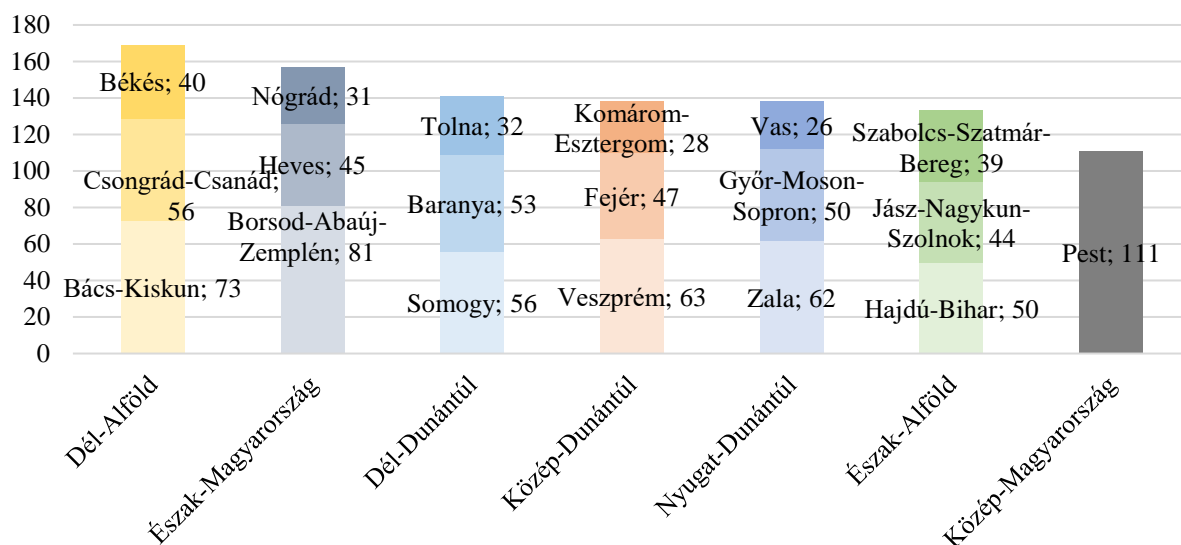
Célja e termék megismertetése a helyi és a szélesebb közönséggel is, azok helyben készítése, bemutatása, megköstölése, valamint értékesítése által. A rendezvény a látogatói élmény fokozása érdekében, kiegészítő jelleggel a témához kapcsolódó kulturális programokat is nyújt.

A szakirodalom alapján megalkotott definíció szerint a gasztrofesztiválok korlátozott időtartamúak, a tér adott pontján, a helyi közösség kultúrájához köthető gasztronómiai témát ünneplik és tartják fenn, míg nyitva állnak szélesebb közönség számára is, különböző célok elérése érdekében. Mindkét definíció alapján a gasztronómiának kell a középpontban állnia, ám a kérdőívezés eredményei szerinti fogalom konkrétabb elemeket tartalmaz a tevékenységek kiemeléséről, viszont az időbeliség nem jelenik meg benne, illetve a célok sem olyan sokrétűek, mint a szakirodalmi elemzés szerint. Ennek ellenére a kutatás eredményei azt mutatják, hogy indokolt a gasztrorendezvények témabeli, térbeli, időbeli és célok szerinti jellemzőinek feltárása, mely közelebb visz a disszertáció célkitűzéséhez, annak feltárásához, hogy a fesztiválok a lokalizáció támogatói, vagy inkább a globalizáció irányába hatnak a homogenizáció révén.

6.1. A gasztrorendezvények térbeli jellemzők szerinti tipizálása

A gasztrorendezvények térbelisége a területi elterjedés, a befogadó hely jellege és a területi jelentőség szerint is értelmezhető. Annak ellenére, hogy e szempontokról ír a szakirodalom, a kutatások kevésbé foglalkoznak egy adott terület gasztrorendezvény-kínálatának ezek mentén történő tipizálásával és jellemzésével. Ezért empirikus kutatásomban megvizsgáltam a hazai rendezvényeket e szempontok alapján, mely átfogó képet ad a kínálat jellegéről.

A hazai gasztrorendezvények összegyűjtése során 987 gasztronómiai témájú rendezvényt rögzítettem, melyek megrendezésre kerültek 2019-ben. A gasztrorendezvények regionális eloszlásában nem tapasztalható lényegi különbség. A legtöbbet (17,1%) a Dél-Alföld tervezési-statisztikai régióban azonosítottam, mely régiót a folyamatok mélyebb feltárása érdekében mintaterületemként választottam. Ezt követi az Észak-Magyarország (15,9%), a Dél-Dunántúl (14,3%), a Közép-Dunántúl (14%), a Nyugat-Dunántúl (14%), valamint az Észak-Alföld régió (13,5%). A legkevesebb esemény a Közép-Magyarország régióban (11,2%) került megrendezésre, azonban ez csak egy megyéből áll, és Budapest rendezvényei nem szerepelnek az adatbázisban. Emellett a gasztrorendezvények területi elterjedésében lehetnek különbségek kisebb léptékben is, így a megyei eloszlást is vizsgáltam. A legtöbb esemény a legnagyobb területű megyékben, Pest (11,2%) Borsod-Abaúj-Zemplén (8,2%) és Bács-Kiskun megyében (7,4%) került megrendezésre, míg a legkevesebbet Vas, Komárom-Esztergom, Nógrád és Tolna megyében találtam, melyek a kisebb területű megyékhez tartoznak. Ez a rendezvények viszonylag egyenletes megyei szintű eloszlására utal (8. ábra).



8. ábra: A hazai gasztrorendezvények régiónkénti és megyénkénti megoszlása 2019-ben

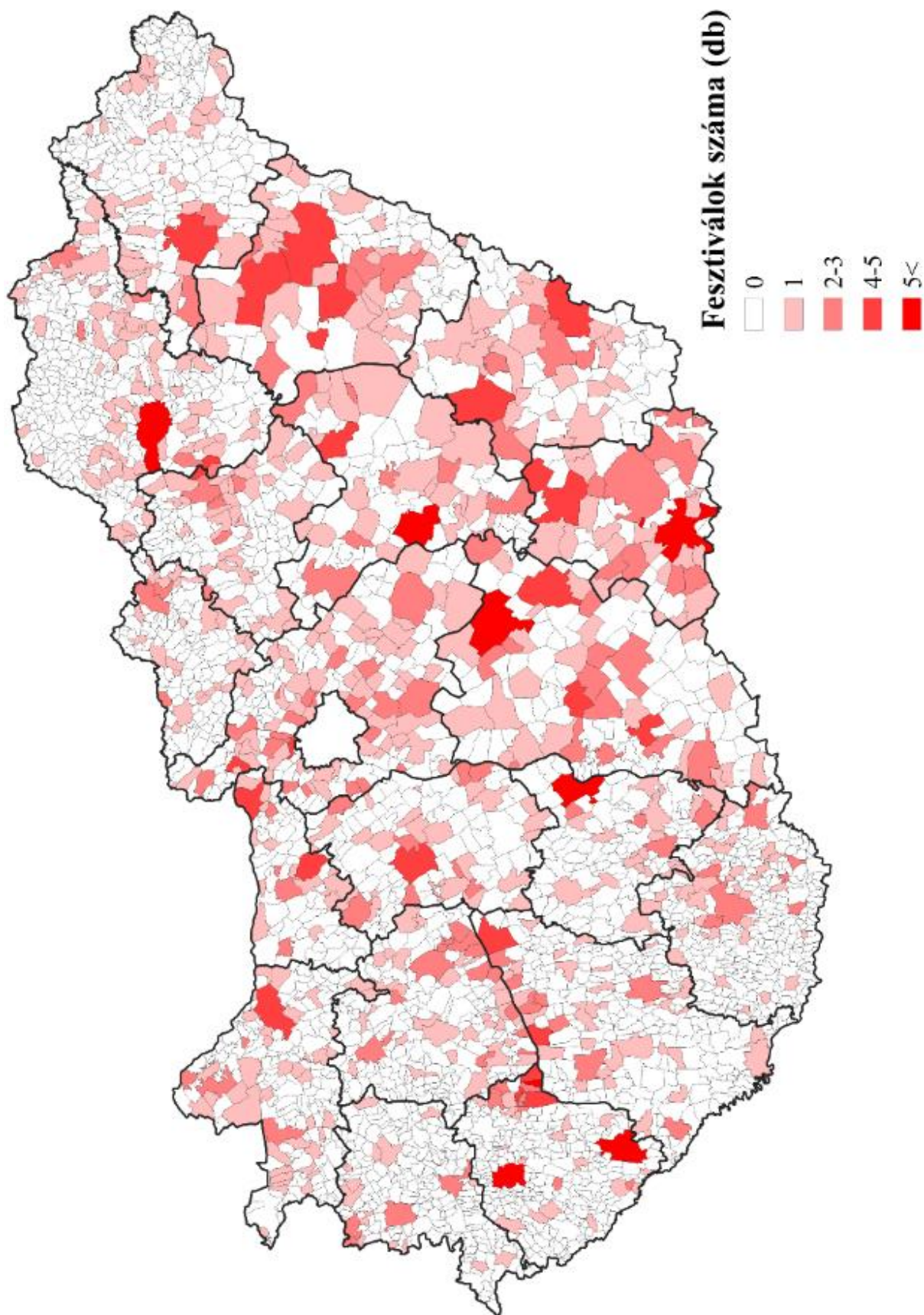
Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A rendezvények települési szintű vizsgálata pontosabb képet ad azok területi elterjedéséről, mely alapján kirajzolódnak gasztrorendezvény koncentrációs és hiányos térségek is. Koncentrált elterjedés figyelhető meg a Balatonnál, a budapesti agglomerációban, a Mátrában és a Bükkben, a Hajdúságban, Csongrád-Csanád megye egészében és Békés megye keleti felében. Ez fokozhatta a rendezvények közötti versenyt, melyre az egyik balatonboglári rendezvény szervezője világít rá a kérdőívben: „*úgy érzem, hogy nagy a fesztivál dömping. Nehéz a mi missziókkal versenyben maradni a sok ingyenes fesztivál mellett, különösen itt a Balaton partján*”. Gasztrorendezvény-hiányos a Cserehát, a Nyírség, Dél-Békés, a Zselic és a Belső-Somogy, melyek jellemzően periférikus helyzetű, határmenti területek, Dél-Békés kivételével az aprófalvas, sűrű településhálózat jellemző rájuk. Ezekben feltehetően alacsonyabb a vásárlóerő és szűkebb erőforrásokkal rendelkezhetnek a rendezvényszervezésre, mint a koncentrációs, turisztikailag frekvenciált térségek (8. ábra és 8. melléklet). A dél-alföldi interjú tapasztalatok is azt mutatják, hogy a kis lélekszámú településeknek jellemzően kisebb mértékű a rendezvényekre fordítható anyagi és humán erőforrásbeli kapacitásuk.

Tovább árnyalják a képet a gasztrorendezvények területi elterjedéséről a rendezvények és a települések száma közötti összefüggések. A hazai települések több mint 20%-án került megrendezésre legalább egy gasztrorendezvény a vizsgált évben. Regionális szinten kiemelendő a Közép-Magyarország és a Dél-Alföld régió, melyek településeinek körülbelül 40%-a szervezett ilyen, tehát e térségekben átlag feletti, hogy a gasztrorendezvényeket használnák valamely településfejlesztési cél elérésére. A legkisebb arányban Észak-Magyarország (21,2%), az országos érték alatti Dél-Dunántúl (15,9%) és Nyugat-Dunántúl régió (14,2%) településeihez tartozott rendezvény, ami a fentebbiekhez hasonlóan magyarázható az aprófalvas településhálózzal és a kapacitáshiánnyal. Továbbá e térségekben feltételezhető a településközi összefogás a rendezvények szervezésében, de akár mások lehetnek településfejlesztés kedvelt eszközei. Megyei szinten kiemelkedő Csongrád-Csanád, mely településeinek több mint feléhez kötődött valamilyen gasztrorendezvény, mely alapján e megyében a gasztrorendezvények népszerű településfejlesztési eszközök. Ezt szintén a ritkább településhálózatú, nagyobb lélekszámú településekkel rendelkező alföldi megyék követik, azaz Hajdú-Bihar (40,2%), Jász-Nagykun-Szolnok (37,2%), Békés (36%) és Bács-Kiskun megye (33,6%) (8. melléklet). Tehát hazánkban az alföldi megyék településeinek körében a legelterjedtebbek a gasztrorendezvények.

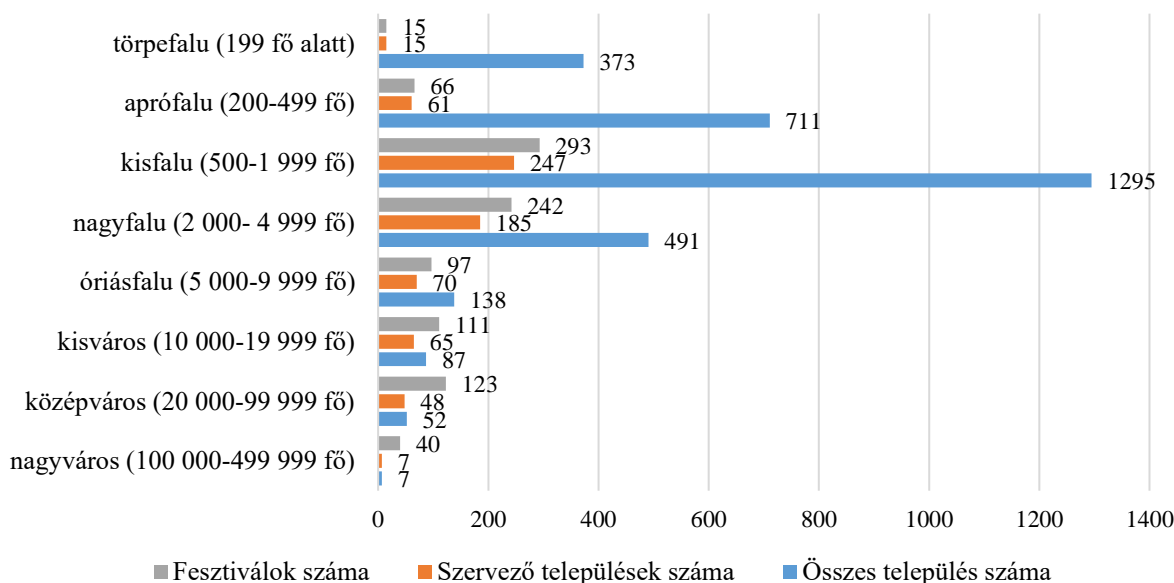
A térbeli sűrűsödés magyarázatában segít az egyes településekre jutó gasztrorendezvények számának vizsgálata is. A települések háromnegyedéhez egy, 19,2%-hoz kettő vagy három, 3,3%-hoz négy vagy öt, 1,1%-hoz kilencnél több rendezvény tartozott, mely utóbbiak zöme többtízezres lakosságszámú, feltehetően bővebb erőforrásokkal rendelkező nagy- és középváros (például Szegedhez 10, Miskolchoz és Vonyarcvashegyhez 7, Kecskeméthez és Szolnokhoz 6 gasztrorendezvény tartozott) (9. ábra). Az egyes településeken az egy évben több gasztrorendezvény megrendezésének célja lehet a turisztikai kínálat bővítése vagy éppen megteremtése, valamint a turisztikai szezon meghosszabbítása is, hiszen a szakirodalom szerint a gasztrorendezvények alkalmasak erre (PAGE, S.–CONNELL, J. 2012). Azonban egy-egy településhez különböző volumenű rendezvények is tartozhatnak, melyek más csoportot céloznak meg. Például a Békéscsabán megrendezésre kerülő Csabai Kolbászfesztivál turizmusorientált fesztivál, míg a Csabai Szlovák Kolbászolás helyi, közösségi funkciókat betöltő, specifikus célcsoportú, elsősorban a szlovák közösségnek szóló rendezvény.

A gasztrorendezvénnyel rendelkező települések lakosságszáma alapján a nagyvárosok mindegyike, a középvárosok 92,3%-a, a kisvárosok 74,7%-a fesztiválszervező, valamint e kategóriákban több a fesztivál, mint az összes település (10. ábra). Az adatbázis szerint az óriásfalvak feléhez kötődött gasztroesemény, viszont a településhierarchia alsóbb szintjein egyre alacsonyabb a gasztrorendezvény szervező lokalitások aránya, hiszen a nagyfalvak 37,6%-a, a kisfalvak 19%-a, az aprófalvak 8,6, míg a törpefalvak 4%-a szervezett ilyen. Továbbá a településméret csökkenésével egyre kevésbé jellemző, hogy egy településre több fesztivál jutna, mely szintén a kapacitásokra vezethető vissza.



9. ábra: A hazai gasztrorendezvények területi megoszlása 2019-ben
 Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

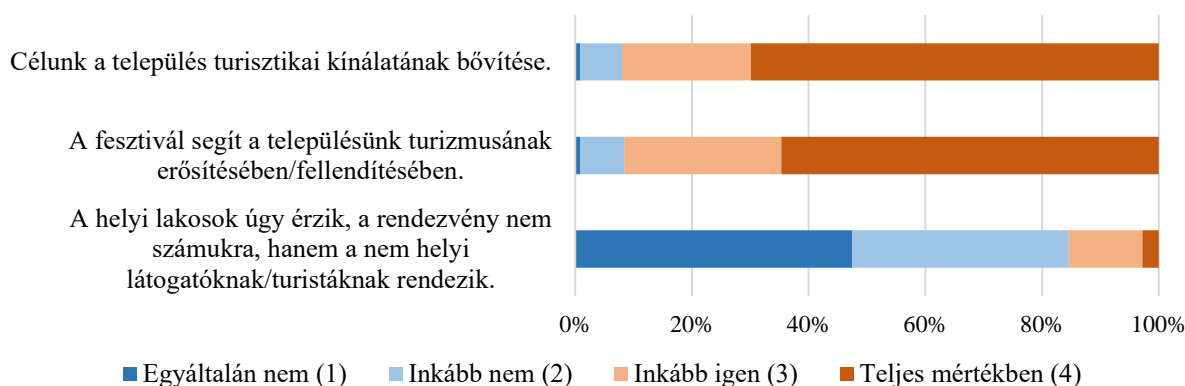
Összességében a gasztrorendezvények 70%-a 10 000 fő alatti, falusi településen került megrendezésre, melyek közül az 500 és 4999 főt számláló települések szervezték a hazai gasztrorendezvények több mint felét (10. ábra). Így a hazai kínálatban a falusi környezetben megrendezett gasztrorendezvények domináltak 2019-ben. A mintaterületként választott Dél-Alföld régióban a rendezvények 40%-a városban, 60%-a faluban került megrendezésre.



10. ábra: A gasztrorendezvények megoszlása 2019-ben KOVÁCS Z. 2007 település kategóriái szerint

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A térbeliség vizsgálatának része a rendezvények területi jelentőségének, volumenének, célcsoportjának feltárása is, mely szempontokat a rendezvények funkciójának tekintek. A kérdőíves kutatásban felmértem, hogy a gasztroeseményeknek mi a funkciója, inkább helyi közönséget célzó vagy kisebb-nagyobb léptékű turizmusorientált rendezvényként definiálhatók-e (DWYER, L.–JAGO, L. 2019). Az eredmények alapján az országos és a dél-alföldi mintában is a rendezvények majdnem 90%-ának célja, hogy bővítse a település turisztikai kínálatát, és szintén 90%-ban válaszolták, hogy a rendezvény segít a település turizmusának fellendítésében (11. ábra).

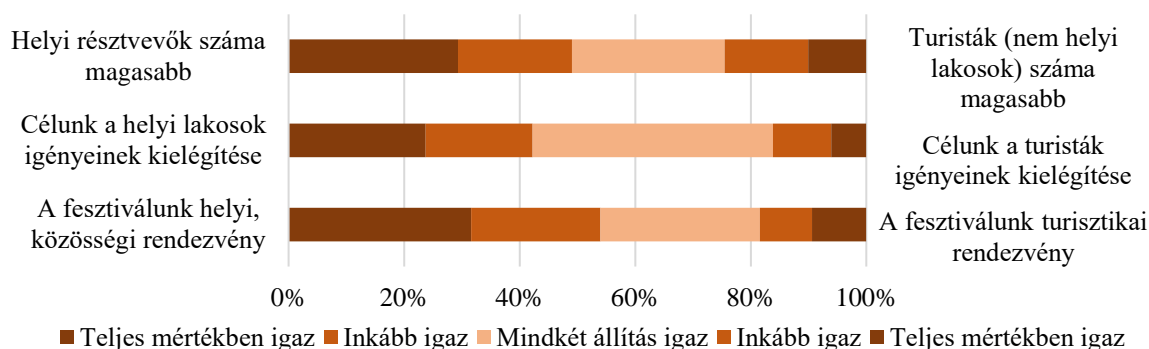


11. ábra: A gasztrorendezvények funkciójára utaló kérdőív állítások

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Azonban a kérdőív szerint a rendezvények kb. 50-50%-án magasabb a helyi résztvevők száma, mint a turistáké, valamint teljes mértékben vagy inkább közösségi rendezvénynek tekinthetők. Továbbá 40% elsődlegesen a helyi közönség igényeinek kiszolgálását célozta meg, másik 40% a helyi lakosokat és turistákat egyaránt célcsoportként definiálta, míg 20%-uk a turisták

igényeinek igyekezett megfelelni (12. ábra). Az kevésbé jellemző, hogy a helyi lakosok elveszítenék kötődésüket a rendezvényektől, ugyanis a kitöltők 15%-a vallotta be, hogy a helyi lakosok úgy éreznék, az eseményt nem számukra, hanem a turistáknak rendezik (11. ábra).



12. ábra: A gasztrorendezvények funkciójára utaló kérdőív állításai

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Például a Derekegyházi Palacsintafesztivál a kérdőív kitöltője szerint egyértelműen segít a helyi turizmus fejlesztésében, a résztvevők között döntően a turisták dominálnak, ám a közösségépítésben kisebb a jelentősége, pedig a helyi lakosok és turisták igényeinek kielégítésére ugyanúgy törekednek. Azonban a helyiek egyre inkább elidegenednek a fesztiváltól, ugyanis az egyik szervező interjúpartner elmondta, „a helyi lakosoktól kaptunk olyan bírálatot is, hogy »elveszett« a régi falunapjuk, elnyomta a Palacsintafesztivál, közben a cél nem ez volt, hanem a település hírnevének az öregbítése és olyan dolgok bemutatása az 5 nap során, amire az egész falu büszke lehet”. A helyi lakosok korábbi évekhez képesti csökkenő aktivitását a látogatói interjúzás is bizonyítja, hiszen a megkérdezett látogatók mindössze 15%-a volt helyi lakos, így feltehetően az összes látogató között is alacsonyabb arányban voltak jelen a turistákhoz képest. A megkérdezett helyiek kiemelték, hogy ugyan sok derekegyházi lakos szereti a Palacsintafesztivált, de kezd már számukra teherre válni. Egyrészt túl hosszú az ötnapos fesztivál, másrészt sokuk úgy érzi, hogy az már inkább a turistákról szól, és mivel a kapacitások bővítése miatt a palacsintasütők között is sok a nem helyi, a helyiek már kevésbé vesznek részt szívesen a sütésben. A turisztikai funkció növekedése miatt a kiszolgálás spontán jellege nagy mennyiségű külső és belső munkaerőt igénylő szervezett sütéssé alakult, így az egyik helyi lakos szerint „korábban másabb volt egy kicsit a hangulata. Úgy gondolom, hogy elveszett az a sok kis pont, ahol lehetett jobban érintkezni az emberekkel”. A szarvasi interjúpartner szerint pedig „ha a helyi lakosság nem tekinti sajátjának [a rendezvényt] azzal a tematikával, ahogy azt a rendezők gondolják, akkor az a rendezvény hosszú távon nem életképes”.

A területi jelentőség és volumen mélyebb feltárása érdekében megalkottam a „funkció” mutatót a média-tartomelemzés, valamint a kérdőíves kutatás alapján egyaránt (3. ábra, 4. ábra), mely szerint klasztereket hoztam létre (7. táblázat). Így képet kaptam arról, hogy a gasztrorendezvényekről funkciójuk szerint milyen imázs alakult ki a kutatási módszerem alapján a médiában, illetve a szervezők saját rendezvényükre helyi, közösségi, vagy turizmusorientált rendezvényként tekintenek-e. Az eredmények alapján a helyi, közösségi szerepet betöltő rendezvények a kérdőív szerint kb. 10, a médiaelemzés szerint 14%-ot tettek ki. A kérdőív és a médiaelemzés szerint is e klaszterbe sorolt rendezvények fele viseli elnevezésében a fesztivál szót, mint például a baksi Töporlyú Fesztivál, mely mindkét módszer szerint ide sorolandó. Azonban e klaszterbe került rendezvények nem tekinthetők fesztiválnak a dolgozatban használt fogalom szerint, ugyanis a fesztivál alap jellemzője, hogy a helyi közösség a saját ünnepét kifelé, a külső közönségnek is meg akarja mutatni, ám ha csak a helyi közönségnek szólnak, e szerepet kevésbé képesek betölteni (CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. 2007). Az inkább a helyi közönségnek szóló, de a turisták vonzását is célzó rendezvények aránya 30% körüli, de a médiaelemzés szerint nagyobb e rendezvények

részesedése a kérdőívezésnél. E rendezvények vonzereje a környező települések, a járás lakosságára terjedhet ki. Ide sorolandó például a Gádorosi Birka Fesztivál. A kétféle szerepkört hasonló súlyban megjelenítő, több járási vagy megyei szintű vonzerejű rendezvények aránya kb. 40%-os, lényegi eltérés nincs a két módszer között. Ilyen rendezvény például a Bócsator. A turisztikai funkciókat előtérbe helyező, több megyére, akár a régióra kiterjedő vonzerejű, de a közösség igényeit is figyelembe vevő fesztiválok aránya a kérdőív szerint kb. 17%, míg a médiaelemzés szerint kb. 10%. Ide sorolandó például a szegedi Nemzetközi Tiszai Halfesztivál. A turisztikai túlsúlyú, akár országos vonzerejű rendezvények aránya mindkét minta szerint alacsony, kb. 2%-os, ide például a Csabai Kolbászfesztivál és a gyulai Pálinkafesztivál kerültek.

7. táblázat: A „funkció” mutató szerinti klaszterek jellemzői

Sor-szám	Klaszter elnevezése	Klasztertartomány		Arány	
		Médiaelemzés	Kérdőív	Médiaelemzés	Kérdőív
1	Helyi, közösségi funkciók dominanciája	0,028-0,141	0,189-0,350	14,7%	10,6%
2	Inkább helyi, közösségi funkciók dominanciája turisztikai elemekkel	0,142-0,254	0,351-0,484	34,5%	28,4%
3	Helyi közösségi és turisztikai funkciók hasonló aránya	0,255-0,408	0,485-0,648	37,7%	40,5%
4	Inkább turisztikai funkciók dominanciája, helyi, közösségi elemekkel	0,409-0,606	0,649-0,810	10,9%	18,0%
5	Turisztikai funkciók dominanciája	0,607-0,873	0,811-0,919	2,1%	2,5%

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

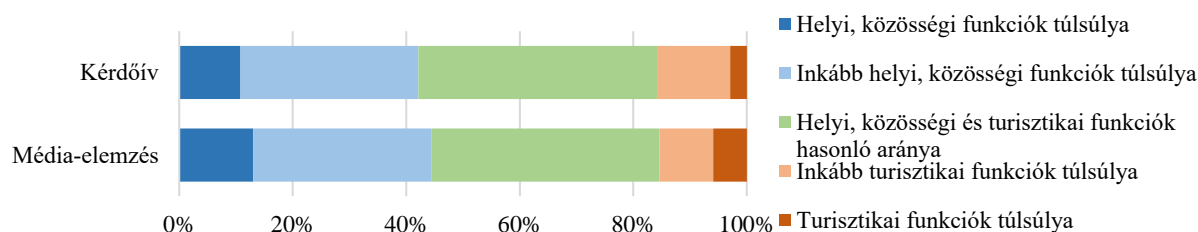
A médiaelemzés szerint a fesztivál fogalomnak nem megfelelő, helyi jelentőségű rendezvények a Dél- és a Közép-Dunántúlon koncentráltak, ahol e típusú rendezvények majdnem 20-20%-át bonyolították le, míg a dél-alföldi megoszlásuk az átlag körüli. Az inkább helyi, közösségi szerepkört betöltő rendezvények régiók közötti eloszlása viszonylag kiegyenlített, míg a helyi közönségnek és a turistáknak egyaránt szóló rendezvények a Dél-Alföldön fordultak elő legnagyobb arányban. Az inkább turisztikai funkciókat betöltő, de helyi, közösségi jelentőséggel is rendelkező rendezvények eloszlása a Közép-Dunántúlon, az Észak-Alföldön, a Dél-Alföldön és a Dél-Dunántúlon a legmagasabb. A legnagyobb különbség a turisztikai szerepet előtérbe helyező rendezvények régiók közötti eloszlásában tapasztalható, hiszen több mint fele a Dél-Alföld régióban koncentrált, míg a többi régió részesedése kb. 5-15%-os, kivéve a Dél-Dunántúlt, ahol nem került megrendezésre ilyen rendezvény (9. melléklet).

A kérdőív szerinti „funkció” mutató klasztereibe sorolt rendezvények regionális eloszlása hasonló, a médiaelemzés eredményeihez képest nagyobb, 10% feletti eltérés néhány helyen tapasztalható. Például a turisztikai túlsúlyú rendezvények kérdőív szerinti dél-alföldi aránya alacsonyabb a médiaelemzésnél, hiszen a rendezvények egynegyede koncentrált ide, nem a fele. Azonban e megoszlást nagyban befolyásolja, hogy a médiaelemzés szerint e klaszterbe került rendezvények alacsony arányban vettek részt a kérdőíves kutatásban. Továbbá a kérdőív szerinti turisztikai túlsúlyú rendezvények 33,3%-ban, a médiaelemzés szerint 14,3%-ban oszlanak meg a Közép-Dunántúlon. Ennek oka lehet, hogy e régió rendezvényei között nagy arányban szerepelnek turizmusorientált, Balaton-parti rendezvények, melyek kiegészítő attrakcióként szolgálnak, így az online marketingjük alacsonyabb volumenű lehet, mint egy fő attrakcióként szolgáló fesztivál esetében (9. melléklet).

Feltártam, hogy a régiók kínálatában hogyan oszlanak meg az egyes klaszterekbe került rendezvények. A médiaelemzés szerint a Dél-Alföld régió kínálata az országos jellemzőket követi, számottevő különbség egyedül a turisztikai túlsúlyú fesztiválok esetében figyelhető meg, hiszen a régió rendezvényeinek 6%-a ebbe a kategóriába került. Ezzel az aránnyal a többi régió közül a Dél-Alföldön volt a legtöbb turisztikai funkciójú esemény, ám az inkább turisztikai és a turisztikai szerepkörű eseményeket együttvéve a Közép-Dunántúllal és az Észak-Alfölddel hasonló arányokat mutat. A helyi szerepkörű klaszterek együttes aránya

minden régióban 50% körüli, de a Dél-Alföldön a legkevesebb 44%-kal. A régiók kínálatában a helyi lakosságnak és a turistáknak egyaránt szóló rendezvények körülbelül 30-45%-ban jelentek meg, a dél-alföldi megjelenésük átlag körüli. A kérdőív szerint is az országos jellemzőkhöz hasonló a Dél-Alföld klaszterenkénti megoszlása. Azonban a többi régió között a két turisztikai jelentőségű klaszter együttes arányát tekintve az utolsó helyen szerepel, hiszen míg például e régió kb. 15, addig a Nyugat-Dunántúl rendezvényeinek 26%-a került e klaszterekbe. A helyi, közösségi funkciókat előtérbe helyező rendezvények együttes arányát tekintve pedig ebben a Dél-Alföldön volt a legtöbb, több mint 40%-kal (13. ábra, 9. melléklet).

A két módszer szerint általános tapasztalat, hogy a kínálatban az imázsvizsgálatra utaló médiaelemzés szerint a helyi, közösségi funkciókat előtérbe helyező klaszterek rendezvényei nagyobb arányban jelentek meg a turizmusorientáltakhoz képest. A rendezvények szervezői viszont a kérdőívelemzés szerint a turisztikai funkciók megjelenésének tulajdonítottak nagyobb szerepet. Az említett eredmények alapján a rendezvényekről mutatott, kívülre irányuló imázs nem fest pozitívabb képet azokról annál, mint ahogy a szervezőik ítélik meg saját rendezvényüket. Viszont ennek ellenére is a kis volumenű, helyi, közösségi funkciókat előtérbe helyező rendezvények jelentek meg legnagyobb arányban minden régió kínálatában.



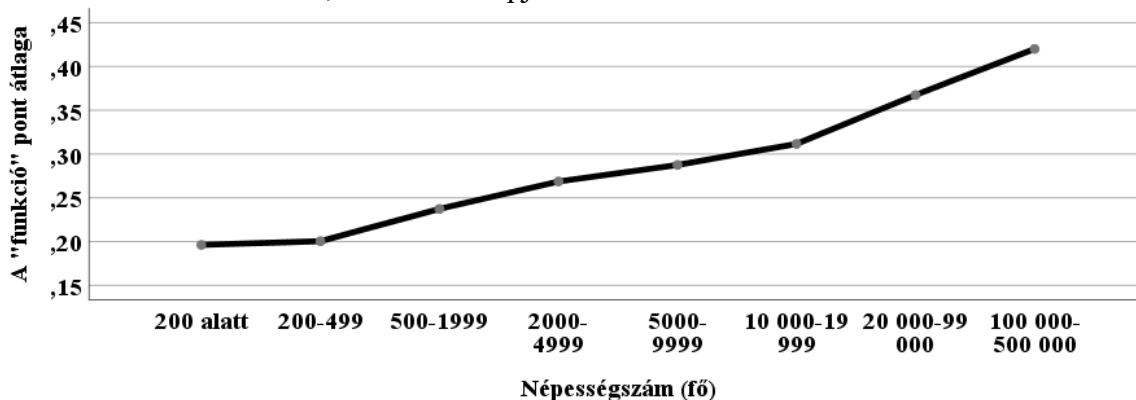
13. ábra: A médiaelemzés és a kérdőív szerinti „funkció” klaszterek megoszlása a Dél-Alföld régió gasztrorendezvény-kínálatában

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A rendezvények funkcióját több szempont is befolyásolja, elsősorban a célcsoport. Például az interjúban a csőlyospálosi Nyári Birkapörköltfőző Fesztivál (médiaelemzés szerint 3-as, kérdőív alapján 2-es klaszter) szervezője elmondta, hogy sok médiamegkeresést tapasztal a rendezvény országos szintű hirdetésére, „*de én ettől mindig elzárkózom, mert mi igazából ezt a rendezvényt a helyieknek csináljuk. Persze, ha valaki a környező településekről eljön, bárkit szívesen látunk, de az nem célunk, hogy több ezer ember ide zárandokoljon és akkor a csőlyosiak pörköltjéből egyen, mert mi ezt magunknak rendezzük*”. Ugyanakkor e rendezvény szervezői a szakirodalomban leírtakhoz hasonlóan ügyeltek arra, hogy a látogatószám ne érjen el egy határt, hiszen nagyobb létszám kiszolgálására nem volt kapacitásuk, és a tömeg a minőség rovására ment volna (LAING, J. et al. 2019). Továbbá a fesztiválok turisztikai jelentőségének növekedésének gátat szabhatott a rendelkezésre álló infrastruktúra, mint például a Balatongyöröki Palacsintafesztiválon a kérdőív szerint: „*a rendezvényhelyszínt kinőttük, a látogatók száma olyan mértékben szaporodott meg, hogy sem parkolási lehetőséggel nem bírjuk, sem a civil csapatok számát, akik a palacsinta sütéséről gondoskodnak, nem tudjuk növelni*”. A látogatószám kontrollálásában a marketingtevékenységnek meghatározó szerepe van, melyre utalhat e rendezvény médiaelemzés szerinti alacsony pontszáma (0,25, a kérdőív szerint 0,78). Továbbá a rendezvények volumene belépőjegy bevezetésével is szabályozható. Azonban a kutatás eredményei szerint ritka, hogy fizetni kelljen a fesztiválon való részvételért, ami nemcsak a látogatószámot, de a pénzügyi fenntarthatóságot is nagyban befolyásolja.

ANOVA elemzéssel megvizsgáltam, hogy van-e kapcsolat a rendezvények funkciója és a település mérete között. Az eredmények az országos adatbázisra vonatkozóan, a médiaelemzés szerinti „funkció” mutató felhasználásával születtek, mely alapján kiderült, hogy minél nagyobb volumenű a rendezvény, annál nagyobb méretű településen került megrendezésre (14. ábra). Ez érthető, hiszen ahogy a szakirodalomból is kiderült, általában a nagyobb lélekszámú települések több erőforrással, bővebb infrastrukturális felszereltséggel

rendelkezik, mint a kisebb települések, így jobb a képességeik turizmusorientált fesztiválok szervezésére (GETZ, D. 2008). Továbbá, a vidéki településeken a kis volumenű, de a turisták számára vonzó rendezvények lehetnek azok, melyek a vidéki turizmust támogatják hazánkban és külföldön is (KISS M. 2014; CLEAVE, P. 2016.) Például az alig 2000 fős Derekegyház kapcsán az egyik interjúpartner elmondta, „*kevés település tud kevés pénz ráfordításával, összefogással ekkora rendezvényt rendszeresen lebonyolítani*”. A derekegyházi fesztivál a település falunapjából alakult ki (médiaelemzés szerint 3-as klaszter, kérdőív szerint 4-es klaszter), ám az, hogy a közösségi funkciók felől a szervezők elmozdultak a szélesebb célcsoport vonzására, a számos hozadék ellenére a helyi lakosok egy részének fesztiváltól való elidegenedéséhez vezetett. A Kakasfesztivál pedig a helyi búcsúval kerül egy időben megrendezésre, ami a médiaelemzés szerint a 3-as, a kérdőív alapján a 2-es klaszterbe sorolandó.



14. ábra: A médiaelemzés szerinti „funkció” mutató és a szervező település lélekszámának összefüggései

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Derekegyházon kívül a szervezői interjúk elmondásai szerint 15 vizsgált, alacsony lélekszámú település nevezte át a falunapját fesztivállá, melyre a szakirodalom és a szakértői interjúk is utalnak (HUNYADI ZS. 2004). Ennek okait a Jászszentlászlói Paradicsomfesztivál (médiaelemzés szerint 3-as, kérdőív szerint 2-es klaszter) szervezője foglalta össze a többi megkérdezett szervezői interjúpartner véleményével egybehangzóan: „*nem is tudok a környéken egyetlen települést sem, ami átkeresztelve a falunapját ne ragaszkodna már a fesztivál elnevezéshez. Az oka, hogy nem akarnak lemaradni a szomszéd falutól. Ahogy a városokban nő a színvonal, a falusiak ezekhez szeretnének, igyekeznek hasonlítani, legalább hasonlót ők is tudnak szervezni. Nyilván változó, hogy hogyan sikerül, de nagyon kevés az a község, ami továbbra is be meri vállalni, hogy falunapot tart, amikor fesztiválszezon van, és mindenki fesztivált akar szervezni*”. Tehát a kutatás szerint falunapok fesztivállá alakulásának fő oka, hogy a falunap szó használata mára már degradáló, ellenben a divatos fesztivál szóval, mely sokkal nagyobb értéket sejtet a falunapnál. Például az egyik rendezvény szervezője a kérdőívben leírta, hogy „*nálunk is van például Pünkösdkor falunapunk, amit mi is most már egy néhány éve igazából Pünkösdi Fesztivál névvé kereszteltünk át, hogy a falunapot elhagyjuk*”, mert a meghívott előadók negatívan ítélték meg a rendezvényt a neve alapján.

A gasztrofesztiválok működésére rálátó szakértők szerint sok esetben a falunap fesztivállá alakulása minőségi megújulással nem járt, sokkal nagyobb szabású rendezvényt sejtet, mint ami valójában, így ez az átalakítás kevésbé jelentett a helyi jelentőségtől a turizmusorientált funkciók felé történő elmozdulást. Holott például a turizmusorientált fesztiválok szakirodalmi jellemzőihez illeszkedően a turizmuskutató Kóródi Márta úgy fogalmazott az interjúban, hogy „*fesztiválnak akkor nevezném [a rendezvényt], ha ez legalább nem lokális, hanem regionális vonzerővel rendelkező programot soroltat fel*”. A Dél-Bács-Kiskun megyei egyik térségfejlesztő szervezet tagja pedig a fesztivál szót „*egy fiatal közönséget, felhőtlen szórakoztatásra és akár éjszakába nyúló, vagy többnapos, szálláshellyel egybekötött dologra*” használná, miközben a mai rendezvények többsége nem erről szól. Az

egyik Csongrád-Csanád megyei helyi jelentőségű rendezvény szervezője pedig úgy látja, hogy „*ezek nem fesztiválok igazából, elindult egy trend, hogy mindenki fesztivál, akár milyen kicsi is a rendezvény, az már fesztivál. Fesztiválnak nagy értékűnek kéne lenni, de ezek falunapok*”. A megkérdezett szakértők, a vidékfejlesztő partnerek kivételével kritikusan állnak e folyamathoz. Például a Magyar Nemzeti Értékek és Hungarikumok Szövetségétől megkérdezett interjúpartner szerint ne szervezzen fesztivált, aki nem éri el a fesztivál szintet, mert „*pont az a lényeg, hogy csak a minőségi fesztiválok maradjanak fesztivál néven, a többi maradjon meg falunap. Elkótyavetyéljük a fesztivál szót ilyesmikre*”. A partner elismeri a kis jelentőségű rendezvények fontosságát, kritikája az elnevezésre vonatkozik. Természetesen a fesztiválnak nem megfelelő rendezvények nemcsak a korábbi falunapok, városokban is ugyanúgy kerültek megrendezésre ilyen rendezvények. A fesztivál szó divatja a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség interjúalanya szerint oda vezetett, hogy fesztiválból „*mennyiségileg rengeteg van, minőségileg meg nem tudom, hát, minősíthetetlen*” a kínálat. Így a fesztivál elnevezésű események terjedése a szakirodalommal megegyezően a magyarországi gyakorlatban is veszélyezteti a fesztivál szó értékét, támogatja a fesztivalizációt és versenyhelyzetet teremthet a rendezvények között (RICHARDS, G. 2007). A versenyben maradás érdekében a szervezők igyekeznek minél egyedibb, például gasztronómiai témát adni a rendezvényüknek. Az interjúpartnerek egybehangzó véleménye alapján ennek oka, hogy a magyar emberek szeretnek enni és inni, ezért ezzel könnyen meg lehet szólítani a lakosságot és a turistákat, illetve napjainkban a gasztronómia művelése népszerű téma, melyhez a különböző médiumok, például a TV műsorok is nagyban hozzájárultak.

6.2. A gasztrorendezvények téma szerinti tipizálása

A gasztrorendezvények témája szerinti tipizálásával és kategorizálásával kevésbé foglalkoznak a kutatók. Ugyan a szakirodalomban fellelhető néhány szempont (5. táblázat), a megfogalmazott típusok álláspontom szerint nem adnak képet egy terület gasztrorendezvény-kínálatának jellemzőiről, hiszen azok túl általánosak. Azonban az interjúk során megkérdezett szakértők zöme úgy látja, hogy hazánkban a pandémiát megelőzően felhígult a gasztronómiai elnevezésű rendezvények kínálata, egyes témák térbeli sűrűsödése volt megfigyelhető, homogenizálva a kínálatot (RICHARDS, G. 2007; PUSZTAI B. 2019). Ezért meglátásom szerint szükség lenne a rendezvények téma szerinti csoportosítására, melynek segítségével válasz kapható arra, hogy mennyire diverzifikált a kínálat, mennyire ünneplik az egyediséget e rendezvények. Valóban fellelhetők-e népszerű ünnepektől eltérő témák, azok térben és időben közel helyezkednek-e el, tehát a heterogenizáció vagy inkább a homogenizáció irányába mutatott-e a kínálat. A rendezvények kategorizálására nem vonatkozott kérdés az interjúk során, de a Magyar Fesztivál Szövetségtől megkérdezett egyik partner magától említette, hogy „*a csoportosítás mutathatja, hogy miből van túltelítettség, és ez iránymutatást adhatna a kormányzatnak, hogy egy évben 64 kakasfesztivál minek? Tessék ezt racionalizálni. Lehetne javaslatokat fogalmazni, hogyan lehetne a fesztiválokat racionalizálni térben, időben, elhelyezkedésben, témában*”. E hiány pótlása céljából a gasztrorendezvény-adatbázisba került rendezvények elnevezése, tehát az ünnepektől eltérő témák alapján fő- és alkategóriákat fogalmaztam meg, melyekbe besoroltam a rendezvényeket (8. táblázat).

A kategorizálás eredményei alapján a hazai rendezvények leg többje, körülbelül 20%-a valamilyen zöldséget, gyümölcsöt vagy ezekből készült ételt ünnepektől eltérő témában. Azonban e kategórián belül különítettem el a leg több (23) alkategóriát, így e kategória tekinthető a legszínesebbnek. Az alkategóriákon belül vannak elterjedt és egyedi témák is. A legnépszerűbb a lecsó, hiszen országos szinten 34 ilyen rendezvényt azonosítottam, de a burgonya és a burgonyás ételek (21), a tök (20), valamint a káposzta és a káposztás ételek (18) száma is kiemelendő. Az azonos téma ellenére az elkészítés módjában lehetnek különbségek, főként a táji és a társadalmi adottságok különbözősége okán. Például Káván a tököss lecsó köré szervezik a fesztivált az elnevezés szerint. Országosan 12 téma egyedülálló, melyekből 1-1 került az adatbázisba, mint például cékla-, ribizli- vagy ajváfesztivál. Az Ajváfesztivál a szerb

nemzetiségük által nagyobb arányban lakott Deszken működik, ahol a helyi szerb közösséghez kapcsolódó étel választása mellett a másik indok az volt az egyik szervező elmondása szerint, hogy kerestek *„valami elemet, ami vagy Magyarországon egyáltalán nincs, mármint ilyen fesztivál formájában, vagy esetleg nagyon ritkán kerül elő”*.

Majdnem 20% volt a disznótoros rendezvények aránya is. Ám kevésbé volt változatos e kategória, hiszen a túlnyomó része disznótoros vagy böllér elnevezést kapott (148 db), de megjelentek a disznótoroshoz kötődő termékek ünnepei, mint például a kolbász- vagy csülökfesztiválok (44 db). A disznótoros rendezvények magas számáról az egyik megkérdezett, korábban fesztiválminősítéssel foglalkozó szakértő negatívan nyilatkozott: *„én attól vagyok ki, akik azt mondják, hogy megcsinálom Magyarország 72. disznótorát, vagy böllérnapját. Lehet, abban van ötlete, hogy kolbászfesztivál helyett valami más disznófeldolgozásra vonatkozó kifejezést használjon, de akkor is ugyanaz, a hagyományos disznótor. Persze bejön, mert ma már nincsenek házi disznótorok, nincsenek nagy családi disznófeldolgozások, de ez ötlettelenség”*. Bár a disznótorosok mindennapi életben való jelentőségének csökkenése okán e rendezvények segíthetnek a hagyományok átadásában a generációk között (BESSIÈRE, J. 2013), véleményem szerint, ha sok településnek van disznótorosa, ezek egyre kevésbé lehetnek egyediek, ami a versenyben maradást veszélyeztetheti a többi rendezvény és település között. Ám a rendezvényszervezők általában tudatosan próbálnak egyedi témát választani. Például a Csongrád-Csanád Megyei Önkormányzat Mórahalmot említette példának, ami *„látta, hogy többen csinálnak a környezetében böllérnapot, rájött, hogy van Zákányszéken, Domaszéken, Ásotthalmon is böllérnap és akkor nem biztos, hogy neki is kell, mert ennyi böllérnap a térségben sok”*, így a Tepertőfesztivált hozta létre. Ugyan mikrotérség szintjén valóban indokolt lehet a téma szerinti differenciálás, az elkészítés módjában lehetnek eltérések az ország különböző részein. Például a budapesti agglomerációban szervezett disznótorosok főként a sváb, a békésiek a szlovák hagyományokat követik, melyre többen utalnak az elnevezésben.

A harmadik legtöbb esemény az ital kategóriába került, melyen belül kiemelendő a borfesztiválok magas száma (107), melyet indokol, hogy a borok hazánk értékes termékei. A Nemzeti Értéktárpiramis értéktárai szerint a magyarságra kevésbé jellemző sörök 41 alkalommal kerültek a rendezvények fókuszába, míg a hungarikumnak számító pálinkára mindössze 9 esemény alapozott [9]. Az egyik pálinkafesztivál szervezője elmondása szerint a pálinkafesztiválok *„gátja az, hogy a pálinka körüli szabályozás az eléggé rugalmasan változik és kissé kaotikus, de tulajdonképpen az, hogy itt mindenféle [egészségügyi és értékesítési jog]szabálynak megfeleljünk, az gyakorlatilag lehetetlen”*.

Kedvelt témának számított a húsfőzés és sütés, hiszen a rendezvények majdnem 16%-a került e kategóriába, melyek általában főzőverseny keretében ünnepelték a gasztronómiát. A kategórián belül a hal- és vadas ételek rendezvényei voltak a legnagyobb számban (66), de megkülönböztettem a magyarságra jellemző ételek, mint például a gulyás és pörkölt (27), valamint a szárnyas ételek rendezvényeit (24). Országos szinten nyolc olyan ide sorolható rendezvény volt, mely pontos elnevezést nem kapott, általános főzőfesztiválok, vagy valamely kor (például barokk) vagy trend (például bio) ételeinek ünnepei voltak. A marha, bárány, birka, kecske és egyéb állatfőző ünnepek egy alkategóriába kerültek, hiszen külön-külön alacsony elemszámot képviseltek, ám hasonló jellegűek. Bácsalmáson ugyan nem bivalyfesztivált szerveztek, de az egyik szervező elmondta, hogy bivalyhúsból készült ételeket is jelenítettek meg a Népek Ízek Forrataga nevű rendezvényükön. Ennek oka, hogy szerintük sokkal érdekesebb és egyedibb, mint egy pörkölt vagy gulyás, és *„egy pörkölt is lehet érdekes valakinek, de azt beszéltük, hogy mindig valami speciális, jellegzetes dolgot szedjünk össze, ami nem annyira mindennapos”*, segítve a hétköznapi rutinból való kiszakadást (FALASSI, A. 1987).

Változatos kategóriának számít a 18 alkategóriát tartalmazó, a gasztrorendezvények majdnem 13%-át jelentő édesség-, desszert- vagy tésztafélék ünnepcsoportjai. Az alkategóriák elemszáma viszonylag kiegyenlített, de kiemelendő a 19 fesztivált tartalmazó egyéb kategória, mely az országos szinten egyedülálló rendezvényeket jelenti, legtöbbjük pedig nemzetiségi étel

volt. Például egy-egy kvircedli- (sváb), vasilopita- (görög), haluska- (szlovák) és tejbegrízfesztivált találtam.

Az általános fókuszú, gyűjtő kategóriába került rendezvények elnevezésében nem adtak meg konkrét ételt vagy italt. Általánosan gasztrofesztiválra, vagy valamilyen terület vagy csoport ízeinek főzőversenyére utalnak. Közülük kiemelendők a „street food” fesztiválok, melyek nem a hagyományokat, hanem az új étkezési trendeket és ízeket népszerűsítik, a gasztrofesztiválok e szerepére a szakirodalom is utal (MANDABACH, K.–CHUANBIAO, W. 2019).

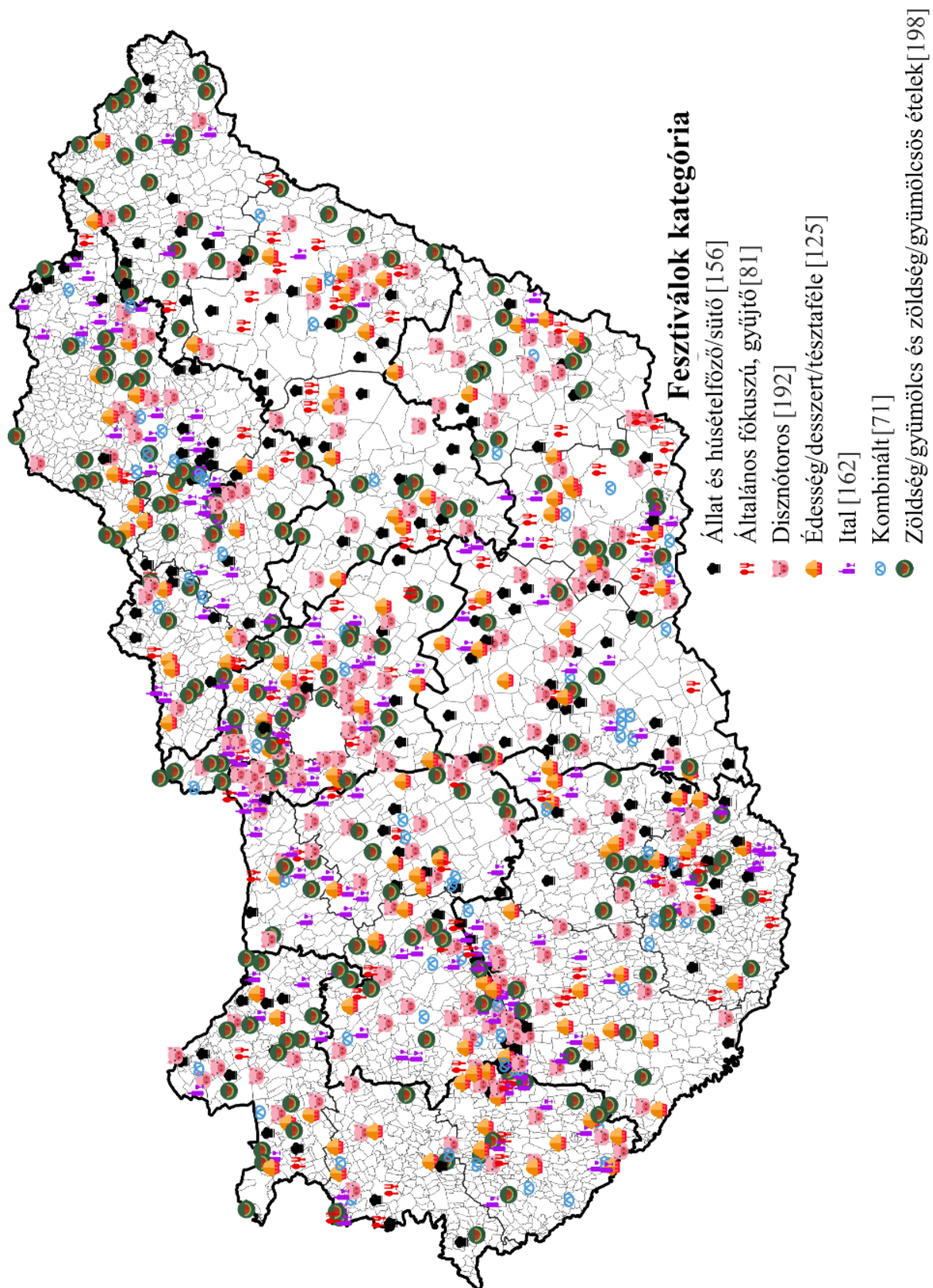
8. táblázat: A gasztrorendezvények téma szerinti kategóriái a gasztrorendezvény-adatbázis szerint

Fő kategória – megoszlás	Alkategóriák és rendezvények száma
Zöldség/gyümölcs és zöldség/gyümölcsös ételek – 199 darab (20,2%)	Lecsó (34), burgonya és burgonyából készült ételek (21), tök (20), káposzta és káposztás ételek (18), egyéb zöldség/gyümölcs (12), szilva (10), meggy/cseresznye (9), paprika és paprikás ételek (8), dinnye (8), gesztenye (7), gomba és gombás ételek (7), alma és almás ételek (6), bab és babos étel (6), kukorica (6), hagyma (5), barack (4), dió (4), lekvár (3), paradicsom (3), birs (2), eper (2), uborka (2), általános gyümölcs (2)
Disznótoros – 192 darab (19,5%)	Általános disznótoros és böllér (148), disznótoros termékei (csülök, hurka, kolbász, sonka, töpörtyű) (44)
Ital – 163 darab (16,5%)	Bor (107), sör (41), pálinka (9), többféle ital kombinációja (6)
Állat és húsetelfőző/sütő – 156 darab (15,8%)	Hal és halas ételek, vad és vadételek, hal és vad (66), pörkölt, gulyás és egyéb húsetelfőző (27), szárnyas és szárnyas étel (kakas, liba, kacs) (24), kemencés, grill és bográcsos ételek (18), marha, bárány, birka, kecske és egyéb állat (13), általános főző (8)
Édesség/deSSERT/tésztaféle – 125 darab (12,7%)	Egyéb édesség (19), rétes (12), méz (11), tésztafélék (12), csokoládé (11), általános sütemény/torta (7), kalács (7), kenyér (6), lángos (6), palacsinta (6), fánk (5), gombóc (5), sajt (5), derelye (3), pogácsa (3), lepény (3), görhe (2), tojás (2)
Általános fókuszú, gyűjtő – 81 darab (8,2%)	Általános gasztró (37), általános és helyi ízek (32), street food (8), hungarikum (4)
Kombinált: a fő kategóriák kombinációi – 71 darab (7,2%)	Ital és disznótoros (23), ital és állat és húsetelfőző/sütő (15), ital és általános fókuszú, gyűjtő (15), ital és édesség/deSSERT/tésztaféle (5), ital és zöldség/gyümölcs és zöldség/gyümölcsös ételek (3), édesség/deSSERT/tésztaféle és állat és húsetelfőző/sütő (3), zöldség/gyümölcs és zöldség/gyümölcsös ételek és édesség/deSSERT/tésztaféle (2), zöldség/gyümölcs és zöldség/gyümölcsös ételek és disznótoros (2), disznótoros és édesség/deSSERT/tésztaféle (1)

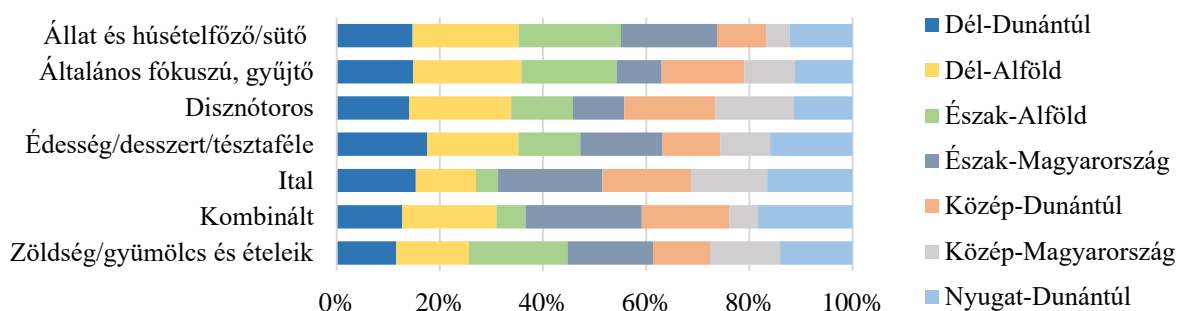
Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A kombinált témájú fesztiválok között a legtöbb kombináció egyedinek tekinthető, de legmagasabb számban a borra és disznótorra (23) alapozó események voltak. E fő kategóriába került a keletibeli Kacs- és Spárgaételek napja, melyen eleinte csak a spárgát ünnepelték a szomszédos Öttömöshöz hasonlóan, és a megkülönböztethetőség érdekében egészítették ki a településhez szintén kötődő kacsával, hiszen ott vállalkozók szárnyasokat nevelnek.

A kategóriák régiók szerinti megoszlása alapján a zöldség és gyümölcs témákat ünneplő fesztiválok az Észak-Alföldön voltak a legnagyobb arányban (20%), míg a Dél-Alföld régió részesedése átlagos. A disznótorosok elősorban a Dél-Alföld és a Közép-Dunántúl régióban voltak jellemzőek. Pest megyében volt a legtöbb disznótoros, melyen belül e rendezvények a budapesti agglomerációban koncentráltak, főként a sváb hagyományokra alapozva. Az italfesztiválok Észak-Magyarországon, illetve a borvidékeken domináltak, a többi régióban való megoszlásuk viszonylag kiegyenlített, de legkisebb arányban az Észak-Alföldön voltak (5%). A húsfőző fesztiválok elősorban a Dél-Alföldön, az Észak-Alföldön és az Észak-Magyarországon voltak jellemzőek (20% körül). Az édesség/deSSERT/tésztaféle ünnepek oszlottak meg a legkiegyenlítettebben a régiók között, a legtöbbet a Dél-Dunántúlon és Dél-Alföldön rendezték meg. Az általános fókuszú gasztrorendezvények főként az alföldi régiókban voltak jellemzőek (kb. 20% körül) (15. és 16. ábra, 10. melléklet).



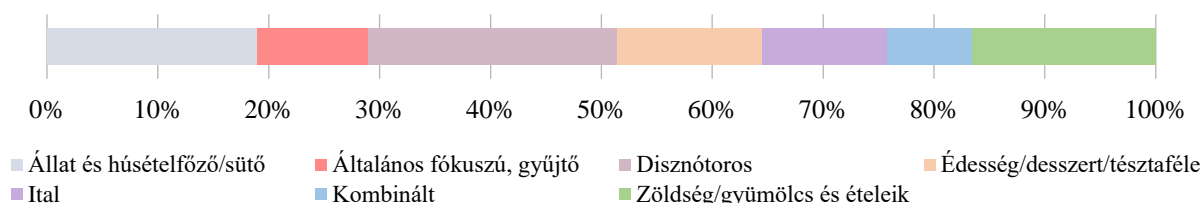
15. ábra: A gasztrorendezvények téma szerinti elterjedése Magyarországon 2019-ben
 Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján



16. ábra: Tervezési-statisztikai régiók aránya az egyes fesztivál témákban

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A Dél-Alföld régió kínálatában elsősorban a disznótoros, valamint a húsfőző rendezvények domináltak, míg a kombinált, az általános fókuszú, valamint az ital témák fordultak elő legkevésbé. A megyénkénti eloszlásban kiemelendő, hogy Bács-Kiskun megye rendezvényeinek 30%-a húsfőző fesztivál volt, melyet a disznótoros rendezvények követtek (20%), a többi kategória megoszlása 10% körüli, egyedül az általános fókuszú fesztiválok képviseltek mindössze 5%-ot. Csongrád-Csanád megyében ez a megoszlás némiképp eltért, hasonló arányban kerültek megrendezésre a disznótoros, az általános fókuszú, a zöldség/gyümölcs, valamint az édesség/desszert/tésztaféle kategóriába került rendezvények, míg a húsfőző fesztiválok 5%-ot jelentettek. Békés megye rendezvényeinek majdnem 30-30%-a disznótoros és zöldség/gyümölcs rendezvény volt, míg az általános témájú, az ital, valamint a kombinált rendezvények 5-5%-ot tettek ki. E eredmények alapján a régió három megyéje különböző jellegű kínálatot nyújt, a megyéken belül pedig Csongrád-Csanád megye kínálata volt a legdiverzebb a fő kategóriák alapján (15. és 17. ábra, 10. melléklet).



17. ábra: A gasztrorendezvények téma szerinti aránya a Dél-Alföld kínálatában

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A hazai gasztrorendezvények téma szerinti vizsgálata során feltártam az ünnepektől kiválasztásának módjait a kérdőívezés, a szervezői és szakértői interjúk, illetve az esettanulmányok alapján. A kérdőív nyitott kérdése szerint a rendezvények kitalálói döntően valamilyen helyi hagyományos ételre vagy a helyhez köthető termékekre, terményre, legendára igyekeztek alapozni rendezvényeiket a helyi hagyományok megőrzése céljából. Például a Méhkeréki Uborkafesztivál létrejöttét a helyi, uborkára alapozott mezőgazdaság indokolta, vagy Csólyospáloson évszázadok óta birkát tenyésztettek, mely hagyományt újjá akarták élesíteni a Birkafőző Fesztivál keretében. A Lepényváró Fesztivál pedig helyi legendára épül. A csanádapácai Kakasfesztivál alapja is legenda, de nem a település sajátja, hanem a romániai testvértelepülés, Apáca kakaslövési hagyománya előtt tisztelegve választották a kakasfőzést rendezvényük témájaként, mely már nem tekinthető helyi sajátosságnak.

A legendákon és népi hiedelmeken alapuló témaválasztás kapcsán az egyik megkérdezett kutató elmondta, „mikor dömpingje volt a gasztrofesztiváloknak, akkor azon törték a fejüket, hogy na, miről nincs még fesztivál. És akkor agyaltak ki ilyet, hogy gombóc-fesztiváltól kezdve, minek nincs még fesztiválja, nyilván akár tanulás nélkül is az egyediségre törekvés, az unikális kínálatra törekvés, az megvolt az emberekben. Mert hát az az érdekes, ha nekünk olyan fesztiválunk van, mint ami másnak nincs. Úgyhogy kell valami, ha helyi kötődése nincsen, akkor gyártsunk róla legendát, hogy miért. Ez a legendagyártás azért

vidéken sikeres lehet, és majd még fűzik tovább a legendát a generációk, és a végén már azt sem tudjuk, hogy mi igaz belőle”.

Egyes rendezvények országos hagyományokat ünnepelnek, melyek nem egyedül az adott lokalitás sajátosságai, mint például a legtöbb disznótoros rendezvény. A Magyar Fesztivál Szövetség részéről megkérdezett egyik interjúalany szerint például *„Budapesten a Mangalica Fesztivál nem helyi sajátosságra épül, de ahhoz, hogy a mangalicát termelő- és feldolgozó ipar megmutathassa magát, innentől kezdve nem kell, hogy helyi értéként szerepeljen”*, ami pedig a lokális, ez esetben a vidéki hagyományok befogadó helytől való elszakadását és nagyobb léptékekben való terjedését jelenti (MACLEOD, N. E. 2006). Volt olyan interjúalany, aki kritikusan állt a disznótoros, illetve minden más egyéb, vidékhez köthető gasztrofesztivál városban való megrendezéséhez. Ugyanis szerinte azzal, hogy a városiaknak helybe viszik a vidéki kultúrát, a városiak nem érznek motivációt arra, hogy elutazzanak vidékre, ami a vidéki fesztiválok látogatottságát és összességében a belföldi turizmus mutatószámait rontja. A Magyar Fesztivál Szövetségtől megkérdezett másik partner szerint sincs gond az országos érték lokalizálásával, csupán az a lényeg, hogy a rendezvény minőségi legyen, valamint a befogadó közösség tudjon azonosulni a témával, a turisták pedig ismerjék olyan szinten, hogy felkeltse az érdeklődésüket (BOGATAJ, J. 2019). Szeged önkormányzatától megkérdezett interjúpartner a Szegedi Borfesztivál kapcsán érvelt amellett, hogy *„úgy is kezelhetjük, hogy ezek új lokalitások, a Borfesztivál önmagában egy termék tulajdonképpen, és nem maga a bor a termék, hanem maga a Borfesztivál a termék, és ez a helyi sajátosság, ami létrejött”*. Ebben a megközelítésben pedig a lokalizálás értékalkotási folyamatot jelent, bővítve a helyi erőforráskészletet. Az országos értékek ünnepléséhez sorolható például a tápéi (Szeged) Tarhonyafesztivál. A szervező szerint a településrésze nem volt jobban jellemző a tarhonya, mint más hazai településre, azonban *„itt nem is az volt a lényeg benne, hogy ez csak Tápéra jellemző volt, hanem hogy Tápén mindenkire jellemző volt”*, és ezáltal összekötötte az embereket. Ez pedig különösen fontos a tápéi közösség életében, hiszen Tápé Szegedhez csatlakozásával elvesztette önállóságát.

A szakirodalmi példákhoz hasonlóan számos lokalitás a térségére, tájegységére jellemző gasztroterméket választotta ünnepelt témának, mely azonban a környező településekre ugyanúgy jellemző. Ebben az esetben, ha a térségben más település is szeretne élni a fesztiválokkal járó előnyökkel, más témát kell választani, mint ahogy 4 interjúban vizsgált település tette más hazai kutatók eredményeihez hasonlóan (KISS M. 2014). Ezt nem minden lokalitás véli igazságosnak, ahogy kiderült a Szolnok turizmusát vizsgáló kutató elmondásából: *„Szolnok a Tisza fővárosa, mégis Szeged elvette a halászléfőzés fesztiválját Szolnoktól”*. A nagykararási rendezvény szervezője pedig elmondta, hogy *„ugye dinnyefesztivált szerettünk volna, de mivel Medgyesegyházán már ezt a nevet adták az ő rendezvényüknek, így kellett valamit találni, ami hagyomány, amit természetesen itt a településen, vagy a mai napig van ennek hagyománya”*. Végül Krumplifesztivál lett, mert *„itt a környező települések megkülönböztették egymást, mindenkinek volt valami neve, (...) a mienk volt az, hogy krumplisok, valamiért, gondolom abból kifolyólag, hogy elég sok krumplit termesztettek meg azt vitték el a környező piacokra, és akkor így lett ez, vállaltuk ezt fel, kész, így lett a krumpli”*. Vagy a Duna-parti Érsekcsanádra ugyanúgy jellemző a hal, mint Bajára, de Baja gyorsabb volt a fesztiválalkotásban. Így Érsekcsanád Sárközi Országos Halfőző Versenyt és Halsütő Fesztivált szervez, összefogva a Sárköz térséget, és a bajaikkal ellentétben a halételek elkészítési sokféleségének bemutatását célozza. Vannak olyan térségi értéket ünneplő rendezvények, ahol az adott hagyomány elfeledőben van. Például a Méz- és Meggyfesztivál szervezője elmondta, hogy *alig vannak már helyben meggytermelők, „de nyilván, hogy az elmúlt 10 évben erre építettünk, így muszáj ezt szinten tartani”*.

Voltak, akik az egyszerűség mellett döntöttek, és olyan témát választottak, melyhez az alapanyagok adóttak, elkészítésük egyszerű. Így a téma nem helyi sajátosság, az ország bármely részében előfordulhatnának e fesztiválok. Ilyen étel a lecsó, mely megmagyarázza a lecsófesztiválok magas számát az országos kínálatban, hiszen az alapanyagai könnyen és olcsón

beszerezhetők, egyszerűen készíthetők. A Csörögefesztivál témaválasztását is az egyszerűbb kivitelezhetőség indokolta. A szervező elmondása szerint fontos szempont *„a pénz, hogy egyszerűen, olcsón sokakat bevonva, minél közérthetőbb, minél közelebb legyen egy ételnek az elkészítése (...). Akkor az ugye mindenkit megszólít, nem zár ki senkit, nem válogat ugye, nem diszkriminál, és akkor az egy jó kis olvasztótégely, mert az mindenkit érdekelhet”*.

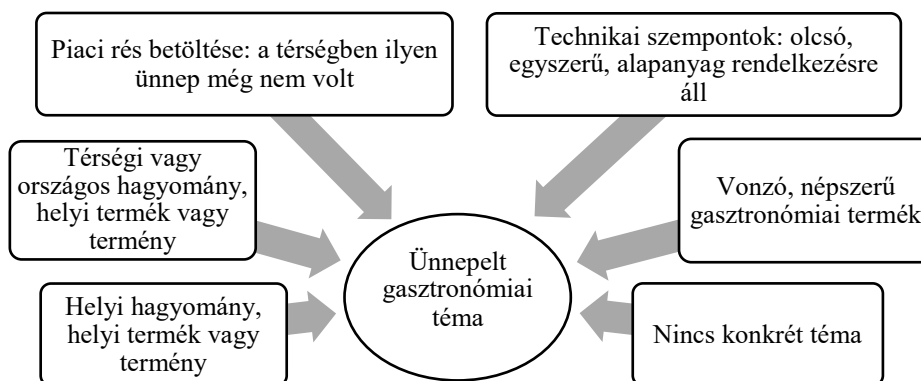
Sokak esetében fontos szempont volt az egyediség és a piaci rés betöltése, hiszen többen azért választották a rendezvényük ünnepelt témájának az adott gasztronómiai terméket, mert olyan ünnep még nem volt a térségben. Például az újkígyósi Galiba Napok esetében nehéz volt a témaválasztás, hiszen a megkérdezett interjúalany szerint, amikor megfogalmazódott a gondolat, hogy valamilyen gasztronómiai fesztivált szerveznének, *„mindjárt azzal kezdődött [a probléma], hogy mi legyen a neve, meg egyáltalán (...) mi legyen az a termék. Nem volt a legjobb a liba [mert a helyi libatenyésztési múlt kevésbé kedves emlékei miatt a helyi lakosok kevésbé szeretik], de az úgy alakult, hogy valahogy egyedinek is kell lenni, tehát a 15. csülökfesztivált, meg Békéscsaba mellett a csülökfesztivált nem csinálhatjuk meg (...). Békés megyében majdnem mindenhol ugyanaz van, legalábbis egy tájegységen belül. Valamiért különlegesnek is kell lenni, de valamivel kötődni is kell az újkígyósi dolgokhoz”*.

Az adott téma népszerűsége, ezáltal a turisták vonzása is állhatott a témaválasztás hátterében, például a hatvani Sörfesztiválon a kérdőív szerint: *„nem kifejezetten a sör szeretete miatt kezdtük a fesztivált. Szerettünk volna az őszi időszakban is egy nagyszabású rendezvényt, ahol nagy tömegek tudnak szórakozni, kapcsolódni. A témaválasztás német minta miatt esett a sörre, és mert az vonzza a legszélesebb tömegeket”*, melyre GATELY I. (2005) is utal.

Ugyanakkor egyes rendezvényeknek nincs konkrét ünnepelt témája. Például a Felgyői Falunap- Főző verseny és Gasztró Fesztivál című rendezvényen minden résztvevő azt főz a főzőversenyen, amit szeretne, saját alapanyagból. A szervező tudatosan nem adott konkrét témát a rendezvénynek, hiszen az volt a célja, hogy mindenki abban mutathassa meg magát, amiben jó, minél több embernek legyen esélye nyerni a főzőversenyen, és hozza össze az egymástól elidegenedett helyi lakosokat, családokat, barátokat egy közös főzés keretében.

Összességében a témaválasztás legjellemzőbb módja a helyi vagy térségi gasztronómiai sajátosság mint adott helyi erőforrás ünneplése volt, melyet bizonyít, hogy 22 település valamilyen a helyhez vagy a helyi közösséghez köthető témát választott a szervezői interjúk elmondások alapján. Ez kapcsolható leginkább a nemzetközi szakirodalom szerint megfogalmazott gasztrofesztivál-definícióhoz, azaz a résztvevők egy, a helyi közösség kultúrájához köthető gasztronómiai témát ünneplik és tartják fenn. Míg az országos érték lokalizálása és a témaválasztás további négy legfőbb módja alapján a rendezvények nem olyan gasztronómiai értékeket ünnepelnek, amelyek már a fesztivál létrehozása előtt is szorosabban kötődtek volna a településhez és térséghez, a helyi közösséghez, mint másokhoz, akárcsak a további 13 vizsgált rendezvény esetében. E módok során a rendezvény létrehozásának gondolata előbb fogalmazódott meg, mint hogy létezett volna korábban ehhez kötődően már valamilyen helyi érték. Így a rendezvény létrehozása a helyi gasztronómiai sajátosság megteremtését is jelenti, felhasználva a helyi aktorok kreativitását és bővítve a helyi kulturális erőforrások körét (18. ábra). E témaválasztási módok alapján történő fesztiválalkotás jelenti a szakirodalmi áttekintésben bemutatott megalkotott hagyomány koncepcióját, mely hazánkban más szerzők (például PUSZTAI B. 2003, 2007; KISS M. 2014) szerint is jellemző. E mód segíthet a kulturális, gazdasági és társadalmi fejlődésben olyan településeken, ahol korábban nem létezett turisztikailag eladható erőforrás, vagy az identitást erősítő közösségi hagyomány, miközben társadalmi innovációnak tekinthető (NEMES G.–VARGA Á. 2015). Meglátásom szerint, ellentmondva a szakirodalmi és a kérdőív szerinti definíciónak, a témaválasztás szempontjából e rendezvények is gasztrofesztiválnak tekinthetők hazánkban, mely a gasztrofesztiválok glokalizációs leképeződését jelenti. A problémát inkább abban látom, hogyha számos lokalitás ilyen módon törekszik erre, egyre nehezebb lesz az egyediség megteremtése, ami hozzájárul ahhoz, hogy a gasztrofesztivál szó leértékelődjön, és e rendezvények tömegtermékekkel váljanak a kulturális homogenizálódás irányába mutatva

(HALL, C. M. 1997; RICHARDS, G. 2002). Még ekkor is hangsúlyos szerepük lehet a helyi közösség összetartásában, azonban jelentőségük, vonzerejük a helyi közösségre korlátozódik, így a fesztivál szó használata nem válik relevánssá.



18. ábra: A gasztrorendezvények témaválasztási módjai

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A témaválasztás említett módjai kombinálódhatnak is. Például Derekegyházon nem volt különösebb hagyománya a palacsintasütésnek, éppúgy, mint bárhol az országban, viszont szervezőik igyekeztek egy olyan népszerű, olcsó és egyszerűen elkészíthető ételre fesztivált alapozni, melyre addig nem volt példa a térségben. Végül a képviselő-testület a palacsinta mellett döntött. Felvetődik a kérdés, hogy egy új hagyománnyal a helyi lakosok mennyire tudnak azonosulni. Ehhez a szervezőknek biztosítani kell például a helyiek étel- vagy italkészítésbe való bevonását, hogy a tevékenység az identitásuk részévé váljon (CSURGÓ B.–LÉGMÁN A. 2015). Ezen a rendezvényen a palacsintasütés egyre inkább térségivé válik, a rendezvény kezdetekor a helyi közösség megmozdulása révén végezték e tevékenységet. A derekegyházi terepkutatásaim során vizsgáltam, hogy a turisták tisztában vannak-e azzal, hogy a fesztivál témája nem helyi sajátosság. A válasz döntően nemleges volt, de a téma eredetének megismertetését követően szinte minden válaszadó jó, kreatív ötletnek tartotta a fesztivál ilyen jellegű alkotását, hiszen elmondásuk alapján nem az étel eredete miatt látogatják az eseményt, hanem maga a fesztiválhangulat adja az élményt, akárcsak a csanádapácai és a bócsai rendezvények megkérdezett résztvevői szerint. Egy 10 év körüli gyerek úgy fogalmazott a Palacsintafesztivál eredetéről, hogy „jó, ez okos ötlet, miért ne dobnák fel a helyi rendezvényt. Jellemző, hogy a szervezők különlegessé akarják tenni az eseményeiket, ezért elcsenik más ötleteit, mert úgy gondolják így jobb lesz a településük. Más is ellopta már más ötletét, meg minden városnak van már valami fesztiválja”.

A kérdőív szerinti gasztrofesztivál-definíció egyértelműen arra utal a szakirodalommal egybehangzóan, hogy a gasztrofesztivál elsődleges feltétele, hogy a kiválasztott gasztronómiai terméket a látogatók megkóstolhassák, új ízeket tapasztalhassanak meg, miközben megismerhetik az ételek elkészítésének módjait. Ehhez kapcsolódóan a kutatásban igyekeztem feltárni, hogy erre milyen módon van lehetőségük a látogatóknak, tehát átélhetik-e a kulturális sokszínűség élményét. A Bócsatoron például 20-30 főből álló csapatok egy-egy sertést dolgoztak fel a nap folyamán, és készítették el az előre megadott ételeket, melyekkel versenybe szálltak egymással, élményük a közös munkából és a vendéglátásból fakadt. Az esettanulmányok közül a látogatók itt kaptak leginkább lehetőséget a sokféle íz megismerésére. A rendezvény teljes ideje alatt bármely csapat, bármely ételéből fogyaszthattak a résztvevők, miközben az ételkészítés látványa is hozzájárult az élményükhöz (QUAN, S.–WANG, N. 2004). Továbbá kiemelendő a nemesnádudvari Bor- és Vadgasztronómiai Fesztivál gasztronómiai jellege, ahol az interjú alapján a Kárpát-medence több pontjáról érkező vadászok és borászok által készített ételeket és italokat lehetett megkóstolni a fesztivál területén kijelölt útvonal mentén kóstolójegy ellenében, és az ebből származó bevétel az ételek előállítását illette.

Az összesen 37 vizsgált gasztrorendezvény közül 12 eseményen főzőverseny formájában jelent meg a gasztronómia a szervezők elmondása szerint, melyen elkészült ételekből a főzőcsapatokhoz nem tartozó látogatók hivatalosan nem kóstolhattak, azt a csapatok és baráti társaságuk fogyaszthatták el. Ennek okára 6 szervező is felhívta a figyelmet, szerintük az egészségügyi és értékesítési-adózási szabályozások ezt nem teszik lehetővé, viszont a turisták számára kevésbé nyújthat élményt mások főzésének látványa, ha annak termékeivel nem ismerkedhetnek meg. Például Mórahalmon a vizsgált év előtt volt bivalyfesztivál, melyen főzőversenyt tartottak. A helyi megkérdezett elmondta, hogy e rendezvény kapcsán a legnagyobb probléma az volt, hogy *„az érdeklődők, akik ide jöttek nem kóstolhattak, mert a csapatok megkapták a húst, és aztán az övék volt, amiket megfőztek. Na, most ez a külső szemlélő számára teljességgel értelmetlen”*. A Magyar Fesztivál Szövetségtől megkérdezett egyik interjúpartner szerint pedig *„a főzőverseny abszolút öngól, ha sétálok, érzem az illatot, látom a látványt és nem tudom megkóstolni, megvenni”*. E probléma megoldására Csanádapácán például a szervezők által megbízott vendéglátós főzte a névadó ételt, melyből fogyaszthattak a látogatók fizetős kóstolójegy ellenében, ebédidőben. A Kakasfesztiválon megkérdezett látogatók közül senki sem sérelmezte, hogy a főzőcsapatok ételeiből nem kóstolhatnak. A kritika inkább az ételkínálat bővítésére irányult, hiszen többek szerint kevés vállalkozó volt kinn a rendezvényen, akiktől különféle ételeket vásárolhattak volna. Általános, hogy a kisléptékű rendezvényeken egy vagy kisszámú értékesítő települ ki, így a többféle íz kipróbálása nem valósul meg, ami a gasztrofesztivál feltétele lenne. Két tinédzser részéről merült fel az igény valamilyen modernebb és többféle ételkészítési eljárással készült étel kóstolására a Kakasfesztiválon. A megkérdezett látogatók jellemzően helyiek voltak, vagy a környező falvakból érkeztek, a részvételi motivációjukként a családi főzést és a szórakozást, kikapcsolódást említették. Mindemellett a megkérdezett csoportok 70%-a falunapként, 20%-a gasztrofesztiválként, 10%-a pedig e kettő kombinációjaként tekintett e rendezvényre, tehát a rendezvény gasztronómiai jellegéhez kapcsolódóan nem állítottak magas elvárásokat, ismerték a rendezvény jellegét, hiszen több mint 10 éve megrendezésre került.

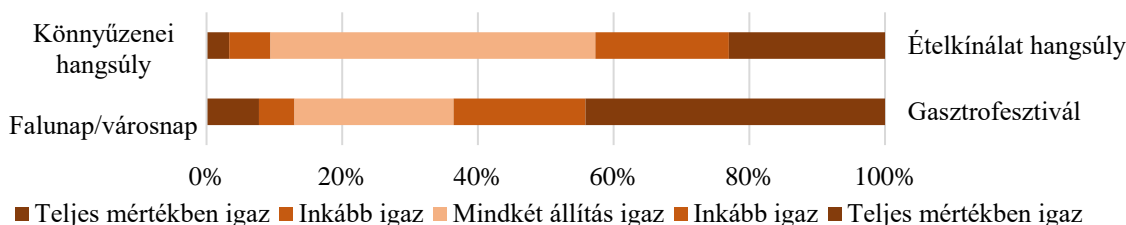
Véleményem szerint az étel és ital típusának nagy szerepe lehet a látogatók vonzásában, ugyanis a sokak által kedvelt ételre építő gasztrorendezvény vonzóbb lehet a látogatók számára. Mindemellett az ételkészítés módjának is nagy szerepe van egy rendezvény népszerűségében. Terepi kutatásaim azt bizonyítják, hogy a látványos és közösen végezhető, izgalmas ételkészítés, mint például a Bócsatoron az igényesen feldíszített udvarokban végzett egész napos sertésfeldolgozás, sokkal jobban felhívhatja az érdeklődők figyelmét, mint egy egyszerű főzés. Mindezek alapján egy gasztrorendezvény gasztronómiai vonalának eredményessége főként a kreativitáson múlik, amihez gyakran nem szükséges jelentős anyagi források bevonása.

A gasztrorendezvények vonzereje nagyban függ a programkínálattól is, melyben a kérdőív szerinti gasztrofesztivál-definícióban a gasztronómiai, valamint az ahhoz kapcsolódó kulturális, zenei programok is megjelenhetnek. Mindhárom esettanulmány esetében a szervezők fontosnak tartották a zenei kínálatot a gasztronómiai tematika mellett. Ebben a tekintetben a Palacsinta- és a Kakasfesztivál hasonlít leginkább egymásra, melyeken lehetőséget kaptak a helyi és környékbeli amatőr civilek különböző műsoraik bemutatására, esténként pedig híresebb sztárfellépők lépnek színpadra. Azonban a derekegyházi eseményen időbeli hosszúsága miatt lényegesen több a meghívott külsős amatőr és sztárfellépő is. A Bócsator programkínálata jobban illeszkedik a hagyományőrző jelleghez, ugyanis az eseményen magas színvonalú néptáncos és népzenei műsorokkal színesítik a programot.

A kulturális programok minőségét illetően előfordultak ellentétek a magas és alacsony költségvetésű rendezvények szervezői között. A városi, nagyobb volumenű rendezvények szervezői, vagy azokat pártoló szakértők kritikusan foglalmaztak a kis volumenűek műsorpalettájának minőségéről. Míg azoknál a kisebb, falusi rendezvényeknél, ahol előkerült e téma elmondták, hogy a helyi lakosok igényeihez igyekeznek illeszkedni, mely akár városi büdzséhez mért színvonalú, más esetben pedig a helyi lakosság számára a kultúra mást jelent,

mint például a városiak számára, így a helyi igényekhez illeszkedően igyekeznek színvonalas előadót találni.

A kérdőíves és az interjú eredmények azt mutatják, hogy az egyes rendezvényeken eltérő mértékben jelentek meg a gasztronómiai és a kulturális programok. E kapcsán megvizsgáltam, hogy a kérdőívet kitöltők válaszai alapján a gasztronómiai elnevezést viselő rendezvények kínálatukban mennyire fókuszáltak a fesztivál nevét adó értékek bemutatására, vagy inkább a kulturális, zenei, szórakoztató programokra helyezték-e a hangsúlyt (19. ábra).



19. ábra: A gasztrorendezvények fókuszára utaló kérdőív állításpárok

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A kapcsolódó zárt kérdések vizsgálata szerint a vizsgált rendezvények 90%-a megcélózta a gasztronómiai hagyományok népszerűsítését. 10%-ukon a zenei programkínálat hangsúlyosabb volt a gasztronómiánál a gasztronómiai elnevezés ellenére. Ez az arány nem kiemelkedő, viszont ellentmondásos, hogy léteztek olyan gasztronómiai elnevezésű események – ami esetén arra gondolnánk, hogy a névadó elem ünnepléséről szólnak – ahol alig jelent meg a gasztronómia a kulturális programok mellett. Ennek hátterében a célközönség igényeinek kielégítése állhat, melynek a szervezők igyekeznek megfelelni. Például a balástyai Zöldség- és Virágfesztivál szervezője az interjújában elmondta, hogy az a „sztárfellépőkről szól, a lakosságot is ez érdekli, ebben méri, hogy milyen a fesztivál, mennyire híres a fellépő”. A kérdőív szerint országosan és a Dél-Alföld régió esetében is a rendezvények majdnem felén hasonló arányban jelentek meg a színpadi programok és a gasztronómia, 40%-uk pedig jobbra a gasztronómiai elemekre koncentrált. Az ünnepelt téma kapcsán vizsgálatra került, hogy a rendezvény inkább falunapnak/városnapnak, tehát egy közösségi ünnepnek, vagy gasztrofesztiválnak, a gasztronómia ünnepléséről szóló eseménynek tekinthető-e. Ennek eredményeként a vizsgált rendezvények szervezőinek 60%-a szerint inkább vagy teljes mértékben gasztrofesztivál a rendezvényük, de több mint 10%-a inkább vagy teljes mértékben falu- vagy városnapként tekint arra (20. ábra). A falunap/városnap, illetve gasztrofesztivál dichotómiájára a rendezvények területi jelentőségénél is utaltam, de a falunap gasztrofesztivállá alakítása nemcsak a területi jelentőségben, de a programkínálatban is minőségi változást feltételez.

A gasztronómiai és a kulturális-zenei programok hangsúlyosságát megvizsgáltam a médiaelemzés, illetve a kérdőív szerint is, mindkét esetben a „fókusz” mutató megalkotásával (2. ábra, 4. ábra). A kérdőív alapján készült „fókusz” mutatót az „Az étkezési/italfogyasztási hagyományok népszerűsítése” állításra (31. ábra) és a 20. ábrán bemutatott állításokra adott pontszámok összegéből, majd azok normalizálásából hoztam létre. Az 5-5 kategóriát K-Közép klaszteranalízis segítségével határoztam meg, melyeket kulturális, inkább kulturális, gasztrokulturális, inkább gasztronómiai, valamint gasztronómiai fókuszú klasztereknek neveztem el. A minta mérete és a klasztertartományok eltérőek a két módszer szerint, illetve a médiaelemzés a fesztiválok kívülről mutatott imázsát tükrözi, a kérdőív pedig belülről vizsgálja, hogy szervezőik hogyan ítélik meg saját rendezvényüket.

A médiaelemzés szerint a rendezvények kb. 7%-án, a kérdőív alapján 1%-án egyáltalán nem kapott kiemelt szerepet a gasztronómia, a programkínálat a zenei műsorokra fókuszált, így e rendezvények nem tekinthetők gasztrofesztiválnak (LEE, I.–ARCODIA, C 2011). Ide sorolható például a Jászszentlászlói Faluhét és Paradicsomfesztivál. Az inkább kulturális fókuszú klaszterbe is a médiaelemzés szerint kerültek nagyobb arányban a rendezvények, e szerint majdnem 20%, a kérdőív szerint 10%. Mindkét módszerrel ide sorolandó például a Dobozi

Mézes Fesztivál. A gasztrokulturális rendezvények hasonló arányban fókuszálnak a gasztronómiára és a színpadi műsorokra. Ezek mindkét módszer szerint majdnem 30%-ban voltak jelen. Ilyen például a csanádapácai Kakasfesztivál. Az inkább gasztronómiai fókuszú rendezvények a kérdőív szerint magasabb arányban jelentek meg a kínálatban (35%), mint a médiaelemzés szerint (15%). Mindkét módszer alapján ide került például a Nemzetközi Sajt-és Túrőfesztivál. A teljes mértékben a gasztronómiát vonzerőnek tekintő klaszterbe pedig a rendezvények kb. ¼-e került a két módszer szerint, mint például a Bócsator. E eredmények alapján a rendezvények többségének nemcsak a nevében kapott szerepet a gasztronómia, hanem a programkínálatban is, így e szempontból megfelelnek a gasztrofesztivál fogalomnak (9. táblázat).

9. táblázat: A „fókusz” mutató szerinti klaszterek jellemzői

Sor-szám	Elnevezés	Klasztertartomány		Arány	
		Médiaelemzés	Kérdőív	Médiaelemzés	Kérdőív
1	Kulturális fókusz	0-0,2	0,29-0,41	7,2%	1,3%
2	Inkább kulturális fókusz	0,23-0,4	0,42-0,63	19,7%	10,4%
3	Gasztrokulturális fókusz	0,43-0,64	0,64-0,76	29,0%	29,2%
4	Inkább gasztronómiai fókusz	0,65-0,84	0,77-0,89	15,4%	35,7%
5	Gasztronómiai fókusz	0,85-1	0,9-1	28,8%	23,4%

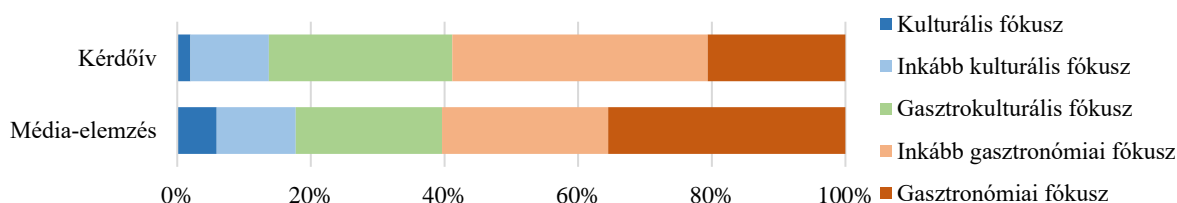
Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A médiaelemzés szerint a kulturális hangsúlyú klaszterbe került rendezvények regionális eloszlása viszonylag egyenletes, a legmagasabb arányt a Dél-Dunántúlon, a legalacsonyabbat a Közép-Magyarország régióban képviselték. Az inkább kulturális fókuszú rendezvények az Észak-Alföld és az Észak-Magyarország régiókba tömörültek körülbelül 20-20%-os megoszlással. A gasztrokulturális fókuszú rendezvények viszonylag egyenletesen oszlanak meg a régiók között. Az inkább gasztronómiai (30%) és a gasztronómiai fókuszú rendezvények (20%) a Dél-Alföld régióba tömörültek. A kérdőív szerint létrehozott „fókusz” mutató néhány helyen eltérő képet mutat a külső, médiaelemzéshez képest. Például a kérdőív alapján a kulturális fókuszú rendezvények a két alföldi régióban koncentráálódtak több mint 30-30%-os megoszlással, míg a médiaelemzés szerint lényegesen alacsonyabb volt ezek aránya. Az inkább kulturális fókuszú rendezvények eltérése szintén a Dél-Alföld régióban a legnagyobb, a kérdőív szerint magasabb e rendezvények aránya, mint a médiaelemzés szerint (11. melléklet).

A Dél-Alföldön a médiaelemzés alapján az országos adatokhoz képest a gasztronómiát előtérbe helyező klaszterekbe sorolt rendezvények magasabb értéket mutatnak, együttesen majdnem 60%-ot jelentenek. Ezzel az értékkel a régiók közül a Dél-Alföld kínálatában mutatkoztak meg legnagyobb arányban a jellemzően gasztronómiára fókuszáló rendezvények, hiszen míg a második helyen álló Dél-Dunántúlon 50%, az utolsó Észak-Alföldön 33% ez az arány. Ezzel párhuzamosan a Dél-Alföld régióban a legalacsonyabb a jellemzően kulturális fókuszú klaszterekbe került rendezvények aránya (17%), az Észak-Alföld régióban pedig a legmagasabb (40%), mely különbség figyelemre méltó a két alapvetően hasonló földrajzi adottságú régió között. A kérdőív szerinti „fókusz” mutató eredményei pedig hasonló megoszlást mutatnak a Dél-Alföld régió és az országos adatok között. Ám a régiók összehasonlításában csak a negyedik helyen szerepel a gasztronómiai jellegű klaszterek együttes arányának tekintetében, míg a kulturális klaszterek esetében a harmadik legtöbb kulturális fókuszú rendezvény sorolható a vizsgált régióba (20. ábra, 11. melléklet).

A kérdőív- és a médiaelemzés eredményei között tapasztalhatók több mint 10%-os eltérések. Például a Dél-Alföldön a médiaelemzés túlértékelte a gasztronómiai fókuszú rendezvények arányát, hiszen a kérdőív szerint lényegesen alacsonyabb arányt képviselnek. Az eltérés oka lehet, hogy e régiókban a legmagasabb a disznótoros rendezvények aránya, melyek jellemzően pozitívabb értékeket kaptak a többi témánál, hiszen ezek esetében derült ki legegységesebben a médiatartalmakból, milyen módon jelent meg a gasztronómia.

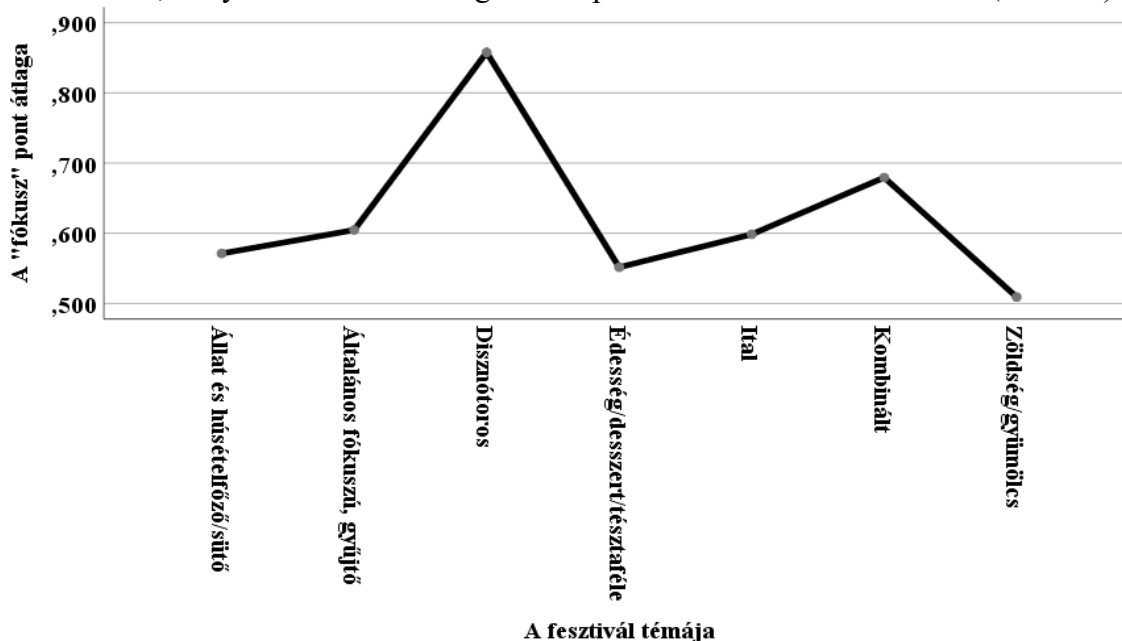
Összességében néhány kivételtől eltekintve a médiaelemzés szerinti „fókusz” mutató szigorúbban értékelte a gasztrorendezvényeket. Hiszen sok esetben a médiatartalmakban nem, vagy alig jelent meg információ arról, hogy a névadó téma milyen módon jelenik meg azon, a hírek inkább zenei programokat, a sztárfellépők neveit hangsúlyozták. Ellenben a kérdőíves vizsgálattal, ahol a rendezvények szervezői természetesen tisztában vannak a gasztronómia megjelenésének mértékével és módjával, növelve a kérdőív szerinti „fókusz” mutató pontszámait (11. melléklet). Például a körösnagyharsányi Káposzta Fesztivál a médiaelemzés szerint kulturális fókuszú, míg a kérdőív alapján inkább gasztronómiai fókuszú, a Derekegyházi Palacsintafesztivál pedig a kérdőív szerint gasztrokulturális, a médiaelemzés szerint inkább gasztronómiai fókuszú.



20. ábra: A médiaelemzés és a kérdőív szerinti „fókusz” klaszterek megoszlása a Dél-Alföld régió gasztrorendezvény-kínálatában

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Feltártam a téma jellege és hangsúlyossága közötti összefüggéseket a médiaelemzés szerinti „fókusz” mutató alapján ANOVA elemzéssel. Eszerint a legkevésbé a gasztronómiára fókuszáló rendezvények a zöldség/gyümölcs, az édesség/deSSERT/tészta, valamint a húsetelfőző témájúak. E rendezvények általában főzőversenyek, azonban a látogatók számára kevésbé nyújthat élményt mások főzésének látványa, ha a versenyző ételekből nem fogyaszthatnak. Ezért a rendezvények vonzerejének növelése és a látogatói élmény fokozása érdekében valóban szükséges a színpadi, zenei programokkal való kiegészítés, például a Kakasfesztivál résztvevői is azokat várták legjobban a terepi kutatás szerint, de BÓDI J. (2008) is alátámasztja a kulturális műsorokra való fókuszálást mint vonzerőnövelő tényező. A leginkább gasztronómiára fókuszáló rendezvények a disznótoros ünnepek, melyeken a sertés egész napon át történő feldolgozása önmagában látványos elem, a szórakoztató programok a kiegészítő elemek, nem a fő attrakciók, melyet a Bócsatoron végzett terepi kutatások is alátámasztanak (21. ábra).



21. ábra: A médiaelemzés szerinti „fókusz” mutató és a téma kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A gasztrorendezvények zenei és gasztronómiai programjának aránya az interjúzás során is vitatott kérdés volt. A gasztrofesztivál kérdőív szerinti fogalma alapján szükség van kiegészítő kulturális programokra, például a Bajai Halfőző Fesztivál egykori szervezője szerint *„nem elég az, hogy a gasztronómia szerepel csak, hanem mellé fel kell sorakoztatni kulturális elemeket. Turizmust csak így lehet csinálni”*. Azonban a gasztrofesztiválok működésére rálató megkérdezett szakértők mindegyike úgy látja, hogy a gasztrorendezvények kínálata egyre inkább átmegy a témához kevésbé kapcsolódó, zenei és szórakoztató vonulatra. Az interjúzás szerint 4 rendezvény szervezője a bármelyik rendezvényen ugyanúgy fellépő, ismert zenei előadó produkciójában látta a rendezvény fő attrakcióját, nem pedig a helyi közösség egyedi, gasztronómiai értékeinek felsorakoztatásában, ami pedig a gasztrorendezvények kommercializálódását és a fesztivalizációt támogatja (JORDAN, J. 2016).

Az egyik LEADER egyesület fiatal tagja elmondta az általa kedvelt és látogatott gasztrotémájú rendezvényekről, hogy *„eddig én még nem gondoltam ezekre úgy, hogy gasztronómiai rendezvények, de végül is azok”*. Válaszát a szanki fesztivál alapján indokolta, elmondása szerint, ha nem *„Méz- és Meggyfesztiálnak nevezték volna, hanem ifjúsági fesztiválnak, akkor is valószínűleg ugyanez lett volna ott a program. Nem a név alapján nyitottam feléjük”*. Azonban a Palacsintafesztiválon a terepi kutatásom során tapasztaltam, hogy egy városi fiatal pár volt kevésbé elégedett a gasztronómiai kínálattal, ugyanis a Palacsintafesztivál név hallatán arra számítottak, hogy több palacsintasütő standnál, többféle különleges palacsintát lehet kóstolni. Ehhez képest csak egy helyen lehetett, ahova inkább nem is álltak be, mert nagy volt a sor. Ez a rendezvény a médiaelemzés szerint gasztronómiai fókuszú kulturális elemekkel, a kérdőív alapján pedig gasztrokulturális, tehát a média valamivel túlértékelt az ételkínálati hangsúlyt a szervező véleményéhez képest. A Stílusos Vidéki Éttermiség részéről megkérdezett, fiatal interjúpartner szerint a gasztrofesztiválok a magas számukból kifolyólag egysíkúak lettek, és *„nem tudta eldönteni a nevéből, hogy ez most jó esemény lesz, vagy rossz. És ezért szerintem sokszor belefuthattak a látogatók olyan rendezvényekbe, amik nem azt a minőséget, vagy célt szolgálták, mint amire ők gondoltak, és ez csalódás. Ez ránk nézve, akik tényleg igyekszünk minőségi gasztrofesztivált szervezni, ez nekünk azért volt kellemetlen, mert sokan azért nem látogattak már meg minket, mert belefutottak egy pár ilyen rossz eseménybe (...), miközben a mieink távol állnak ezektől a történetektől”*. E okból kifolyólag három szakértő interjúpartner említette, akiknek van érdekük gasztronómiai témájú rendezvény szervezésében, hogy a fesztivál szó használatát szándékosan kerülik. Azonban a fesztivál elnevezése kapcsán az egyik dél-alföldi kisváros turisztikai irodájának vezetője úgy vélekedett, hogy *„valahogy rendet kellene tenni az emberek fejében, hogy ne olyan szolgáltatási színvonalat várjanak el egy kis településről, mint ami mondjuk Budapesten van”*. Ugyanakkor az interjúk alapján a gasztrofesztivál tartalmi elemei a szervezőkben sem tisztázottak, akárcsak a szakirodalomban sincs egyetértés a fesztivál, illetve gasztrofesztivál meghatározásában. Az interjúzás és a kérdőívezés során is 2-2 példa volt arra, hogy egy gasztronómiai elem és a fesztivál szó összetételéből elnevezett rendezvény szervezője elárulta, egyikük szavaival élve, hogy *„ez inkább csak az elnevezésében gasztró”*. Például a Csörögefesztivál (mindkét módszer szerint kulturális fókuszú gasztronómiai elemekkel) szervezője úgy fogalmazott, hogy *„gasztronómiai fesztiválról nem is kimondottan beszélnek, ha egy várossal összehasonlítom, nem is nevezhető annak. Mert tényleg a csöröge köré épül, csörögét mindenki várja, ingyen adjuk, meg ugye becsületekasszás ez a csörögeosztás, meg a sütésben sokan részt vesznek. Ezen kívül vannak a hagyományos falunapi vetélkedők, műsorok, programok, de sokkal inkább a szórakoztatás a fő vonala. És akkor ez a kiegészítője ennek, meg jól hangzik, van benne egy kis marketing”*. Meglátásom szerint azoknak a rendezvényeknek, melyek kínálata nem hozza az elnevezésétől elvártakat, nem a gasztronómia a fő vonzereje, át kellene gondolni a névválasztását, vagy a programkínálatot. Ugyanis, ha az elnevezése ellenére kevésbé jelenik meg a gasztronómia, megtévesztő és csalódást keltő lehet a látogatók számára, rontva a rendezvény és a hely imázsát.

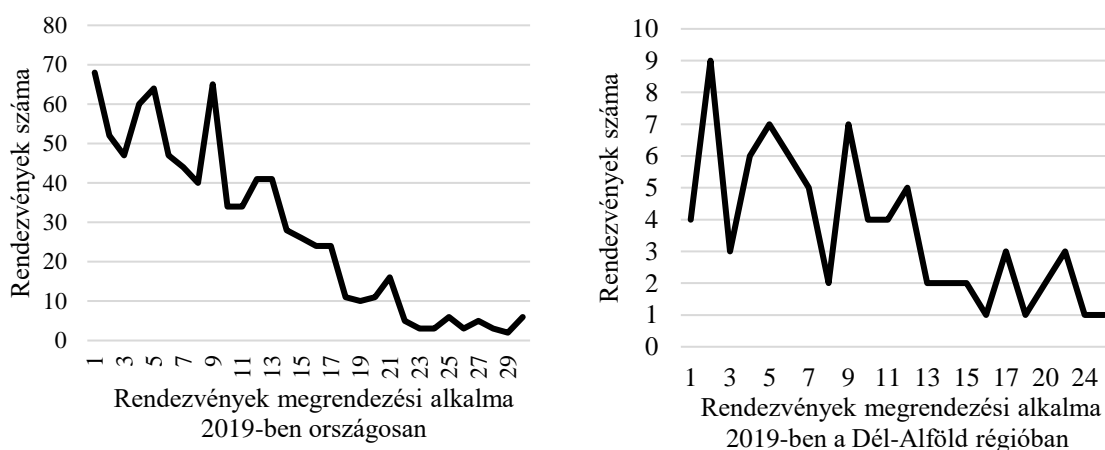
A rendezvények nevesítése és tematizálása érthető, hiszen így sokkal hangzatosabb és jobban eladható lehet, mint a pejoratívabb értelmet kapott falunap, illetve a búcsú és a majális elnevezés. Ráadásul a tematizálás a beazonosíthatóságot és az egyediséget is hangsúlyozza a hagyományok ápolása mellett, ahogy például a szanki Méz- és Meggyfesztyál (kérdőív szerint 4-es, médiaelemzés szerint 3-as klaszter) szervezője gondolja: *„minden település egyediségre törekszik, hogy megkülönböztethető legyen a többi településtől, a többi település falunapjától, ez az egyik ok. A másik pedig, hogy vannak kihalófélben lévő hagyományok, amiket így talán meg tudunk menteni”*. A mindkét módszer szerint gasztrokulturális fókuszú Öttömösi Spárgafesztivál szervezője szerint *„nyilván a lakosoknak is jobb érzés azt mondani a barátoknak, hogy gyere a Spárgafesztiválra, ahol több mint 30-féle ételt lehet megkóstolni, mint hogy azt mondani, hogy gyere ki a falunapra”*. Azonban a falunap és a gasztrfesztivál közötti különbségeket egyes szervezők másképp ítélik meg, így sok esetben összemosódik, melyre utal egy médiában megjelent hír kezdete: *„Őszibarack Fesztivál néven rendezték meg szombaton a szatymazi falunapokat”* [10]. Interjút készítettem e település polgármesterével, aki említette, hogy ugyan a falunapból gasztrfesztivál lett, de a *„kettő abszolút összefügg egymással, és nem is választható szét”*, mivel továbbra is megkapják a helyi gazdák a bemutatkozási lehetőséget, mint korábban. Nem választották szét a rendezvényt az árpádalmiak sem, mely a szervező elmondása szerint *„elsősorban falunap még mindig, másodsorban van itt a csöröge”*, és szerinte *„sok kis település igyekezte nevesíteni a falunapját”* hogy *„valami köré csoportosuljanak”*, melynek fontos szerepe volt a helyi rendezvények minőségi megújulása, valamint a kor igényeinek megfelelés szempontjából. Míg más párezres lakosságszámú településen tudatosan választották szét a kétféle rendezvényt. A Derekegyházi Palacsintafesztiválon az első napok töltik be a fesztivál szerepét, az utolsó nap a falunap, amikor a palacsinta már meg sem jelenik a rendezvényen. Az Ajvárfesztivál (médiaelemzés szerint 5-ös, kérdőív szerint 4-es klaszter) szervezője az interjúban jelezte, hogy *„finoman, óvatosan és tisztelettudóan szeretnénk kihozni, hogy ez egy más réteget céloz meg”*, mint amit a falunapok céloznak, *„tehát akinek az érdeklődési körébe tartozik a kézművesség, a kultúra, az értéktérítés”*, elsősorban azok találnak maguknak programot, *„ezáltal egy kicsit meg is szűrődik a társaság”*. Tehát a szervezők a piaci szegmentáció eszközét alkalmazzák. Érsekcsanádön is külön rendezvényként működik a falunap és a Halfőző Verseny és Halsütő Fesztivál (médiaelemzés alapján 4-es, kérdőív szerint 3-as klaszter), mellyel a szervezők bővítették az éves programkínálatukat, a két rendezvénynek pedig más jellege van. Azonban sok település számára még egy nagyobb rendezvény megszervezése is jelentős finansziális problémát okoz, így a fogalmak kevésbé tisztázottsága mellett az anyagiak is okozhatják a két eltérő jellegű rendezvénytípus, és akár a búcsú és a majális összekapcsolását is [11].

Hét rendezvény szervezője elárulta az interjúban, hogy annak létrehozása nem elsősorban belső motivációból fakadt, hanem a pályázati kiírások adta lehetőségekkel éltek a helyi kulturális élet bővítéséhez való forrásszerzés reményében. Például az Ajvárfesztivál szervezője úgy fogalmazott, hogy *„valami kiegészítő rendezvényt szerettünk volna rakni az egyébként más dolgokra kiírt és nyert pályázathoz”*, vagy Nagykamaráson falunap volt, ahol úgy lett Krumplifesztivál a szervezője szerint, hogy *„a pályázati lehetőségnél próbáltunk nevet adni, legyen már akkor neve, ha már egész napos”*. A további szervezői és szakértői tapasztalatok alapján jellemzően egy komplex pályázat megvalósításának feltétele volt új rendezvény létrehozása, vagy az egyik Csongrád-Csanád megyei térségfejlesztő szervezettől megkérdezett partner szavaival élve, *„a pályázatok miatt muszáj volt nevesíteni ezeket az eseményeket [a falunapokat], hogy forrásokat szerezzenek a megtartásra”* hiszen egyébként az önkormányzatoknak korlátozottak voltak a saját forrásai. Elmondása szerint *„ugye ezekhez kellett olyan ötleteket bedobni, amikre tudnak forrásokat lehívni, mert előfordult az is, hogy a kiírás szerint meglévő esemény nem támogatható, ilyenkor mit csinálsz, ugye adsz új nevet, meg beleteszel 1-2 olyan dolgot, ami 3 éve nem volt. Mert mit tudtál csinálni?”*. Az interjúzásba bevont rendezvények közül 13 nem rendelkezett azzal a kulturális erőforrással, ami témája lehetett volna a rendezvénynek, ezért valamilyen divatosnak tekintett gasztronómiai elemet

választottak, mint például a Palacsinta- vagy a Csörögefesztivál. Ugyan az interjúpartner jó dolognak tartja, hogy a felülről vezéreltség gondolkodásra és kreativitásra készítette a helyi szintet a forrásszerzés érdekében, elmondta, hogy „azzal volt bajom, hogy megkérdőjelezték a falunap közösségi lényegét, létjogosultságát, azt, hogy a közösség akarja. A központ, a fenti irodából a vezető hatalom, a pénz birtokosa úgy látja, hogy a falunap csak ilyen eszem-iszom, dínom-dánom, így erre nem adnak pénzt, csak olyanra adnak, ami fejleszt”. Az egyik budapesti gasztronómiai szervezettől megkérdezett interjúpartner, aki korábban vidékfejlesztési pályázatok elbírálásával foglalkozott elmondta, hogy megérti, hogy a forráshiányos önkormányzatok megragadják a lehetőségeket a pénzszerzésre a pályázatok útján, így „játszanak a szavakkal, hogy beférjenek egy-egy pályázati kiírásba”. Viszont „ösztönzik sajnos a pályázatok a településeket arra, hogy minél több rendezvény legyen, és ez nem feltétlenül a minőségi gasztronómiai események irányába történik”. Ebből kifolyólag pedig meglátásom szerint az állami és egyéb támogatások hozzáférhetősége nagyban hozzájárult a gasztronómiai témájú rendezvények gyarapodásához, segítve azok tömegtermékké válását és egyediségük, értékük elvesztését az országos kínálatban (KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017). Ennek ellenére fontosnak tartom, hogy kisebb központi segítséggel minden település megmutathassa azt, hogy mire képes, hiszen lokális léptékben a legkevésbé egyedi rendezvény is hozzájárulhat például a helyi kohézió erősítéséhez és a társadalmi tőke fejlesztéséhez, függetlenül az elnevezésétől.

6.3. A gasztrorendezvények időbeli jellemzők szerinti tipizálása

A gasztrorendezvények időbeli jellemzésének részeként az adatbázisom alapján megvizsgáltam a rendezvények szervezési éveit. A rendezvények 16,6%-áról nem derült ki pontosan, hogy hány éve kerültek megrendezésre. Az elemzett események meglehetősen fiatalok, a vizsgált évben 52-t rendeztek meg először az országban, mellyel a többi szervezési év között a legnagyobb számban voltak jelen. Több szakirodalmi definíció szerint ahhoz, hogy egy rendezvényt fesztiválnak lehessen nevezni, időről időre folyamatosan ismétlődnie szükséges, azonban e első alkalommal megrendezett rendezvényeket is bevontam az elemzésbe, hiszen magas számuk bizonyítja a gasztronómiai témájú rendezvények hazai népszerűségét (22. ábra).



22. ábra: A gasztrorendezvények megrendezési alkalmainak száma 2019-ben

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A fiatal gasztrorendezvények dominanciájából lehet következtetni arra, hogy korábban kevesebbet szerveztek, mint az utóbbi években, de arra is, hogy feltehetően sokuk megszűnt. A fesztiválok dinamikus fluktuációját a szakirodalom, korábbi fesztivál-adatbázisok archív tartalma és az adatbázisom összeállításakor talált, de 2019-ben már nem működő események száma is bizonyítja. Például a Dél-Alföldön 2018-ban 9 új rendezvényt találtam, 10 db 2017-ben működő esemény 2018-ban már nem került megrendezésre, vagy míg 2019-ben 4 új gasztrorendezvényt, addig 14 olyat rögzítettem, amelyek 2018-ban még működtek, de 2019-ben már nem (22. ábra). Utóbbiak között 5 olyan volt, amit az internetes adatok szerint egyedül 2018-ban bonyolítottak le, de ebben az évben került utoljára megrendezésre a 10 éves bátyai

Fokhagyma Fesztivál és Falunap is, mely megszűnésének oka a pénzhiány, a belefáradás és feltehetően a szervezők és az önkormányzat közötti egyet nem értés lehet [11].

Országos szinten megfigyelhetők kiugrások a rendezvények korában, ugyanis 2019-ben a 4 vagy 5, illetve 9 éve megrendezett események száma magas volt, tehát a 2016 és a 2017-es, illetve a 2011-es évben jellemző volt az újak létrejötte. Viszont ezt követően zuhan a rendezvények száma. A Dél-Alföldön is kirajzolódik ez a tendencia, szintén a 4, 5 és 9 éves események dominanciája jellemző. Azonban az országos adatokkal ellentétben a Dél-Alföldön a legtöbb rendezvény második alkalommal került megrendezésre 2019-ben (22. ábra). Az egyik térségfejlesztő egyesület részéről megkérdezett szakértő elmondása szerint Csongrád-Csanád megyében „A helyi identitás és kohézió erősítése” projekt kapcsán létrejövő pályázatok megvalósulása 2018-ban kezdődött, és szorgalmazta, hogy „*csináljunk új dolgokat, mert ez a pályázat nem támogatja a már hagyományosnak mondható régi eseményeket, legyenek újak, ami a közösségi igényekre épül*”. Így a pályázat is szorgalmazhatta az új gasztrorendezvények 2018-as létrejöttét. A pályázati motiváció korábban is jellemző lehetett, hiszen az egyik LEADER szervezet tagja elmondta az interjúban, hogy a 2010-es évek elején a pályázatoknál „*azt, hogy falunap, sehol nem szabadott szerepeltetni. Mindenféle néven illették, nemzetközi, mit tudom én, főzőverseny vagy néptáncalálkozó, vagy vendégművészek fellépése, bármi, csak az, hogy falunap, az nem volt szabad. Ha falunap szerepelt, azt az MVH [Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal] kidobta azonnal az ablakon. (...) Ha az MVH megtudta volna, hogy azok falunapok, de egyébként tudta, egy fillér támogatást nem adott volna*”.

Az időtartam kapcsán a fesztiválminősítési rendszer szerint csak olyan rendezvény tekinthető fesztiválnak, mely legalább 2 napig tart. Ez alapján a hazai gasztrorendezvények majdnem 70%-a, a dél-alföldiek pedig 60%-a nem tekinthető fesztiválnak, ugyanis ezek a rendezvények mindössze egy napig tartottak (10. táblázat). Egyetértek azzal, hogy az egynapos rendezvényekkel kevésbé lehet jelentősebb turizmust generálni, viszont a rövid eseményeket is bevontam az elemzésbe, hiszen a kisebb léptékű turisztikai események is képesek felhívni a figyelmet egy-egy településre és értékeire, kiegészíteni más helyi attrakciókat és erősíteni a közösségi kohéziót, melyet a Bócsator példája is bizonyít. Viszont például a hosszú, négynapos Derekegyházi Palacsintafesztivál erőforrásbeli problémákkal küzdött a színpadi műsorok és a folyamatosan elérhető palacsinta biztosítása miatt.

10. táblázat: A gasztrorendezvények megoszlása időbeli terjedelmük szerint

Hossz	1 nap	2 nap	3 nap	4 nap	5 nap	6 nap	8 nap	9 nap	10 nap vagy annál több
Rendezvények aránya országosan (%)	68,8	14,5	11,30	3,0	1,4	0,1	0,2	0,2	0,4
Rendezvények aránya a Dél-Alföld régióban (%)	60,4	16,6	15,4	3,6	3	0	0	0,6	0,6

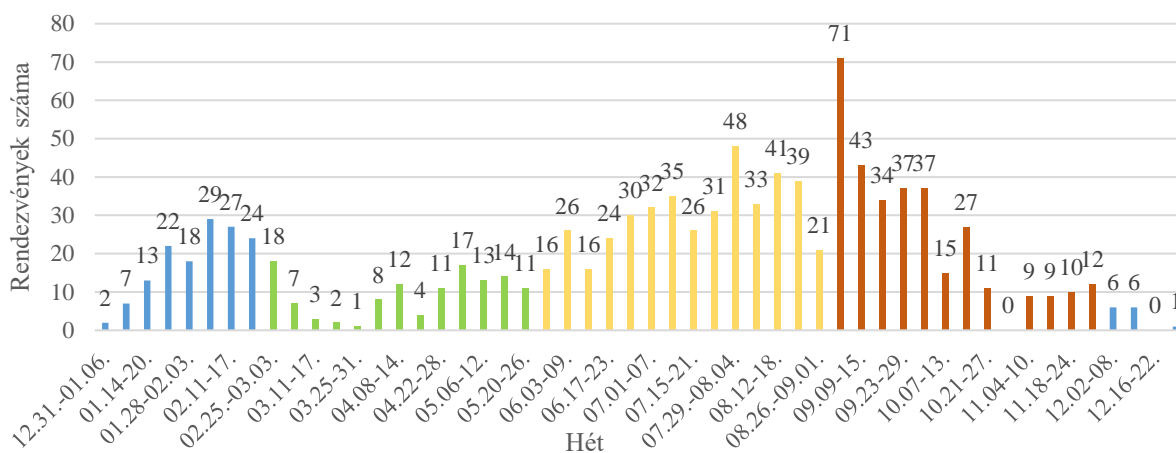
Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Az ütemezést tekintve a rendezvények többsége, 40%-a a nyári hétvégéken került megrendezésre országos szinten és a Dél-Alföldön, de az őszi események aránya szintén kiemelkedő (30%). Magas a téli rendezvények aránya (15%) ahhoz képest, hogy Magyarországon a turizmus szempontjából kevésbé kedvező ez az időszak, az országos kínálatban is domináló disznótorosok ehhez az időszakhoz kötődnek (23. ábra). Ez alapján a gasztrofesztiválok valóban segítenek a turisztikai szezon meghosszabbításában, illetve ki is egészítik a turisztikai kínálatot. Például a Mórahalmi Pálinkaverseny és Tepertőfesztivál azért van novemberben, hogy abban a rendezvényhiányos időszakban is nyújtson programot az oda látogató turistáknak és a helyieknek.

A térségi rendezvények időpontjainak összehangolása és az ütemezés fontos szerepet játszik az azok iránti érdeklődésben. Ha térben és időben egymáshoz közel vannak a rendezvények, azzal egymás rovására mehetnek az eredményesség, látogatószám

szempontjából. Például országosan és a Dél-Alföldön is a kérdőív válaszadóinak körülbelül 35%-a vélte úgy, hogy a környékbeli fesztiválok elvonzzák egymástól a látogatókat. A tetétleni Homoktövis Fesztivál szervezője a kérdőívben leírta, hogy „*a nem megfelelő időpontválasztás, a környékbeli települések hiányos kommunikációja miatti egymásra szervezés, a térségi városi rendezvények elszívó ereje miatt alacsonyabb a részvétel a vártnál*”.

A kérdőív eredményei alapján országos szinten és a Dél-Alföld régióban is a rendezvények több mint 80%-ára jellemző, hogy a környékbeli gasztrorendezvények szervezői igyekeztek összehangolni azok ütemezését. A pusztamérgesi Szüreti Fesztivál és Kakasfőző Verseny szervezője az interjúban említette, hogy régebben, mielőtt kialakultak volna a régióban a rendezvények fix időpontjai, a szervezéskor először „*vadászni kellett egy dátumot, mi az a szeptember környéki időpont, amikor a környéken még nincs semmi, mert mindenki akkor rendezte [a fesztiválját], amikor éppen eszébe jutott*”. Míg az interjú alapján az érsekcsanádiak a halsütő rendezvényt tudatosan időzítették a bajai Halfőző Fesztivált megelőző hétre, abban bízva, hogy aki korábban érkezik Bajára, meglátogatja az ő rendezvényüket is.



23. ábra: A gasztrorendezvények száma 2019 hétvégén

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A Magyar Fesztivál Szövetségtől megkérdezett egyik interjúpartner további kritikákat és javaslatokat fogalmazott meg a pandémiát megelőző fesztiválkínálat térbeli és időbeli sűrűsödése kapcsán. Szerinte „*az lenne a jó egyensúly, hogy egy adott szombaton Nógrád megyében nem 6 db egymástól 20 km-re lévő faluban lenne egyszerre laskafesztivál, hanem ez hat falu egyszer leülne és kicsit gondolkodna, és azt mondaná, hogy egyszer nálam, egyszer ott, és csináljunk egy minőségit. Vagy B verzió, ne mindenki ugyanazon a napon csinálja a laskafesztiválját, hanem mondjuk hetes, kéthetes vagy bármilyen ciklusban elosszák*”. Meglátásom szerint a jobbára homogén gasztronómiai kínálattal rendelkező térségekben ez lehet a legjobb választás, míg a diverzebb programkínálatot felsorakoztató területeken a nem szezonális témájú rendezvények, mint például a palacsintát vagy kakast ünneplő fesztiválok szervezőinek nagyobb fokú körültekintéssel kellene időpontot választani, hogy ne ütközzenek az időben kevésbé mozgatható rendezvényekkel. Érdemes lenne a tavaszi hónapokra is gondolni a rendezvényszervezéskor, hiszen ebben az időszakban alacsony volt a fesztiválok aránya (10%). Az idézett interjúpartner véleményét tapasztalatai alapján fogalmazta meg, hiszen jelezte, hogy „*ott Nógrádban csináltak egy fasírt fesztivált, majd megérkezett (...) a helyi országgyűlési képviselő, ott tartott egy 5 perces beszédet, majd a végén mondta, ajjaj, megyek tovább, mert ma még 5 ilyen megnyitót kell csinálnom. Nem az volt, hogy leül és eszeget, és jól érzi magát, hanem rohan tovább*”. Szerinte a térbeli és időbeli sűrűsödés a keresletre is negatívan hat, hiszen „*az első gasztrofesztiválokra, úgy az 1990-es években készültek az emberek, nem úgy, mint most, hogy na, hétvége van, és hol van fesztivál (...). Egy hétvégén körbe nézünk és 50km-es körzetben 15 fesztivál van, hát ebből az következik, hogy én sem készülök rá, mert tudom, hogy bármikor elmehetek, bármikor van*”. Mindez arra utal, hogy

egyre elérhetőbbé váltak a fesztiválok, egyre inkább tömegjelenséggé váltak és veszítettek az egyediségükből és értékükből is, melyre HUNYADI ZS. et al. már 2006-ban rámutattak. De nemcsak a látogatószám miatt fontos az időbeli ütemezés, a rendezvény programkínálatát és a kiállítók minőségét is nagyban befolyásolhatja. A növekvő kínálat és az egy fesztiválra jutó csökkenő kereslet miatt árusokat is egyre nehezebb találni. Például az egyik kiskunfélegyházi szervező tapasztalatai szerint *„a szegedi és pesti fesztiválok időpontja befolyásolja a mi rendezvényeinket. A kézműves árusok és borosok inkább a nagyobb városokat választják, ha egy időpontra esnek az események, így itt kisebb a választék”*.

A fesztiválok időbeli jellemzőihez tartozik az életciklus vizsgálata is, ami szoros kapcsolatot mutat a fesztiválok fenntarthatósági szempontjaival. Az időbeliség elemzésénél mutatom be a vizsgált rendezvények életciklusbeli jellemzőit, ám a kérdőív eredményeiből született, időbeliségre utaló szempontokat, melyekből az „életciklus” mutatót megalkottam, a fenntarthatósági tényezők vizsgálatánál részletezem (8.2. fejezet). Az „életciklus” mutató magában foglalja a rendezvények látogatottságának változását 1-től 5-ig terjedő skálán, mely szerint általánosságban a látogatószám stagnálása és növekedése jellemző (36. ábra). A mutató tartalmazza a „Fesztivált nem kellene megszüntetni”, a „Minden évben vezetünk be újításokat a fesztivál kínálatba”, valamint a „Lehetőségeink szerint a fesztivált megrendezzük a következő három évben” állításra adott pontszámokat, az egyetértéstől függően 1-től 4-ig (38. ábra). E pontszámokat összeadtam, a hiányzó adatok torzító hatásának kiküszöbölése érdekében normalizáltam, mely pontokból K-Közép klaszteranalízis segítségével klasztereket képeztem (4. ábra). Így kaptam meg az „életciklus” mutatót, mely kifejezi, hogy a felhasznált adatok szerint a rendezvények a fejlődés mely szakaszában járnak.

11. táblázat: Az „életciklus” mutató szerinti klaszterek jellemzői

Elnevezés	Klasztertartomány	Rendezvények megoszlása
Hanyatlás útjára lépett rendezvények	0,33-0,47	1,0%
Hanyatlással veszélyeztetett rendezvények	0,48-0,67	3,5%
Stagnáló rendezvények	0,68-0,78	14,1%
Fejlődő rendezvények	0,79-0,89	41,8%
Fejlett rendezvények	0,90-1	38,7%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A hanyatlás útjára lépett, illetve a hanyatlással veszélyeztetett rendezvények együttes aránya nem éri el az 5%-ot. Előbbiek közé került például a több mint 20 éves Zákányszéki Böllérnap, utóbbi klaszterbe a 4 éves Bor- és Gasztronap. A Bor- és Gasztronapról a megkérdezett szervező elmondta, hogy a megbízó nem bocsátotta rendelkezésükre a megfelelő mennyiségű anyagi erőforrást a megrendezéshez: *„azt gondolom, hogy minden rendezvénynek kellene lenni egy koncepciója. Az hogy, legyen Gasztronap, az nem koncepció. Számunkra az a feladat, hogy megrendezzünk egy Gasztronapot, de ehhez egyrészt szakmai tudás, felkészültség kellene, és bizonyos anyagi háttér, ami biztosítja, hogy a rendezvényt meg tudjuk szervezni, és köré tudjunk tenni egy olyan marketinget, bele pedig egy olyan tartalmat, ami minőségi. Na, most mivel ez nem áll rendelkezésünkre, nagyon nehéz megvalósítani, létrehozni”*. Mindemellett a helyi érdekcsoportok közé sorolt borászok is kevésbé támogatták a rendezvényt a részvételükkel.

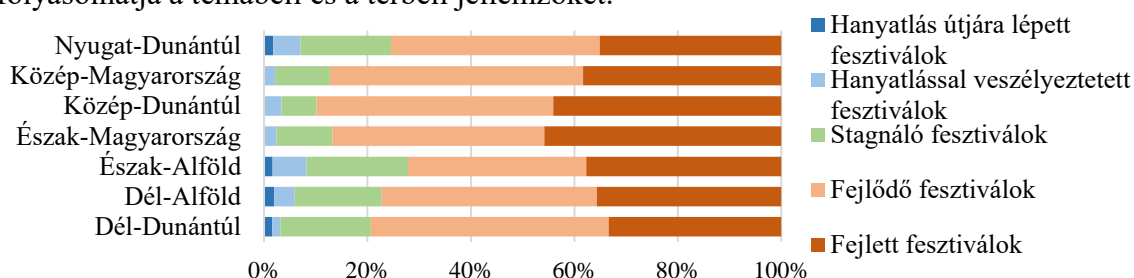
Szintén alacsony (kb. 15%) a stagnáló rendezvények részesedése, melyek a megújulás és a látogatószám szempontjából nem mutatnak nagy változást, mint például a 13 éves csanádapácai Kakasfesztivál és a több mint 20 éves pusztamérgesi Szüreti Fesztivál és Kakasfőző Verseny. Utóbbi rendezvény már elérte a legfejlettebb szakaszát, a BUTLER-féle életciklus modell fesztiválokra való alkalmazása szerint leszálló ágban van a szervező interjúk elmondása alapján, ugyanis az első éveiben, amikor még a településen sok család foglalkozott falusi vendéglátással, sokkal nagyobb szabású volt a rendezvény a turisták érdeklődése végett. A szervező elmondta, hogy *„arra elég nagy hangsúlyt fektettünk, hogy a nem főzők is tudjanak enni, sőt legelőször, mikor még elég sok volt a vendégfogadó ház, (...) nagyon kevesen főztek a főtéren, (...) mert a többiek a vendégfogadó házaknál főztek. Sőt, a kezdetek kezdetén a*

vendégfogadó házak neveztek be először a főzőversenybe, mert ugye ők aznapra vendéget fogadtak, a rafkósabbak bevonták őket, hogy jó, akkor itt egy kés és lehet darabolni”, különleges élményt nyújtva a vendégeknek. „Csak aztán ez megváltozott azzal, hogy leáldozóban kezdett lenni a vendégfogadás”, mert a fogadók megöregedtek és nem volt, aki átvegye a szerepüket. Így napjainkra a fesztivál nincs a turizmusra különösebb hatással, mert „régebben sokkal inkább fesztivál volt, mint most, (...) majdnem mondhatjuk azt, hogy olyan módon alakult át ez a rendezvény, hogy most a falunap kicsit a hangsúlyosabb. (...) Bár a név, így honosodott meg a köztudatban, hogy Szüreti Fesztivál és Kakasfőző Verseny, így már még rosszabb, mert majdnem, hogy erősebb lesz a kakasvonulat, mint a szüret, és mi a szüreti részét hívjuk fesztiválnak. Mitől Szüreti Fesztivál egy olyan rendezvény, ahol a legszüretibb jelleg az az asztalon lévő bor, vagy az a kis 100 literes prés, amiből mustot lehet kóstolni?”. Ugyan az interjúpartner nem fogalmazta meg, hogy szerintem mitől lehetne Szüreti Fesztivál a rendezvény, azt felsorolta, milyen tényezők miatt került háttérbe. Napjainkra Pusztamérges mint önálló hegyközség megszűnt, mert egyre zsugorodik a szőlő termőterület mérete, de a kulturális-zenei programkínálattal igyekeznek fenntartani a fesztivál jelleget. Mindez pedig ahhoz vezet, hogy „ránk is jellemző, hogy színesedünk, és megpróbálunk ilyen multikulturális jelleget ölteni, de nem biztos, hogy ez jó. Tehát elszemélytelenedik és ebből egy olyan fesztivál lesz, aminek nem lesz Pusztamérges jellege, hanem ha felemelnéd főzőstől, nagyszínpadostól, közönségestől az egészet, bárhol lehetnének az országban, és ez már nem jó, amikor ilyen van”.

A rendezvények több mint 40%-a a fejlődő események klaszterébe került, melyek a vizsgált időszakra feltehetően elérték legfejlettebb szakaszukat, a növekedés üteme már lassulóban van, de továbbra is eredményesek. Erre a 25 éves Öttömösi Spárgafesztivál hozható példaként. Majdnem 40% a legeredményesebb események aránya is, melyekre a folytonosság, a megújulás, valamint a növekvő érdeklődés jellemző, mint például a 9 éves Bócsatorra és a 13 éves Derekegyházi Palacsintafesztiválra (11. táblázat). Így a rendezvények túlnyomó többsége eredményesnek mondható, a megszűnés veszélye a kutatás alapján jellemzően nem állt fenn, mellyel az ANOVA elemzés szerint a rendezvények kora nem hozható összefüggésbe.

A hazai régiók közül a Közép-Dunántúl, a Közép-Magyarország, valamint az Észak-Magyarország régió mutatták a legkedvezőbb értékeket a klaszterek megoszlásában, hiszen a fejlődő és fejlett klaszterekbe került események együttes aránya meghaladja a 85%-ot. Míg a Dél-Alföld régió ebben a tekintetben az 5. helyen áll a rendezvények 77 %-ával az Észak-Alföld és a Nyugat-Dunántúl régiók előtt (24. ábra, 12. melléklet).

Az időbeli jellemzők alapján a gasztrorendezvény-kínálatot a fiatal és az egynapos, főként nyári és őszi, az életciklus szerint a fejlődő és fejlett rendezvények dominálták a vizsgált évben. A gasztrorendezvények pedig az időben változó jelenségek lehetnek, mely befolyásolhatja a témabeli és a térbeli jellemzőket.



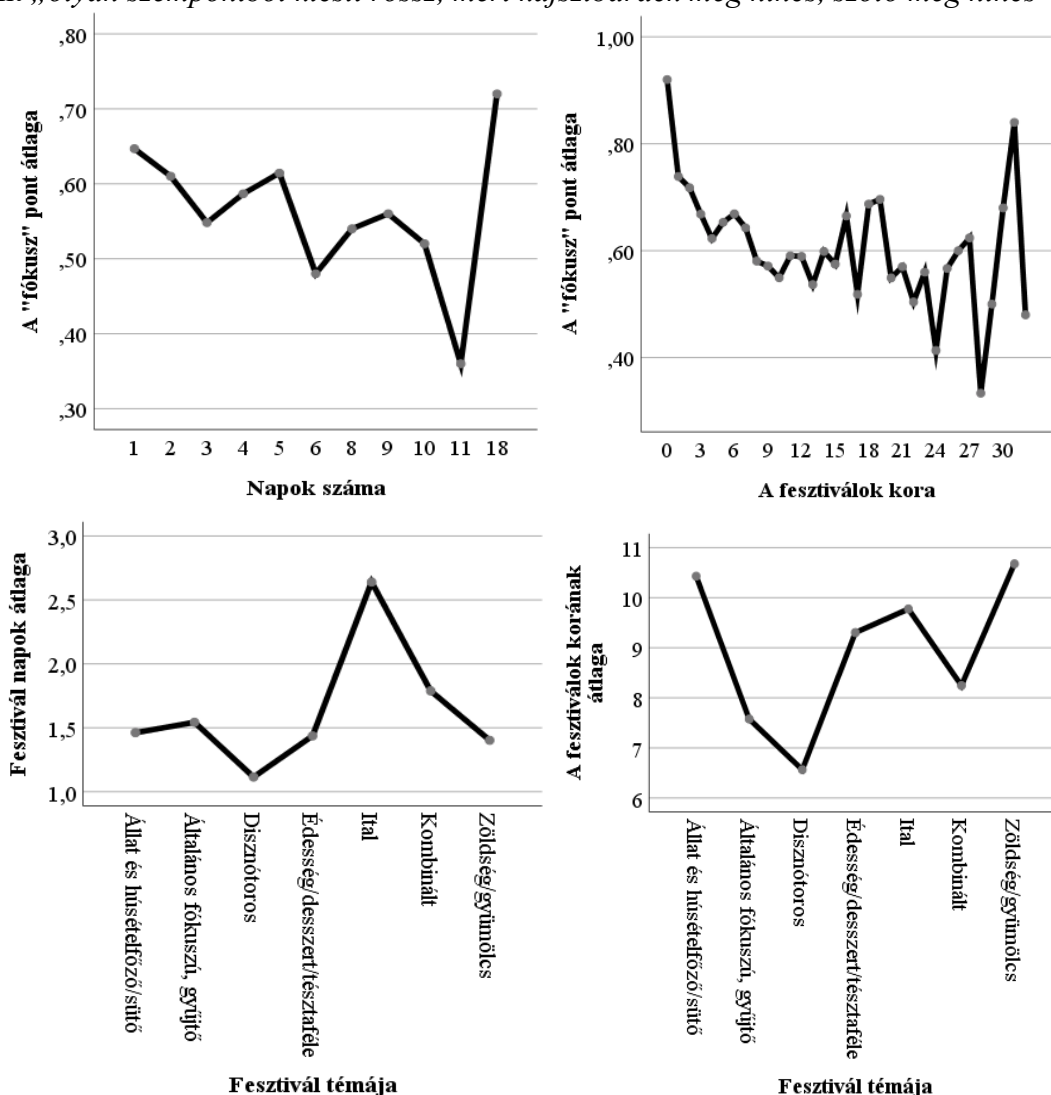
24. ábra: A kérdőív szerinti „életciklus” klaszterek megoszlása a hazai régiók gasztrorendezvény-kínálatában

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

6.4. A téma, a térbeliség és az időbeliség összefüggései

Minden gasztrorendezvény rendelkezik sajátos térbeli, témabeli és időbeli jellemzőkkel, melyek meghatározzák az országos kínálat jellegét. E szempontok kölcsönösen befolyásolják egymást, mely kapcsolatokat a médiaelemzés eredményein végzett ANOVA- és klaszterelemzés segítségével vizsgáltam (2. melléklet).

Kutatási eredményeim szerint van kapcsolat a gasztrorendezvények témája és az időbeli jellemzőik között, ugyanis a téma jellege nagyban befolyásolja a fesztiválok hosszát és ütemezését is. Például az ital- és a kombinált események voltak átlagosan a leghosszabbak a vizsgált évben, míg a disznótoros rendezvények a legrövidebbek. Az ütemezés kapcsán pedig egyes ünnepektől gasztronómiai termékek és tevékenységek szezonhoz köthetők, mely meghatározza a rendezvények szervezési időpontját (25. ábra). Például a disznótoros események jellemzően téli ünnepek, így képesek turisztikai kínálatot nyújtani a Magyarországon idegenforgalmi szempontból kevésbé népszerű téli szezonban. Míg a Kecskeméti Barackpálinka és Borfesztivál szervezője elmondta, hogy az állandósult június végi időpont „*olyan szempontból kicsit rossz, mert kajsziparack még nincs, szőlő még nincs*”.



25. ábra: Az időbeliség és a gasztrorendezvények témájának kapcsolatai

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A legidősebb gasztrorendezvények a 10 év feletti átlagos életkorral a húsfőző és a zöldség/gyümölcs témájúak, melyeket az ital, illetve a desszert és tésztafélé rendezvények követnek. Meglátásom szerint e gasztronómiai termékek, termények és tevékenységek lehetnek leginkább a szervező települések hagyományai, emellett első megrendezésükkor e témák lehettek a népszerűek. Míg a gasztrorendezvények szervezésébe később bekapcsolódó, helyi sajátossággal nem rendelkező, a térség sajátosságának kisajátításáról lemaradó, vagy a gasztronómiai trendeket követő települések inkább a kombinált, általános témájú (ezen belül a napjainkban divatos street food) és disznótoros fesztiválok szervezése mellett döntöttek (25. ábra), hiszen e rendezvények átlag életkora a legalacsonyabb. A disznótoros rendezvények fiatalabb korának, illetve magas arányának továbbá oka lehet, hogy gyorsan, rugalmasan

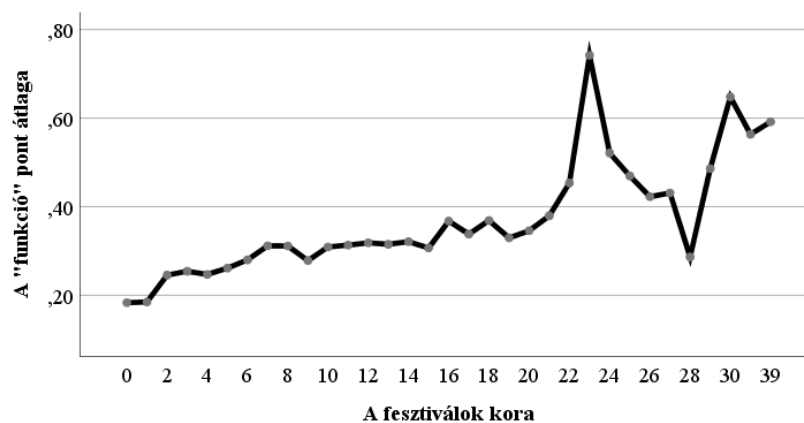
szervezhető és kevésbé igényelnek magas színvonalú kiegészítő programokat. A disznótor általánosságban jellemző az egész magyarságra, így megrendezésük sehol sem lehet idegen, viszont a mindennapi élet gyakorlatában egyre kevésbé jelenik meg. Gasztrorendezvény formájában ez a hagyomány tovább vihető, mivel segíthet megteremteni a kapcsolatot a múlt és a jövőbeli generációk között.

A téma hangsúlyossága és a rendezvény hossza nem mutatott szignifikáns eredményt (2. melléklet), ezért statisztikailag nem sikerült bizonyítani, hogy minél hosszabb egy rendezvény, annál inkább a zenei programkínálatra fókuszál. Ennek ellenére fontosnak tartom a szempontok összefüggéseinek felvázolását is, hiszen a tendencia alátámasztja. Meglátásom szerint a tendencia oka az lehet, hogy minél hosszabb ideig tartott egy fesztivál, annál több kulturális műsort kellett szervezni, hogy a különböző színpadi műsorokkal folyamatosan fenn tudják tartani a látogatók érdeklődését. A „fókusz” és az évek összefüggései szerint pedig néhány kivételtől eltekintve minél idősebb volt egy rendezvény, annál inkább veszített a gasztronómiai jellegéből, és vonzereje inkább a kulturális-zenei programkínálatban rejtett, feltehetően a célcsoport igényeihez igazodva, a volumen növelése érdekében (25. ábra).

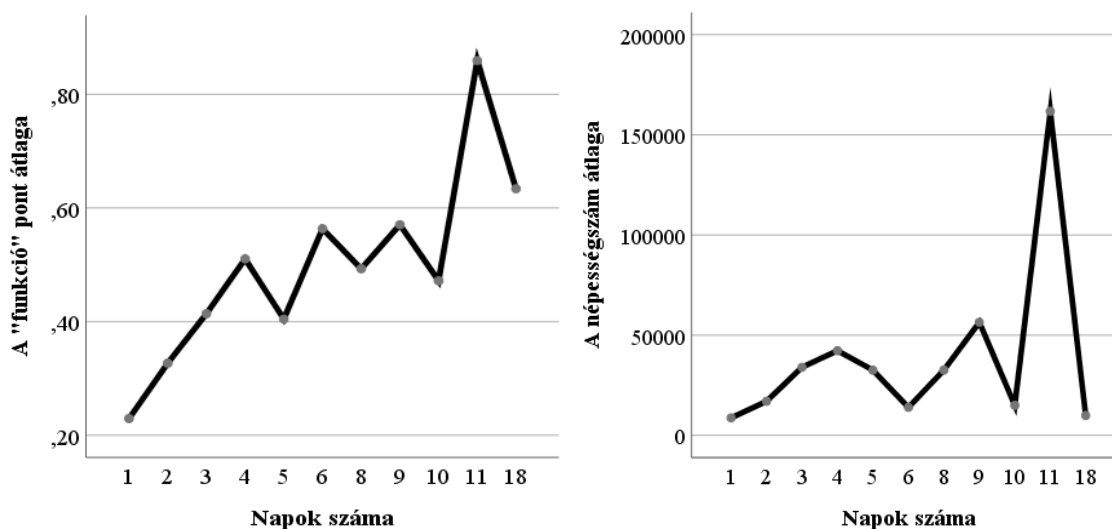
A térbeli és időbeli jellemzők kapcsán a szakirodalom szerint léteznek helyi, közösségi rendezvényként induló fesztiválok, melyek jelentőségük növekedéséből fakadóan turizmusorientáltakká váltak, mely akár a helyi közösségtől való elszakadást is eredményezhette, de turizmusorientált fesztiválok helyi, közösségi rendezvénné válása is előfordulhatott. A gasztrorendezvények területi jelentőségének időbeli változását kutatási eredményeim is alátámasztják, mely szerint minél régebbi egy fesztivál, annál nagyobb a területi jelentősége, de előfordultak olyan esetek, főleg, ha a rendezvény elérte a 24 évet, hogy inkább helyi, közösségi funkciót töltöttek be. Ez pedig összefüggésbe hozható az életciklus modellel, ugyanis feltehetően e hosszú múltra visszatekintő rendezvények megújulási válságban voltak a vizsgált évben, mint például a fentebb említett pusztamérgesi Szüreti Fesztivál és Kakasfőző Verseny (26.A ábra). A fesztiválok kora, valamint a település mérete között pedig az ANOVA statisztikai próba nem mutatott ki szignifikáns kapcsolatot, ezért feltehetően nem releváns az a felvetés, hogy a falvak vagy a városok rendezvényei tekintenének vissza hosszabb vagy rövidebb múltra.

A területi jelentőség és a rendezvények hossza közötti kapcsolat szerint minél hosszabb a rendezvény, annál nagyobb a volumene, tehát nagyobb a turisztikai vonzereje. Ez a tendencia nem mutatkozik meg ilyen egyértelműen a szervező település mérete és a hossz között, viszont kiemelendő, hogy a hosszabb gasztrorendezvények inkább városokban jellemzőek, eltekintve például a négynapos Derekegyházi Palacsintafesztiváltól. Ennek oka lehet, hogy a fesztiválok jellemzően kiegészítő attrakciót nyújtanak a városba látogató turistáknak, illetve a tartózkodási időt is növelhetik, melyet a szarvasi, a mórhalami és a szentesi interjúalanyok tapasztalata is alátámaszt. A szarvasi interjúpartner például úgy fogalmazott, hogy *„a Szilvanap elsődleges feladata, hogy azon a hétvégén programajánlatot adjon a szarvasra érkezőknek, vagy ha önállóan, de a többi kínálattal együttesen turisztikai vonzerővé fejlődjön”*. Továbbá a városok általában bővebb anyagi erőforrásokkal rendelkeznek a rendezvényszervezésre (26.B ábra).

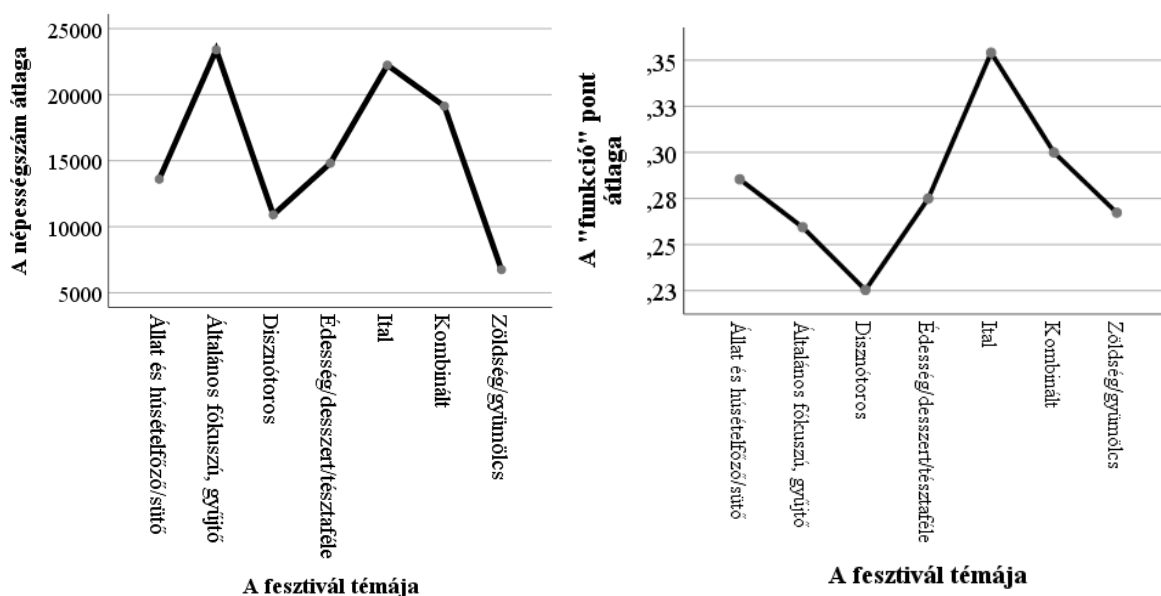
A téma és a térbeliség esetében kiemelendő a gasztrorendezvények témája, valamint a befogadó település mérete közötti kapcsolat (26.C ábra). A zöldség- és gyümölcs, a disznótoros és a húsfőző rendezvények azok, melyek főként kisebb lélekszámú településeken kerültek megrendezésre, ami érthető, hiszen a növénytermesztés és az állattartás inkább a vidékhez köthető tevékenységek. Az italfesztiválok a nagyobb városokban voltak jellemzőek, melyek a legnagyobb turisztikai vonzerővel bírtak, mint például a Szegedi Borfesztivál. Az általános fókuszú és a kombinált események is a városokhoz köthetők inkább, aminek oka lehet, hogy a városokra kevésbé jellemző a gasztronómiai sajátosság, illetve általánosabb témát választanak a nagyobb közönség vonzása érdekében, melyre RICHARDS, G. (2002) is rávilágít. Legkisebb a volumene a disznótoros eseményeknek, tehát ezek inkább a helyi közösségnek szóló, hagyományörző közösségi rendezvények, de például a városi, békéscsabai Kolbászfesztivál az ország egyik legnagyobb gasztrofesztiválja.



26.A ábra: A rendezvények térbeli jellemzőinek és a rendezvények korának összefüggései



26.B ábra: A rendezvények térbeli jellemzőinek és hosszának összefüggései



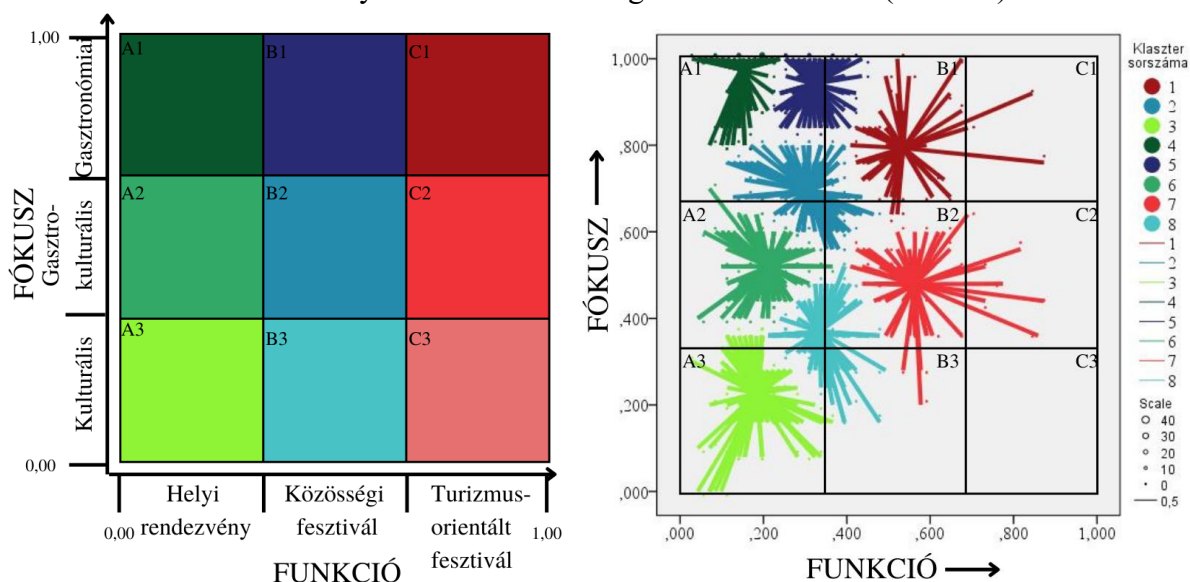
26.C ábra: A rendezvények térbeli jellemzőinek és témájának kapcsolata

26. ábra: A gasztrorendezvények térbeli, témabeli és időbeli összefüggései az ANOVA elemzés alapján

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

6.4.1. A hazai gasztrorendezvények típusai a területi jelentőségük és a témájuk hangsúlyossága alapján

A dolgozat eddigi megállapításai szerint az, hogy egy rendezvényt gasztrofesztiválnak lehessen nevezni, elsősorban a gasztronómiai fókuszáltság mértékén, illetve a funkción, a területi jelentőségen múlik. E két szempont mentén a gasztrorendezvények csoportosítására megalkottam egy gasztrofesztivál modellt, mely szerint a rendezvények 3-3 kategóriára bonthatók a gasztronómiai fókusz és a funkció szerint, tehát összesen 9 kategória határozható meg. Megkülönböztethetők a kis területi jelentőség miatt gasztrofesztiválnak nem tekinthető gasztronómiai fókuszú, helyi szintű rendezvények (A1), a gasztrokulturális helyi rendezvények (A2), illetve a kulturális fókuszú helyi rendezvények (A3). Utóbbiak főként azokat a gasztronómiai témájú rendezvényeket jelentik, melyek a falunapokból alakultak át, de az elnevezés nem járt a kínálat változásával. A gasztronómiai fókuszú közösségi fesztiválok kategóriája (B1) jelenti a szakirodalom szerinti kis léptékű, a helyi termékek népszerűsítését célzó fesztiválokat (CLEAVE, P. 2016). A gasztrokulturális közösségi fesztiválok is megfeleltethetők (B2) e fogalomnak, bár ezeken a kulturális és gasztronómiai programok súlya hasonló. A kulturális fókuszú közösségi fesztiválok (B3) a fesztivál fogalomhoz illeszkednek, de gasztrofesztiválnak nem tekinthetők, ugyanis nem az ételkínálat a hangsúlyos. A nagyléptékű, turizmusorientált fesztiválok fókusz szerinti tagozódása is a gasztronómiai (C1), gasztrokulturális (C2) és kulturális (C3) szempontok szerinti, melyek közül a kulturális fókuszú turizmusorientált rendezvények nem tekinthetők gasztrofesztiválnak (27. ábra).



27. ábra: A gasztrorendezvények modellje és a hazai gyakorlat a „fókusz” és a „funkció” metszetében

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Ahhoz, hogy megvizsgáljam, hogy a megalkotott modellhez mennyire illeszkedik a hazai gasztronómiai elnevezésű rendezvények kínálata, a médiaelemzés szerinti „fókusz” és „funkció” mutatók normalizált pontszámai alapján K-Közép klaszteranalízist végeztem, mely eredményeként 8 klaszter jött létre (12. táblázat, 27. ábra). A 3-as klaszterbe került a rendezvények 14%-a, melyek szinte teljes mértékben megfeleltethetők a modell kulturális fókuszú, helyi szintű rendezvények (A3) kategóriájával. E rendezvények jelentősége csak a településre és szűkebb értelemben vett környezetére terjed ki, fókuszát tekintve kis mértékben, vagy egyáltalán nem jelenik meg a gasztronómiai téma a vizsgált médiatartalmakban a gasztronómiai elnevezés ellenére. Ide lényegében a gasztrotematikus falunapok tartoznak, melyeken a névadó gasztrotema inkább kísérőelemként jelenik meg. Ilyen például a járszentlászlói Faluhét és Paradicsomfesztivál, mely szervezője elmondta, hogy a gasztronómia a rendezvényükön „sajnos elenyésző” szerepet tölt be, „a falunapunkat akartuk

felturbózní, de ezzel nem tudott mindenki azonosulni, még a vezetőség sem. Nyilván hívunk országos fellépőt, és természetesen ebbe a szórakoztatásba igyekszünk bevonni azokat, akik ide látogatnak”. A 6-os klaszter a modell gasztrokulturális, helyi szintű (A2) kategóriájával egyezik meg, melybe a hazai rendezvények kb. 16%-a került. Például a nagykamarási Krumplifesztivál e klaszterbe sorolandó, mely szervezője elmondta, hogy a rendezvény a település falunapja, a programot burgonyás ételek főzőversenyével, krumplikáliással és vetélkedővel színesítik. A 4-es klaszterbe került események olyan helyi szintű események, melyek egyértelműen a gasztronómiát ünnepelték, a hazai kínálatban 17%-ot tettek ki. Illeszkedik a modell A1-es kategóriájához, ám annál kisebb területi jelentőséget és nagyobb gasztronómiai fókuszot foglal magában. E klaszterbe sorolt rendezvények zöme disznótoros témájú, de ebbe került a kelebiai Kacsa- és Spárgaételek napja is, melyen a gasztronómia főzőverseny keretében jelenik meg. A szervező tisztában van a rendezvény helyi jellegével, ugyanis az interjúban elmondta, hogy „*azt a rendezvényt, amit mi itt megrendeztünk, azt semmiképp sem lehet fesztiválnak hívni, a fesztiválnak vannak bizonyos kritériumai. Nálunk azért ez nagyon benn maradt a településen eddig legalábbis*”. Így nem is használják az elnevezésben a fesztivál szót. E klaszterbe került a bordányi Kecseverseny és Helyi Ízek Fesztiválja, melyen a helyi alapanyagokat felhasználó főzőverseny a helyi közösség összekovácsolását célozza, ami „*egy ilyen fontos közösségi esemény, egy program, ahol ugye találkozhatnak a helyiek, ugye együtt főznek, együtt vannak a helyi közösségek*”. Kérdésemre a szervező azt válaszolta, hogy a rendezvény nevezhető gasztrfesztiválnak. Azonban a kutatásban érvényesített szempontok szerint e három klaszter rendezvényei nem felelnek meg a gasztrfesztivál követelményeinek.

A 8-as, 2-es és 5-ös klaszterek a funkció szerint átmenetet képeznek a modell helyi szintű rendezvények és a közösségi fesztiválnak tekinthető kategóriái között, tehát kisebb vonzerőt töltenek be, mint amit a modell feltételez. Ez alapján a hazai gyakorlat szerint a kisebb volumenű, de a helyi funkciók betöltésén már túlmutató rendezvényekre is használható a közösségi fesztivál kifejezés (JEPSON, A.–CLARKE, A. 2015), melyek a vidéki turizmus támogatói lehetnek (KISS M. 2014; CLEAVE, P. 2016). A rendezvények országosan kb. 14%-át magában foglaló 8-as klaszter átmenetet képez a modell A2, A3, B2 és B3 cellái között, tehát e események inkább kulturális fókuszúak, de a gasztronómiai elemek is megjelentek, fókuszuk szerint kis vonzerejű közösségi fesztiválok. E klaszterbe került a Csanádapácai Kakasfesztivál. A kb. 14%-ot jelentő 2-es klaszter a gasztronómiai fókuszú helyi rendezvényekhez (A1) illeszkedik leginkább, de érinti a gasztrokulturális helyi rendezvények (A2) és a közösségi fesztiválok (B2), valamint a gasztronómiai fókuszú közösségi fesztiválok (B1) celláját is. Így e rendezvényeken a gasztronómiai elemek domináltak, de megjelentek a kulturális programok is, jelentőségük szerint kis vonzerejű közösségi fesztiválok. Ide sorolható a Derekegyházi Palacsintafesztivál, ahol folyamatosan sült a palacsinta, a színpadi programokra is nagy hangsúlyt fektetnek, valamint a szervezők szerint a térség legnagyobb rendezvénye. Az 5-ös klaszterbe sorolt események (13%) pedig a gasztronómiai programkínálatra fókuszáltak, a klaszter érinti a helyi rendezvények és a közösségi fesztiválok celláját. Például a Bócsator, a Deszki Ajvárfesztivál, valamint a főként helyi svábok által rendezett, kárpát-medencei vadászokat és borászokat felsorakoztató nemesnádudvari Bor- és Vadgasztronómiai Fesztivál is e klaszterbe sorolható, melyek az interjúk alapján igyekeznek bemutatni az ünnepelt gasztronómiai különlegességeket, miközben kóstolási lehetőséget is kínálnak.

Az inkább turisztikai funkciókat betöltő 7-es és 1-es klaszteren belül viszonylag nagy a szóródás. Vannak olyan fesztiválok a két klaszteren belül, melyek nagyobb turisztikai funkcióval rendelkeznek, mint a többi esemény, tehát a klaszterek átnyúlnak a turizmusorientált rendezvények cellájába néhány rendezvény miatt, de alapvetően a közösségi fesztiválok celláit fedik le. A 7-es klaszterbe a gasztrokulturális fókuszú, inkább turisztikai funkciójú rendezvények kerültek (kb. 6,1%), melyek megegyeznek a modell B2-es cellájával, de vannak köztük a modell szerint gasztrokulturális turizmusorientált (Bajai Halfőző Fesztivál és Szegedi Borfesztivál), illetve inkább kulturális fókuszú, kisebb volumenű fesztiválok is (Szolnoki

Palacsintafesztivál). A Szanki Méz- és Meggyfesztivál is e klaszterbe sorolandó, melyről a megkérdezett szervező interjúalanyok egyet értenek abban, hogy jelentős vonzerővel rendelkezik a térségben, nagy hangsúlyt fektetnek a fiataloknak szóló zenei programokra, megjelennek a névadó termékek, melyekhez szórakoztató vetélkedők (pl. mézesmadzaghúzó verseny) kapcsolódnak. Az 1-es klaszterbe (kb. 5%) kerültek a gasztronómiai fókuszú, közösségi fesztiválok, melyek megfeleltethetők a modell B1-es cellájával, de néhány esemény, például a Csabai Kolbászfesztivál a modell szerint gasztronómiai fókuszú, turizmusorientált. E klaszterbe tartozik a szegedi Hungarikum Fesztivál is, mely a magyar értékek bemutatását célozza, miközben kulturális műsorokat is kínál. A Homokháti Sokadalom és Dél-Alföldi Rétesfesztiválról pedig az egyik szervezője úgy tartja, hogy ez térségi, a homokháti emberek rendezvénye, valamint a gasztronómia és a zene egyaránt fontos. Azonban a gasztronómia kapcsán elmondta, hogy „minden rendezvényen törekedtünk arra, hogy legyen egy kínálat, ami nem mindennapi, és az emberek szívesen fogyasztják, így a rendezvény színvonalát, látogatottságát tudtuk ezekkel a gasztronómiai érdekességekkel növelni. (...) El kell árulnom egy titkot, mi nagy hangsúlyt fektetünk arra, hogy ingyen is tudjunk etetni, itatni. Ez nagyon fontos. És ez legalább olyan vonzó, mintha egy nagy zenekart hoznánk”.

A klaszterelemzés szerint a hazai gasztrorendezvény-kínálatban nem különíthetők el a rendezvények kulturális fókuszú közösségi fesztiváljainak csoportja (B3), illetve a gasztronómiai fókuszú (C1) és a gasztrokulturális turizmusorientáltak (C2) sem, e cellákat csak néhány rendezvény érinti. A kínálatban nem szerepelnek olyan gasztronómiai elnevezésű fesztiválok (C3), melyek programkínálatának leírásában nem, vagy alig jelent volna meg a gasztronómia a médiatartalmak szerint.

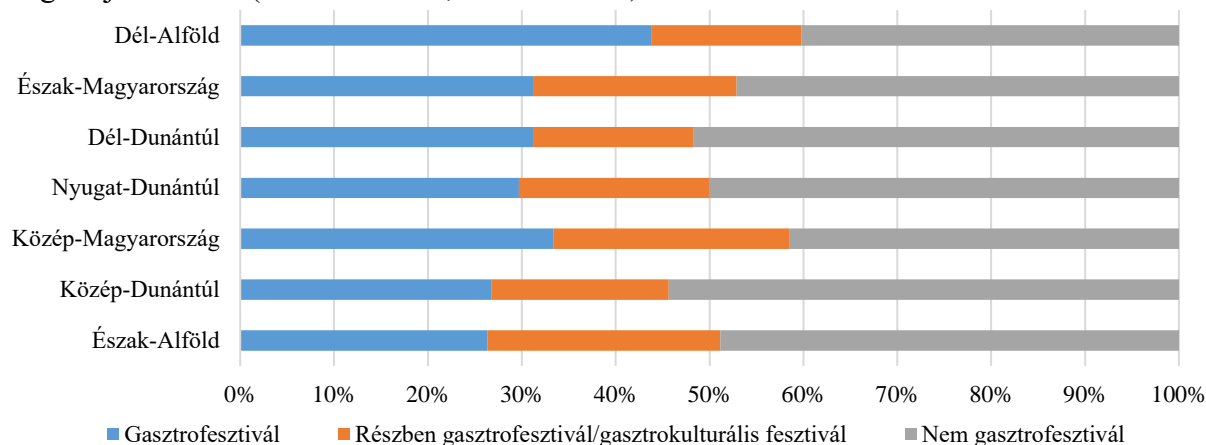
12. táblázat: A médiaelemzés szerinti „fókusz” és „funkció” mutató pontszámaiból K-Közép klaszter analízis segítségével létrehozott klaszterek

Sor-szám	Klaszter elnevezése	„Fókusz” klaszter-közép	„Funkció” klaszter-közép	A klaszterbe tartozó rendezvények aránya	A klaszterbe tartozó dél-alföldi rendezvények aránya
3	kulturális/ inkább kulturális fókuszú – helyi	0,227	0,185	14,2%	10,1%
6	gasztrokulturális fókuszú – helyi rendezvény	0,52	0,214	16,0%	8,9%
4	gasztro fókuszú – helyi rendezvény	0,975	0,147	17,4%	21,3%
8	inkább kulturális fókuszú gasztro elemekkel – inkább közösségi fesztivál	0,369	0,335	14,2%	9,5%
2	inkább gasztro fókuszú kulturális elemekkel –inkább közösségi fesztivál	0,695	0,306	14,2%	16%
5	gasztro fókuszú – inkább közösségi fesztivál	0,942	0,319	13,1%	21,3%
7	gasztrokulturális fókuszú – inkább turizmusorientált fesztivál	0,479	0,563	6,1%	6,5%
1	gasztro/inkább gasztro fókuszú – inkább turizmusorientált fesztivál	0,793	0,536	4,9%	6,5%

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Mindezen szempontok alapján a gasztrofesztivál feltételeinek nem feleltethetők meg a 3-as, a 6-os és a 4-es klaszter rendezvényei, hiszen a területi jelentőségük helyi szintű, így a vizsgált rendezvények 47,6%-a nem tekinthető gasztrofesztiválnak a hazai kínálatban. A 7-es és a 8-as klaszter rendezvényeire csak részben igazak a gasztrofesztivál feltételek, ugyanis fókuszuk nem gasztronómiai, hanem gasztrokulturális, viszont a területi jelentőségük szerint érvényes rájuk a

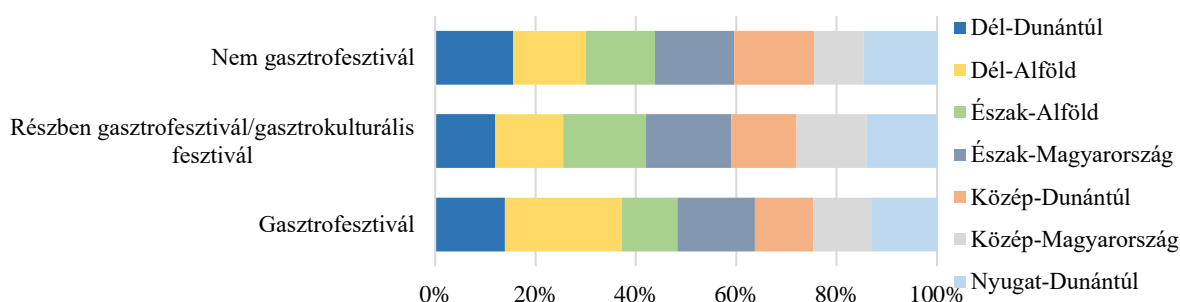
fesztivál kifejezés. A részben gasztrofesztiválok közé sorolt rendezvények a kínálat 20,3%-át jelentik. A téma hangsúlyossága és a területi jelentőség tekintetében pedig megfelelnek a gasztrofesztivál követelményeinek az 1-es, a 2-es és az 5-ös klaszter rendezvényei, mely alapján a hazai gasztrorendezvények 32,1%-a sorolható a gasztrofesztiválok közé. A régiók között a Dél-Alföld kínálata a leginkább gasztrofesztivál-hangsúlyos, hiszen ott a rendezvények 43,8%-a gasztrofesztivál, míg a legalacsonyabb arányban, 26,6%-ban az e régióhoz hasonló adottságú Észak-Alföld régió kínálatában voltak jelen a gasztrofesztiválok. Az Észak-Alföld kínálatának majdnem 25%-át a részben gasztrofesztiválnak tekinthető rendezvények tették ki, akárcsak a Közép-Magyarország régióban. A Közép-Dunántúlon és a Dél-Dunántúlon pedig a rendezvények több mint fele a gasztrofesztiválnak nem tekinthető gasztrorendezvények kategóriájába került (28. és 30. ábra, 13. melléklet).



28. ábra: A gasztrorendezvény kategóriák megoszlása az egyes régiók kínálatában

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

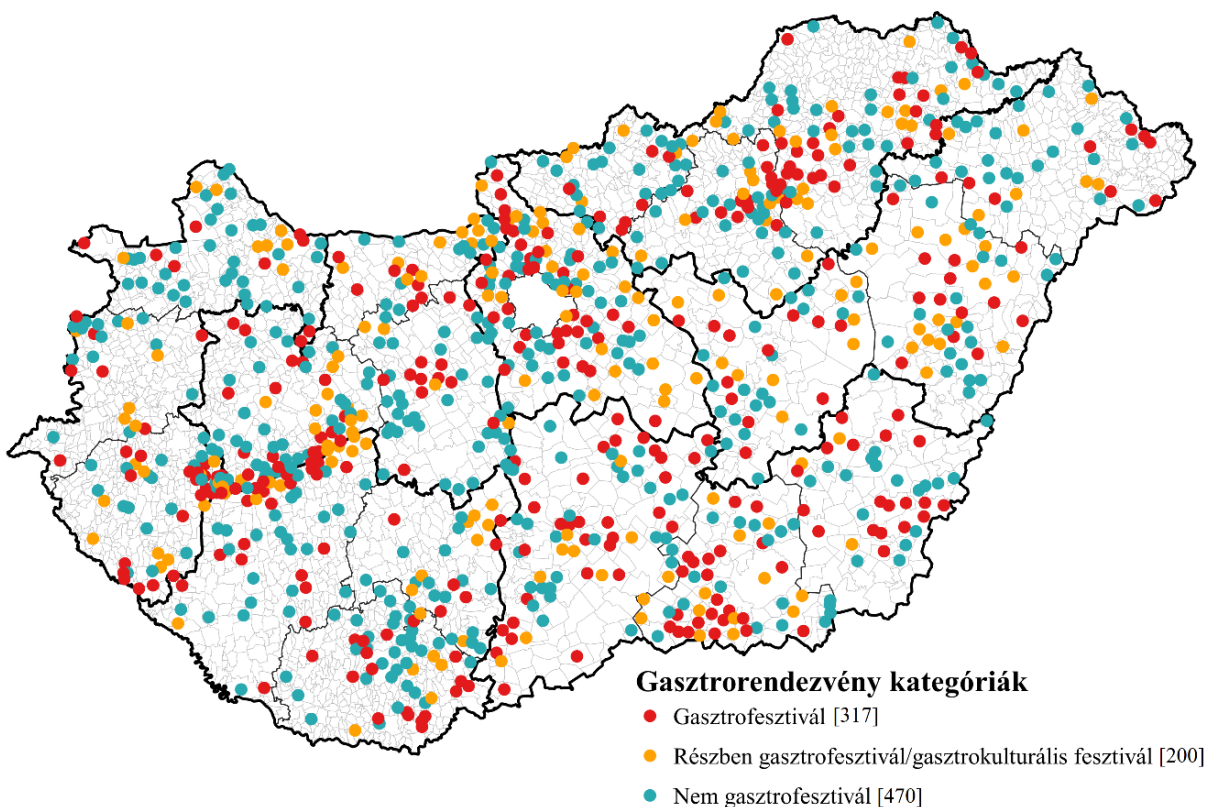
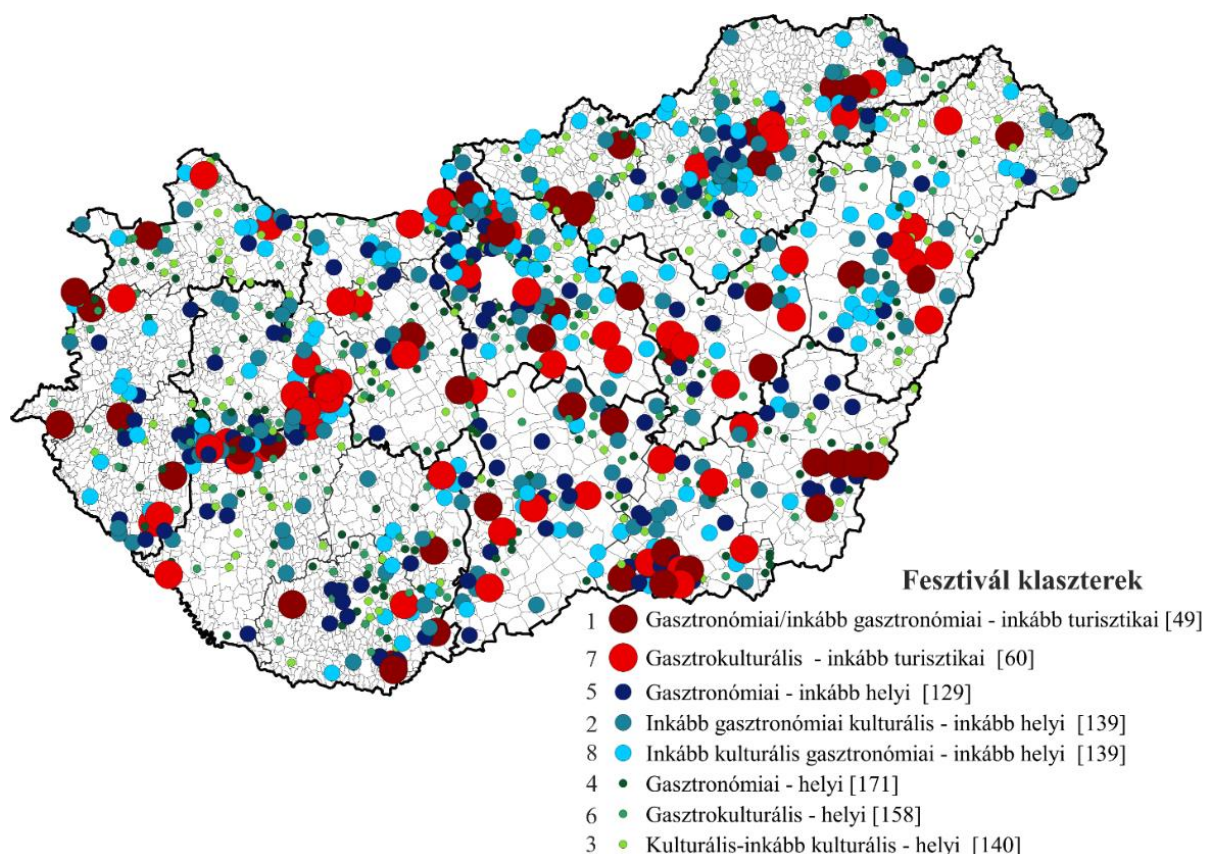
A hazai kínálatban a gasztrofesztiválok regionális eloszlásában kiemelkedik a Dél-Alföld, ahova e rendezvények 23,3%-a tömörült, míg az Észak-Alföldön a hazai gasztrofesztiválok 11%-át rendezték meg. A részben gasztrofesztiválok regionális eloszlásában nincs lényegi különbség, akárcsak a gasztrofesztiválnak nem tekinthető rendezvények megoszlásában sem, melyek megoszlása jellemzően 14-15% a régiók között, viszont a Közép-Magyarországon alig 10% e rendezvények aránya (29. és 30. ábra, 13. melléklet).



29. ábra: A tervezési-statisztikai régiók megoszlása a gasztrorendezvény kategóriákban

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Mindezek alapján a hazai gasztrorendezvények mindössze egyharmada felel meg teljes mértékben a gasztrofesztiválok követelményeinek, melyek között 15%-a nagyobb volumenű, turizmusorientált fesztivál, 85%-a pedig a kisebb volumenű közösségi fesztivál. A közösségi fesztiválok kínálatbeli dominanciájáról a nemzetközi szakirodalom is beszámol (DWYER, L.–JAGO, L. 2019). A régiók kínálatbeli megoszlásában lényeges eltérések nincsenek, de a leginkább gasztrofesztivál-orientált régió a mintaterületként választott Dél-Alföld. Az esettanulmányok közül pedig a Bócsator és a Palacsintafesztivál felel meg a gasztrofesztivál követelményeknek, a Kakasfesztivál pedig részben tekinthető gasztrofesztiválnak.



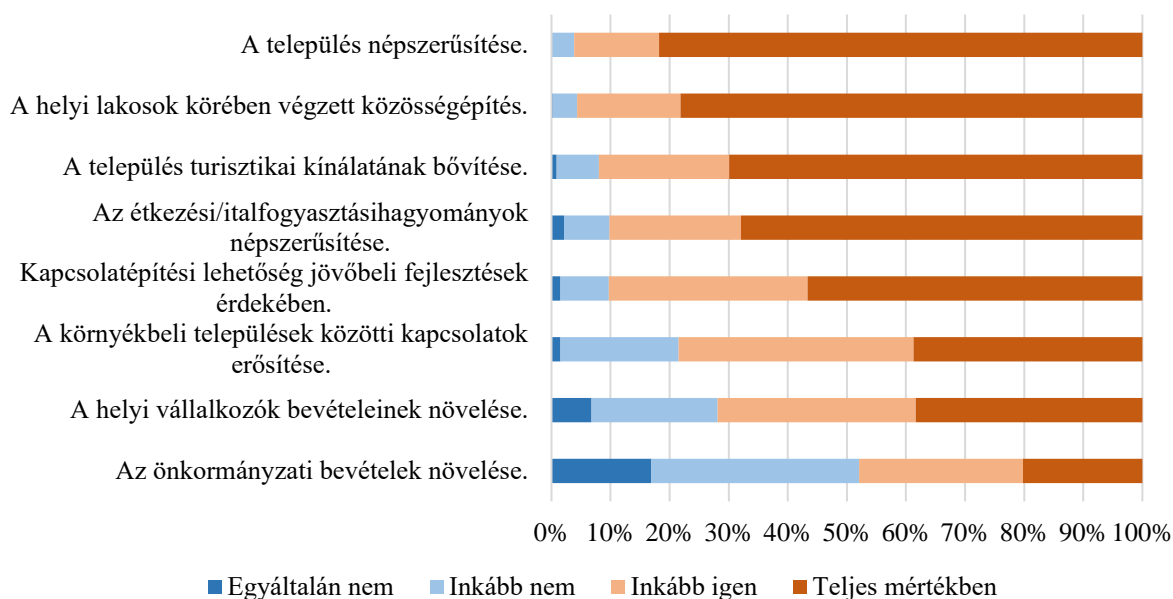
30. ábra: A gasztrorendezvény-klaszterekbe (felül) és a gasztrorendezvény-kategóriákba besorolt rendezvények (alul) területi elhelyezkedése 2019-ben

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

7. A hazai gasztrorendezvény-kínálat létrejöttének okai

A kutatásban vizsgáltam azt a szempontot, hogy milyen motivációból hozták létre a gasztrorendezvényeket a szervezőik és a vizsgálat ideje alatt milyen célok elérése érdekében működtek azok, attól függetlenül, hogy azok megfeleltek-e a gasztrofesztivál követelményeknek. A gasztrofesztiválnak meg nem felelő rendezvények további vizsgálatának oka az, hogy a disszertáció egyik célja annak feltárása, hogy a szakirodalom szerinti gasztrofesztiválok által elérhető előnyök közül melyek elérésének vágya volt hangsúlyos a hazai kínálatban, annak ellenére, hogy esetlegesen nem sikerült elérni a szervezőknek a gasztrofesztivál szintet. Az eredmények alapján mindhárom esettanulmány létrehozásának fő motivációja a közösségépítés volt, míg a szervezői interjúzás során megkérdezett 32 esemény közül 9-en említették ezt, 8-an a települési vagy a közösségi imázs formálása érdekében hozták létre a rendezvényt, míg 5 esetében a fő motiváció a turisztikai attrakció létrehozása volt, 4-4 interjúpartner pedig a hagyományok fenntartását vagy a helyi termelők népszerűsítését említette. Azonban a külföldi szakirodalom szerint a gasztrorendezvények elsődleges feladata a helyi termékek népszerűsítése és a lokalitás turisztikai potenciáljának növelése.

Arra, hogy a rendezvények a vizsgált időszakban milyen célok elérése érdekében működtek, a kérdőívezés és az interjúzás világít rá. A kérdőíves eredmények alapján a két legkiemelkedőbb cél az imázsra és identitásra utal (31. ábra). Viszont a derekegyházi példából kiderült, a két cél együttesen nehezen tartható fenn, hiszen a fesztivál növekvő térségi népszerűsége a helyi lakosok egy részének fesztiváltól való elidegenedéséhez vezetett. Mivel csak a 3 esettanulmányon került vizsgálatra a helyi lakosság véleménye, így nem derült ki, hogy más rendezvények mennyire küzdenek e problémával, de a szakirodalom szerint nem egyedi eset.



31. ábra: Elérendő célok fontossága a kérdőívezés alapján

Forrás: A kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés

Országos szinten a legfontosabb cél a település népszerűsítése (83% szerint „teljes mértékben” cél), míg e cél a Dél-Alföld régióban a második helyre került. Az interjú kutatás alapján e célon belül megjelent a települések megismertetése, a pozitív megítélés szerzése, továbbá az egyediség alapján történő megkülönböztetés a többi helytől, ami különösen jellemző a kis lélekszámú, kevésbé ismert települések esetében. Például Kübekháza polgármestere szerint azok a települések, amelyek az értékteremtés és -őrzés, az identitáserősítés és fejlesztés kapcsán nem lépnek semmit előre, azok előbb-utóbb el fognak sorvadni. A Magyar Gasztronómiai Fesztiválok Egyesületének alapítója interjúja elmondása szerint pedig a fesztiválok kiváló

eszközei a terület- és település-, valamint turizmusfejlesztés elindításának: „*ahhoz, hogy egy kisvárosban, faluban, nagyközségben elinduljon valami, ahhoz elsősorban ismertséget kell teremteni. Ahhoz, hogy ismertséget teremts, valamit kell csinálnod, ahhoz, hogy felhívj a figyelmet*”. Számos település belátta ezt, és gasztrorendezvény segítségével igyekezett kitűnni, melyet az adatbázisba került gasztrorendezvények magas száma bizonyít, bár ahogy kiderült, a gasztrofesztivál feltételeknek a rendezvények körülbelül 2/3-a nem felel meg. A településre irányuló figyelem felkeltésének és a települések közti versenyben maradás fontosságát mások is látták, például a részben gasztrofesztivált szervező csőlyospálosi polgármester az interjúban elmondta, hogy annak megrendezése előtt „*láttuk azt, hogy minden település próbál valamivel kitűnni a többi közül*”. Tehát az, hogy egyre több település igyekezett egyediségét valamilyen fesztivál formájában kifejezni, és ezáltal imázsát formálni és ismertséget szerezni, a kutatás során gyakran megjelenő motiváció volt a szakirodalommal egybehangzóan (KÁSA A. 2003; HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008B). Az imázsteremtéshez kapcsolódik az öttömösi polgármester interjús elmondása is, miszerint „*szerettük volna megmutatni magunkat, hogy mi miben vagyunk jók és ügyesek*”, azért, hogy a település imázsának formálásával, a közösség értékeinek bemutatásával formálják a helyi lakosok büszkeségérzetét, így jött létre a részben gasztrofesztiválnak tekinthető Spárgafesztivál. Szintén részben gasztrofesztivál a szanki Méz- és Meggyfesztivál, mely esetében is az egyik interjúpartner szerint „*fontos volt egy arculat kialakítása, ami ránk jellemző, és próbáltunk egy olyan fesztivált létrehozni, ami kicsit így a kívülről állóknak is szól, tehát amivel nagyobb hírnevet tudunk csinálni a településnek*”. E célt sikerült elérniük, ugyanis hozzátette, hogy „*az elmúlt 10 év alatt regionálisan is ismertté vált a településünk*”. Ezekhez kapcsolódtak a Népek Ízek Forrataga gasztrofesztivál céljai is, hiszen a település népszerűsítésétől és megismertetésétől azt várták, hogy „*az elvándorlást talán ez egy picit hátha segíti mérsékelni*”. Több más rendezvény szervezője számára is fontos szempont volt a fesztivál által vonzóbbá tenni a települést a beköltözni vágyók számára, a helyieket pedig helyben tartani. A felgyői gasztrofesztiválnak nem minősülő rendezvény részéről megkérdezett szervező elmondta, hogy „*elkezdtem gyorsan programokat szervezni, mert kiürül a népesség, mentek le a házak, nem volt falunap, semmi. Gondoltam, ha megtöltöm élettél, hangulattal a települést, akkor oda kell, hogy jöjjenek az emberek, jó hírt viszünk a településnek, és már egy pár éve már minden ház elkelt a faluban, az üres házakat feltölthetik az emberek, feljebb csúszott, a környező településekhez képest drágább, mert hogy van sok program*”.

A gasztrorendezvények nemcsak egy település, hanem maga a vidék imázsát is képesek formálni. Szank volt polgármesterének meglátása egybecseng a szakirodalmi megállapításokkal (CSURGÓ B.–SZATMÁRI A. 2014), ugyanis szerinte a vidék „*egy olyan Nyugat-Európában már használt és alkalmazott megnyugtató környezetet*” jelent, „*amely akár alvó településeket, akár pedig olyan megfelelő szolgáltatással bíró környezetet, lakókörnyezetet tud kialakítani, ami az urbanizálódó világ, vagy éppen a globalizáció okozta (...) információ zavarának egyfajta ellentételezése, ami megnyugtató, biztonságot ad, és valódi otthonot jelenthet*”. Az imázsformálás a befogadó közösségre is vonatkozhatott, mint az Ajvárfesztivál esetében: „*elsődleges cél maga a brand volt, hogy legyen a deszki szerb közösségnek valamilyen brand-je, ami egyedüli, érdekes, rendhagyó. De már kilépte a szerb közösséget és már nem csak rólunk szól, ezért azt látjuk, már a falu vezetésén is, hogy egyre több módon próbálnak segíteni, mert már mindenki rájött, hogy ez a falunak a legnagyobb rendezvénye lett, és nem helyiek, nem szomszédok, hanem országos szintű és külföldről is jönnek egyre többen*”. Így a gasztrofesztivál a szerb közösség népszerűsítésében és Deszk település pozitív megítélésben is segített.

A helyi közösség erősítése is kiemelendő motiváció országos szinten (78% szerint „teljes mértékben” cél), ami a Dél-Alföld régióban az első helyre került a kérdőív alapján. Ezt bizonyítják a szervezői interjúk is, hiszen az interjúparterek döntő többsége a helyi közösség összekovácsolását célozta meg a rendezvény által. A közösségépítés pedig a leszakadó, vidéki települések életben maradása miatt különösen fontos, ha a helyi lakosság érdekeit közvetíti, és a kitűzött célok összeegyeztethetők a rendelkezésre álló erőforrásokkal. Például a

gasztrofesztiválnak nem minősülő árpádhalmi Csörögefesztivál szervezője az interjúban hosszasan érvelt a helyi, közösségi rendezvények társadalmi szerepe mellett. Szerinte *„a falusi gasztrofesztiválok fő funkciója, hogy összehozza a helyi közösséget úgy, hogy az ne kerüljön extra pénzbe (...) és mindenki a sajátjának érezze”*. Úgy tartja, hogy a *„falvaknak minden közösségi megmozdulása a népességmegtartó képességét is növelik”*, ugyanakkor *„egy ilyen helyen, mint Árpádhalom is, a falunapnak meg a hagyományosan megrendezésre kerülő eseményeknek pszichológiai fontossága van, hogy az a közösség még egyáltalán életben van, és nem nyírta ki saját magát”*. Hiszen az árpádhalmi, és sok más periférikus település lakosságának hátrányos helyzetükből fakadóan nincs lehetősége eljutni más településre szórakozás és kikapcsolódás céljából, melyre a szakirodalom is felhívja a figyelmet (DUFFY, M.–MAIR, J. 2015). Az interjúpartner érvelése szerint *„ezek zárt közösségek, ezeknek egy lehetőségük van, és ezt várják egész évben. És ezért kell, hogy legyen egy ilyen eszem-iszom leegyszerűsítve, ahol ő szórakozhat. Egy városi embernek nem kell ennyit várnia erre, péntek, szombat, vasárnap vagy bármelyik nap oda megy ahova akar, de egy falusinak nincs ilyen döntési joga, ő nem tud elmenni”*. Ezért számukra helybe kell vinni a kultúrát, és ahogy a nagykamarási Krumplifesztivál szervezője említette az interjúban, *„a cél az, hogy próbáljunk idehozni olyan dolgokat, amik igazából egy kicsit a látásmódját mindenkinek fejleszti, szórakozzanak, tehát hogy minden téren próbáltunk valami újat, hogy azért jöjjenek össze az emberek, (...) töltsenek együtt egy napot, beszélgessenek, ilyesmi”*. Így a falusi gasztrorendezvények nemcsak szórakozási, de találkozási és edukációs lehetőséget is biztosítanak a helyi lakosok számára. Ez különösen fontos, hiszen öt interjúpartner is beszámolt arról, hogy vidéken egyre inkább elidegenednek egymástól az emberek, a tápéi gasztrofesztivál szervezője szerint pedig *„annyira felgyorsult már a világ, hogy egyre kevesebb az a pont, ahol az emberek találkozhatnak egymással ilyen nagy számban”* (CSURGÓ B. 2014). Ráadásul az interjúzás során hatan is említették, hogy a rendezvények alkalmával az elszármazottak is visszalátogatnak a településre, erősítve a családok, barátok közötti köteléket, és megtartva a szülőhelyük iránti kötődést, bár sikeres visszacsábításukról egyelőre nem számoltak be az interjúalanyok. A Szarvasi Szilvanapok szervezője elmondta, hogy *„az alap gasztronómiai elképzelésen túl mostmár ez a sarvasiak találkozója is”*, hiszen az elszármazott sarvasiak visszalátogatnak ekkor a településre, így a részvételi arány körülbelül 40-40%-ban helyi lakos és elszármazott, 20% pedig turista e részben gasztrofesztiválnak tekinthető rendezvényen.

A gasztrorendezvényeknek a közösségi és a területi identitás erősítése szempontjából is kiemelt jelentőségük van az interjúzás alapján. Például az egyik bócsai interjúpartner szerint *„minden egyes jól sikerült rendezvényünk a bócsaiságot erősíti, minden elismerő szó mindenkinek megmelengeti a szívét, hogy mi bócsaiak vagyunk, az összetartást ilyenekkel lehet elérni, erősíteni”*. Ez elmondható a Palacsintafesztiválról is, hiszen a derekegyházi interjúalanyok véleménye szerint a helyi lakosok büszkeségérzetét sikerült növelni a fesztivál által. A legtöbben büszkék arra, hogy az idegenek ismerik az ő lakhelyüket, az ő fesztiváljukat, illetve szenzációt jelent nekik, hogy a nagy tömeg, a minél messzebből érkező látogatók kíváncsiak rájuk. Viszont az kérdéses, hogy valóban rájuk kíváncsiak-e, vagy a látogatók a koncertek miatt utaznak oda. A Csörögefesztivál szervezője szerint fontos, hogy legyenek turisták, hiszen *„a más településről érkező ember is őt erősíti, hogy más is kíváncsi rám, vagyok olyan értékes, hogy más is megnéz”*, ahogy KÖSTLIN, K. (1996) is beszámolt erről. Az identitás erősítés a nemzetiségi rendezvények esetében is kiemelkedő. Például a gyulai, a gasztrofesztivál feltételeinek meg nem felelő Országos Román Gasztrofesztivál szervezője elmondta, hogy *„fő célunk, hogy az identitásunkat megőrizzük, ezt ilyen rendezvénnyel is tudjuk megőrizni, átadni a fiatalabb generációnak. Megismerje a gyermek, a fiatal a nagymama receptjét, a tipikus román nemzetiségi ételeket”*. A vidéki gasztrorendezvények közösségerősítő szerepét egyes szakértők is kiemelték az interjúk során. Az egyik turisztikai iroda vezetője szerint *„az utóbbi években egyre nőtt a gasztrofesztiváloknak a mennyisége, ami amúgy nem baj, szerintem. Sőt, azt gondolom, hogy a helyi identitásnak az erősítését tudja szolgálni. Illetve (...) azt is, hogy egy-egy kis település felfedezi, ez neki ilyen jellegzetes (...) étele, és ha szervez*

köré egy fesztivált, akkor ennek (...) az a kiindulása, hogy fogja össze a települést és erősítse meg az ottlakókban az összetartozásnak, illetve annak az erejét, hogy valami a hétköznapijainkhoz hozzá tartozik, ami amúgy egy kívülről jövő embernek érték lehet". Azonban először a helyi közösségnek kell felfedezni, hogy mik a saját értékeik, csak akkor tudják másoknak is eladni és megmutatni azt. Ám a vidékfejlesztésben jártas interjúpartnerek tapasztalatai azt mutatják, hogy gyakran a helyiek nem ismerik fel az értékeiket, vagy kevésbé képesek kihasználni azokat külső segítség nélkül (KIS K.–PESTI K. 2015).

Az imázs- és identitásépítésre vonatkozó célokat a település turisztikai kínálatának bővítése követi a fontosság szerint (70% szerint „teljes mértékben” cél), mely a Dél-Alföld régióban a negyedik helyre került a kérdőív szerint. Azonban országos szinten és a Dél-Alföldön is a kérdőíves kutatásban részt vett gasztrorendezvények 10%-a alig, vagy egyáltalán nem célozta meg a rendezvény által a turisztikai előnyök szerzését. Bár a turista fogalmát egyes interjúpartnerek másképp értelmezték, többen turistáknak vélték a szomszédos településekről érkező látogatókat, a visszalátogató elszármazottakat, valamint a testvértelepülésekről meghívott delegációt is. A Mórahalmi Pálínkaverseny és Tepertő Fesztivál például nem fő, hanem kiegészítő turisztikai attrakcióként szolgált, az interjúpartner szerint e gasztrofesztivállal a cél, hogy programot nyújtson a helyi fürdőbe érkező vendégeknek. Számos rendezvény nem volt elég vonzó nagyobb volumenű turisztikai kereslet elindításához (amit bizonyít az inkább vagy teljes mértékben helyi, közösségi funkciókat betöltő rendezvények kb. 40%-os aránya), emellett az interjúzásba bevont települések túlnyomó része elegendő szálláshellyel sem rendelkezik. Ebben a helyzetben van a tázlári Kiskuntor (gasztrofesztivál) és a kelebiai Kacsas és Spárgaételek Napja (nem gasztrofesztivál) is, mely utóbbiról a szervező jelezte, hogy *„nem nagyon tudunk kilépni a településen kívülre, mert például szálláshelyekkel nem nagyon vagyunk ellátva. Olyan személyek érkeznek általában ide a településre, akik utána haza is tudnak menni, mert olyan távolságon belül laknak, pontosan emiatt*". A szervezők mellett több szakértő is úgy véli, hogy a falusi rendezvények turizmusfejlesztő hatása kevésbé releváns. E kapcsán az egyik térségfejlesztő egyesület megkérdezettje kritikusan fogalmazott: *„az, hogy a majsai falunapokra, vagy a szankira átlátogattunk, utat használtunk, és üzemanyagot fogyasztottunk, azon kívül magának a régiónak a turisztikájához semmivel nem tettünk hozzá, mivel arra az egy darab fesztiválra vagy ételkóstolóra érkezünk meg. Én attól nem fogom megtekinteni a múzeumot, nem fogok járni a helyi közlekedéssel, nem fogok megszállni sehol, nem fogom megismerni a régiókat a kulturális értékeit, vagy egyéb attrakciókat, hanem elmegyek oda, egy mesterségesen generált színtérre, ahol azt látom abban a pár óra hosszában, amit oda raktak, ami valójában sok esetben nem része állandó programelemként a régióknak*". A Magyar Turisztikai Ügynökség részéről megkérdezett partner e rendezvények vonzerejéről fogalmazta meg azt, hogy *„szerintem a vidéki gasztrofesztiválok abszolút a helyi közösségnek szólnak, igazából jelentősebb vonzerőt nem, nem feltétlenül jelentenek egy település szempontjából. Elsősorban, ahogy látjuk, a környező településekről vonzhatnak embereket, de az, hogy több megyével távolabbról nem fognak odautazni, nagyon kevés az a gasztronómiai rendezvény*". Egy rendezvényszervező cég szerint *„egy 2000 fős lakosú falunak kisebb az éves költségvetése, mint a mi cégünké. Annak nem hiszem, hogy feladata, hogy megmozgasson nem tudom hány vendégéjszakát*". Más kutatások is bizonyítják, hogy a kisebb fesztiválok kevésbé képesek vendégéjszakát generálni, sok helyen kevés is az erre alkalmas szálláshely (BOTTYÁN, I. 2015). Például a szervezői interjúzás során 10 megkérdezett mondta azt, hogy a gasztrorendezvényének nincsen hatása a helyi turizmus fejlesztésére. Viszont például a szanki fesztivál, valamint a Nemesnádudvari Bor- és Vadgasztronómiai Fesztivál (gasztrofesztivál) szervezői szerint a rendezvényük megalapozta a helyi turizmus fejlesztését a szálláshelyek bővülése formájában. Emellett Szankon a rendezvényhez kapcsolódóan új, a gasztronómiához kapcsolódó attrakciók jöttek létre. Szank volt polgármestere szerint Szank korábban nem létezett önálló arculattal, de *„az által, hogy létrehoztunk ilyen turisztikai szempontból fontos termékeket vagy éppen rendezvényt, az által lehetőséget teremtettünk arra, hogyha megfelelő marketingeszközökkel és megfelelő együttműködéssel elindul a turizmus vagy éppen fejlődik,*

akkor pezsgőbb élet és egy perspektívaibb jövőkép lehet a településen. Ebben áll ennek a fesztiválnak is, meg a különböző termékeknek is a valódi értelme meg értéke, hogy mindazon túl, hogy a településen meglévő értékekre építettünk, mások számára is lehetővé tudtuk tenni azt, hogy megélik, megtapasztalják megköszölik, képet kapjanak a településből, és ezáltal elindulhat egy fejlődés”. Szerinte az eddig meglévő attrakciók apró mozaikok, melyek további együttműködésben megvalósuló fejlesztések által turisztikai desztinációvá teszik a térséget.

A kérdőív alapján országos szinten a fontosság szerint a negyedik helyen (68% szerint „teljes mértékben” cél), a Dél-Alföldön a harmadik helyen szerepel az étkezési és italfogyasztási hagyományok népszerűsítése. A volt szanki polgármester szerint a gasztrorendezvények kiváló eszközei a hagyományos ételek, tehát a kulturális értékek megőrzésének és bemutatásának, hiszen ráirányítják az emberek figyelmét, elmondása szerint szembe menve „a tömegfogyasztás és a globalizáció okozta deformitás”-sal. A Szarvasi Szilvanapok szervezője például elmondta, hogy „nem ragadtunk le a klasszikus értelemben vett hagyományörzésnél, hiszen ma már azért, hogyha az étkezési szokásokat megnézzük, láthatóan nagyon sokat fejlődött ez az egész, és az elsődleges célunk a szilvával, hogy visszajöjjön a szilva és a szilva felhasználása a hétköznapi étkezésünkbe is”. Azonban az interjúk során a gasztronómiai hagyományok népszerűsítése, a gasztronómiai sokféleség bemutatása mint cél alig jelent meg. Annak ellenére, hogy a rendezvények túlnyomó része valóban hagyományosnak számító helyi, térségi vagy országos értéket ünnepel, a tapasztalatok inkább azt mutatják, hogy a gasztronómiát gyakran az előbbi célok elérése érdekében hívószóként használták fel a vizsgált rendezvények szervezői. Az interjúpartnerek egybehangzóan úgy vélik, hogy a gasztronómia az, amivel leginkább meg lehet mozgatni az embereket és fel lehet kelteni az érdeklődésüket, hiszen ahogy számos interjúban elhangzott, „enni, inni mindenki szeret”. Például a felgyői megkérdezett szerint „csúnya kimondani, hogy a gasztronómia eszköz, de ha ez kell, hogy kicsaljuk az embereket, akkor legyen így”. Ugyan napjainkban a gasztronómia vonzó téma, de feltételezhető, hogy a jövőben ezzel is kevésbé lehet megmozgatni a célközönséget, melyet erősíthet az, ha a gasztrorendezvények tömegtermékké válnak. A dunaszekcsői Krumplirétes Fesztivál szervezője a kérdőívben leírta, hogy „számunkra legfontosabb, hogy a helyi emberek végre együtt legyenek, egy közösséget alkossanak, a fesztivál jelleg és főként a gasztronómia ehhez csak egy eszköz, turisták jelenléte kevésbé fontos”. Tápén pedig a tarhonya „egy ilyen közös pont, ami összehozza az embereket”, a rendezvény „másodlagos célja meg magának a tarhonyának a népszerűsítése”, a megkérdezett szervező szerint.

A kereslet oldaláról vizsgálva a jelenséget, hasonló megállapításra jutottam. Például a csanádapácai és a derekegyházi rendezvény esetében a látogatás legfőbb motivációja a szórakozás, kikapcsolódás és kapcsolatok ápolása, melyek mellett az ételfogyasztás ezek eszközeként jelenik meg. Tehát a szakirodalomhoz illeszkedően a gasztronómia fontos szerepet tölt be a helyi közösség összehozásában és az identitás erősítésében, ami végső soron a települési közösségek fennmaradásában segít a közös értékek ünneplése által. Ezt felismerték az árpádhalmi Csörögfesztivál szervezői is, interjúpartnerem elmondása szerint „a településünknek nincs olyan jellegzetessége, hagyománya, amihez lehet kötődni. Keresnünk kellett maguknak valamit az identitásunk és a saját, helyi közösségük erősítésére” (CASTELLS, M. 2006). E motiváció pedig magyarázatot adhat a számos új, főként a megalkotott hagyományra alapuló gasztrorendezvény létrejöttére. Előfordult, hogy a gasztronómia népszerűsítésére vonatkozó cél átalakult az évek során, mint a nagybányai Paprikafesztivál esetében, mely jelenleg nem felel meg a gasztrofesztivál követelményeknek. Az interjúpartner elmondta, hogy „még korábban a rendezvény célja volt a paprikatermelők helyi és környékbeli népszerűsítése, sajnos a mezőgazdasági termelők számának csökkenése miatt mára inkább hagyománnyá és eszközzé vált a rendezvény megszervezésekor”. Viszont ebben az esetben is segíthet a helyiek identitásának erősítésében a múltbéli érték ünneplése által. A hagyományörzés kapcsán fontos kiemelni a gasztrorendezvények értékmentő szerepét, hiszen például a Méz- és Meggyfesztivál hatására létrejött Ízek Háza és szanki konyakmeggy egy

megszűnt, országosan is egyedülálló térségi értéket emelt újra a köztudatba, mely napjainkra részét képezi a térség turisztikai kínálatának.

A kérdőívet kitöltők 57%-a volt teljes mértékben motivált a gasztrorendezvény által a kapcsolatépítésben a jövőbeli településfejlesztési célok elérése érdekében. A kitöltők 39%-ának pedig teljes mértékben célja volt a településközi kapcsolatok erősítése a gasztrorendezvény által, ami fontos lehet a térség összehangolt fejlődése érdekében. Például a helyi polgármester szerint a Bócsator presztízszt ad Bócsának, üzleti kapcsolatokat lehet ilyen módon építeni. Azonban e cél a szervezői és a szakértői interjúkban sem jelent meg.

A fesztiválok gazdasági szerepét hangsúlyozó, elsősorban külföldi szakirodalom szerint a helyi vállalkozók bevételekhez jutása és népszerűsítése a gasztrofesztiválok fő célja (HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008A), azonban a válaszadók 38%-a jelölte a kérdőívben, hogy a gasztrorendezvénye teljes mértékben célozná ezt. A szakértői és a szervezői interjúzás tapasztalatai alapján egyesek szerint segítenek a rendezvények a helyi vállalkozók bevételekhez jutásában. Míg mások szerint a gasztrorendezvényeknek kevésbé van ebben szerepük. Azok, akik úgy vélik, hogy a gasztrorendezvények segítenek a helyi és környékbeli kézműves termelők piacra jutásában, elsősorban a nagyobb volumenű, turizmusorientált rendezvényekre gondoltak, ahol nagyobb a vásárlóerő. Vannak olyan rendezvények, melyek ingyen, vagy kedvezményes áron adnak lehetőséget a termelők bemutatkozására, mint például a Bajai Halfőző Fesztivál. E gasztrokulturális fesztivál egyik szervezője elmondta, hogy *„mi két részre bontottuk az árusokat. Nyilván meg kell jelenni azoknak is, akik ilyen tömegcikkeket forgalmaznak, úgy szoktam mondani, a gagyik. (...) Emellett volt egy külön kézműves udvarunk, (...) és ő nekik féláron adtuk mindig a helyeket, hogy ők is árusítsanak, szemben azokkal, akik a tömegcikk, meg játékpuska, meg játékautó meg nem tudom miket képviseltek. Ebből volt is először felháborodás, és azt mondtam igen, de ezt akkor is így fogjuk tartani, mert ők nem fognak annyit árulni, mint a mit tudom én milyen műanyag, meg a sportruházatos (...), de ő nekik meg kell jelenni, mert ők képviselik az értéket”*. A deszki Ajvárfesztiválon pedig a kézműves kiállítók nem fizetnek helypénzt, melyet a szervező azzal indokolt, hogy *„a fő mottónk az, hogy mindenki építse a fesztivált, a fesztivál mindenkié”*, azaz a kiállítók a minőségi, a témához kapcsolódó termékeikkel hozzájárulnak a rendezvény színvonalának emeléséhez. Mások szerint a rendezvények főként bemutatkozási lehetőséget nyújtanak a termelőknek, melyből a későbbiekben közvetett bevétel származik. Például az Öttömösi Spárgafesztivál célja az interjúpartner szerint, hogy a rendezvény által a spárgát népszerűsítsék, amivel jobb eladási pozícióba hozhatják a település nagyszámú spárgatermelőjét, de a fesztivál közvetlenül inkább kiadást jelent számukra. A szanki konyakmeggykészítés vezetője említette az interjúban, hogy az *„emberekhez eljut az információ, hogy hol találunk meg abban a szezonban, és ezért általában mindig van valami értelme a fesztiválnak, még ha nem is abban a pillanatban érezzük a gyümölcsét, de nagyon sokszor elég egy kapcsolat arra, hogy mondjuk egy megrendelése legyen egy cégnek például. Jók bemutatkozásra, meg azért mindig valami ismeretségek kötünk, valakivel beszélgetünk”*. A Szarvasi Szilvanap pedig a környékbeli szilvatermelés bővülését eredményezte, melyhez kapcsolódóan új értékeket teremtetek szilvás termékek forgalmazásának formájában. Vannak, akik szerint a gasztrofesztiválok kevésbé járulnak hozzá a termelők bevételekhez jutásához. Elsősorban a kis volumenű fesztiválokra gondoltak, melyek valójában a hazai kínálatot dominálják. Például a Bócsatoron a civil csapatok a saját költségükön beszerzett sertést dolgozzák fel és kínálják a látogatóknak kóstolójegy ellenében, ám a megkérdezett idegenforgalmi menedzser elmondta, hogy *„nem arról szól, hogy a csapat hatalmas nyereséggel megy haza, ez nullszaldós”*. Az interjúzás során vizsgált rendezvények közül többre, például a csanádapácai Kakasfesztiválra és a Derekegyházi Palacsintafesztiválra is jellemző, hogy a főzőversenyen készített ételekhez kapcsolódó alapanyagot (például a névadó kakast), vagy a kínált ételek alapanyagait (például palacsinta) egy-egy nagyobb vállalkozótól szerzik be, több esetben még csak nem is a megyéből. Ez költséghatékonyabb és egészségügyi szempontokból is biztonságosabb, mintha például a helyiek által felajánlott nyersanyagokat használnák fel. Viszont így a Magyar Nemzeti

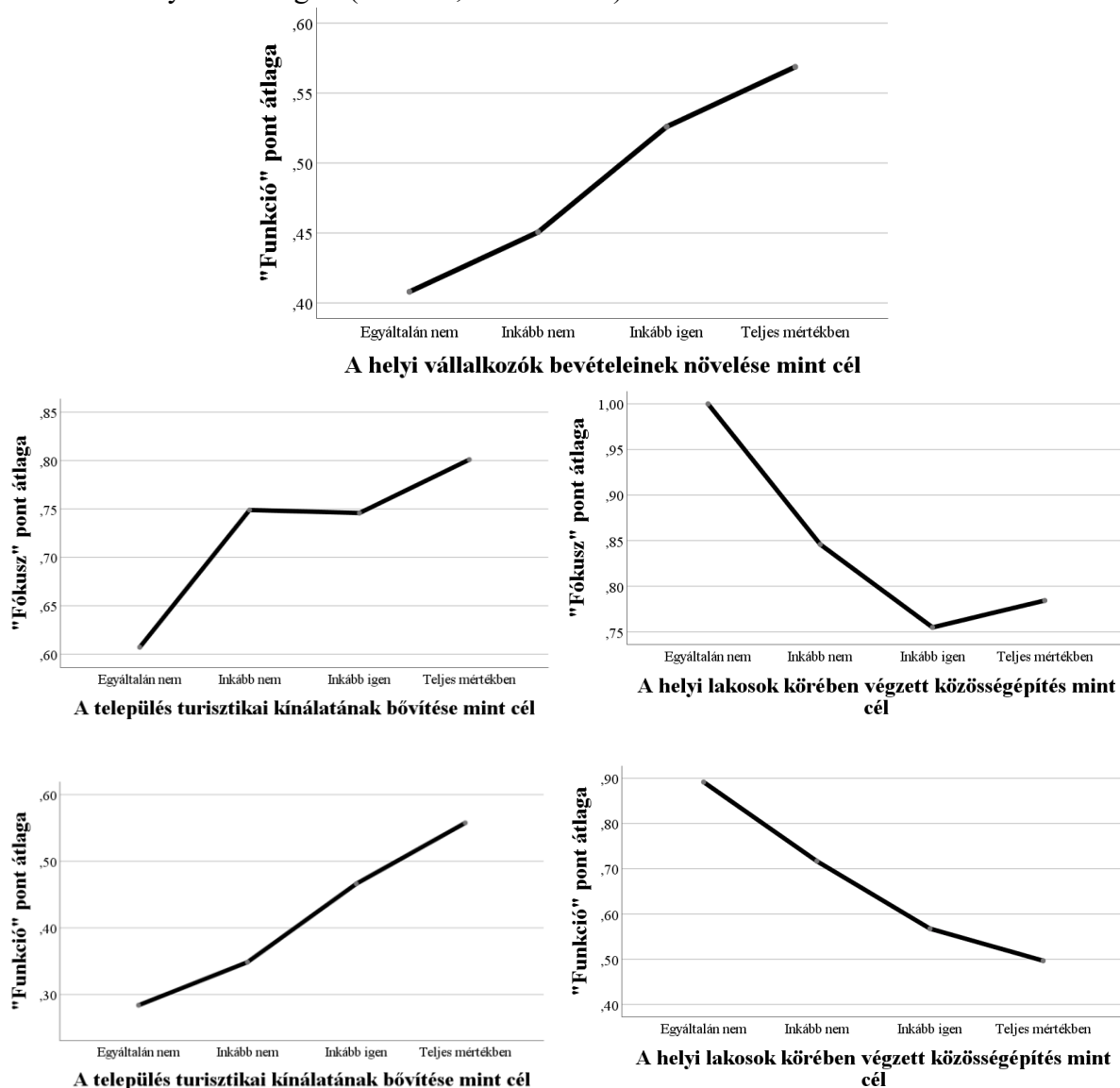
Gasztronómiai Szövetség megkérdezettje szerint „*nem az van, hogy a kistermelő odamegy, és meg tudja mutatni, hogy az ő portékájából miket lehet csinálni, hanem itt az van, hogy van egy közös beszerzés, és mindenki ugyanabból készít bármit*”. Tehát sok esetben a kistermelők nem tudnak versenyezni a nagyobb vállalatokkal a magasabb árak miatt, de jellemzően a szükséges mennyiségben sem tudnák kínálni az alapanyagokat. Többen beszámoltak arról, hogy a térségükben egyre kevesebb a helyi termelő, így egyre nehezebb minőségi kiállítókat felsorakoztatni a rendezvényeken. Ugyanakkor előfordulhat a termelők érdektelensége is, például két boros rendezvény kapcsán is elmondták a szervezők, hogy a helyi borászok kevésbé motiváltak abban, hogy részt vegyenek kiállítóként. Azonban a keresletet illetően is vannak problémák. A falvakban általában nem elég magas a vásárlóerő ahhoz, hogy a rendezvényeken kiállított termékekből a helyiek vásárolni tudjanak, másrészt a kézműves termékek iránt (például lekvárok) azért is lehet alacsonyabb a kereslet, mert a résztvevők azt maguk számára is elő tudják állítani. Az egyik turizmusfejlesztő egyesület tagja szerint „*ha nincs kellő mennyiségű vásáros, akkor nem vonzó, de ha meg sok van, akkor annyi embernek kell ott lenni, hogy nekik megérje kifizetni azt a minimális bérleti díjat, amit mégiscsak be kell szedni*”. Tehát a bevételhez jutás nagyban függ attól, hogy milyen a rendezvény látogatóinak összetétele és mennyisége. Fizetőképes kereslet legfőképp városokban lehet, de ahogy a Legjava termékek részéről megkérdezett interjúpartner elmondta, a nagy volumenű rendezvényeken „*a bérleti díj kimondottan magas, majdnem úgy kell felfogni, hogy ez a marketing költség*”.

A kérdőív szerint az országos és a dél-alföldi kitöltők kevesebb mint felének célja a helyi önkormányzat bevételhez juttatása a rendezvény által, összegezve a „teljes mértékben” és az „inkább igen” opciókra adott válaszokat. A bevételszerzés kisebb jelentőségét bizonyítja az is, hogy a kérdőívet kitöltők 70%-a non-profit rendezvénynek tartja magát, a profit érdekében működők körülbelül 10%-ot tesznek ki. A csanádapácai polgármester szerint „*nem biztos, hogy mindig mindenben az anyagi vonal a döntő. Ha a rendezvény a pénzről szól, az rossz irányba tolódik el*”. A bócsai idegenforgalmi menedzser pedig elmondta, hogy a Bócsator „*egy olyan rendezvény, aminek nincs nyeresége. Bevétel van belőle valamennyi nyilván, de nem nyereség*”. Az interjúzás szerint általános tapasztalat, hogy a kis települések rendezvényeinek szervezői a közvetlen anyagi javaknál fontosabbnak tartják a település hírnevének öregbítését, a helyi önkormányzat presztízsének növelését, illetve a társadalmi előnyök elérését, hiszen a helyiek életminősége nemcsak a közvetlen anyagiak, hanem a közösségi élmény átélésén keresztül is javulhat. Kübekháza polgármestere szerint „*a falu lakóinak érezniük kell, hogy a vezetőik ő értük dolgoznak*” és hisz abban, hogy „*az önkormányzatnak egy szolgáltató önkormányzatnak kell lenni*”. Ezt látja több más gasztrorendezvényt szervező település is, például az árpádalmi Csörögefesztivál szervezője kiemelte, hogy „*mindig van ingyen kaja, meg mindig van egy fizetős, mert sokan vannak olyanok, akik nem tudják kifizetni, nekem róluk gondoskodnom kell, van szociális vonulata, ez gyakorlatilag egy ingyen étkeztetés is*”. E megfontolásból például a derekegyházi rendezvényen a palacsintának nincs fix ára, a fogyasztásért becsületkasszába helyezhetik adományait a fogyasztók, melyet az önkormányzat a helyi iskolás gyermekek táboroztatására fordít. Azonban egy láthatóan szerényebb körülmények között élő, látogatói oldalról megkérdezett család elmondta, hogy hallották, hogy valakikre megjegyzéseket tettek a palacsintát kínálók, mert többször ettek a palacsintából adományozás nélkül. Egy másik látogató, aki korábban részt vett a sütésben pedig azt említette, hogy eleinte fel kellett hívni a látogatók figyelmét, hogy az adományokat a becsületkasszába helyezték.

A gasztrorendezvények környezeti fenntarthatóságát érintő céljaira nem született eredmény a kérdőívezés alapján, illetve a szervezői interjúzás során is csak néhány esetben jelent meg. A móralmi rendezvény szervezője elmondta, hogy „*a fesztiváloknak elég erős hátulütője tud lenni a sok műanyag hulladék*”, és ennek kiküszöbölése érdekében a vizsgált és más egyéb rendezvényeiket is igyekeztek „*zöldíteni*” és a műanyag evőeszközöket papírra cserélték, illetve a műanyag pohár helyett üvegben kínálták a pálinkát, hiszen a szervező elmondta, hogy „*egy igényes italt nem engedünk műanyag pohárból fogyasztani*”. Utóbbihoz hasonló eset Nemesnádudvaron volt, ahol porcelán táányérokban kapják a látogatók az ételeket,

mely árát a kóstolójegy tartalmazza. Három rendezvény szervezője pedig sajnálatát fejezte ki, hogy nagymennyiségű műanyag hulladékot termel a rendezvénye, aminek csökkentésére az anyagi források szűkössége miatt nem találtak megoldást, hiszen a papír eszközök ára sokkal magasabb. E szempontból a gasztrorendezvények környezeti fenntarthatóságot érintő céljai még kevésbé értelmezhetők, viszont néhány példa mutatja, mint például a szarvasi, hogy a gasztrorendezvény segít megőrizni, illetve növelni a helyi termények termelését, mellyel pedig a gazdasági dimenzió mellett a környezeti fenntarthatóság is támogatható.

Megvizsgáltam ANOVA elemzés segítségével a kérdőíves mintán, hogy van-e kapcsolat a rendezvények volumene, valamint a vállalkozói bevételszerzésre utaló cél között. Az elemzés alapján van kapcsolat, ugyanis minél magasabb a „funkció” pontszám, tehát ha minél nagyobb szerepet kapott a turisztikai funkció betöltése a helyi, közösségi funkcióhoz képest, annál jellemzőbben jelent meg a bevételszerzés célként (32. ábra). Ugyanez a tendencia jellemző a „funkció” és a turisztikai kínálat bővítése mint cél között. Minél nagyobb volumenű volt egy rendezvény, annál inkább nagyobb szerepet kapott a turisztikai kínálat mint cél. Míg a nagyobb volumenű rendezvények esetében kevésbé, a kisebb volumenű, helyi, közösségi rendezvényeken pedig nagyobb szerepet kapott a helyi lakosok körében végzett közösségépítési cél, akárcsak egyes külföldi szerzők szerint (HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018). Tehát általánosságban megállapítható, hogy minél nagyobb volumenű egy rendezvény, annál inkább elszakad a helyi közösségtől (32. ábra, 2. melléklet).



32. ábra: A „fókusz” és „funkció” mutató, valamint az egyes célok közötti kapcsolat

Forrás: A kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés

Az egyes célok, valamint a rendezvények „fókusz” közötti kapcsolat feltárásában is az ANOVA elemzés segített a kérdőíves mintán (2. melléklet). Minél nagyobb szerepet kapott a gasztronómia a rendezvények programkínálatában a kulturális, zenei programokhoz képest, annál jellemzőbben jelent meg célként a turisztikai kínálat bővítése. Míg a közösségépítés esetében fordított a kép, minél magasabb volt a „fókusz” pont, annál kevésbé volt jellemző a helyi lakosság körében végzett közösségépítés, de az átlagos fókusz pontszámok még ebben az esetben is 0,75 pont körül voltak. Ezek az eredmények arra engednek következtetni, hogy a közösségfejlesztés érdekében működő rendezvényeken a gasztronómia inkább ennek eszközeként szolgáló elem, míg a turisztikai célokat inkább megjelenítő rendezvények esetében a gasztronómia inkább attrakcióként jelenik meg. A rendezvények volumene, valamint a turisztikai és közösségépítő cél közötti kapcsolat is hasonló képet mutat (32. ábra).

Tehát az eredmények alapján a célok nagyban befolyásolják a rendezvények területi jelentőségét, valamint a témabeli jellemzőket. A hazai gasztrorendezvények által elérendő célok között a legfontosabb a települési imázs és a közösség erősítése, valamint a turisztikai kínálat bővítése, az étkezési hagyományok építése és a kapcsolatépítés is hangsúlyos szerepet kap, míg a bevételre utaló célok már kisebb mértékben jelennek meg a kérdőívben vizsgált rendezvények között. Azonban a különböző célok elérésének vágya befolyásolhatja azok eredményességét, ráadásul azok elérése és fenntarthatósága több tényező függvénye, melyet a következő fejezetben elemzünk.

8. A hazai gasztrorendezvény-kínálat fenntarthatóságának feltételei

8.1. Az érdekcsoportoktól való függőség

A szakirodalom és az empirikus kutatásom szerint is a fesztiválok eredményes működése, a célok elérése érdekében elengedhetetlen különböző érdekcsoportok bevonása a szervezésbe és a lebonyolításba, ugyanis értékes erőforrásokkal rendelkeznek (SANTINI, C.–CAVICCHI, A. 2014) (33. ábra). Például a kelebiai rendezvény szervezője szerint *„ezek a rendezvények, de bármilyen fesztivál itt a környéken, nem tud sikeres lenni széleskörű társadalmi összefogás nélkül. A gasztronapunk sikeréhez nagyban hozzájárul, hogy olyan emberek állnak mellé, akik aktívak, kiváló szervezőképességgel, és széles ismeretségi körrel rendelkeznek. Éppen ezért fontosnak tartom a jó kapcsolatokat és kommunikációt a helyi intézményekkel, vállalkozókkal és civil szervezetekkel”*.

A kérdőív válaszadóinak 85% szerint teljes mértékben, és az önkormányzati szervezésű rendezvényekről megkérdezett interjúpartnerek szerint is kiemelt szerepe volt a helyi önkormányzatnak a rendezvényük működtetésében. Jellemzően a képviselő-testület az ötletgazda, a forrásokról is ők gondoskodnak, mint például a Palacsintafesztiválon. A szervezést általában a helyi kulturális intézmény dolgozói végzik, igazodva a testület és a helyi lakosság érdekeihez, a rendelkezésre álló források függvényében. Kilenc rendezvény szervezője az interjúban elmondta, hogy az önkormányzatoknak jellemzően kiadást jelent a gasztrorendezvényük szervezése, közvetlen profitjuk nem származik belőle. Az önkormányzatok forrásokat különítenek el a rendezvény megvalósítására, melyet jellemzően kívülről, állami és Európai Unió pályázati pénzekből és lakossági felajánlásokból igyekeznek kiegészíteni, hiszen nem áll rendelkezésükre elegendő saját forrás a célok elérésére. Ám sokaknál, mint például az egyik kérdőív kitöltő szerint, *„a legnagyobb probléma az anyagi forrás hiánya. A Káposztás Napok minden évben veszteséges, ráfizetéses, véleményem szerint jobb lenne átgondolni, hogy szükség van-e rá és milyen formában”*.

A második legfontosabb érdekcsoport a média, „az inkább van szerepe” és a „teljes mértékben van szerepe” válaszok összesítése alapján, hiszen a közösségi médiatartalmak, online híroldalak cikkei, TV riportok és YouTube videók minőségén és mennyiségén nagyban múlik a rendezvények imázsa és látogatottsága is, melyre a szakirodalom is utal (BRADLEY, A. 2012). Például a Szarvasi Szilvanapok szervezője szerint *„a legtöbb esetben nem a fesztiválok mennyisége, nem a fesztiválok minősége határozza meg a kereslet-kínálatot, hanem a reklám, a promóció. Az, hogy melyik fesztivál hogyan tudja magát reklámozni, hogyan tud ott lenni*

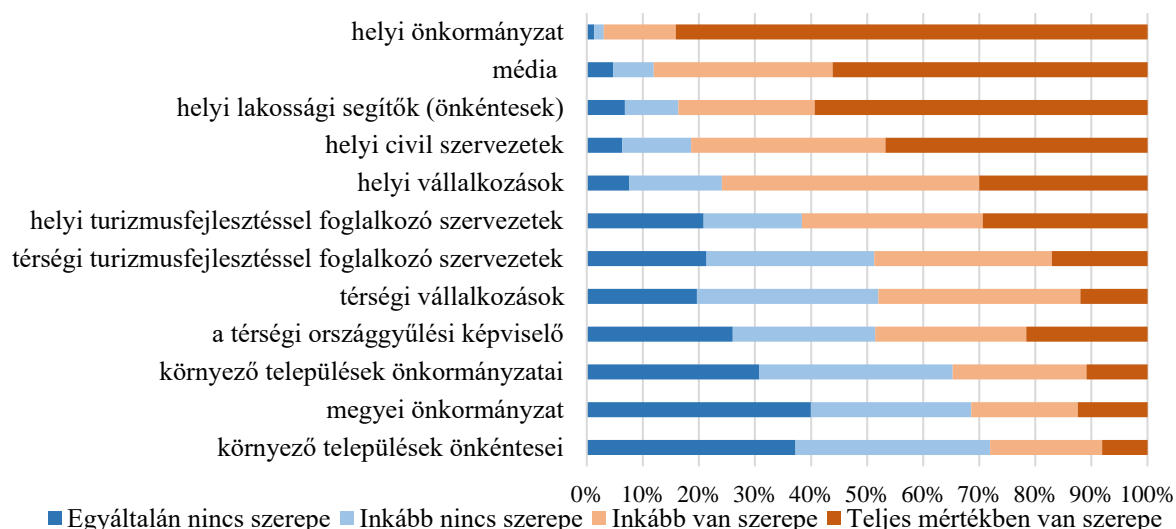
azokon a csatornákon, az online térben (...). Ott kell lenni az online térben, hiszen ma már azt is láthatjuk, hogy minimum a középkorosztály, úgy választ kirándulási helyszínt, elfoglaltságot, hogy felmegy az internetre és kereső szavakat üt be a Google-be és azt nézi meg, hogy mit dob ki belőle”, mely a médiaelemzésem relevanciáját is bizonyítja.

A helyi önkéntes segítőknak, az aktív lakosoknak és civil szervezeteknek mint helyi humán erőforrás a rendezvények 55-60%-án volt teljes mértékben szerepük a rendezvények megvalósításában, hiszen például elkészítették és kínálták a rendezvény témáját adó ételt, színpadi műsorokat biztosítottak. A szakirodalom szerint az önkéntes segítőik fejlesztésekbe való bevonása hozzájárul a települési közösségek fenntartásához és a társadalmi tőke bővítéséhez (REISINGER A. 2010; BERTELLA, G. 2017). Kübekháza polgármestere is így látja. Elmondta, hogy *„ha van egy fejlesztés, akkor is szoktam kérni egy kis társadalmi munkát a falu lakóitól takarításban, még akkor is, ha megvan a pénzügyi fedezete a dolognak. Tudja miért? Hogy az övékének érezzék, érezzék, hogy az ő munkájuk is benne van ebben, és ezért támaszkodunk a helyi munkaerőre. Hozzátesznek valamit a falu arculatához, és ez nagyon-nagyon fontos, és úgy tud virágzó lenni egy adott közösség, ha ezeket az értékeket, kincseket kiaknázzuk (...). Akkor van remény, van jövő, van jövőkép és egy jó életérzés van. Pontosan ez a lényege, a vidék megtartó erejének, a vidékiségnak, ennek ez az életérzés, ennek a hangulata”*. Azonban az interjúkban többen elmondták, hogy mivel az önkéntesek szívességből, ingyen segítenek, sokkal nehezebb koordinálni őket, és felhívni a figyelmüket, ha munkájukat nem megfelelően végzik, melyre a szakirodalom is utal. Az esetleges kritikákból, a nézeteltérésekből pedig személyes konfliktusok származhatnak, ami az önkéntesek kiválásához vezethetnek.

A kérdőívezés szerint a rendezvények több mint 70%-a esetében a vállalkozók bevonása is fontos a működésben és szintén 70% azoknak a rendezvényeknek az aránya, ahol megcélzották a helyi vállalkozók bevételeihez jutását (összegezve az „inkább igen” és a „teljes mértékben” opciókat). Azonban az interjúk kutatás alapján a helyi vállalkozók inkább szponzorként léptek fel, a szervezők anyagi és eszközbeli támogatást vártak tőlük. Az interjúzásba bevont rendezvények zöme a segítségért cserébe marketing felületet biztosított a támogatóknak, ugyanakkor a szponzorálás a helyi önkormányzattal való kapcsolat erősítésében is segíthet a jövőbeli együttműködés érdekében, de a vállalkozók gyakran önzetlenül, a közös ügy előrevitele miatt segítik a rendezvényeket. Például az öttömösi Spárgafesztiválon a helyi termelők ajánlják fel a kóstoltatásra szánt spárgát, és ugyanez a spárgafogyasztás népszerűsítésében is segít, de ahogy a polgármester az interjúban elmondta, *„abban biztos vagyok, hogy az ő segítségüket nem kompenzálja az, amit mi tudunk adni cserébe, ők biztos nem jól járnak ezzel a dologgal, de nem is ezért csinálják”*. Az Ajvárfesztiválon pedig a helyi vállalkozók ingyenesen kapnak lehetőséget a termékeik árusítására, hiszen a szervező szerint emelik a rendezvény színvonalát a jelenlétükkel, így érdekük bevonni őket. Azonban az egyik borfesztivál szervezője elmondta, hogy a helyi borászok, akikről szólna a rendezvény nem voltak motiváltak abban, hogy jelenlétükkel támogassák azt, egy másik rendezvény megkérdezettje pedig arról számolt be, hogy a helyi vállalkozók nemtetszését váltotta ki a támogatásra való felkérés a magas helyi adók mellett.

A helyi, térségi turizmusfejlesztéssel foglalkozó szervezeteknek a kérdőívezésben résztvevő rendezvények körülbelül 25%-án volt teljesen mértékben szerepe, ám számos településen nem működik ilyen szervezet. A térségi, megyei és környező települések érdekcsoportjainak a fesztiválok körülbelül 10-20%-án volt döntő szerepe, mely alapján a településen belülről jövő segítség jellemzőbb, mint a külső támogatás. Ennek ellenére négy interjúpartner is említette, hogy segítik egymást a környező települések önkormányzataival, például magas összegű fesztivál-infrastruktúrát vásároltak közösen, vagy adták kölcsön egymásnak. A rendezvény megvalósításában is volt példa együttműködésre, például Érsekcsanád az egyik szomszédos, a Duna túloldalán fekvő településsel, Deccsel nyújtott be közös pályázatot, melynek köszönhetően a rendezvényük térségi szerepkörrel bővült ki. A Bács-Kiskun Megyei Önkormányzattól megkérdezett interjúpartner szerint pedig a megyének nagy szerepe van a terület- és turizmusfejlesztésben, ezáltal a gasztrorendezvények turisztikai

kínálatban játszott szerepének összehangolásában is, hiszen „a megyei önkormányzatoknak fontos szerepe van, és lesz a jövőben, mert megfelelő a mérete. Elég nagy ahhoz, hogy megfelelő súlya legyen, és eléggé helyben van, hogy ismerje még a helyi viszonyokat”.



33. ábra: Érdekcsoportok szerepe a gasztrorendezvények működésében a kérdőívezés alapján

Forrás: A kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés

Az érdekcsoportok bevonására és együttműködésük feltárására példaként hozhatók az esettanulmányok. A Bócsator szervezését 2018-ban vette át a helyi önkormányzat a helyi civil ötletgazdától. Annak kiválása nehéz helyzetbe hozta az önkormányzatot, ugyanis a megelőző években csak támogató szerepet töltött be, a változás után pedig magára vállalta az összes szervezői feladatot, hiszen meg akarta őrizni ezt az értékes eseményt. Ebben nagy szerepük volt a helyi lakosoknak is. A polgármester szerint „a helyi emberek itt szeretik megmutatni mire képesek, szeretnek szervezni, szeretnek jótékony célokat követni, szeretnek összefogni. Ez egy nagyon jó mentalitású település”. A rendezvény lényegét adó csapatos sertésfeldolgozás és ételkínálás mellett sok személyi és anyagi felajánlás érkezett a lakosságtól, hiszen ahogy az egyik civil szervezeti tag elmondta, így érzik, hogy „ők is hozzáadtak a közös cél eléréséhez, a fesztivál sikeres lebonyolításához”. Bócsán aktív a vállalkozói szféra, több nagyvállalat és számos kisvállalat működik, amelyek csapatként, illetve támogatóként is részt vettek az eseményen. Összességében a szervezői változás a fesztivál minőségén sokat javított, hiszen a polgármester szerint a kiválás okozta „konfliktushelyzet előre vitte a Bócsator. Óriási erők mozdultak meg, hogy ez a rendezvény megvalósuljon, és ezek az óriási erők óriási sikert hoztak”. Tehát e közösség a közös ügy sikere érdekében gyorsan képes volt alkalmazkodni a változásokhoz jelentős társadalmi tőkéjének köszönhetően (ADONGO, R. et al. 2019).

A Palacsintafesztivál szervezője és forrásteremtője szintén a helyi önkormányzat, de a fesztiválon is nagy szükség volt a civilekre, hiszen ők készítették és kínálták a témát adó ételt, az attrakciót. A sütés megvalósításához nagy összefogásra és munkaerőre volt szükség Derekegyházon, ugyanis a fesztivál során négy napon keresztül folyamatosan sült a palacsinta. Ezért a sütőcsapatok toborzása és meghívása zajlott a térségben, ami hozzájárult a helyi lakosok csökkenő aktivitásához, ám emiatt még jelentősebbé vált a külső segítőkre való támaszkodás, a nagyszakácsi példához hasonlóan (BÓDI J. 2008). Az önkéntesek munkájuk mellett eszközök és töltelékek felajánlásával segítették a rendezvényt. A megvalósításában jelentős szerepük volt a vállalkozóknak, akik anyagi és eszközbeli felajánlásaikkal működtek közre. Például a palacsintához szükséges alapanyagokat a vállalkozóktól kedvezményesen szerezték be.

A szervezői interjúzás során is találkoztam számos pozitív példával az érdekcsoportok összefogása tekintetében. Például az érsekcsanádi fesztivál szervezője szerencsésnek érzi magát, hogy „ebben a faluban működik egy olyan egészséges egymást segítő összefogó erő, amin keresztül sokkal könnyebb”, továbbá kiemelte, hogy a megfelelő szavakat szükséges

megtalálni a helyi lakosság részvételre való motiválásához. Vannak olyan települések, ahol ennek módját kevésbé ismerik, például az egyik Csongrád-Csanád megyei rendezvény szervezője szerint *„sajnos már így kialakult, hogy az önkormányzatnak nagy a szerepe, már a közösséget nehéz bevonni. Ez, ami nem működik, a közösség hiánya, meg akkor a vállalkozók bevonása, civil szervezetek. Nem kéne évente [szervezni] szerintem, akkor nem lenne belefásulás, de úgy vannak vele, hogy ezt mindig meg kell csinálni”*.

Érdekellentétek kevésbé jellemzőek a különböző csoportok között az interjúpartnerek szerint, de a kérdőívet kitöltők 10%-a bevallotta, hogy voltak konfliktusok az érdekcsoportok között (BERTELLA, G. 2017). A legjellemzőbb hátráltató tényezők közé sorolhatók az önkormányzat részéről a politikai ellentétekből fakadó konfliktusok, a vállalkozók, akik árusként jelennek meg a rendezvényeken és konkurenciát jelenthetnek egymásnak, míg a civilek részéről az eltérő aktivitás okozhat problémát, valamint személyes ellentétek is nehezíthetik a munkát. Például a Bócsatorból azért vált ki a kezdeményező civil fél, mert az önkormányzattal nem egyeztek meg a céljaik. A szervezők és a látogatók között is jelentkezhettek feszültségek, például ha nem volt egyértelműen definiálva, hogy mi a rendezvény célcsoportja. Ezért ahogy a Szatmár-Beregi Szilvanapról kiderült a kérdőívben, *„el kell dönten, hogy egy rendezvény elsősorban a vendégeknek, a turistáknak szól-e vagy a helyi közösségnek (nálunk ez a falunap)”*. A rendezvényt szervező önkormányzatoknak nehézséget jelenthetett a helyi lakosok elvárásait teljesíteni, ahogy az egyik kérdőív kitöltője leírta: *„az a tapasztalatunk, hogy a lakosság »akar« egy kész eseményt, programot, amit a véleményük szerint az önkormányzatnak »kötelessége« megszervezni minden éven, mert ennyi »jár« nekik kikapcsolódásképpen. Természetesen ingyenesen. Az másik kérdés, hogy a megszervezésben nem szívesen segítenek, mert évről évre konfliktusok alakulnak ki közöttük a szervezés közben, így ezek a személyek a következő évben már nem vesznek részt a szervezésben”*. De például az Országos Román Gasztronómiai Fesztivál szervezője úgy vélekedik, hogy a civil és a vállalkozói szféra segítségére kevésbé támaszkodnak és nem várják segítségüket, mert a rendezvényt a szervezők kikapcsolódási lehetőségként adni szeretnék a különböző aktoroknak.

Mindez, a nemzetközi szakirodalom megállapításaihoz illeszkedően, bizonyítja a különböző érdekcsoportok szerepének fontosságát a gasztrorendezvények fenntarthatóságában, ugyanis valamelyik szükséges támogató kimaradása esetén veszélybe kerülhet a rendezvény színvonala, és akár életben maradása (PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012; ADONGO, R. et al. 2019). Az interjúk kutatás és a kérdőív vonatkozó nyitott kérdéseire adott válaszok is bizonyítják ezeknek az erőforrásoknak a szükségességét és nehéz előteremtését. Például az egyik hanyatlás útjára lépett rendezvény szervezője a kérdőívben leírta, hogy *„egyre kevesebb az önkéntes segítő, a település vezetői közül sem mindenki vesz részt a szervezésben, a néhány ember, aki megmarad a szervezésben, a sok felgyűlt feladattal nehezen birkózik meg, feszültséget kelt egymás között”*. Az interjúpartnerek az új önkéntesek bevonása kapcsán a fiatalokról gyakran szót ejtettek. Az árpádalmi rendezvény szervezője szerint *„az új generáció megszólítása rendkívül nehéz”*, melynek szerinte az az egyik fő oka, hogy a településen megszűnt az alsó tagozat. Hasonló a probléma Köröstarcsán is, az interjúpartner elmondta, *„fiatalság nincs is nagyon a településen, ez a nagy baj, elköltöznek”*. További probléma a helyben maradó fiatalok passzivitása, aminek véleményem szerint a nem megfelelő motiválás lehet az oka. A bácsalmási rendezvény szervezője szerint pedig a *„fiatalok nem nagyon veszik át ezt a szerepet, mert a közért tenni már annyira nem divat, annyira elanyagiasodott minden, hogy most már úgymond társadalmi munkában az embereket elég nehéz megmozgatni, de azért van példa erre”*. Általános tapasztalat, hogy az önkéntes munkában az 50-60 évesek, valamint az aktív nyugdíjasok segítenek, a fiatalok elvándorlása és passzivitása pedig akadályozza az idősebb civil szervezetek és közösségek utánpótlását, mely miatt nemcsak a gasztrorendezvények fenntarthatósága áll veszélyben, hanem a települési közösség, végső soron a vidék életben maradása is. De például a Bordányi Kecseverseny és Helyi Ízek Fesztiválja elsősorban a fiataloknak szól, a helyi iskola osztályai között zajlanak a versenyek a közösség összetartása és a gyerekek identitásának növelése, és közösségbe való bevonása érdekében. A térségből

Derekegyházra pedig egész osztályok mentek részt venni a palacsintasütésben, mellyel szintén növelhető a diákok közösségi aktivitása.

A humán erőforrás rendelkezésre állásának fontosságát a szakértői interjúzás során megkérdezettek is elengedhetetlennek tartják a vidék jövője szempontjából. Szerintük a humán erőforrás nemcsak az önkéntes munkaerőben, hanem a helyi közösség in situ tudásában, a helyi szakembergárdában, valamint a településvezetőség tenni akarásában nyilvánul meg. Mindemellett meglátásom szerint ezek kiaknázásához elengedhetetlen, hogy a helyi elit participatív módon, már a tervezés szakaszába bevonja a helyi lakosságot. Például Kübekháza polgármestere szerint *„fontos, hogy a helyi erőre, a helyi kapacitásra, a helyi know-how-ra a helyi gondolkodásra, a helyi emberekre építsünk, mert azok látják, akik ott élnek, nem külső szakemberek látják, hogy mit lehetne jól csinálni”*. Azonban úgy véli, hogy *„hiányzik valamilyen szinten az önkormányzatokból a kreativitás, tehát az arcukat, az arcukatépítés, a brandépítés”*, mely véleményem szerint még tovább csökkenhet, ha a jövőben szűkül a helyi önkormányzatok autonómiája. Az interjúpartner szerint az önkormányzatoknak feladata lenne egy megfelelő brand kiépítésével ismertséget szerezni a településüknek, amivel növelhető a turisztikai vonzerő, valamint a betelepédési kedv, amiben például a gasztrofesztiválok is segíthetnek. Viszont ez a menedzser szemléletű gondolkodáson múlik, ami a többször példaként hozott Bócsára, Derekegyházra és Szankra is jellemző. Szank volt polgármestere elmondta, hogy *„a hivatali infrastruktúrán belül nem kiszerveztünk, és különböző projektmenedzsmenti cégekkel dolgoztunk, hanem saját emberekkel. Kineveltük, és beléjük neveltük a tudást és a képességet, úgyhogy ez elengedhetetlen feltétele volt annak, hogy rendszerszinten lehessen gondolkodni”*. A rendszerszintű gondolkodás alatt pedig magát a terület-, illetve vidékfejlesztést érti, hiszen a fejlesztési gondolatokat nem szigetszerűen, hanem egymáshoz kapcsoltnak, integráltnak kell megvalósítani, mert akkor lesznek fenntarthatók. Ugyanakkor azt is említette, hogy tapasztalatai szerint *„az elkötelezett és közös célok mentén gondolkozó közösségből több van, de a felkészült szakemberekből kevesebb”*. Több más interjúpartner is kiemelte a vidéki szakemberhiányt, melynek elsődleges oka, hogy a vidék kevésbé képes megtartani a tanult embereket a városok elvonzó ereje miatt. Így nincs, aki kiaknázza a rendelkezésre álló adottságokat, ugyanakkor a kis lélekszámú települések egyébként sem lennének képesek kibocsátani a megfelelő mennyiségű humán erőforrást, mely problémakörre FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D. (2018) is rávilágítanak. Az egyik Csongrád-Csanád megyei térségfejlesztő egyesület részéről megkérdezett interjúpartner szerint szükség lenne bevonni a fejlesztésekbe külső szakembereket. Szerinte *„törekednek rá a falusi vezetők, hogy azért helyit alkalmazzanak, de ha az olyan esetben, ha gátja a helyi fejlődésnek, nem alkalmas az illető, akkor ezt el kell engedni, mert sokkal fontosabb, hogy alkalmas legyen, mint az, hogy helyi legyen”*. Ezért *„kreatív erőkhöz meg kimondottan azt mondom, hogy igenis be kell vonni külső szemeket”*, illeszkedve a neo-endogén fejlesztési megközelítéshez (RAY, C. 2006). Ide kapcsolódik Mórahalom turisztikai szakemberének elmondása, miszerint *„én ide betelepülő vagyok, és máshogy látom a helyieket, és azt is észreveszem, hogy az, amit amúgy mi szakmailag azt mondjuk, hogy érték, azt itt helyben nem annak érzik, és nem azért, mert nem érték”*. Hozzátette, hogy *„akik úgy kezelik a helyi termék témát, ahogy azt a szakirodalom és a külföldi tapasztalatok szerint lehet, azok nem tősgyökeres helyiek, hanem városból ide települtek, akik látják a lehetőséget és ki tudják építeni”*. Tapasztalatai szerint *„akinek a birtokában van az érték, nem erőforrásként érzi, nem tudja összekötni a turisztikai potenciállal és nincs olyan szintű megfelelő helyi termék, amiből egy komplex kínálatot össze lehetne jól állítani”*. Azonban a szervezői interjúzás során egyáltalán nem merült fel az igény a külső szakmai segítségnyújtásra, sokkal inkább az anyagi erőforrások hiányát emlegették.

A kutatás során kiderült, hogy a pályázati források elérhetősége nemcsak a fesztivál elnevezésű és jellegű események létrejöttét motiválta, hanem nagyban befolyásolja a rendezvények területi jelentőségét és programkínálatát, valamint a fenntarthatóságát, ezáltal a hazai gasztrorendezvény-kínálatot. Az interjú és a kérdőíves kutatásban is gyakran megjelent, hogy az aktuális év rendezvényének kulturális programja, a vonzereje és volumene is nagyban

függött attól, rendelkezésre állt-e külső forrás. Például az egyik kérdőív kitöltője leírta, „*ha több anyagi támogatásunk lenne, a színvonalat is emelni tudnánk*”, bár a kutatásomból kiderült, hogy a megfelelő szakemberek és a tenni akarás is sok településről hiányzik. Mások arról számoltak be, hogy egyes programelemekkel (például sportbemutató, tematikus nemzetiségi nap) azért gazdagították a kínálatukat, mert arra kaptak támogatást. A szanki rendezvény szervezője elmondta, hogy „*ilyen kísérő programokat tudunk inkább pályázatból finanszírozni, amiket úgy nem terveztünk, de azt bele tudjuk ebbe a koncepcióba illeszteni. A kiírások nem feltétlen gasztronómiai rendezvényekre szólnak, de igyekszünk így a saját céljainkra formálni, ilyen például a helyi érték és termék bemutatás, ilyesmi dolgok, amik illeszkednek úgy a gasztronómiához*”. Többen említették, hogy pályázati forrásokból a zenei előadók díját finanszírozták, viszont korlátozott volt a támogatható műsorok jellege. Erről a pusztamérgesi rendezvény szervezője úgy vélekedett, hogy „*van ebben egy olyan szándékosság is, hogy azért az állam is próbál afelé elmozdulni, hogyha kultúra közvetítésről beszél, akkor tényleg a kultúrát értsük ez alatt. Tehát egy kicsit afelé tolja el a településeket, hogy ne menjetek nagyon a szólóénekesek és az együttesek olvasztótégelyének az alá, hanem tényleg próbáljatok meg minőséget közvetíteni*”. Míg a Csörögefesztivál megkérdezettje szerint kevésbé kellene beszabályozni a támogatás elköltését, hiszen az ő közössége számára mást jelent az érték, és másra van igényük, mint amit a pályázat kiírói kultúraközvetítés alatt értenek.

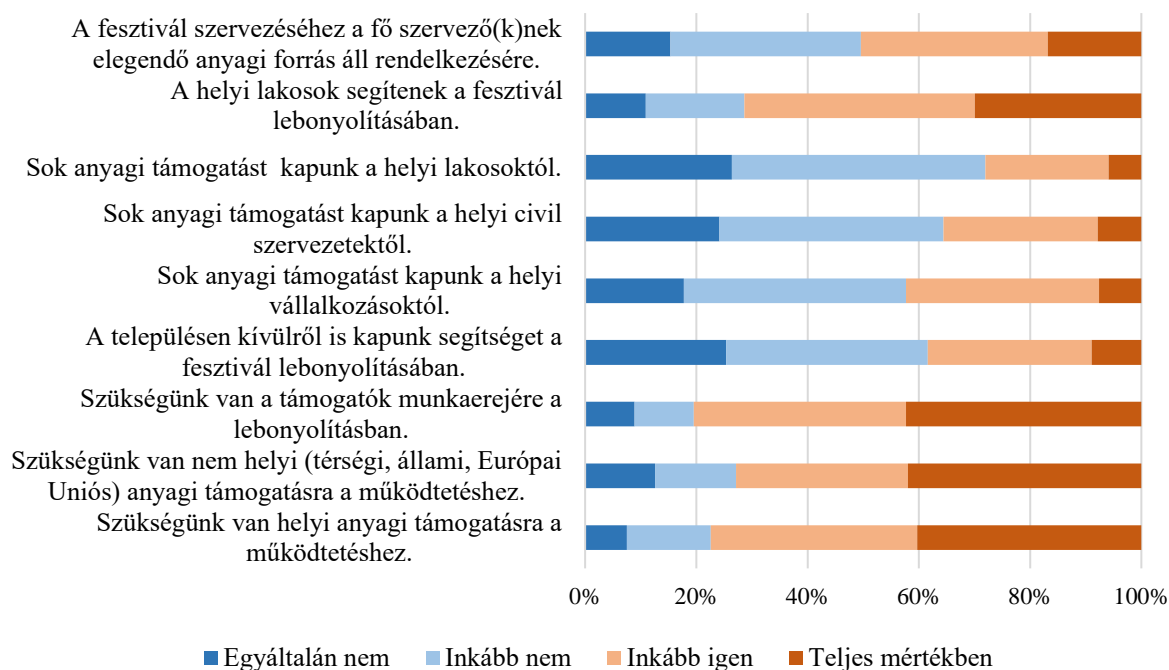
Ugyanakkor a pályázati források az időbeli terjedelmet is befolyásolhatták, erről számolt be a csölyospálosi fesztivál megkérdezettje. Elmondta, hogy „*a pályázati forrásnak az volt a feltétele, hogy le tudjuk hívni, hogy több naposnak kell lenni a rendezvénynek*”. Bár álláspontom szerint a rendezvény minősége és „*fesztivál jellege*” nem az időbeli terjedelmen múlik, melyet bizonyít a sokszor pozitív példaként hozott egynapos Bócsator. A csölyospálosi polgármester érvelését azzal folytatta, hogy „*igazából ezek a pályázatok befolyásolják a szervezők véleményét, álláspontját, döntéseit, maximálisan egyet tudok ezzel érteni, szerintem pozitív irányba befolyásolnak, adnak pénzt, de cserébe kérnek fejlesztést, új dolgokat*”. Mindemellett többen említették azt is, hogy a fesztivál infrastrukturális hátterének elemeit (például rendezvénysátor) is pályázati forrásból finanszírozták, ami nagy terhet vett le az önkormányzati költségvetésről, ugyanakkor a rendezvények körülményei is javultak. Azonban a kis települések kis volumenű rendezvényei szervezőinek többsége a kérdőív és az interjúk szerint is úgy véli, hogy szűkek a számukra elérhető pályázati támogatások, a pályázati rendszer inkább a nagy volumenű rendezvényeket támogatja. Ez pedig ellent mond annak, hogy méltányos módon, a vidéki települések bőségesebb erőforrásokhoz jussanak a fejlettebb városokkal szemben. Bár a kérdőívben az egyik 1000 fő alatti település kis volumenű rendezvényének szervezője leírta, hogy „*nem állunk nehézségekkel szemben, nyitott minden önkormányzat számára a pályázati lehetőség a rendezvények megrendezésére*”.

Mindezek alapján a pályázatok kiíróinak nagy felelőssége van abban, hogy milyen irányba terelik a piacot, ahogy az egyik megyei önkormányzat megkérdezettje elmondta, hogy „*ha előírják, hogy milyen elemeknek kell meglenni egy ilyen fesztiválban, azt meg kell csinálni, le kell igazolni. Egyáltalán nem mindegy, hogy a pályázati kiírásban mi van benne*”. Tulajdonképpen így a helyi és a felsőbb kormányzati szintek viszonyát vizsgálva a „*pályázati kiírás mindenképp beavatkozásként tekinthető, mert az beavatkozik úgy, mert pénzzel irányítja, motiválja a szereplőket*”. Az ilyen mértékű beavatkozás pedig meglátásom szerint sokkal fenntarthatóbb településfejlesztési eredményeket hozna, ha a kiírások sokkal inkább alkalmazkodnának a helyi sajátosságokhoz, és a helyi aktoroknak nem kellene „trükközni” és kompromisszumokat kötni, hogy megfeleljenek a pályázati kiírásoknak. Azonban az interjúzás szerint a helyi szint szereplői általában úgy vélik, hogy a fesztiválok, illetve bárminemű fejlesztés esetében a pályázatok céljai és a helyi célok nehezen egyeztethetők össze, aminek egyik oka, hogy a helyi és a felsőbb területi szintek, például a települési önkormányzatok és az országos szintű fejlesztési szervezetek nem értik egymást (FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D. 2018). A helyiek nem értik meg például a pályázati kiírások nyelvezetét, így zömében csak azok tudják a saját céljaikra hangolni a pályázatokat, akiknek van megfelelő szakembere, aki jól

megfogalmazva össze tudja kapcsolni a helyi szint és a felsőbb területi szintek (például országos) elképzeléseit. A közpénzekhez való hozzájárulásról a csólyospálosi polgármester úgy vélekedett, hogy „a kiírások hála Istennek annyira tágak, hogy belefér minden, amit mi kigondolunk, rá lehet húzni, tehát ilyen probléma nem szokott lenni”. Az egyik Bács-Kiskun megyei rendezvény szervezője szerint pedig „ez úgy működik, hogyha kiírnak egy pályázatot, az ember megnézi, hogy ez valamire jó lesz-e neki vagy nem, mert nem az van benne, amit én gondolok, hanem a pályázat kiírója gondol valamit, és annak a célnak megfelelően adnak be pályázatot”. A másik ok pedig az alsóbb és a felsőbb kormányzati szintek egymástól való fizikai és gondolkodásmódbeli távolsága, így a pályázatok kiírói és a helyiek eltérően látják, hogy milyen irányú fejlesztésekre lenne szüksége a vidéknek. Például az egyik térségfejlesztő egyesület részéről megkérdezett interjúpartner arról számolt be, hogy „a pályázatokkal előhúzták a falusi ember kreativitását, mert erre adtak pénzt, azt mondták erre kell. Hát a fene egyen meg ott benneteket, gondolták a falusiak magukban, és akkor azt mondták, hogy nekünk nem ez kéne, de hát azt mondták, hogy ez kell, akkor ez lesz. Nagyon sok ilyen van, és ez mind ebből a torzulásból fakad, hogy központilag azt mondták, hogy az de jó volna, de azt nem kérdezték meg, hogy az kell-e neked”. Tehát a vidékfejlesztési gyakorlat nem volt kellőképpen decentralizált. Mindemellett a turizmuskutatóval foglalkozó kutató az interjúban elmondta, „a pályázatok azok nem olyan változatosak, vagy nem kívánnak meg akkora változatosságot, mint ami potenciál lehet a helyi adottságok változatosságában. Az meg egyfajta ilyen felülről irányított, a pályázatnak való megfelelést követeli meg, meg az indikátoroknak is, és nem annyira az adottságok legjobb kihasználását értékeli, hanem jobban a megvalósíthatóságát”. Az interjúk során a települési szint részéről felmerült az igény arra, hogy pályázatok helyett magasabb legyen az önkormányzatok állami finanszírozása, vagy az egyik polgármester szerint jó lenne, ha „lenne egy olyan keretösszeg, amit a saját igényeinkre tudnánk fordítani előzetes jóváhagyás után. Erre azt a választ kaptam, hogy túl nagy apparátus lenne 3000 település egyedi igényeit elbírálni”.

Azonban például a Magyar Nemzeti Értékek és Hungarikumok Szövetsége részéről megkérdezett partner úgy fogalmazott, hogy „azt a gasztrofesztivált hagynám életben, amelyik támogatás nélkül is életképes”, hiszen a kezdeti külső támogatások célja is az, hogy hosszú távon csökkentsék a külső erőforrásoktól való függőséget (RITTER K. et al. 2013). Egy másik interjúpartner, aki a Nemzeti Kulturális Alap korábbi kuratóriumi tagja volt elmondta, hogy „amikor a Fesztivál Szövetség létrejött, akkor azt mondta az elnökség, hogy minden magyarországi fesztivál, teljesen mindegy, hogy melyik kategória, próbáljon megállni a saját lábán. Ha mindig mindenki arra számít, hogy majd pályázati pénzekkel megalapozom a jövő évet, az alapvetően azt a bizonytalanságot hozta magával, hogy nem lehetett 1-2 évvel előre tervezni”. Azonban a kérdőíves és interjúk kutatás eredményei is azt mutatják a gasztrorendezvények volumenétől függetlenül, hogy azok finanszírozása jellemzően minden évben bizonytalan, pedig a neo-endogén fejlesztési modellnek is a külső segítségtől való függetlenítés lenne a célja. Például emiatt az egyik kecskeméti rendezvény szervezője elmondta, hogy „nem tudunk a fokozatos építkezés, fejlődés útjára lépni”. Az egyik szolnoki rendezvény szervezőjének – aki vállalkozóként működtette rendezvényét – is gondot okozott a finanszírozás, hiszen úgy nyilatkozott, hogy „nekem össze kellett szednem 18-20 millió Ft-ot szeptemberre, de augusztusban még semmim nem volt. (...) Rettegtem, mikor jött a következő fesztivál, hogy honnan fogom összeszedni azt a rengeteg pénzt”. Végül ő eladta a rendezvényét a helyi önkormányzatnak, mert támogatások hiányában nem volt képes tovább működtetni. A Csörögfesztivál szervezője pedig a rendezvény önerőből való fenntartására vonatkozó kérdésemre azt válaszolta, hogy „nem kap az önkormányzat rendezvényre pénzt (...). Kistelepülésen a közművelődés a kötelező feladata, de nem kap rá. Ez így tarthatatlan, hogy állandó guberálásból tartjuk fenn magunkat. A falu egész életére 0 Ft van. Pályázatokból, felajánlásokból élünk”. Tehát a fesztiválok fenntarthatósága nagyban múlik a külső anyagi segítségtől, illetve a különböző helyi aktorok támogatásától, hiszen az önkormányzatoknak nincs elegendő erőforrásuk a rendezvények önerőből történő megvalósításához.

A kérdőívezésben részt vevő gasztrorendezvények fele-fele arányban oszlanak meg aszerint, hogy megrendezésükre és eredményes működtetésükre elegendő forrás állt-e rendelkezésre, vagy sem. A válaszadók 70%-án segítettek a helyi lakosok a rendezvények lebonyolításában kisebb vagy nagyobb mértékben, főként önkéntes munkaerőként, az anyagi segítségnyújtás 30%-ban volt jellemző. A Dél-Alföld régióban ez a megoszlás minimálisan eltér, a rendezvények 60%-ában segített be a helyi lakosság munkával, 40%-ban jellemző részükről az anyagi támogatás. Országos szinten a civil szervezetek által biztosított anyagi támogatás is kevésbé jellemző, 35%-ban jelent meg, míg a vállalkozók anyagi hozzájárulása is csak 40%-ban fordult elő összegezve a „teljes mértékben” és az „inkább igen” opciókat. A Dél-Alföld régió szintjén e arányok magasabbak, anyagiakkal a rendezvények felét segítették vállalkozások, több mint 40%-át civil szervezetek is. A lebonyolításban nyújtott, kívülről érkező segítség pedig országos és a vizsgált régió szintjén is körülbelül 40%-ban jelent meg. Annak ellenére, hogy az anyagi felajánlások aránya nem magas, a vizsgált rendezvények 80%-ának működéséhez szüksége volt a támogatók munkaerejére és a helyiektől kapott anyagi támogatásra országosan és a Dél-Alföldön is. A külső segítségre, azaz az állami vagy egyéb anyagi támogatásra való ráutaltság országosan a rendezvények 85, a vizsgált régióban körülbelül 75%-ban jellemző az „inkább igen” és a „teljes mértékben” opciókkal együtt (34. ábra).



34. ábra: A rendezvények lebonyolításához szükséges erőforrások rendelkezésre állása

Forrás: A kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés

A „Szükségünk van helyi anyagi támogatásra a működtetéshez”, a „Szükségünk van nem helyi (térsegi, állami, Európai Unió) anyagi támogatásra a működtetéshez”, valamint a „Szükségünk van a támogatók munkaerejére a lebonyolításban” állításokra adott pontok normalizált összegéből alkottam meg a „függőség” mutatót (4. ábra, 34. ábra). Így e mutató nem részletezi, hogy a szervezőknek anyagi, humán erőforrásbeli, külső vagy belső erőforrásra volt-e szüksége, csak arra vonatkozik, hogy működtetése függött-e a szervezőcsapaton túli segítségnyújtástól. Országos szinten a vizsgált rendezvények több mint fele inkább függött a különböző aktoroktól, a fesztiválok 30%-a teljes mértékben rá volt utalva a szervezőgárdán kívüli segítségre fennmaradása és az eredményes működés érdekében. Azonban elenyésző azoknak a rendezvényeknek az aránya (4%), melyek önállóan, segítség nélkül is meg tudtak valósulni (13. táblázat). Megvizsgáltam, hogy az ANOVA elemzés szerint van-e kapcsolat a kor és a függőség mértéke között, azonban az eredmények szerint az erőforrásoktól való függőség nem múlik

azon, hogy milyen idős a rendezvény. Ugyanakkor a területi jelentőség és a függőség sem mutatott szignifikáns eredményt, így a függőség mértéke nem múlik attól, hogy kisebb vagy nagyobb volumenű fesztiválnak, vagy helyi szintű rendezvénynek tekinthető-e az esemény.

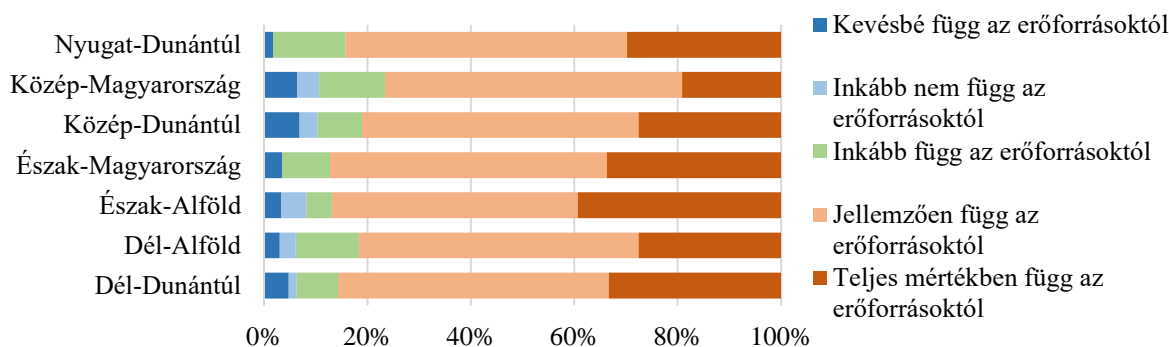
13. táblázat: A „függőség” mutató szerinti klaszterek jellemzői

Elnevezés	Klasztertartomány	Rendezvények megoszlása
adathiány miatt nem értékelhető	0,000	1,9%
Kevésbé függ az erőforrásoktól	0,250-0,416	4,0%
Inkább nem függ az erőforrásoktól	0,417-0,499	2,3%
Inkább függ az erőforrásoktól	0,500-0,666	9,8%
Jellemzően függ az erőforrásoktól	0,667-0,874	52,2%
Teljes mértékben függ az erőforrásoktól	0,875-1	29,9%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Az egyes klaszterek regionális eloszlása szerint azok a rendezvények, melyekre kevésbé jellemző az erőforrás-függőség, a Közép-Dunántúl régióba koncentráltak, az „inkább nem függ az erőforrásoktól” című klaszterbe került rendezvények majdnem 30-30%-ban a Dél- és az Észak-Alföld régióban koncentráltak. Azok a rendezvények, melyekre kis- és nagyobb mértékű, vagy akár teljes függőség jellemző, elsősorban a Dél-Alföldön és az Észak-Magyarországon találhatók (14. melléklet). E megoszlást a válaszadási arány is befolyásolja.

A legnagyobb mértékben az Észak-Magyarország, az Észak-Alföld, a Dél-Dunántúl és a Nyugat-Dunántúl régió rendezvényei voltak erőforrásfüggők, a Dél-Alföld és a Közép-Dunántúl átlagos helyet foglalt el, míg a Közép-Magyarország régióban voltak a legkisebb arányban a kiszolgáltatott rendezvények (35. ábra, 14. melléklet). A Dél-Alföld átlagos függősége ellenére is a kérdőíves vizsgáltban részt vevő rendezvények több mint fele jellemzően, majdnem egyharmada pedig teljes mértékben függött az erőforrásoktól. Például a Kakasfesztivál, a Bócsator és a Palacsintafesztivál is jellemzően függött az erőforrásoktól, mely utóbbi eredményessége nagyban múlott a helyi lakosok palacsintasütéshez szükséges anyagi- és eszközbeli segítségétől, ugyanakkor a palacsintasütésben résztvevők számától.



35. ábra: A kérdőív szerinti „függőség” klaszterek megoszlása a Dél-Alföld régió gasztrorendezvény-kínálatában

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Mindezek alapján látható, hogy az egyes lokalitásoknak más-más az erőforráskészlete. Eltérő mértékben képesek megmozgatni és bevonni a helyi lakosságot a közösségi tevékenységekbe, valamint más a forrásszerző képességük. Azok a települések, melyek aktív civil szférával, prosperáló vállalkozásokkal rendelkeznek, képesek pályázatírókat alkalmazni, aki forrásokat tud vonzani a fejlesztésekre. Így sokkal jobb eséllyel indulnak a településük népességmegtartó erejének fejlesztésében, mint az erőforrás-hiányos települések. Ezért hazánkban a rendelkezésre álló erőforrások mennyisége újratermeli az egyenlőtlenségeket az egyes lokalitások között, több más hazai szerző megállapításaival egybehangzóan (CSURGÓ B.–SZATMÁRI A. 2014; KIS K.–PESTI K. 2015; FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D. 2018; PÓLA P. 2019).

8.2. Megújuló- és alkalmazkodóképesség

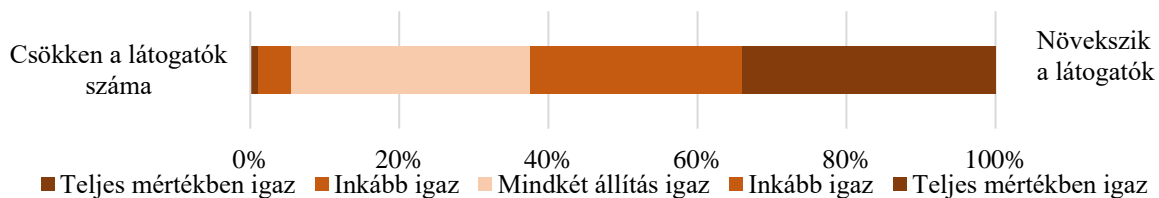
A gasztrorendezvények és minden más idegenforgalmi fejlesztés fenntarthatóságát nagyban befolyásolja az is, hogy mennyire képesek alkalmazkodni a külső és belső változásokhoz, illetve mennyire illeszkednek a térségi kínálatba (KIS K.–PESTI K. 2015; GONDA T. 2022).

A kérdőív válaszadónak több mint egynegyede tapasztalt változást a látogatói igényekben. A változások döntően az egyre minőségibb, változatosabb és kedvezőbb árú szolgáltatások iránti növekvő igényben nyilvánulnak meg mind a gasztronómia, mind a kulturális programok terén. Az ételkínálat tekintetében jellemzően egyre többféle ételt szeretnének a látogatók kipróbálni a rendezvény teljes időtartama alatt. A látogatók egyre változatosabb programkínálatot igényelnek, mivel a családok szívesen látogatják a rendezvényeket, így kiemelendő a gyermekprogramokra való keresletnövekedés, mely kielégítésére Csanádapáca és Derekegyház is nagy hangsúlyt fektet. A zenei programok változása iránti igényt több mint kétszer annyiszor említették a kérdőívben a szervezők, mint a gasztronómiai megújulást. Egyre növekszik az elvárás a zenei programok minőségét illetően, a látogatók egyre populárisabb zenei előadók műsorát várják el, ami alátámaszthatja a kulturális fókuszú rendezvények viszonylag magas arányát az országos kínálatban. Azonban a legtöbb településnek nincs elegendő forrása arra, hogy kövesse a kereslet növekvő igényeit. Például az egyik kérdőív kitöltője leírta, hogy a résztvevők *„színvonalasabb műsort és ingyen korlátlan étel-ital fogyasztást szeretnének. Az önkormányzat szerint ez ésszerűtlen és abszurd. Ezt a szervező önkormányzat anyagi forrásai nem teszik lehetővé. De ha lehetővé tenné sem biztos, hogy ezen igényekre költené forrásait”*. A Palacsintafesztiválon egyes vélemények szerint évről évre változnak a programok, azonban azok minősége általában hasonló. Egy megkérdezett résztvevő szerint a műsorok színvonala nem párosul a fesztivál színvonalával, ezért a műsoroknak fel kellene nőni ahhoz: *„ez nem egy kezdő esemény, ehhez a nagy múlthoz a programkínálatot jobban kellene illeszteni”*. A korábbi években a fesztivál szervezői kiemelten híres fellépőket is meghívtak, melyet több visszatérő látogató emlegetett az interjúban, hogy mekkora tömeget vonzott. Azonban a vizsgált évben többen kifogásolták a fellépők hírnevét. Vélhetően szűkebbek voltak a szervezők rendelkezésére álló keretek, ami miatt kevésbé híres előadókat tudtak meghívni. A terepi tapasztalatok szerint a helyi lakosoknak nagyobbak az elvárásai a programok minőségét illetően, mint a más településekről érkező látogatóknak. Azonban a turisták és helyiek összesített véleménye alapján a programok és szolgáltatások a kisgyermekes családoknak felelnek meg leginkább, az ingyenesen igénybe vehető gyermekjátékok miatt. A Kakasfesztiválon és a Palacsintafesztiválon megkérdezett, a település határain túlról érkező látogatók kiemelték, hogy sokkal szívesebben látogatják a kis volumenű fesztiválokat a nagylétszámú rendezvényekkel szemben, hiszen sokkal szabadabb, barátságosabb a hangulatuk, mely a szakirodalom szerint is a közösségi fesztiválok egyik legfőbb értéke (SMITH M. 2009; CLEAVE, P. 2016; ÁSVÁNYI K. et al. 2019). A kutatásba bevont fiatalok egyöntetűen unalmasnak tartották a kiegészítő programokat, köztük a fellépők műsorait is. Az interjúzás során megkérdezett szervezők szerint a fiataloknak a legnehezebb megfelelő kulturális programokat nyújtani, hiszen igényük a magas árú, híres sztárfellépők irányába mutat. Ugyanakkor a passzív megfigyelői szerepkör nem eléggé motiváló a látogatók számára a globalizáció, megaesemények, élményközpontú kultúra és az internet virtuális világában. A Bócsatoron kevésbé tapasztaltam a fiatalok érdektelenségét, a látogatók és a böllércsapatok között fiatalok is nagy számban voltak jelen és segítették az idősebbek munkáját.

A változó igényekhez való alkalmazkodás feltétele a célcsoport véleményének követése. Például a kérdőívet kitöltők 23%-ára teljes mértékben, 51%-ára inkább igen jellemző, hogy felmerné a helyi lakosok véleményét a gasztrorendezvények szervezése során. Az interjúk szerint vannak, akik kérdőíves felmérést készítenek, egyesek a közösségi médiában megjelent vélemények alapján tájékozódnak, de a folyamatos tájékoztatást és kapcsolattartást is többen kiemelték. A kérdőív szerint az előbbihez hasonló arányban igényli is a lakosság, hogy megkérdezzék őket, melyhez a szervezők interjúk elmondásuk alapján igyekeznek is alkalmazkodni anyagi lehetőségeikhez és kreativitásukhoz mérten.

A gasztrorendezvények fenntarthatóságát nagyban befolyásolja a térségi és az országos kínálatba való illeszkedésük. A kérdőív válaszadói országosan és a Dél-Alföldön is pozitívan ítélik meg saját rendezvényeiket, hiszen összegezve az „inkább igen” és a „teljes mértékben” opciókat, több mint 60%-uk sikeresebbnek tartja a sajátját a környékbeli rendezvényeknél, de a kitöltők majdnem 25%-a nem tudta a választ. Majdnem 60%-uk tartja úgy, hogy a térségükben sok a gasztrofesztivál, viszont a szervezői interjúkban kevésbé jelent meg kritika a fesztiválok számáról. A kérdőívet kitöltők 30%-a úgy gondolja, hogy a térségi rendezvények hasonlóak egymáshoz, de az egyediség kérdése a szervezői interjúk során nem született eredmény, a szélesedő kínálat problémáját a megkérdezett szakértők látták meg, a mennyiséghez és minőséghez is kritikusan álltak. Például az MTÜ-től megkérdezett partner elmondta, *„hogy azt látjuk, hogy bármilyen fesztiválról, vidéki rendezvényről beszélünk, a közösségépítő szerep egy kiemelt szempont, viszont a probléma az, hogy bármilyen fesztiválon, Kelettől Nyugatig az országban, és nem szabadna így általánosítani, de nagyon nagy százalékban ugyanaz a kínálat. És most, hogy a gasztronómiai rendezvényeket, vagy fesztiválokat nézzük, akkor a magyar gasztronómiai kultúrát abszolút egy homogén kultúrának próbálják bemutatni manapság, és a regionális konyhára, regionális alapanyagokra abszolút azt látjuk, hogy nem építenek”,* ami a kultúra homogenizálásának irányába mutat. Tehát az egyes rendezvények arculatát és összesített kínálatát is kevésbé tekinti egyedinek. Érvelését azzal folytatta, hogy *„legnagyobb problémám az, hogy az eredetiség, egyéniség nincsen meg ezekben a fesztiválokban, és (...) nagyon sokszor olyan alapanyagra építenek fesztivált egy településen, ami nem is, tehát mennyiségben nem áll rendelkezésre. Nem arról híres egy település, mégis valamilyen oknál fogva erre építenek”.* Ennek elsődleges okai fentebb kifejtésre kerültek, az adott lokalitás nem rendelkezett saját eladható gasztronómiai értékkel, ezért kreáltak maguknak, vagy más fesztiválok már kisajátították a térségi értéket, így más témát kellett választaniuk, ha nem akartak lemaradni más településekhez képest a rendezvényszervezésben. Ugyanakkor a pályázati pénzek elérhetőségének reménye és a fesztiválszervezés divatja is sok átgondolatlan, koncepció nélküli fesztivált eredményezett. Azokat sok esetben a helyi kulturális dolgozóknak kellett megvalósítani a képviselő-testület elvárásaihoz illeszkedően, megfelelő anyagi háttér nélkül. Így például, ahogy a kecskeméti Barackpálinka és Borfesztivál szervezője is tapasztalja, *„ősszel szüret idején egy csomó szüreti és gasztrofesztivál van. Térségi, területi eloszlásokat is figyelembe kellene venni, lehetne venni, amennyiben a településen túlra kíván nyújtózkodni a fesztivál és a településen élőkön túl is vonzani szeretne”.*

Összegezve az „inkább igen” és a „teljes mértékben” opciókat, 36% azoknak a rendezvényeknek az aránya a kérdőív alapján, melyek szervezői szerint más rendezvények elvonzzák egymástól a látogatókat országos szinten és a vizsgált régióban is. A válaszok szerint a rendezvények alig 5%-ára jellemző a látogatószám kisebb vagy nagyobb mértékű csökkenése, inkább a látogatószám stagnálásáról, illetve kisebb mértékű, vagy nagy ütemű növekedéséről számoltak be a válaszadók (30-30% körül) (36. ábra). A Dél-Alföld régióban már megközelíti a 10%-ot a csökkenő látogatószámú rendezvények aránya, míg a legtöbb válaszadó (kb. 35%) szerint inkább a látogatószám stagnálása jellemző.



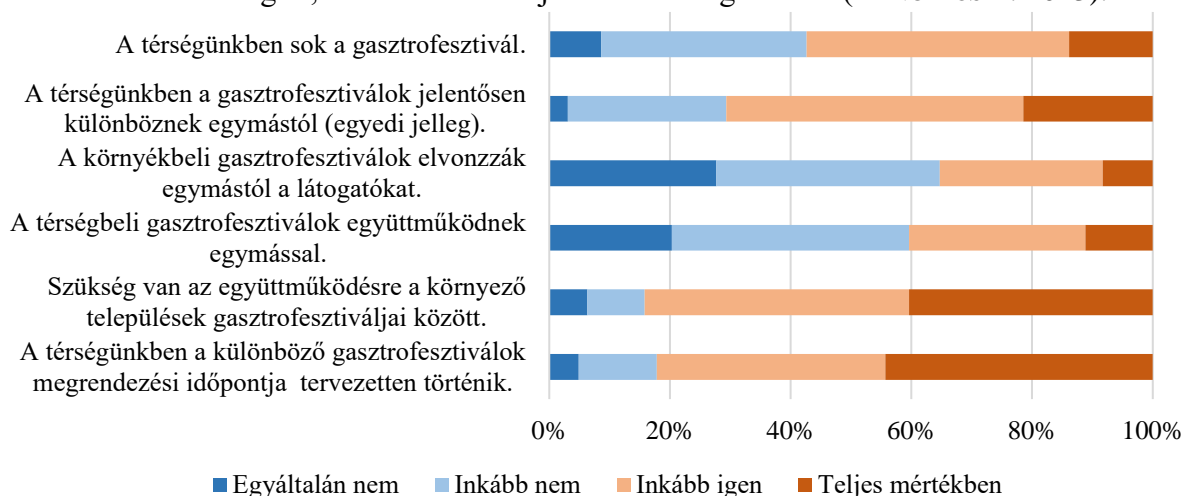
36. ábra: A gasztrorendezvények látogatószám-változása a kérdőív alapján

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Például a Hajósi Borünnep szervezésében is érintett egyik szakértő azt mondta az interjúban, hogy *„azért csökkent a látogatottság, mert óriási a fesztiválkínálat, és bármikor el lehet menni egy fesztiválra, és nyilván a polgárok a közelebbi fesztivált fogják maguknak választani, mert ugyanazt az élményt, nyilván nem ugyanazt, de hogy egy fesztivál élményt megkaphatnak*

közelebbi helyszíneken is, nem fognak messzire utazni érte”. Hozzátette, hogy a látogatószám csökkenése azonos a vásárlóerő csökkenésével is, így a kiállítóknak és a többek között a rendezvényt a kiállítók bérleti díjából működtető szervezőknek a bevétele is csökken, anyagi válságba hozva mindkét csoportot.

Ahhoz, hogy a rendezvények magas számuk és hasonló kínálatukból kifolyólag ne menjenek egymás rovására, a szervezők közötti együttműködésekre lenne szükség. E állítással a kérdőívet kitöltők 80%-a ért egyet, és 40%-ukra jellemző, hogy inkább vagy teljes mértékben együttműködnének más rendezvényekkel országosan és a Dél-Alföldön is (37. ábra). Az MTÜ-től megkérdezett interjúpartner szerint a probléma „*az elaprózódás, valamiért a települések között az együttműködés nem valósul meg, holott egy fesztivált sokkal jobb minőségben tudnának kivitelezni adott településen, településeken, ha a szomszédos falvakkal összefogva közösen csinálnák meg az adott fesztivált*”. Ezt az egyik turisztikai iroda részéről megkérdezett interjúpartner is látja, és Öttömöst hozta példának, ahol tapasztalatai szerint egyre kevesebb embert tudnak bevonni a spárgakészítésbe, az összefogás pedig levehetné a helyiekre háruló terhet, hiszen a polgármester is elmondta, hogy a 25 éves rendezvénybe kezdtek belefáradni a helyi segítők. De például a Palacsintafesztivált térségi összefogásban igyekeztek megvalósítani az erőforrások hatékonyabb kezelése érdekében, ám a külsősök növekvő szerepe a helyi lakosok egy részének ellenérzését váltotta ki. A szankiak pedig a térségi kínálat összehangolásában működnek együtt, a volt polgármester a környező településekről elmondta, hogy „*mi mindig az előző év vége felé összehangoltuk egyrészt a rendezvény időpontokat, a településeink rendezvénytáptárát elkészítettük, és a szakembereink egyeztettek a fellépőkről is. Tehát igyekeztünk egy olyan térségi kulturális együttműködést kialakítani, amiben az egész nyári hétfélig vagy hétközből szabadidő eltöltését tudja biztosítani*”. Fesztiválok közötti együttműködésre más, intézményesült pozitív példák is hozhatók a hazai gyakorlatban, például a 2010-ben létrehozott Dél-Dunántúli Rendezvény és Fesztivál Turisztikai Klaszter a desztináció összehangolt, tudatos termékfejlesztését szorgalmazta (MINORICS T. 2013).



37. ábra: A térségi gasztrorendezvény-kínálatra utaló kérdőív állítások és azokkal való egyetértés mértéke

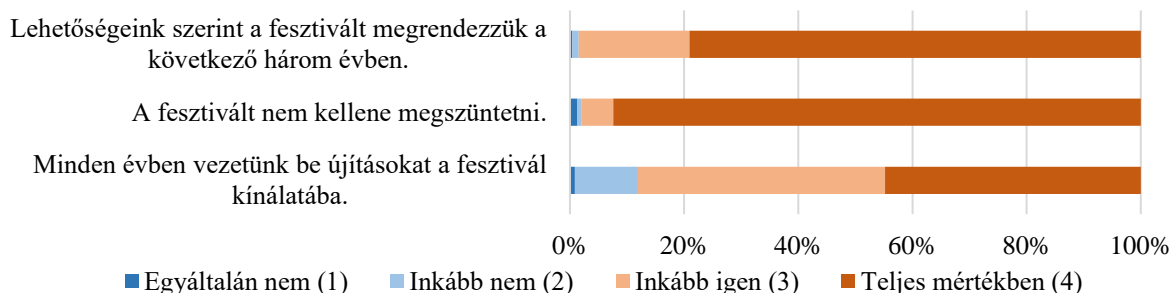
Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Esettanulmányaim közül a bócsai polgármester felismerte, hogy egyre nagyobb a kínálat a gasztrofesztiválok piacán. Azonban szerinte a kínálat bővülése versenyt eredményez, a gasztrorendezvények szervezőinek emiatt törekedni kell az egyediségre. Ezt jó dolognak tartja, ugyanis „*a versengők egyre jobb szolgáltatásokat nyújtanak a keresletnek, ami esetleg még több keresletet generál*”. Ehhez illeszkedően a bócsai idegenforgalmi szakember úgy vélekedik, „*hogyha nem újítjuk meg a kínálatot, vagy nem alkalmazkodunk a kereslethez, nem leszünk jók. Ez folyamatosan változik, mindig igazodnunk kell*”. Így a Bócsator, a Palacsinta- és a Kakasfesztivál szervezőinek is célja volt olyan programkínálat kialakítása, amely minden

korosztály számára vonzó, illetve igyekeztek mindig újítást vinni a rendezvénybe az igények szerint. A Bócsatoron például a szervezők ötleteket merítettek más, jól működő rendezvényektől, ugyanis az egyik civil szervezeti tag szerint „soha nem szégyen, ha másnál látunk jót, és azt átvesszük”.

Azonban az egyik Csongrád-Csanád megyei térségfejlesztő egyesület részéről megkérdezett interjúpartner kritikusan áll a fesztiválok közötti versenyhez. Elmondta, hogy a falvakban elkezdődött egy olyan folyamat, hogy a kis rendezvényükre milliós költségvetésű sztárfellépőket hívnak meg, ami szerinte a média nyomása miatt van, a fellépők hírességében, azaz a rendezvényre költött pénzben mérik a rendezvények értékét. Így verseny alakult ki a térségében a települési önkormányzatok között a programok tekintetében, így „beletolták magukat egy kényszeredett, abszolút művi, és a fogyasztói társadalom által generált versenybe, ami teljes mértékek fenntarthatatlan” hiszen a költségvetés valójában nem engedné e műsorok finanszírozását, fokozva a szervezők erőforrás-függőségét. Ez a folyamat pedig ahhoz vezet, hogy a helyi lakosok előbb-utóbb rájönnek, hogy a fesztivál valójában nem nekik szól, hanem a külsőségek miatt történik, az igényük pedig tovább növekszik az országos hírű előadók iránt, ami által a nemzeti, vagy a globális egész részeként érezhetik magukat, miközben a hangsúly a gasztronómia felől eltolódik a zenei műsorok felé (LOVAS KISS A. 2021).

A rendezvények fenntarthatóságára utal azok megújulóképessége is. Az eredmények alapján a válaszadókra több mint 40-40%-ban teljes mértékben, vagy inkább jellemző az, hogy minden évben vezet be valamilyen újítást a fesztivál kínálatába a látogatói érdeklődés fenntartása érdekében, ám valamivel több mint 10% inkább nem, vagy egyáltalán nem törekszik a változtatásra, amit egyes interjúpartnerek a források hiányával magyaráztak (38. ábra).



38. ábra: A gasztrorendezvények megújulására vonatkozó kérdőív állítások

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

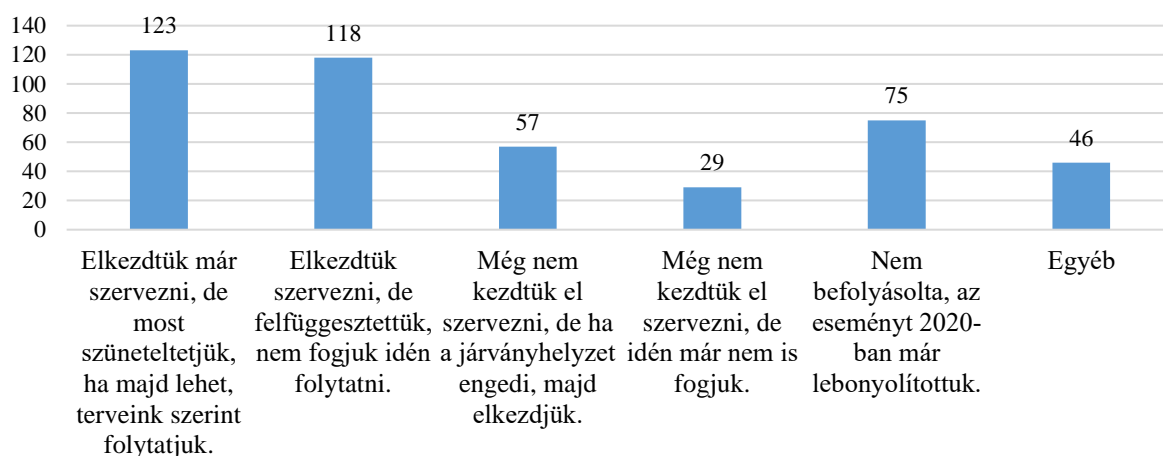
A megújulás és alkalmazkodás nehézségeire példaként hozható a Kakasfesztivál, mely legfőbb problémája a csökkenő látogatószám. Az interjúpartnerek szerint ez nem helyi sajátosság, ugyanis észrevehető Békés megye rendezvényein is a csökkenő érdeklődés. Ennek oka lehet, hogy az országosan túl nagy fesztiválkínálat következtében a fesztiválok elvonzzák egymástól a látogatókat. Továbbá a programkínálat egyre zsugorodik, illetve 13 éves fennállása alatt kevés újdonságot nyújtott a látogatóknak, viszont az anyagiak hiánya miatt a szervezők nem is tudják, hogyan lehetne megújítani azt. Az interjúpartnerek belátják, hogy a rendezvény jelenlegi formájában kevésbé elégíti ki a látogatók jelentős részének igényeit. Ezzel kapcsolatban két fő álláspontot azonosítottam. Az első szerint a fesztivál gasztronómiai kínálata megfelelő, a közösség kapcsolatai erősödnek a közös főzés által. Szerintük viszont a jelenlegi programkínálat, a koncertek nem nyújtanak megfelelő szórakozási lehetőséget a fiatal lakosságnak. A második álláspont képviselői szerint sem a fesztivál programkínálata, sem gasztronómiai jellege nem megfelelő színvonalú. Véleményük szerint az olyan fesztiválok, mint a Kakasfesztivál, melyek hagyományosak, családközpontúak, és a gasztronómiai jellegük a családi, baráti főzésben jelenik meg, kevésbé népszerűek a turisták körében. Pedig szerintük növekszik az igény arra, hogy a fesztivál arról szóljon, hogy különféle ételeket lehessen megismerni. Összességében a rendezvény válságát az erőforráshiány okozza, illetve az, hogy nincsen konkrét fókusz és célcsoportja. A második csoport szerint, ha csak a helyiek köre

lenne a célcsoport, akkor nem kellene meghívni országos hírű fellépőket, míg az első álláspont képviselői inkább a zenei kínálat és az egyéb programlehetőségek erősítésében látják a megújulást. E problémát az egyik térségfejlesztő egyesület tagja is felismerte a hazai gasztrorendezvény-kínálat kapcsán. Véleménye szerint a falusi gasztrorendezvények szervezői minőségi szórakozási és művelődési, közösségépítő rendezvényt szeretnének nyújtani a helyi lakosoknak a városokhoz hasonlóan, miközben a helyi turisztikai kínálatba is igyekeznek azt becsatornázni, annak ellenére, hogy sok esetben más vonzerő nincs a településen. Megjelenik a gasztronómiai vonal és elnevezés, ennek ellenére a költségvetés nagy részét a vonzónak vélt sztárfellépőre költik. *„Emiatt ezek a »falusi gasztrofesztiválok« ezek egy ilyen jó nagy zűrzavarrá váltak mára, amik pénznyelők. (...) A legszörnyűbb, hogy közösségem sem lesz belőle, meg turistám sem. Sokat akarnak egyszerre és keveset markolniak”*. Tehát nagy probléma, hogy a program, a célcsoport, valamint a rendelkezésre álló források nincsenek egymással összhangban több megkérdezett lakos és szervező szerint, melyre a falunapok és a fesztiválok összevonása is utal.

A programkínálatot illető megújulási nehézség nem csak a Kakasfesztivált érintette, eredményességtől, területi jelentőségtől függetlenül számos szervező említette, hogy a legnehezebb feladatuk az állandó megújulás és az érdeklődés fenntartása. Például a majdnem 20 éves zákányszéki böllérrendezvény szervezője elmondta, *„hogy ez most az utolsókat rúgja, legfőképpen azért, mert nem tudunk nagy újítást belevinni. Igazándiból levágják a disznót, feldolgozzák, megeszik, mulatnak egyet”*. Ehhez kapcsolódóan a tázlári interjúpartner szerint, *„lehet, hogy be fog indulni egy ilyen természetes szelekció, hogy amelyik fesztivál nem tud megújulni, az majd el fogja veszteni a vonzását a közönség számára. De ez egyúttal motiváció is lehet a szervezőknek, hogy igenis meg kell újulni valamiben és akkor ugyanúgy népszerűek tudunk lenni és ugyanúgy tudják a településünk jó hírét, vendégszeretetét vinni”*.

A disszertáció több pontján érveltem a falunapok gasztrofesztivállá alakulása ellen, illetve mellett. A dolgozat e pontján pedig a falunapok gasztrofesztivállá alakítási folyamatát egy fejlődési folyamatként és trendkövetésként értelmezem egyetértve több interjúpartner és LOVAS KISS A. (2021) meglátásával. Régebben a szakrális jellegű búcsúk és a terményünnepek számítottak általában a legjelentősebb ünnepeknek, azonban a generációk változásával, a modernizációval és a szekularizációval e hagyományok általában eltűntek, és a majálisok, az államalapítás ünnepe és a falunapok vették át a közösségösszetartó rendezvény szerepet. Azonban, ahogy az egyik LEADER egyesület vezetője mondta, napjainkban *„egyre több inger kell az embereknek (...). Míg régen elég volt mondani, hogy megyünk falunapra, most tulajdonképp ez csak meg lett fűszerezve, hogy böllér nap lett, töltöttkáposzta főző verseny, stb...”*. Hasonlóan vélekedik egy térségfejlesztő egyesület interjúalánya is, aki szerint a falunapból alakult gasztrofesztivál *„nem a névváltoztatás miatt változik, hanem a generációk változása miatt. A szolgáltatók generációs lépcsői miatt változnak ezek a dolgok. (...) A névváltoztatás az egyik kifelé való kommunikáció, hogy haladunk a korral, belülről viszont motiválják a névváltoztatást azzal, hogy már fiatalabbak veszik át ezeknek a rendezvényeknek a szervezését”*, akik a kor trendjeinek megfelelő programokat nyújtanak. Tehát régebben főként a búcsúk, a majálisok, majd a falunapok jelentették a társadalmi találkozások színtereit, melyek mai legfőbb megfelelői a fesztiválok. A rendezvények megújulása és korral való haladása pedig maga a helyi közösség megújulása is egyben, hozzájárulva a vidék életben maradásához (FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D.). Ahogy a kübekházi polgármester fogalmazott *„ha egy településben nincs meg az állandó megújulási készség, akkor az a település el fog néptelenedni, el fog halni, előrepszik, elmennek a fiatalok. Ha megvan benne ez a megújulási készsége, akkor ez mindig ad egy lendületet arra, hogy mások is odajönnek, stb... Mindig alkalmazkodunk kell”*. Viszont a gasztronómiai témát és a fesztivál szót a nevében viselő 13 rendezvényről az interjúpartnerek elmondták, hogy továbbra is azt tartják a helyi falunapnak. Például a Csörögefesztivál szervezője szerint *„ugye ez a Csörögefesztivál falunap és csörögefesztivál, ez elsősorban falunap még mindig, másodsorban van itt a csöröge, de nem egy hagyományra épülő történet ez a csörögesütés”*.

A kérdőívet kitöltők 80%-a teljes mértékben egyetértett azzal az állítással, hogy lehetőségeik szerint a rendezvényt megrendezik a következő években is, valamint 90%-uk egyáltalán nem támogatta annak megszüntetését, ami a folytonosságot fejezi ki (38. ábra). Azonban a fesztiválok folytonosságát, a társadalmi, gazdasági és kulturális fejlődésben játszott szerepét megtörte a Magyarországon 2020 márciusában megjelent globális léptékben elterjedt COVID-19 pandémia, mely bizonyítja a rendezvények globális folyamatoktól való függőségét. Hazánkban a járvány elleni védekezés egyik lépése volt a bezárkózás, mely a rendezvények lebonyolítását nem, vagy csak korlátozott módon tette lehetővé. Az intézkedések kiszámíthatatlansága súlyosan érintette a rendezvények több hónapra kiterjedő szervezését, mely jelentősen próbára tette a szervezők külső változásokhoz való alkalmazkodóképességét és tovább erősítette a felsőbb szintű intézményektől való függőségét. A rendezvényszervezési tilalom bevezetésekor, 2020 márciusában a kérdőívezésem szerint a legtöbb rendezvény már szervezés alatt állt, melyek közül hasonló azok aránya (kb. 27-27%), akik még reménykedtek a rendezvény lebonyolításában, annak ellenére, hogy a szervezést szüneteltették a kitöltéskor, illetve azok, akik felfüggesztették az előkészületeket, és nem is bíztak abban, hogy 2020-ban megrendezhetik a rendezvényt. Alacsony arányt képviseltek azok, akik a kérdőív kitöltésekor még nem kezdték meg a szervezést, közülük többen (kb. 13%) még bíztak abban, hogy 2020-ban lebonyolíthatják az eseményt, de voltak, akik inkább bele sem fogtak a szervezésbe (kb. 6%). A megkérdezettek kb. 16%-a megvalósította a fesztivált, melyek közül a legtöbb még a járvány kitörése előtt lezajlott. Az egyéb opcióra is viszonylag nagyszámú válasz érkezett (10%), melyek között főként alternatív megoldások tervezését említették (39. ábra).



39. ábra: Járványra adott válaszreakciók említésének száma a kérdőív alapján 2020-ban

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A kérdőíves kutatás fő ideje 2020 tavaszi és nyári hónapjaira esett, mikor még nagyfokú bizonytalanság jellemezte a fesztiválok jövőjét, hiszen a szervezők nem tudták, hogy mikor milyen változtatások várhatóak, melyhez alkalmazkodniuk kell. A szervezői interjúzás 2020-2021 telén zajlott, mely alapján kiderült, hogy a vizsgálatban részt vevő rendezvények egyike sem került megrendezésre semmilyen formában 2020-ban. A legtöbben a rendezvény eltörlése mellett döntöttek, hiszen azt az akkori korlátozások miatt nem lehetett megvalósítani, míg másoknál még felvetődött a későbbi lebonyolítás gondolata. A korlátozások enyhítésekor létszámkorlátozással, a volumen csökkentésével, azaz a koncepció átalakításával, tömegeket vonzó programok nélkül lehetett volna a rendezvényeket megtartani. Erről a tápéi Tarhonyafesztivál szervezője úgy vélekedett, hogy „főzőversenyt lehetett volna rendezni kis csapatokkal, egymástól távol, de úgy pont a lényege veszett volna el belőle, hogy a nagy baráti társaságok nem tudnak együtt főzni, együtt lenni”, így a szervező semmilyen formában nem tartotta meg a rendezvényt, e indokból több más interjúpartnerhez hasonlóan. A Mórahalmi Pállinkaverseny és Tepertőfesztivál megvalósíthatóságát a koncepció átalakításában látták, azonban a szervező elmondta, hogy „mi több lépcsőben megpróbáltuk átalakítani,

járványkompatibilissé tenni, de aztán sajnos teljesen el kellett engedni". A kérdőív szerint többen egy későbbi időpontban való lebonyolításban reménykedtek, de ahogy az interjúzás során kiderült, az új időpontban sem tudták megvalósítani a rendezvényt. Például a tázlári interjúpartner elmondta, hogy *„a vírushelyzetre való tekintettel úgy volt, hogy mivel ez a 10. a szervezőknek, hogy rendezzük meg zárt ajtók között, csak a főzőcsapatok jöhetnek. Ez november 14-én lett volna, de akkor jött be ez a szigorítás és hát abban maradtunk, hogy elhalasztjuk tavaszra*". A rendezvényszervezési tilalom csak 2021 május végén került feloldásra, ami viszont egy disznótoros megtartására már alkalmatlan időpont. A média híreket figyelemmel kísérve több rendezvényt az online térben valósítottak meg, mellyel el lehetett kerülni a személyes kontaktust. Azonban az egyik szakértő, aki egy fánkfesztivál online megvalósításában volt érdekelt elmondta, hogy *„a zsűrizés ugyanúgy le fog zajlani, lesznek csapatok, azok behozzák a fánkjukat, de nem lesz együttlét, nem lesz meg az a közösségi élmény, amit egy ilyen rendezvénynek adnia kellene, vagy másképp lesz meg ez a közösségi élmény. De azért szervezzük meg, hogy a következő évre megmaradhasson*". Véleményem szerint a rendezvények online térben való megrendezése alkalmas lehetett a folytonosság megőrzésére, a személyes érintkezést korlátozó időszakokban segíthetett a közösségi élmények bizonyos fokú átélésében, de az „e-tourism” további fejlődését is támogathatta (GRETZEL, U. et al. 2020).

A kérdőívet kitöltők körülbelül 40%-át érte valamilyen kellemetlenség a járványhelyzet okozta korlátozások miatt. A rendezvények szervezőinek a bizonytalanság mellett többféle nehézsége származott az interjúk alapján. Számos önkormányzatnak át kellett csoportosítani a rendezvényre elkülönített anyagi keretét a járvány elleni védekezésre, így lehetőségük sem lett volna a fesztivált megvalósítani. A bizakodás időszakában sokaknak gondot okozott a szponzori támogatások megszerzése is, ugyanis a járvány következtében sok vállalkozónál merültek fel anyagi problémák. Számos rendezvény kapott állami pályázati támogatást a rendezvényük lebonyolítására, és szervezőik aggódtak, hogyan tudnak elszámolni a pályázat szerinti kötelezettségekkel. Például az egyik Csongrád-Csanád megyei rendezvény szervezője elmondta, hogy *„a legtöbb fejfájást a TOP-os pályázat adja, mert 6 rendezvényünk lett volna [2020] március után, pont úgy jött a járvány, hogy júniusig lett volna 3, amit meg kellett volna szervezni, elmaradtak. Akartuk, hogy ősszel is elmaradjanak, de a kincstár nem engedte, mert júniusban megszűnt a vészhelyzet. Annyiban rugalmas, hogy lehet módosítani, hogy kisebbek legyenek, de ez sok fejfájást okoz, pénzügyi beszámolás miatt is*". Emellett gyakran megjelenő kellemetlenség volt a leszerződött fellépőkkel való szerződések felmondása. Számos rendezvényszervező hátrányként említette a rendezvény elmaradása miatt a vállalkozói bevételek kiesését, a szervezők (pl. helyi önkormányzat) presztízvesztését a fesztivál hagyományának megszakítása okán, viszont a legnagyobb problémát a lakosság csatlódottságában és a közösségi élmény elmaradásában látták a megkérdezett szervezők.

A szervezői interjúpartnerek mindegyike úgy vélekedett, hogy 2021-ben mindenképp megrendezik a fesztivált, viszont arról, hogy milyen változásokat hoz a kimaradás, több álláspontot azonosítottam. Egyedül a 2019-es évben öt éves, anyagi forráshiánnyal korábban kevésbé küzdő, civilek és vállalkozók által szervezett Bor- és Vadgasztronómiai Fesztivál szervezője számolt be arról, hogy úgy döntöttek, hogy *„ezt az évet [2020] építkezésre használjuk. (...) Nagyon sokaknak jól jött, mert a pincét volt ideje renoválni, (...) kialakultak új bemutatóhelyek, múzeumok, most 5 bemutató helyet alakítottunk ki (...). Tehát gyakorlatilag újabb pincéket vásároltunk, renováltuk, rendbe tettük. Én úgy gondolom, hogy a következő évnek a színvonalát tudjuk jelentősen emelni, ha júniusig ez a dolog megoldódik. Tehát mi egy előkészítő évet csináltunk ebből*". E rendezvényt végül 2021 augusztusában megrendezték. Néhány más, főként a 20 év körüli rendezvények szervezői abban reménykedtek, hogy a kimaradt év(ek) megújulást hoz(nak) a rendezvényben, egyrészt a szervezők motiváltsága, másrészt az érdeklődés szempontjából. Például az öttömösi rendezvény megkérdezettje úgy nyilatkozott, hogy *„nagyon kíváncsi vagyok, hogy ez azt fogja-e eredményezni, hogy egy kis pihenőt kaptak azok, akik a szervezésben részt szoktak venni, és jövőre újult erővel tudunk-e nekivágni, vagy éppen ellenkezőleg, hogy ezek után (...) még nehezebb lesz-e összehívni a*

segítőket”. Végül a Spárgafesztivál 2021 nyarán nem valósult meg, de 2022-ben már meghirdetésre került. Az, hogy a 2020-as és 2021-es évek kevésbé vagy kisebb mértékben korlátozott időszakai alatt számos fesztivál nem valósult meg, arra utal, hogy a szervezők nem tudtak kellőképpen alkalmazkodni a változásokhoz (GONDA T. 2022). A zákányszéki rendezvény szervezője pedig azt mondta, hogy *„lehet, hogy jókor jött nekünk, hogy most kimarad egy év. Elképzelhető, hogyha már jövőre esetleg, ha már lehet, hát már rég volt, két éve volt, és akkor már nagyobb örömmel jönnek és elképzelhető, hogy akkor már kicsit másabb lesz”*. Internetes keresés alapján e rendezvény 2021-ben nem került meghirdetésre. Az interjúpartnerek túlnyomó többsége elmondta, hogy jelentős változtatást nem terveznek a rendezvényük kínálatában, folytatják úgy, mint mielőtt a pandémia miatt szüneteltették. Például a szatymazi rendezvény szervezője azt mondta, hogy *„van olyan rutinunk, meg olyan hagyomány, hogy sokkal több már nem fér bele”*, míg egy másik Csongrád-Csanád megyei rendezvény megkérdezettje úgy nyilatkozott, hogy *„lehetett volna kommunikálni, hogy a vírus elhozza a változást, de a programok ugyanúgy meg lesznek tartva, változást nem fog hozni”*. 2022 májusában felkerestem a Bócsator szervezőjét érdeklődve a Bócsator folytatásáról, mely során elmondta, hogy a rendezvényt 2022 márciusában megrendezték, viszont a résztvevő csapatok és a látogatók száma körülbelül 3-4 évvel korábbi állapotra esett vissza, tehát a járvány miatti kimaradás visszalépést jelentett a rendezvény fejlődésében. Továbbá, ugyan szeretnék megrendezni a fesztivált a következő télen is, a tervezéssel óvatosak, hiszen elképzelhetőnek tartják a járvány újabb hullámának megjelenését, ami ismét ellehetetlenítené a megvalósítást.

Az interjú kutatás és kutatói megítélésem alapján feltételezhető, hogy a COVID-19 okozta fesztiválszervezési korlátozások feloldása vagy enyhítése után az állam (és más felsőbb vagy alsóbb kormányzati szint) szabályozó és támogató szerepe a korábbiakhoz képest még inkább erősödni fog, ami tovább növeli a rendezvények függőségét, és átalakíthatja azok fókuszát, funkcióját és akár céljait is. Ugyanakkor egyetértek a szarvasi rendezvény szervezőjével, hogy *„el fognak tűnni fesztiválok, de amúgy meg lehet, hogy ez a szelekció, ez rá is fért a magyarországi fesztiválokra”*. Mindez eltérő fejlődési utakat fog eredményezni a gasztrorendezvények jövője kapcsán, így többféle jövőkép is megfogalmazható (14. táblázat).

Több interjúpartner véleménye alapján valószínűnek tartom az egyes helyi, közösségi rendezvények felértékelődését, hiszen költségvetésük alacsony, hosszú szervezési munkát nem igényelnek, így gyorsabban képesek reagálni a változásokra a nagy volumenű turizmusorientált rendezvényekhez képest. Ráadásul kisebb közösségben a nyomás is nagyobb lehet az önkormányzat felé, melynek az önkormányzat meg is akar felelni presztízse megőrzése miatt (1. jövőkép). Ezt nagyban befolyásolhatja a helyi aktorok kreativitása és az aktuális szabályozási környezethez való alkalmazkodó képesség, valamint a kereslet igényei is. Lehetnek olyan fesztiválok, melyek már korábban is működési nehézséggel, forráshiánnyal küszködtek, és a kényszerű kihagyás után már nem is indítják újra a rendezvényt. Ezt látja a gyulai interjúpartner is, szerinte *„azok a rendezvények, amik egyébként is leszálló ágban voltak vagy ellaposodtak, azokat nehéz lesz újból feltámasztani. Esetleg teljesen más formában fogják megszervezni, emiatt fognak ritkulni a rendezvények”* (2. jövőkép). Előfordulhat az is, hogy a kihagyott időszak segít a korábbi problémák átgondolásában, és új koncepcióval indulnak újra. Ahogy az érsekcsanádi interjúpartner elmondta, *„most ez egy ilyen letisztulás is valahol. Most eljutottunk egy ilyen pontra. És szerintem az is fontos, én magam is éreztem már egy pár éve, hogy elteltek az emberek”* (3. jövőkép). Az interjú kutatás szerint a legtöbb rendezvény megújításán nem gondolkodtak, így véleményem szerint a kihagyás nem hoz minőségi megújulást az egyes fesztiválok programkínálatában. Azonban ezt befolyásolhatja az, hogy véleményem szerint a forrásfüggőség, illetve a külső segítségnyújtásra való ráutaltság súlyosabb lesz, mint a COVID-19 előtti időszakban, hiszen az önkormányzatokat és a vállalkozókat is megviselte anyagilag a járvány elleni védekezés, saját forrásuk kevésbé lehet rendezvényszervezésre. Így a gasztrorendezvények a rendelkezésre álló forrás és a szabályozási környezetnek való megfelelési képesség alapján fognak mennyiségileg és minőségileg átalakulni. Ha az újabb létszámkorlátozások bevezetésének veszélye továbbra is fennáll,

elképzelték, hogy a fesztiválok szervezői a nagy volumenű rendezvények helyett inkább új, kisebb létszámot megmozgató, rugalmasan átszervezhető rendezvények szervezése mellett fognak dönteni (4. jövőkép). Megítélésem alapján a rendezvények gasztronómiai kínálatában, így fókuszában is várható változás, ugyanis elképzelhető, hogy szigorúbbak lesznek az egészségügyi, higiéniai szabályozások az ételkínálás esetében, korlátozva például a kóstoltatás lehetőségét. Az egyik turisztikai szakértő felvetette, hogy „sok kérdés van, hogy van-e jövője az ilyen gasztrofesztiváloknak az egészségügyi biztonsági szempontból”, egyrészt az elképzelhető szigorítások miatt, másrészt azért, hogy „mennyire fognak az emberek bízni abban, hogy megkóstoljanak az utcán elkészített élelmiszert” (5. jövőkép). Ugyanakkor azt is reálisnak tartom, hogy a kereslet igényeinek változásával csökken a gasztrofesztiválok száma, vagy a gasztronómiai témájú rendezvények gasztronómiai fókusza, mely a pandémia hatásaitól független lehet. A kutatási eredmények szerint a vizsgált időszakban is jellemzőek voltak a kulturális-zenei programokat túlsúlyban megjelenítő gasztrorendezvények, melynek okai abban keresendők, hogy több vizsgált fesztiválon is a látogatók nem elsősorban az étkezés miatt érkeztek a rendezvényre, hanem a zenei fellépők megtekintése, a szórakozás miatt (6. jövőkép).

14. táblázat: A gasztrorendezvények jövőképei a kínálat szerint

1. jövőkép	A kis településen megrendezett önkormányzati rendezvényekben nem lesz változás, ha korábban jól működött, ha nem.
2. jövőkép	A korábban problémákkal küzdő, nehezen fenntartott rendezvények meg fognak szűnni.
3. jövőkép	A fesztivál megrendezéséből kimaradt év(ek) lehetőséget adnak a problémák átgondolására, a szervezőgárda új erőre kapására, ami minőségi változást hoz a rendezvények kínálatában.
4. jövőkép	A kevesebb nagy volumenű rendezvény helyett inkább több, kisebb létszámnak szóló új rendezvények fognak létrejönni.
5. jövőkép	Az élelmiszerbiztonsági szabályozások szigorúbbak lesznek, ami megnehezíti a gasztrofesztiválok működését.
6. jövőkép	A változó igények miatt csökken a gasztrofesztiválok iránti kereslet.

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A felvázolt jövőképek nem zárják ki teljesen egymást, mindegyik irányt elképzelhetőnek tartom, de akár egy teljesen új irány is megjelenhet a rendezvények kínálatában. Mindez főként a szabályozási környezet változásától, a kereslet hozzáállásától, a szervezők alkalmazkodóképességétől és a rendelkezésre álló külső és belső forrásoktól függ. Amit biztosnak tartok, hogy a pandémia előtti gasztrorendezvény-kínálat nem fog visszatérni a járvány előtti helyzethez. A csólyospálosi rendezvény szervezőjének szavaival élve „nagy kérdés mi lesz a fesztiválok után, mert biztos, hogy ez a folyamat nem áll le, az emberek ezt is megunják majd előbb utóbb, de valamit majd ki kell találni helyette, mert az élet nem áll meg. Most ez a trendi”.

A kutatás eredményei szerint a járványt megelőző időszakban a gasztrorendezvények zöme a nemzetközi gyakorlattól eltérően töltötte be szerepét a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztési modellben. Számos gasztrorendezvény nem annak létrejöttét megelőzően, a településhez már kötődő gasztronómiai értékre alapozott, hanem valamilyen kreált, más lokalitásra is ugyanúgy jellemző elemre épült fel, mint például a csanádapácai Kakasfesztivál, a Derekegyházi Palacsintafesztivál és a Bócsator. Természetesen ennek ellenére is betölthették szerepüket a társadalmi tőke fejlesztésében, a kulturális erőforráskészlet bővítésében, illetve a település imázsának formálásában, melyre a Palacsintafesztivál és a Bócsator példája is rámutatott. Viszont a rendezvények terjedése hozzájárultak azok tömegesedéséhez, csökkentve az egyes rendezvények turisztikai vonzerejét, illetve növelte a gasztrofesztiválnak nem tekinthető rendezvények kínálatbeli arányát. Másrészt azonban, a gasztrorendezvények zöme, függetlenül a befogadó település méretétől és a rendezvény volumenétől, nagymértékű erőforráshiánnyal küzdött, a szervezők rá voltak utalva a helyi aktorok materiális és immateriális segítségére, mint például mindhárom esettanulmány. Az állami vagy külső erőforrásoktól való függőség is magasfokú volt, ráadásul a pandémia bebizonyította, hogy a

gasztronómiai témájú rendezvények nagyban kitettek a külső, globális változásoknak is. Mindemellett e rendezvények az év egy vagy néhány adott napján kerültek megrendezésre, melyek így egyediségüket kevésbé voltak képesek hangsúlyozni, hiszen a széles gasztrorendezvény-kínálatban minden hétvégére több fesztivál jutott, akár egy térségen belül is. Ez a látogatószámra is negatív hatással lehetett, mint például a Kakasfesztivál esetében. Mindez okból kifolyólag úgy gondolom, hogy a gasztrorendezvények által nem vagy csak korlátozottan érhető el a hosszútávon fenntartható települési fejlődés minden településen, legalábbis a járványt megelőző időszakot jellemző modell alapján. A falusi gasztrorendezvények esetében sokkal tudatosabban kialakított koncepcióra és a célcsoport egyértelmű megfogalmazására lenne szükség, hiszen ahogy az eredmények is rávilágítottak, a helyi közösség erősítése és a lakosság helyben tartása, valamint a gazdasági fejlődésben is megjelenő turizmusfejlesztés kevésbé valósítható meg együttesen – mint például a Palacsintafesztiválon, még a városokban is csak kiegészítő turisztikai attrakciót töltenek be a gasztrorendezvények. Ezért a vidéki településeknek célszerű lenne a rendelkezésükre álló forrásokhoz illeszkedő, több, a lokális közönséget megcélzó rendezvényeket szervezni, míg a helyi turizmus fejlesztésében pedig az év nagyobb részében látogatható attrakciók segítenének, melyek kialakításában a felülről jövő segítségnek nagy szerepe van.

Összegzés

A COVID-19 pandémia előtt Magyarországon és nemzetközi szinten is népszerű volt a gasztronómiai témájú rendezvények, gasztrofesztiválok szervezése, hiszen azok megvalósítói a települési gazdaság, a társadalom és a kultúra megújulását és fejlődését várták tőlük. Azzal, hogy a településhierarchia minden szintjén, számos, különböző mennyiségű és minőségű anyagi és humán erőforrással rendelkező lokalitás a településfejlesztés eszközeként használta e rendezvényeket, a kínálati paletta sokszínűvé vált. Sokféle gasztronómiai témájú, merőben eltérő volumenű és területi jelentőségű, különböző időbeli terjedelmű és eltérő célú rendezvények jöttek létre, melyekre egyaránt használták a gasztrofesztivál kifejezést. Ugyanakkor a bővülő kínálat miatt az újonnan létrejövő rendezvények szervezőinek egyre nehezebbé vált egyedi témát választaniuk, valamint olyan időpontot is nehéz volt találni, amikor más környező településen nem zajlott rendezvény. Így számos gasztrorendezvényt szervező lokalitás tapasztalta, hogy egyre nagyobb kihívássá vált versenyben maradni egymással a rendezvényeknek a célok elérése és az érdeklődés fenntartása szempontjából, ugyanakkor az ezekhez szükséges külső erőforrások iránt is megindult a verseny, hiszen jellemzően a lokalitásoknak kevésbé állt rendelkezésükre elegendő belső erőforrás. Mindez által felmerült a veszélye annak, hogy a gasztrorendezvények tömegjelenséggé válnak, és fenntartásuk egyre nehezebbé válik. E problémák ellenére olyan kutatások kevésbé születtek, melyek egyidejűleg vizsgálták volna a gasztrofesztiválok téma-, tér-, és időbeli jellemzőit, valamint a kitűzött célokat és azok kapcsolatát, továbbá a mindezeket meghatározó különböző érdekelt felek által biztosítható erőforrások rendelkezésre állását egy bizonyos területen. Ezek ismerete pedig segíthetne annak feltárásában, hogy valóban igaz-e a gasztrofesztiválok tömegjelenséggé válása és különlegességük elvesztése, ami által a településfejlesztési eszközként való szerepük is csökkenhet. Napjainkban különösen hasznosak lehetnek ilyen jellegű kutatások, hiszen ha a koronavírus járvány lecsengése után újra lehetővé válik a rendezvényszervezés, a gasztrorendezvények újraindítása során célszerű lehet figyelembe venni a korábbi években megjelenő problémákat a korábbinál fenntarthatóbb kínálat létrehozására.

Mindezek alapján *a disszertáció fő célja a hazai gasztronómiai témájú rendezvények többszempontú, összefüggéseket kereső, mikro-, mezo- és makroléptékű empirikus kvantitatív és kvalitatív adatokon alapuló vizsgálata, melynek segítségével feltárható, hogy az egyediséget ünneplő, de tömegessé váló rendezvények a lokalizáció, a globalizáció vagy a glocalizáció elősegítői-e Magyarországon.* Ehhez kapcsolódóan három fő kérdést és további részkérdéseket fogalmaztam meg, melyekben a gasztrorendezvények létrejöttének hátterét, a kialakult hazai kínálat jellemzőit, illetve a kínálat fenntarthatóságának feltételeit vizsgálom. A kérdések

megválaszolásához médiatartalom-elemzéssel összeállítottam a hazai gasztrorendezvények listáját, rögzítve a talált 987 gasztrorendezvény időbeli, térbeli és témabeli adatait. Kérdőíves kutatást végeztem e rendezvények szervezői körében, illetve interjúkutatást is alkalmaztam a Dél-Alföld régióban. E régióból három falusi gasztrorendezvényt vizsgáltam meg interjúkutatás keretében szervezői és látogatói oldalról egyaránt. Továbbá interjúkutatást végeztem a hazai gasztrorendezvények működésére rálátó szakértők körében is.

Az első fő kérdésben (1.) a szakirodalom alapján vizsgáltam, hogy *a globalizáció és a posztfordi átmenet milyen változásokat eredményez a vidéki és városi kultúratermelésben- és a fogyasztásban?* Ennek megválaszolásához szorosan kapcsolódik az 1.1. részkérdés, miszerint *melyek azok a tényezők, amelyek a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés felértékelődését eredményezték?* Az 1970-es évekre kiteljesedő globalizáció az élet minden területére kiterjed, így a kultúrára is. A kultúraközi interakciók intenzívebbé és gyakoribbá válása a kulturális globalizáció többféle értelmezését eredményezi. Ezek az egyes kultúrák globális terjedésére utaló kulturális homogenizáció, a globális kultúrák terjedésével szemben, a lokális kultúrák felértékelődése okozta kulturális homogenizáció, illetve a kultúrák keveredése okozta hibridizáció. Meglátásom szerint a kulturális globalizáció háromféle értelmezése együttesen van jelen és formálja a kultúrát, változásokat eredményezve a kulturális fogyasztásban és termelésben. Míg a globalizáció kibontakozását megelőzően, a szervezett kapitalizmus idejében a termelés volt meghatározó, a fogyasztóknak kevésbé volt lehetőségük a választásra a tömegtermékek világában, addig a globális kapitalizmusban a fogyasztás került előtérbe, egyre növekszik az igény az egyedi termékek és szolgáltatások iránt, a turizmus esetében is. E változások a településfejlesztést is érintik. A vidék például már nem egyenlő a mezőgazdasági termeléssel, egyre nagyobb szerepet kap a vidéki sajátosságokban, az életstílusban és kultúrában, a természettel való közelségben rejlő értékek miatt annak lakó-, rekreációs és ökológiai funkciója. Mindezek alapján a vidéki terek lehetőséget kapnak arra, hogy a fejlesztésüket a sajátos, egyedi adottságaikra alapozzák, létrehozva a helyi erőforrásokon alapuló (endogén) fejlesztési modellt. A modell célja olyan helyi erőforrásokra és helyi igényekre alapozott fejlesztések megvalósítása, melyek helyi kontroll alatt állnak, és támogatják a lokalitások fejlődését, fenntarthatóságát és versenyképességét, miközben csökken a lokalitások globális folyamatoktól való kiszolgáltatottsága és függősége. A fejlesztésre fordítható helyi adottságok köre lokalitásonként eltérő, típusuk sokféle lehet. Előny követhető a fekvésből, a természeti környezetből, a helyi emberek tudásából, a gazdasági szerkezetből, illetve a lokalitások hagyományaiból, szokásaiból és kultúrájából is.

A globális és lokális, valamint a fogyasztásban és a termelésben lejátszódó változásoknak köszönhetően a helyi fejlesztésekben a kultúra meghatározó szerepet kap. Ennek kapcsán kerestem a választ arra, hogy a kultúrák részét képező (1.2.) *gasztronómiai hagyományok hogyan illeszthetők a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztési modellbe?* A gasztronómia kifejezi a helyek egyediségét, hiszen a helyi gasztronómiai hagyományok a helyi emberek tudásának, a hely kulturális sajátosságainak és egyedi földrajzi jellemzőinek ötvözetéből jönnek létre. Így a gasztronómia tükrözi egy hely sajátosságait, kifejezi a helyi társadalom életmódját és közösen vallott értékeit, vonatkozási pontot jelenthet egy közösség tagjainak számára, ami miatt jelentős szerepe van a területi és a közösségi identitás erősítésében, melynek helyi fejlesztésben játszott szerepét egyre több lokalitás ismeri fel. Ugyanakkor számos lokalitás azt is felismerte, hogy a gasztronómia a vidéki imázs formálásában és az egyes lokalitások egymástól való megkülönböztetésében is jelentős szerepet játszik. Ez utóbbihoz hozzájárult, hogy a fogyasztásban és a turisztikai keresletben lezajlott változások eredményeként a turisztikai élményben az étkezés egyre nagyobb szerepet kap. Az étkezés már az elsődleges, vagy meghatározó turisztikai motiváció is lehet. Ennek következtében létrejött a gasztroturizmus, mely a lokalitások egyedi gasztronómiai sajátosságain alapul. A gasztroturizmusnak számos megjelenési módja van, melyek közül Magyarországon legnépszerűbbek a gasztrofesztiválok, melyeknek fontos szerepük lehet a helyi fejlesztésekben a helyi értékek ünneplésén keresztül.

A kutatás második fő kérdése annak vizsgálatára irányult, hogy (2.) *a külföldi szakirodalom szerinti gasztrofesztivál jellemzők és hazai gasztrorendezvény-kínálat többszemponútí tipizálása és térbeli mintázatának elemzése alapján milyen különbségek és hasonlóságok fedezhetők fel a külföldi és a hazai gyakorlatban a gasztrofesztivál értelmezésében?* A kérdésen belül először azt tártam fel, hogy (2.1.) *hogyan definiálható a gasztrofesztivál fogalma?* A szakirodalomban fellelhető fesztivál és gasztrofesztivál definíciók alapján gasztrofesztiváloknak olyan rendezvényeket tekintek, melyek korlátozott időtartamúak, a tér adott pontján, a helyi közösség kultúrájához köthető gasztronómiai témát ünneplik és tartják fenn, de nyitva állnak szélesebb közönség számára is, különböző célok elérése érdekében. A gasztrofesztivál fogalmát megvizsgáltam a szervezőknek készített kérdőív eredményei alapján is, mely szerint gasztrofesztiválnak értelmezhető minden olyan rendezvény, mely központjában valamely lokalitás hagyományaihoz kötődő, egyedi és különleges termék áll. Célja e termék megismertetése a helyi és a szélesebb közönséggel is, azok helyben készítése, bemutatása, megköstölése, valamint értékesítése által. A rendezvény a látogatói élmény fokozása érdekében, kiegészítő jelleggel a témához kapcsolódó kulturális programokat is nyújt. Tehát mindkét definíció alapján a gasztrofesztiválok a gasztronómiának kell a középpontban állnia, mely bemutatásának célközönsége a helyi lakosokon túlmutat.

A gasztrorendezvények témájának hangsúlyossága és volumenének, területi jelentőségének vizsgálata szerint a hazai gasztrorendezvények majdnem fele nem feleltethető meg a gasztrofesztivál-fogalomnak, hiszen azok célcsoportja a helyi lakosság, a turisztikai szerepkör megjelenése nem jellemző ezekre. E rendezvények egyharmada a téma hangsúlyossága szempontjából sem feleltethető meg, hiszen programjaik a zenei műsorokra fókuszáltak a gasztronómiai elnevezés és a legtöbb esetben a fesztivál szó használata ellenére, támogatva a fesztivál szó felhígulását. A kínálatban 20%-ban voltak jelen a kisebb és nagyobb volumenű részben gasztrofesztiválok, melyek a témájuk szerint nem teljes mértékben fókuszáltak a gasztronómiára, mint például a csanádapácai Kakasfesztivál. A gasztronómiai témájú rendezvények egyharmada felelt meg a gasztrofesztivál-követelményeknek a téma hangsúlyossága és a területi jelentőség alapján is, melyek 15%-a turizmusorientált, 85%-a pedig közösségi fesztiválként definiálható, akárcsak a Bócsator és a Derekegyházi Palacsintafesztivál.

Mivel a definíciók szerint a gasztrofesztiváloknak valamely közösséghez vagy lokalitáshoz közel álló terméket kell ünnepelni, megvizsgáltam, (2.2.) *hogyan értékelhető a gasztrorendezvények kapcsolata a befogadó hely kulturális sajátosságaival a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés elmélete alapján?* A kérdőívezés és a szervezői interjúzás tapasztalatai azt mutatják, hogy a helyi gasztronómiai hagyományok ünneplése mellett egyre elterjedőben vannak olyan gasztrorendezvények, melyek nem helyi témára, hanem valamilyen általános, az adott lokalitáshoz vagy közösséghez különösebben nem kötődő gasztronómiai elemre építenek. Az interjúk kutatásokban vizsgált rendezvények egyharmada alapozott ilyen témákra, mint például mindhárom esettanulmány. Ennek eredményeként egy új, megalkotott települési hagyomány jön létre a jelenben, melynek egyedisége az annak létrehozóinak kreativitásában rejlik, támogatva a globalizációt. Ugyan a definíciók szerint a helyi hagyományokon alapuló rendezvények tekinthetők gasztrofesztiválnak, a disszertációban a téma szempontjából e rendezvények is lehetnek gasztrofesztiválok, ha a téma kellő hangsúllyal jelenik meg. Mindezek alapján a gasztrorendezvények segítenek feleleveníteni a múltban létrejött gasztronómiai hagyományokat, ugyanakkor a kulturális erőforráskészlet bővítésére is alkalmasak, melyen keresztül elérhetők a megcélzott településfejlesztési előnyök, mint amire a Szanki Méz- és Meggyfesztivál példája is rámutatott. Azonban ahogy a gasztrorendezvények száma gyarapodott, egyes témák – mint például az egész magyar nemzetre jellemző disznótorosok (20% a teljes kínálatban) vagy a lecsőfesztiválok – rendezvények formájában különösen elterjedté váltak, melyek a kínálat homogenizálását támogatták. A kínálat bővülésével az ünnepelt téma hangsúlyossága tekintetében is differenciálódtak a gasztrorendezvények. A médiaelemzés és a kérdőívezés alapján a hazai gasztrorendezvények túlnyomó része a gasztronómiai programokat nagyobb, vagy a

gasztronómiai és a zenei programokat hasonló arányban kínálták a látogatóknak. Azonban a médiaelemzés alapján történő imázsvizsgálat szerint a vizsgált gasztronómiai témájú rendezvények majdnem 30, míg a szervezői kérdőívezés szerint 10%-ban a színpadi műsorokat nagyobb hangsúlyban vették figyelembe a gasztronómiai elemekhez képest, hiszen szervezőik úgy látták, hogy azokra nagyobb érdeklődés mutatkozott a látogatók részéről. Ez pedig a fesztiváлизáció hazai kínálatban való megjelenését bizonyítja, melyre a hazai és a külföldi szakirodalomban is hozhatók példák. A kutatás azt bizonyítja, hogy számos gasztronómiai témájú rendezvény a korábbi falunapokból jött létre, melyet gyakran valamilyen pályázatnak való megfelelés, a pejoratív értelmet kapott falunap átalakítása a divatos gasztrofesztivállá, a fesztiválszervezési lázba való bekapcsolódás, továbbá a település többi lokalitástól való megkülönböztetése motiválta. Ugyan a legtöbb esetben a névváltoztatással együtt járt a koncepció átalakítása, de azoknak a rendezvényeknek, melyeknek az elnevezése kevésbé fedti a tartalmat, át kellene gondolni a névválasztást, hiszen ebben az esetben a gasztrofesztivál elnevezés kommercializálódásához járulnak hozzá.

A 2.3. alkérdésben azt vizsgáltam, hogy *a gasztrorendezvények milyen szerepet töltenek be az egyes lokalitások turisztikai kínálatában?* A gasztrorendezvények a téma szempontjából akkor tekinthetők a szakirodalom szerint a gasztroturizmus egyik megjelenési formájának, ha a látogatóknak van lehetőségük a különféle ételek megkóstolására. Az interjúzások során vizsgált rendezvények egyharmada főzőverseny keretében ünnepli a gasztronómiát, amiből a látogatók az egészségügyi szabályozások miatt hivatalosan nem kóstolhatnak, mint például a csanádapácai Kakasfesztiválon. Az ilyen rendezvények általában a színpadi műsorokkal igyekeznek vonzani a turistákat, növelve a kulturális és gasztrokulturális fókuszú rendezvények arányát a hazai kínálatban és támogatva a gasztrofesztivál fogalom kiterjesztett használatát.

A térbeliség vizsgálata alapján a hazai gasztrorendezvények viszonylag egyenletesen oszlanak meg a régiók között, de szűkebb területi léptékben előfordultak gasztrorendezvényhiányos és -koncentrációs térségek is. Kevesebb rendezvény jutott a periférikus helyzetű, például aprófalvas területekre, míg a koncentrációs térségek közé a turisztikailag frekventált desztinációk (például a Balaton) és a városok tartoznak. Eszerint az alapvetően népszerű turisztikai desztinációkban a gasztrorendezvények kiegészítő attrakciót nyújtanak a turistáknak. A kutatás szerint a vizsgált évre összegyűjtött 987 rendezvény 70%-a 10 000 fő alatti, falusi településen került megrendezésre, melyek akár a vidéki turizmusba is becsatornázhatók. Azonban a médiában megjelent imázstartalmak vizsgálata, valamint a kérdőívezés eredményei szerint létrehozott „funkció” mutatók szerint is a gasztrorendezvények körülbelül 40%-a teljes mértékben, vagy inkább helyi, közösségi funkciót töltött be, melyek jellemzően a kisebb lélekszámú településekhez kötődtek, melyek fele elnevezésében viselte a fesztivál szót, támogatva annak kiterjesztett használatát. A turisztikai funkciók nélküli, helyi közönséget megcélzó gasztrorendezvények magas arányának oka lehet a megrendelkezésre álló szűkös erőforrás, illetve a vidéki turizmus fejlődésének gátját jelentette, ha nem állt rendelkezésre megfelelő mennyiségű szálláshely, mely általában jellemző a vizsgált településekre.

A gasztrorendezvények turizmusban betöltött kisebb mértékű szerepét az időbeli jellemzők is alátámasztják. A hazai gasztrorendezvények 70%-a mindössze egy napra terjedt ki, mellyel jelentősebb turizmus nem generálható. Továbbá a kínálatban e rendezvények főként a nyári és az őszi időszakban koncentráálódtak a hazai turisztikai szezonálitással megegyezően. A rendezvények időbeli sűrűsödése pedig azt eredményezi, hogy kevesebb látogató jut egy fesztiválra az által, hogy a gasztrorendezvények – a szezonban – szinte bármelyik térségben bármikor elérhetők a turisták számára. Így már nem is jelenthetnek egyedi élményt, mintha szűkebb lenne a választék. Nem is tartom szükségesnek, hogy minden gasztrorendezvény a turizmus fejlesztését részesítse előnyben, a gasztrorendezvények társadalmi funkcióját is kiemelendőnek tartom, de ahhoz, hogy egy rendezvényt fesztiválnak lehessen nevezni, a helyi közösségen kívüliek érdeklődését is ki kell váltania.

A harmadik fő kérdésben arra kerestem a választ, hogy (3.) *milyen szerepük lehet a gasztrorendezvényeknek a helyi erőforrásokon alapuló települési társadalmi, gazdasági és*

kulturális megújulásban a globalizáció és a lokalizáció kontextusában egy dinamikusan változó környezetben a kiválasztott dél-alföldi mintaterület esetében? A kérdőíves kutatás szerint a Dél-Alföld régióban megrendezett gasztrorendezvények legfontosabb célja a helyi közösség körében végzett közösségépítés és a település népszerűsítése. Ezáltal a rendezvények túlnyomó többsége belefelé, a helyi közösség felé is irányul az identitás erősítése érdekében, miközben kifelé is igyekszik pozitív imázst teremteni a településről és megkülönböztetni más lokalitástól. Az imázs formálásának és az egyediség hangsúlyozásának legfőbb oka a települések közti versengés, például a vidéki imázs formálása, a turisták és a beköltözni vágyók bevonása érdekében. Az identitás erősítésére és a közösségi élmény nyújtására pedig különösen szükség van a falusi társadalmak átalakulása miatt és a falvakban élő periférikus helyzetű lakosság élményszerzéséhez, melyre például a gasztrofesztiválnak nem minősülő Árpádalmi Csörögefesztivál példája világított rá. A kérdőív szerint fontos cél a helyi étkezési és italfogyasztási hagyományok népszerűsítése is a Dél-Alföld régióban, viszont országos viszonylatban ennél fontosabb a települési imázs és identitás, valamint a turizmus erősítése. Azonban a dél-alföldi szervezői interjúkban a gasztronómiai hagyományok őrzése mint cél alig jelent meg, a gasztronómiát inkább eszköznek tekintették a közösség összehozására és a többi településtől való megkülönböztetésre. Ezek érdekében pedig számos település alkotott meg újonnan saját gasztronómiai hagyományt valamilyen általános érték lokalizálásával, mint például a három esettanulmány is. Mindez okán a gasztronómiát olyan értéknek tekintem, mely igazodva az aktuális fogyasztói trendekhez, segíthet a települések társadalmi, gazdasági és kulturális fejlődésében. A gasztrorendezvények által a turizmus fejlődését is célozza a szervezők körülbelül 90%-a, viszont jelentősebb turizmust nem képes minden rendezvény generálni, melyről például a csanádapácai interjúpartnerek is beszámoltak. A kutatás tapasztalatai azt mutatják, hogy az identitás-erősítés, az imázsformálás és a turizmusfejlesztés egyidejű megvalósítása esetenként nehézségekbe ütközhet, ugyanis előfordulhat, hogy a fesztivál elveszíti a helyi közösség érdeklődését, ha felértékelődik a turisták igényeinek kielégítése is, mint például a Derekegyházi Palacsintafesztiválon. A helyi vállalkozók bevételhez jutását a kutatásban résztvevők körülbelül 70%-a célozta meg, azonban a külföldi szakirodalom szerint a gasztrofesztiválok legfőbb funkciója a helyi termelők megismertetése és bevételhez juttatása, akiknek a termékeiről a fesztivál szól. Azonban a hazai gyakorlat szerint e rendezvényeknek nem ez a fő célja, a vállalkozók inkább szponzorként lépnek fel az önkormányzati szervezésű gasztrorendezvények támogatásában, akik előnyszerzése inkább közvetett. Valamint magas a helyi közönségnek szóló rendezvények aránya, melyeken gyakran alacsony a vásárlóerő, amivel nem képesek támogatni a helyi termelők piacra jutását. A helyi önkormányzat bevételhez jutása mint cél a rendezvények kevesebb mint fele esetében jelent meg, hiszen az önkormányzatoknak jellemzően magas anyagi ráfordítást igényel e rendezvények megvalósítása, melyet önerőből nem is képesek biztosítani, különböző érdekcsoportok által biztosítható anyagi és humán erőforrások megszerzésére van szükség.

Mindezek alapján megvizsgáltam, hogy (3.1.) *milyen kockázatokat és konfliktusokat rejthetnek magukban a gasztrorendezvények erőforrásvonzó-képességében esetlegesen megmutatkozó különbségek a területi egyenlőtlenségek alakulása tekintetében?* A kérdőívezés és az interjúzás eredményei is azt mutatják, hogy a vizsgálatban résztvevő gasztrorendezvények céloktól és volumentől függetlenül rá voltak utalva a különböző érdekcsoportok mint a helyi vállalkozók, az önkéntes segítők, a média és az állami és egyéb pályázati forrásokra. A pályázati forrásoktól való kitettség az interjúk során általánosan felmerülő téma volt, hiszen a vizsgált vidéki gasztrorendezvények szervezőinek általában nem állt rendelkezésükre elegendő saját erőforrás a megvalósításra. Azonban az erőforrásvonzó-képesség lokalitásonként eltérő. Például az aktív közösségi életet élő településeken sokkal könnyebb megnyerni a helyi lakosokat arra, hogy munkaerejükkel segítsék a rendezvényt, mint a passzív településeken, vagy a menedzser szemléletű, képzett munkaerőben gazdag önkormányzatok sokkal jobb esélyekkel indulnak a pályázati források megszerzésére, mint a humán erőforrásokban szegényebb települések, mely a területi különbségek újratermelődését támogatja. Végző soron

véleményem szerint a gasztrorendezvények azokon a településeken képesek segíteni a társadalmi, gazdasági és kulturális megújulásban, tehát azokon a településeken lehetnek a helyi erőforrásokon alapuló fejlesztés eszközei, melyek társadalmi tőkében gazdagabbak, mint például Bócsán és a felmerülő problémák ellenére Derekegyházon is.

A hogyan befolyásolhatja a gasztrorendezvények megújuló-, illetve külső és belső változásokhoz és hatásokhoz való alkalmazkodóképessége ezeknek a rendezvényeknek a fenntarthatóságát? (3.2.) részkérdésre adott válaszok rávilágítanak, hogy a gasztrorendezvények nagymértékben kitettek a külső és belső változásoknak. E rendezvények programkínálata, így vonzereje és volumene nagymértékben függ a rendelkezésre álló anyagi- és humán erőforrásoktól. Az eredmények szerint számos gasztrorendezvény azzal próbált meg versenyben maradni és az érdeklődést fenntartani egymás mellett, hogy minél híresebb zenei fellépőt hívott meg, amire azonban a magas anyagi források megszerzése nehéz feladat. A fesztiválok fenntarthatóságát a térségi kínálatba való illeszkedés is nagyban befolyásolja, sokkal nehezebb versenyben maradni és nem csak helyi szintűnek maradni azoknak a rendezvényeknek, melyekhez hasonlóak működnek a térségükben akár a téma, az ütemezés és a volumen szempontjából. A Kakasfesztivál szervezői szerint például a látogatószám csökkenésének oka, hogy a térségi rendezvények elvonzzák a látogatókat. A gasztrorendezvények fenntartható működtetése és az erőforrások hatékony kezelése érdekében célszerű lenne egyes rendezvényeket több település összefogásával létrehozni és nem elaprózni a kínálatot, viszont ehhez magasfokú településközi együttműködési hajlandóságra van szükség minden érdekcsoport szempontjából. Minden működési problémát összevetve, de főként az erőforrások szűkösségét és a széles kínálatot tekintve a rendezvények körülbelül 5%-a állt a hanyatlás útján a kérdőív eredményei szerint, míg 15%-ra a stagnálás jellemző.

A gasztrorendezvények fejlődését és folytonosságát szüntették meg a 2020 márciusában megjelenő koronavírus járvány okozta, többek között a rendezvényszervezést is korlátozó intézkedések. A járvány alatti hónapokban többször is változtak a rendezvényszervezést érintő szabályozások, egyáltalán nem, vagy csak korlátozottan lehetett azokat megvalósítani. A folytonos változás és bizonytalanság pedig lényegében ellehetetlenítette a gasztrorendezvények szervezését. Kérdéssé vált, hogy a pandémia után mennyire marad fenn a helyi aktorok motivációja a rendezvények megvalósítására, hogyan lehet megszerezni a szükséges erőforrásokat, aktuálisan milyen korlátozó intézkedéseknek kell megfelelni. Ezáltal valószínűnek tartom, hogy a pandémia utáni gasztrorendezvény-kínálat nem fog visszaállni a korábbi állapotba, egyes rendezvények eltűnnek, mások átalakulnak és újak jönnek létre.

A pandémia, a külső erőforrásoktól való függőség és a széles rendezvénykínálat bebizonyította, hogy a gasztrorendezvények nemcsak a lokalitáson belüli, hanem a külső, a globális változásoknak is különösen kitettek, így a helyi fejlesztésekben játszott szerepük nehezen fenntartható. Ugyanakkor Magyarországon bő gasztrorendezvény-kínálat volt jellemző, amivel az egyes rendezvények veszélyeztették egymás fenntarthatóságát. Véleményem szerint az, hogy az egyediséget ünneplő, de tömegessé váló rendezvények a lokalizáció vagy a globalizáció elősegítői voltak-e Magyarországon, az elérendő céloktól és a vizsgált léptéktől függött. Lokális szinten a helyi közösség összekovácsolását és a helyi gasztronómiai hagyományok fenntartását kevésbé befolyásolják más rendezvények, így ebből a szempontból a lokalizációt támogatják, bár ebben a fesztivál szó és a gasztronómiai téma nem minden esetben indokolt. Azonban, ha a rendezvény már a lokalitáson túlmutatni igyekezett, az imázsformálás és a turisztikai kínálat bővítése, továbbá a bevételszerzés szempontjából a széleskörű gasztrorendezvény-kínálat a globalizációt támogatta, hiszen ugyanazt a fejlesztési stratégiát, azaz a gasztrorendezvények szervezését alkalmazva nem képes minden lokalitás megkülönböztetni magát a többitől. E célok elérése érdekében célszerű lenne a külső változásoknak kevésbé kitett, az év minden részében rendelkezésre álló imázsformáló eszközöket és turisztikai attrakciókat létrehozni. A jövőben a gasztrorendezvények szervezése során pedig sokkal jobban figyelembe kellene venni a térségi kínálatba való illeszkedést, a kitűzött célok összeegyeztethetőségét és a rendelkezésre álló erőforrásokat.

Summary

Before the COVID-19 pandemic, the organisation of gastronomy-themed events and gastronomy festivals was popular in Hungary and internationally, as their organisers expected them to contribute to the renewal and development of the municipal economy, society and culture. The use of these events as a tool for settlement development by many localities at all levels of the municipal hierarchy, with varying amounts and qualities of material and human resources, has diversified the range of offerings. A variety of gastronomic themes, events of widely differing scale and territorial importance, of varying duration and with different purposes, have been created, all of these have been referred to as food festivals. The expanding offer made it increasingly difficult for the organisers of new events to choose a specific theme and find a timeframe when there was no event in the surrounding area. Thus, many localities organising gastronomic events have found it increasingly challenging to compete with each other in terms of achieving their objectives, maintaining interest and competition, moreover to find external resources has also increased, as localities typically have fewer internal resources. This has created the risk that gastronomic events are becoming a mass phenomenon and increasingly difficult to sustain. Despite these problems, there has been less research that has simultaneously examined the thematic, spatial and temporal characteristics of gastronomic festivals, as well as the goals, their interrelationships and the availability of resources that can be provided by the various stakeholders in a given area. Knowledge of these could help to explore whether it is true that food festivals are becoming a mass phenomenon and losing their special character, which could reduce their role as a tool for settlement development. Nowadays, research of this kind can be very useful, as once the coronavirus pandemic has subsided and the organisation of events is once again possible, it may be useful to take into account the problems encountered in previous years, in order to create a more sustainable offer.

The main goal of all these dissertations is to examine the multidisciplinary, context-seeking, micro-, meso- and macro-scale empirical quantitative and qualitative data of Hungarian gastronomic events, which can be used to reveal whether unique celebrating but massive events are localisation, globalisation or whether glocalisation facilitators in Hungary. In this context, I formulated three main questions and further sub-questions, in which I examine the background of the creation of gastronomic events, the characteristics of the established domestic offer and the conditions for the sustainability of the offer. To answer these questions, I used media content analysis to compile a list of Hungarian gastronomic events, recording the temporal, spatial and thematic data of the 987 gastronomic events found. I carried out a questionnaire survey among the organisers of these events and also used interview research in the Southern Great Hungarian Plain region. From this region, three village gastronomy events were investigated by means of interview research, both from the organisers' and visitors' point of view. Furthermore, I conducted interview research with experts who have an insight into gastronomic events in Hungary.

In the first main question (1), I examined the literature on *how globalisation and the post-Ford transition are changing rural and urban cultural production and consumption*. Closely related to answering this question is sub-question 1.1: *what are the factors that have led to the valorisation of (rural) local resource-based development?* The globalisation that culminated in the 1970s covered all areas of life, including culture. The intensification and frequency of intercultural interactions results in multiple interpretations of cultural globalization. These are cultural homogenization, which refers to the global spread of individual cultures, as opposed to the spread of global cultures, cultural homogenization caused by the appreciation of local cultures and the hybridisation caused by the mixing of cultures. In my view, three different interpretations of cultural globalisation are together present and shaping culture, bringing about changes in cultural consumption and production. Whereas before the emergence of globalisation, under organised capitalism, production was dominant and consumers had less choice in a world of mass products, under global capitalism, consumption has come to the fore, with an increasing demand for unique products and services, including

tourism. These changes are also affecting the development of settlements. The countryside, for example, is no longer equal to agricultural production, it is playing an increasingly important role in rural areas, in terms of lifestyle and culture, and in its proximity to nature, its residential, recreational and ecological function. This gives rural spaces the opportunity to base their development on their specific and unique characteristics, creating an (endogenous) development model based on local resources. The model aims to deliver development based on local resources and needs, which are under local control and support localities' development, sustainability and competitiveness, while reducing their vulnerability and dependence on global processes. The range of local assets that can be used for development varies from one locality to another and can be of many types. They can benefit from location, the natural environment, the knowledge of local people, the economic structure, and the traditions, customs and culture of localities.

Changes at global and local level, as well as in consumption and production, are giving culture a key role in local development. In this context, I was looking for an answer to the question: (1.2) *how can gastronomic traditions, which are part of cultures, be integrated into a development model based on local resources?* Gastronomy is an expression of the uniqueness of a place, as local gastronomic traditions are the result of a combination of the knowledge of local people, the cultural specificities of the place and its unique geographical characteristics. Thus, gastronomy reflects the specificity of a place, expresses the way of life and shared values of the local society, can be a point of reference for the members of a community, and therefore plays a significant role in strengthening territorial and community identity, whose role in local development is increasingly recognised by more and more localities. In addition, many localities have also recognised that gastronomy plays an important role in shaping the rural image and differentiating one locality from another. The latter has contributed to the increasing role of food in the tourist experience as a result of changes in consumption and tourism demand. Meals can be the primary or dominant tourist motive. This has led to the emergence of food tourism, which is based on the specific gastronomic characteristics of localities. There are many forms of food tourism, the most popular of which in Hungary are food festivals, which can play an important role in local development through the celebration of local values.

The second main question of the research was to investigate (2.) *what differences and similarities can be found in the interpretation of food festivals in foreign and domestic practice, based on the analysis of the multispectral typology and spatial patterns of gastronomic event offerings in foreign literature and domestic practice?* Within this question, I first explored (2.1) *how to define the concept of a food festival*. Based on the definitions of festivals and food festivals found in the literature, I consider food festivals to be events of limited duration, celebrating and maintaining a gastronomic theme related to the local community culture at a specific point in space, but also open to a wider audience, with different goals. I also examined the concept of a food festival based on the results of a questionnaire to the organisers, which showed that a food festival can be defined as any event centred on a unique and special product linked to the traditions of a local area. The aim is to promote these products to the local and wider public by making, presenting, tasting and selling them locally. The event will also offer a complementary cultural programme to enhance the visitor experience. By both definitions, gastronomy should be at the focus of food festivals, and the target audience for its presentation should go beyond local community.

Based on the emphasis on the theme of gastronomic events and their volume and territorial significance, almost half of the gastronomic events in Hungary do not fit the concept of a food festival, as their target group is the local community, and they are not characterised by a tourist role. One third of these events do not correspond to the emphasis of the theme, since their programmes focused on music, despite the gastronomic name and the use of the word festival in most cases, supporting the festivalisation. Smaller and larger-scale semi-food festivals, which were not fully focused on gastronomy in terms of their theme, such as the Rooster Festival in Csanádapáca, accounted for 20% of the offer. A third of the gastronomic-

themed events met the food festival requirements in terms of both the focus and the territorial importance of the theme, 15% of which were tourism-oriented and 85% of which could be defined as community festivals, such as the „Bócsator” and the Pancake Festival in Derekegyház.

As by definition, food festivals should celebrate a product close to a community or locality, I examined (2.2.) *how can the relationship of gastronomic events to the cultural specificities of the host place be assessed in terms of local resource-based development theory?* According to the results of the questionnaire and the interviews with the organisers, in addition to the celebration of local gastronomic traditions, gastronomic events based on a general gastronomic element not linked to a local theme but to a specific local or community are becoming more and more common. One-third of the events surveyed in the interview research were based on such topics as all three case studies. The result is a new, established municipal tradition in the present, whose uniqueness lies in the creativity of its creators, supporting glocalisation. Although events based on local traditions are defined as food festivals, in this dissertation these events can also be considered as food festivals if the topic is given sufficient emphasis. On this basis, gastronomic events help to revive the gastronomic traditions of the past and can also be used to enhance the cultural resource base, through which the targeted benefits of the development of the settlement can be achieved, as in the case of the Honey and Cherry Festival in Szank. However, as the number of gastronomic events increased, certain themes - such as the pig roast (20% of the total offer), which is typical of the Hungarian nation as a whole - became particularly widespread in the form of events, which helped to homogenise the offer. As the offer has expanded, the focus of the gastronomic events has also become more differentiated. The media analysis and the survey showed that the majority of Hungarian gastronomic events offered a higher proportion of gastronomic programmes or in a similar proportion of gastronomic and musical programmes. However, an image analysis based on media analysis showed that almost 30% of the gastronomic-themed events surveyed, and 10% of the events surveyed, gave more weight to stage shows than to gastronomic elements, as their organisers perceived them to be of greater interest to visitors. This is evidence of festivalisation in the domestic offer, examples of which can be found in the Hungarian and foreign literature. The research shows that many gastronomic-themed events have evolved from earlier village fairs, often motivated by the need to comply with a competition, the transformation of a village fair with a pejorative connotation into a fashionable food festival, the desire to get involved in the festival fever and the desire to distinguish the village from other localities. Although in most cases the change of name has been accompanied by a change of concept, events whose name is less relevant to the content should reconsider their choice of name, as in this case they contribute to the commercialisation of the name "food festival".

In question 2.3 *I examined the role of gastronomic events in the tourism offer of each locality.* Gastronomy events are considered in the literature as a form of food tourism when visitors have the opportunity to taste different types of food. A third of the events surveyed in the interviews celebrate gastronomy through a cooking competition, which visitors are not officially allowed to taste due to health regulations, such as the Rooster Festival in Csanádapáca. Such events usually aim to attract tourists with stage shows, increasing the proportion of cultural and gastronomic-focused events in the domestic offer and promoting the extended use of the word "food festival".

Spatial analysis shows that domestic gastronomic events are relatively evenly distributed between regions, but there are also areas of gastronomic event deficiency and concentration on a narrower spatial scale. There are fewer events in peripheral areas, such as small villages, while the areas of concentration include tourist destinations (such as Lake Balaton) and cities. In these destinations, which are essentially popular tourist destinations, gastronomic events are an additional attraction for tourists. According to the research, 70% of the 987 events collected for the year under review took place in rural settlements with fewer than 10 000 inhabitants, which could be included in rural tourism. However, according to the

“function” indicators created according to the results of the media analysis and the questionnaire, about 40% of the gastronomic events had a full or more local, community function. These were typically associated with smaller settlements, half of which were named after the festival, supporting its extended use. The high proportion of gastronomic events without a tourism function, aimed at a local audience, may be due to the scarcity of resources available to commission them, or to the lack of adequate accommodation as a barrier to the development of rural tourism.

The minor role of gastronomic events in tourism is also confirmed by the time dimension. 70% of domestic gastronomic events were only one day, which does not generate significant tourism. Furthermore, in the Hungarian offer, these events are mainly concentrated in the summer and autumn, in line with the Hungarian tourist seasonality. The frequency of events means that fewer visitors come to a festival because gastronomic events are available to tourists at almost any time of the season in any region. This means that they can no longer be a unique experience, as if the choice were narrower. I do not think it is necessary for all gastronomic events to favour the development of tourism, and I also think that the social function of gastronomic events should be highlighted, but for an event to be called a festival, it must also attract the interest of people outside the local community.

In the third main question, I sought to answer (3.) *what role can gastronomic events play in the social, economic and cultural regeneration of local communities based on local resources in the context of globalisation and localisation in a dynamically changing environment in the case of the selected sample area of the Southern Great Hungarian Plain?* According to the questionnaire survey, the most important goal of gastronomic events in the Southern Great Hungarian Plain region is to build community and promote the local community. In this way, the vast majority of events are also directed inwards, towards the local community, in order to strengthen identity, while also trying to create a positive image of the municipality and distinguish it from other localities. The main reason for shaping image and emphasising uniqueness is competition between settlements, for example to shape the rural image in order to attract tourists and people who want to move in. In the other hand strengthening identity and providing a community experience is particularly necessary due to the transformation of rural societies and the need to provide experiences for peripheral populations living in villages, for example in the case of the „Csöröge” festival in Árpádhalom, which does not meet the conditions for a food festival. According to the questionnaire, the promotion of local food and drink traditions in the Southern Great Plain region is also an important objective, but more important in a national context is the strengthening of the image and identity of the localities and tourism. However, in the interviews with the organisers in the Southern Great Hungarian Plain, the preservation of gastronomic traditions was hardly mentioned as a goal, gastronomy was seen more as a means to bring the community together and to distinguish it from other settlements. For this reason, many municipalities have newly created their own gastronomic tradition by localising a general value, such as the three case studies. In this way, I see gastronomy as a value that can help the social, economic and cultural development of municipalities, in line with current consumer trends. Around 90% of the organisers also aim to develop tourism through gastronomic events, but not all events are able to generate significant tourism, as reported by the interview partners in Csanádapáca, for example. The results of the research show that the simultaneous implementation of identity strengthening, image building and tourism development can sometimes be difficult, as the festival may lose the interest of the local community if the needs of tourists are more valued, as in the case of the Pancake Festival in Derekegyház. Generating income for local entrepreneurs was the aim of around 70% of the respondents to the survey, but according to foreign literature, the main function of food festivals is to promote and generate income for local producers whose products the festival is about. However, according to the Hungarian practice, this is not the main purpose of these events, but rather the entrepreneurs act as sponsors of the gastronomic events organised by the municipalities, whose benefits are more indirect. There is also a high

proportion of events for local audiences, often with low purchasing power, which does not support market access for local producers. The objective of generating revenue for the local government was identified for less than half of the events, as the municipalities typically have a high financial cost for the implementation of these events, which they cannot provide on their own, and need to mobilise financial and human resources from various stakeholders, as in all three case studies.

On this basis, I have investigated (3.1.) *what risks and conflicts might differences in the resource attractiveness of gastronomic events imply for the development of territorial inequalities?* The results of the questionnaire show that the gastronomy events included in the study, regardless of their goals and volume, relied on the support of different stakeholders such as local entrepreneurs, volunteers, media and public and other funding sources. The dependency on funding was a common theme throughout the interviews, as the organisers of the rural gastronomic events generally did not have sufficient resources of their own to carry them out. However, resource attractiveness varies from one locality to another. For example, in active communities it is much easier to attract local residents to contribute their labour to an event than in passive communities, or managerially minded municipalities with a skilled workforce have a much better chance of attracting funding than municipalities with fewer human resources, which encourages the reproduction of territorial disparities. Ultimately, in my view, gastronomic events can help in social, economic and cultural regeneration in those municipalities that are richer in social capital, such as Bócsa and, despite the problems that arise in Derekegyház, as well, as a means of development based on local resources.

The question of *how the ability of gastronomic events to adapt to external and internal changes and influences can affect the sustainability of these events?* (3.2) show that gastronomic events are highly exposed to external and internal changes. The range, attractiveness and volume of these events depends to a large extent on the financial and human resources available. The results show that many gastronomic events have tried to compete and maintain interest by inviting the most famous musicians, but that is difficult to achieve without high financial resources. The sustainability of festivals is also greatly affected by their integration into the regional offer, it is much harder for events that are similar to those in their area, in terms of theme, timing and volume, to compete and not just remain local. For example, the organisers of the Rooster Festival say that the reason for the decline in attendance is that regional events are pulling visitors away. In order to ensure the sustainable operation of gastronomic events and the efficient management of resources, it would be advisable to organise some events in cooperation with several municipalities and not to fragment the offer, but this requires a high level of inter-municipal cooperation from all stakeholders. Taking all the operational problems together, but in particular the scarcity of resources and the wide range of events on offer, around 5% of events are in decline according to the results of the questionnaire, while 15% are stagnating.

The development and continuity of gastronomic events have been disrupted by the measures restricting, among other things, the organisation of events, caused by the outbreak of the coronavirus in March 2020. In the months during the pandemic, the regulations on the organisation of events changed several times, with no or limited implementation. This constant change and uncertainty made it impossible to organise gastronomic events. It is questionable to what extent the motivation of local actors to organise events will be maintained after the pandemic, how the necessary resources can be obtained, and what restrictive measures are currently in place. This makes it likely that the post-pandemic gastronomic events offer will not return to its previous state, some events will disappear, others will be restructured and new ones will be created.

The pandemic, dependency on external resources and the wide range of events on offer have shown that gastronomic events are particularly vulnerable not only to changes within the local area but also to external, global changes, making their role in local development difficult to sustain. At the same time, Hungary was characterised by an abundance of gastronomic

events, which meant that individual events threatened each other's sustainability. In my view, whether events that celebrated uniqueness but became mass events in Hungary were conducive to localisation or globalisation depended on the objectives to be achieved and the scale of the scale under study. At the local level, other events have less influence on bringing the local community together and maintaining local gastronomic traditions, so localisation is promoted from this point of view, although the word festival and the gastronomic theme are not always justified. However, once the event sought to go beyond locality, the expansion of the image and tourism offer, as well as the wide range of gastronomic events on offer in terms of revenue generation, supported globalisation. The reason for this is that not all localities can differentiate themselves from the others by applying the same development strategy, ie the organisation of gastronomic events. In order to achieve these goals, it would be appropriate to create image-forming tools and tourist attractions that are less exposed to external changes and are available at all times of the year. In the future, the organisation of gastronomic events should take much greater account of their integration into the regional offer, the compatibility of the objectives pursued and the resources available.

Irodalomjegyzék

1. ADONGO, R.–KIM, S. S.–ELLIOT, S. 2019: “Give and take”: A social exchange perspective on festival stakeholder relations. – *Annals of Tourism Research* 75. pp. 42-57.
2. ALVES, H. M. B.–CERRO, A. M. C.–MARTINS, A. V. F. 2010: Impacts of small tourism events on rural places. – *Journal of Place Management and Development* 3. 1. pp. 22-37.
3. ANDERSSON, T. D.–GETZ, D. 2008: Stakeholder management strategies of festivals. – *Journal of Convention & Event Tourism* 9. 3. pp. 199-220.
4. APJOK V. 2014: A makói Hagymafesztivál jelentésváltozásai. – In: BÍRÓ GY. (szerk.): Móra Akadémia: szakkollégiumi tanulmánykötet 1. pp. 236-251.
5. ARCODIA, C.–WHITFORD, M. 2006: Festival attendance and the development of social capital. – *Journal of Convention & Event Tourism* 8. 2. pp. 1-18.
6. ÁSVÁNYI, K.–JÁSZBERÉNYI, M. 2017A: The effects of the festivals in the light of sustainability. – *Pannon Management Review* 6. 3-4. pp. 99-110.
7. ÁSVÁNYI, K.–JÁSZBERÉNYI, M. 2017B: The role of rural cities’ festivals in the development of regions. – *Deturope* 9. 3. pp. 177-187.
8. ÁSVÁNYI K.–MITEV A.– JÁSZBERÉNYI M.–MERT. M. 2019: Családok fesztiválélménye – két családbarát fesztivál elemzése. – *Turizmus Bulletin* 14. 3. pp. 30-37.
9. AUBERT A.–GONDA T.–JÓNÁS-BERKI M.–MÓKUSNÉ PÁLFI A. 2020: A turisztikai desztinációk életciklus-problematikája: Az orfűi példa. – *Földrajzi Közlemények* 144. 1. pp. 96-111.
10. BABBIE, E. 2008: A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. – Balassi Kiadó, Budapest. 744 p.
11. BALI J. 2007: A lokális tradíció és a helyi közösségszerveződés a falusi főzfesztiválok tükrében. – In: KOVÁCS T. (szerk.): A vidéki Magyarország az EU-csatlakozás után. VII. Falukonferencia. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs. pp. 376-384.
12. BALOGH B. 2021: Bakancslista: Európai fesztiválok – Híres és meglepően izgalmas kulturális fesztiválok Európa-szerte. – Scholar Kiadó Kft., Budapest. 330 p.
13. BAKER, A. M.–KIM, K. 2019: Heritage and authenticity in gastronomic tourism. – In: DIXIT, S. K. (eds.): *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, Oxon-New York. pp. 252-259.
14. BAKOS I. M. 2017: A lokális élelmiszerek fogyasztói megítélése és innovatív értékesítési lehetősége. – *A falu* 32. 2. pp. 5-14.
15. BARNA I.–SZÉKELYI M. 2004: Túlélőkészlet az SPSS-hez. – Typotex Kiadó, Budapest. 453 p.
16. BENEDEK M.–STARK J. 2009: Fesztiválvilág. – *Turizmus Bulletin* 13. 3. pp. 35-44.
17. BERGER V. 2018: Térre szőtt társadalmiság. A tér kategóriája a szociológiai elméletekben. – L’Harmattan-Könyvpont, Budapest. 274 p.
18. BERKI M. 2015: A térbeliség trialektikája. – *Tér és Társadalom* 29. 2. pp. 3-18.
19. BERTELLA, G. 2014: Running, walking, wining and dining in the Chianti countryside: the development of an active eno-gastronomic event and the changing role of the stakeholders. – In: CAVICCHI, A.–SANTINI, C. (ed.): *Food and Wine Events in Europe: A Stakeholder Approach*. Routledge, London–New York. pp. 100-109.
20. BESSIÈRE, J. 1998: Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. – *Sociologia Ruralis* 38. 1. pp. 21-34.
21. BESSIÈRE, J. 2013: ‘Heritagisation’, a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage. – *Journal of Heritage Tourism* 8. 4. pp. 275-291.
22. BIAETT, V. 2015: Organic festivity: A missing element in organic festival. – In: JEPSON, A.–CLARKE, A. (eds.): *Exploring community festivals and events*. Routledge, London. pp. 17-27.
23. BODA T. 2007: A közösségek szerepe a vidékfejlesztésben. – *Szolnoki Tudományos Közlemények* 11. pp. 1-24.

24. BÓDI J. 2008: „Gasztropuccs”. – In. FEJŐS Z.–PUSZTAI B. (szerk.): Az egzotikum. Néprajzi Múzeum–Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Budapest–Szeged. pp. 124-141.
25. BODNÁR G. 2013: Endogén regionális fejlődés a rurális térségekben. – In. LUKOVICS M.–SAVANYA P. (szerk.): Új hangsúlyok a területi fejlődésben. JATEPress, Szeged. pp. 42-61.
26. BOGATAJ, J. 2019: Gastronomic tourism: An opportunity to discover the diversity and regional cultures. – In. DIXIT, S. K. (eds.): The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism. Routledge, Oxon-New York. pp. 55-62.
27. BOORSTIN, D. J. 1975: The Image: A guide to pseudo-events in America. – Athenum, New York. 315 p.
28. BOROS L.–GARAMHEGYI Á. 2010: Bevezetés a településmarketingbe. – JATE Press Kiadó, Szeged. 170 p.
29. BOROS L.–PÁL V. 2010: A kulturális gazdaság globalizálódásának néhány földrajzi aspektusa. – In. MÉSZÁROS R. és MUNKAKÖZÖSSÉGE (szerk.): A globális gazdaság földrajzi dimenziói. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 249-277.
30. BOTTYÁN, I. 2015: The impact of domestic gastronomic festivals on the local accomodations. – Deturope 7. 2. pp. 188-205.
31. BOTTYÁN I. 2017: A bajai halfőző fesztivál gazdasági jelentőségének, valamint lehetséges turisztikai akcelerátor szerepének vizsgálata. – Köztes-Európa 9. 1-2. pp. 241-249.
32. BOURDIEU, P. 1984: Distinction. A social critique of the judgement of taste. – Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts. 604 p.
33. BOURDIEU, P. 2010 [1979]: A habitus és az életstílusok tere. – Replika 72. pp. 49-94.
34. BOYNE, S.–HALL, D. 2003: Managing food and tourism developments: issues for planning and opportunities to add value. – In. HALL, C. M.–SHARPLES, L.–MITCHELL, R.–MACIONIS, N.–CAMBOURNE, B. (ed.): Food tourism around the World. Development, management and markets. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 285-295.
35. BRADLEY, A. 2012: The media, marketing and events. – In. PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): The Routledge Handbook of Events. Routledge, Abingdon-New York.
36. BRÁS, N.–MENDES, J.–GUERREIRO, M.–DIAS SEQUEIRA, B. 2019. How do residents experience their own festivals – In. MAIR, J. (eds.): The Routledge Handbook of Festivals. Routledge, Oxon-New York. pp. 263-272.
37. BURKA N. Zs. 2017: A hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék szerepe a helyi fejlődési folyamatokban. – A falu 32. 3. pp. 7-22.
38. BUTLER, R. W. 1980: The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources. – Canadian Geographer 24. 1. pp. 5-12.
39. BÜYÜKŞALVARCI, A.–AKKAYA, A. 2018: The evaluation of gastronomy festivals as events tourism. – Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi 67. 6. pp. 452-467.
40. CASTELLS, M. 2006: Az identitás hatalma. Az információ kora. Gazdaság, társadalom és kultúra. II. kötet. Gondolat-Infonia, Budapest. 546 p.
41. CHATZINAKOS, G. 2016: Exploring potentials for culinary tourism through a food festival: The case of Thessaloniki Food Festival. – Transnational Marketing Journal 4. 2. pp. 110-125.
42. CHOE, J. Y.–KIM, S. 2018: Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. – International Journal of Hospitality Management 71. pp. 1-10.
43. CLEAVE, P. 2016: Community Food Festivals and Events in the South West of England, UK. In. – JEPSON, A.–CLARKE, A. (ed.): Managing and Developing Communities, Festivals and Events. Palgrave Macmillan, London. pp. 179-195.
44. COHEN, E.–AVIELI, N. 2004: Food in tourism: Attraction and impediment. – Annals of tourism Research 31. 4. pp. 755-778.
45. COLEMAN, J. S. 1994: Társadalmi tőke. – In. LENGYEL GY.–SZÁNTÓ Z. (szerk.): A gazdasági élet szociológiája. Aula Kiadó, Budapest. pp. 99-127.

46. CORIGLIANO, A. M. 2002: The route to quality: Italian gastronomy networks in operation. – In. HJALAGER A.–GETZ, D. (rds.): *Tourism and Gastronomy*. Routledge, London. pp. 166-185.
47. CORVO, P.–FONTEFRANCESCO, M. F. 2019: Sustainable gastronomic tourism. – In. DIXIT, S. K. (eds.): *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, Oxon-New York. pp. 209-216.
48. CRANG, M.–FRANKLIN, A. 2001: The trouble with tourism and travel theory? – *Tourist studies* 1. 1. p. 5-22.
49. CRESPI-VALLBONA, M.–RICHARDS, G. 2007: The meaning of cultural festivals: Stakeholder perspectives in Catalunya. – *International Journal of Cultural Policy* 13. 1. pp.103-122.
50. CUDNY, W.–KOREC, P.–ROUBA, R. 2012: Resident's perception of festivals – a case study of Łódź. – *Sociológia* 44. 6. pp. 704-728.
51. CSAPÓ J.–MATESZ K. 2007: A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. – *Földrajzi Értesítő* 56. 3-4. pp. 291-301.
52. CSÉFALVAY Z. 1999: Helyünk a nap alatt... Magyarország és Budapest a globalizáció korában. – Kairosz Kiadó, Budapest. 227 p.
53. CSETE L. 2005: Agrár- és vidékfejlesztés fenntartható rendszere. – *Gazdálkodás* 49. 2. pp. 4-16.
54. CSITE A. 1999: A paraszti közösségtől a ruralitásig: A nemzetközi vidékkutatások utóbbi harminc évének néhány kulcsproblémája. – *Szociológiai Szemle* 3. pp. 134-153
55. CSURGÓ B. 2013: Vidéken lakni és vidéken élni. – *Argumentum*, MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Szociológiai Intézet. 291. p.
56. CSURGÓ B. 2014: A vidék nosztalgiája. Kulturális örökség, turizmus- és közösségszervezés három észak-alföldi kistérségben. – *socio.hu Társadalomtudományi Szemle* 4. 2. pp. 1-20.
57. CSURGÓ, B.–HINDLEY, C.–KAY SMITH, M. 2019: The role of gastronomic tourism in rural development. – In. DIXIT, S. K. (eds.): *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, Oxon-New York. pp. 62-69.
58. CSURGÓ B.–LÉGMÁN A. 2015: Lokális közösség, megtartó közösség. Elméleti megközelítések a lokális közösség integráló szerepének vizsgálatához egy vidéki településen. – *socio.hu Társadalomtudományi Szemle* 5. 4. pp. 50-66.
59. CSURGÓ, B.–MEGYESI, B. 2015: Local food production and local identity: Interdependency of development tools and results. – *socio.hu Special issue in English* 3. pp. 167-182.
60. CSURGÓ B.–SZATMÁRI A. 2014: Vidéki kultúra, helyi közösség és lokális identitás. – *Metszetek* 3. 3. pp. 33-50.
61. CZENE ZS. 2002: A kulturális örökség területfejlesztési megközelítése. – *Tér és Társadalom* 16. 4. pp. 25-38.
62. DERRETT, R. 2003: Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. – *Event Management* 8. 1. pp. 49-58.
63. DI MATTEO, D. 2019: Gastronomic tourism innovations. – In. DIXIT, S. K. (eds.): *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, Oxon-New York. pp. 555-562.
64. DIMMOCK, K.–TIYCE, M. 2001: Festivals and events: celebrating special interest tourism. – In. DOUGLAS, N.–DOUGLAS, N.–DERRETT, R. (ed.): *Special interest tourism*. John Wiley and Sons Australia, Milton Queensland. pp. 355-383.
65. DIXIT, S. K. 2019: Gastronomic tourism: a theoretical construct. – In. DIXIT, S. K. (eds.): *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, Oxon-New York. pp. 13-23.
66. DOBÓ E. 2007: A globalizáció és a kreatív gazdaság felértékelődése. – *Tér és Társadalom* 21. 3. pp. 89-102.
67. DOXEY, G. 1975: A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and Research Inferences. *The Impact of Tourism*. – In. *Sixth Annual Conference Proceedings, The Travel Research Association, San Diego*. pp. 195-198.

68. DUFFY, M.–MAIR, J. 2015: Festivals and sense of community in places of transition: the Yakkerboo Festival, an Australian case study. – In. JEPSON, A.–CLARKE, A. (ed.): Exploring community festivals and events. Routledge, London. pp. 54-65.
69. DWYER, L.–JAGO, L. 2019: Valuing the impacts of festivals. – In. MAIR, J. (eds.): The Routledge Handbook of Festivals. Routledge, Oxon-New York. pp. 43-52.
70. EDENSOR, T. 2001: Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice. – Tourist Studies 1.1. pp. 59-81.
71. ELSAYED, Y.–ABD ELJALIL, S.–ABBAS, T. 2012: Exploring critical success factors for managing food festivals. – Journal of the Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality. 9. 2. pp. 45-66.
72. ENYEDI GY. 2000: Globalizáció és a magyar területi fejlődés. – Tér és Társadalom 14. 1. pp. 1-10.
73. ENYEDI GY. 2002: A városok kulturális gazdasága. – Földrajzi Értesítő 51. 1-2. pp. 19-29.
74. ERDŐSI P.–SONKOLY G. 2005: A kultúra melankóliája. A kulturális örökség fogalmának megjelenése. – Világosság 6. pp. 73-90.
75. ESKULICS GY.–GELENCSÉR ZS.–HORVÁTH SZ.–SIKLÓSI R.–SZUROMI O. 2014: Egy hátrányos helyzetű település egyedi lehetőségei és törekvései a helyi gazdaságfejlesztés tekintetében. – Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 9. 1-2. pp. 29-37.
76. FALASSI, A. 1987: Festival: Definition and morphology. – In. FALASSI, A. (eds.): Time out of Time, Essays on the Festival. University of New Mexico Press, Albuquerque. pp. 1-10.
77. FARKAS T. 2002: Vidékfejlesztés a fejlődéstudományok és a fejlesztési koncepciók tükrében. – Tér és Társadalom 16. 1. pp. 41-57.
78. FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D. 2018: Kritikai észrevételek a magyar vidékfejlesztésről a vidékföldrajz szempontjából. – Területi Statisztika 58. 1. pp. 57-83.
79. FEHÉR I.–KÓRÓDI M. 2008: A vidéki turizmus fejlesztése. – Szaktudás Kiadó Ház Zrt., Budapest. 196 p.
80. FEHÉR P.–FÜREDER B.–VÁRVIZI P. 2010: A magyar gasztronómia és vendéglátás helyzete napjainkban. – Turizmus Bulletin 14. 4. pp. 34-43.
81. FIELDS, K. 2002: Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. – In. HJALAGER A.–GETZ, D. (ed.): Tourism and Gastronomy. Routledge, London. pp. 36-50.
82. FINTA I. 2020: A vidékfejlesztés lépcsői a rendszerváltástól napjainkig. – Tér és Társadalom 34. 4. pp. 172-177.
83. FREEMAN, R. E. 1984: Strategic management: A stakeholder approach. – Pitman, Boston. 276 p.
84. FOLEY, M.–MCIPHERSON, G.–MATHESON, C. 2006: Glocalisation and Singaporean festivals. – International Journal of Event Management Research 2. 1. pp. 1-15.
85. FOLGADO-FERNÁNDEZ, J. A.–DI-CLEMENTE, E.–HERNÁNDEZ, J. M. 2019: Food festivals and the development of sustainable destinations. The Case of the Cheese Fair in Trujillo (Spain). – Sustainability 11. 10. 2922
86. FONTEFRANCESCO, M. F. 2020: Traditional festive food and fragile aspirations of development in Italy: The case of agnolotti pasta. – Journal of Ethnic Foods 7. 1. pp. 1-8.
87. FORMÁDI K.–HUNYADI ZS. 2019: Helyi büszkeség vagy bosszúság?! A fesztiválok hatása a települések életében. – Prosperitas 6. 4. pp. 95-111.
88. FORMÁDI K.–HUNYADI ZS.–KOPPÁNY K.–NÉMETH SZ.–SOLT K.–ZSIGMOND SZ. 2019: Évszázados hagyományok őrzése gasztrofesztivál keretében – avagy a Csabai Kolbászfesztivál. – In. A fesztiválok gazdasági és társadalmi hatása: Kutatási módszertan, esettanulmányok, elemzések: Az EFOP 3.6.1-16-2016-00012 számú projekt keretében végzett kutatásokból. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest. pp. 7-33.
89. FROST, W. 2012: Events and tourism. – In. PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): The Routledge Handbook of Events. Routledge, Abingdon-New York. (e-book)
90. GATELY I. 2005: Bolygóbuli. Az ünneplés világa. Fesztiválok nyomában a Föld körül. – HVG Kiadói Rt., Budapest. 220 p.

91. G. FEKETE É. 2001: Innovációk a kistérségi fejlesztésben. – *Tér és Társadalom* 15. 3-4. pp. 39-53.
92. G. FEKETE É. 2005: Kultúra és területfejlesztés. – *Szín-Közösségi Művelődés* 10. 3. pp. 21-24.
93. G. FEKETE É. 2016: A lokalitás értelmezése és a helyi fejlesztés elméletei. – In. SCHWARZ GY.–NAGY N. (szerk.): *Jó gyakorlatok, kreatív megoldások: Helyi gazdaságfejlesztés a Kárpát medencében*. Nemzetstratégiai Kutatóintézet, Budapest. pp. 26-33.
94. G. FEKETE, É.–LIPTÁK, K. 2011: Post-modern values and rural peripheries. – *Journal of Settlements and Spatial Planning* 2. 1. pp. 1-6.
95. GEORGE, J.–ROBERTS, R.–PACELLA, J. 2015: 'Whose festival?' Examining questions of participation, access and ownership in rural festivals. – In. JEPSON, A.–CLARKE, A. (szerk.): *Exploring community festivals and events*. Routledge, London. pp. 79-92.
96. GERHÁTH GY. 2003: Fesztiválok. – In. PUSZTAI B. (szerk.): *Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. A pusztamérgesi eset*. JATE Press, Szegedi Tudományegyetem Néprajzi Tanszék, Szeged. pp. 97-102.
97. GETZ, D. 1991: Festivals, special events and tourism. – Van Nostrand Reinhold, 115 Fifth Avenue, New York. 374. p.
98. GETZ, D. 1997: *Event Management & Event Tourism*. – Cognizant Communication Corporation, New York. p. 386
99. GETZ, D. 2007: *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. – Elsevier, Amsterdam. p. 442
100. GETZ, D. 2008: Event tourism: Definition, evolution, and research. – *Tourism Management* 29. 3. pp. 403-428.
101. GETZ, D. 2010: The nature and scope of festival studies. – *International Journal of Event Management Research* 5. 1. pp. 1-47.
102. GETZ, D. 2012: Event studies. – In. PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): *The Routledge Handbook of Events*. Routledge, Abingdon-New York.
103. GETZ, D.–ANDERSSON, T. D.–LARSON, M. 2007: Festival stakeholder roles: concepts and case studies. – *Event Management* 10. 2-3. pp. 103-122.
104. GETZ, D.–ANDERSSON, T. D.–ARMBRECHT, J.–LUNDBERG, E. 2019: The value of festivals. – In. MAIR, J. (eds.): *The Routledge Handbook of Festivals*. Routledge, Oxon-New York. pp. 22-30.
105. GEUS, S. D.–RICHARDS, G.–TOEPOEL, V. 2016: Conceptualisation and operationalisation of event and festival experiences: Creation of an event experience scale. – *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 16. 3. pp. 274-296.
106. GIDDENS, A. 1990: *The consequences of modernity*. Polity Press, Cambridge. 186 p.
107. GIBSON, C.–WAITT, G.–WALMSLEY, J.–CONNELL, J. 2010: Cultural festivals and economic development in nonmetropolitan Australia. – *Journal of Planning Education and Research* 29. pp. 280-293.
108. GOMBOS SZ. 2016: A kulturális szolgáltatások kínálata közötti különbségek a magyarországi tízezer fő feletti városokban. – *Területi Statisztika* 56. 5. pp. 565-587.
109. GONDA T. 2016: A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai. – PTE KPVK, Szekszárd. 225 p.
110. GONDA T. 2018: A gasztroturizmus fejlődése a gasztrokulturális turizmustól az önálló turisztikai termékéig. – In. GONDA T. (szerk.): *Ízes vidék: a helyi termékek és a vadon termő növények szerepe a gasztronómiában és a gasztroturizmusban*. CampInvest Kft., Pécs. pp. 5-23.
111. GONDA T. 2022: Alternatív turizmus. Akadémiai Kiadó (online kiadás)
112. GONDA T.–ANGLER K.–CSÓKA L. 2018: A helyi termék-előállítók véleménye a helyi termékek turizmusban betöltött szerepéről. – In. A Selye János Egyetem 2018-as X. Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmánykötete. Komárom. pp. 208-115.

113. GONDA T.–ANGLER K.–CSÓKA L. 2022: A helyi termékek fogyasztói megítélése. – *A Falu* 37. 1. pp. 29-46.
114. GONDA T.–KOVÁCS B. D.–RAFFAY Z. 2016: Szervezeti sokszínűség és innovatív együttműködés Dél-Dunántúl borturizmusában. – *Borászati Füzetek* 26. 5. pp. 30-34.
115. GORDOS T. 2000: A városmarketing néhány kérdése. – *Tér és Társadalom* 14. 2-3. pp. 183-193.
116. GOUTHRO, M. B.–FOX, D. 2019: Methodological approaches to festival research. – In: MAIR, J. (eds.): *The Routledge Handbook of Festivals*. Routledge, Oxon-New York. pp. 12-21.
117. GRETZEL, U.–FUCHS, M.–BAGGIO, R.–HOEPKEN, W.–LAW, R.–NEIDHARDT, J.–PESONEN, J.–ZANKER, M.–XIANG, Z. 2020: E-Tourism Beyond Covid-19: A Call For Transformative Research. – *Information Technology & Tourism* 22. pp. 187-203.
118. GULYÁS P. 2016: Az Alföld vidékturizmusának földrajzi jellemzői. Doktori értekezés. – Szegedi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. 164 p.
119. GURSOY, D.–KIM, K.–UYSAL, M. 2004: Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management* 25. 2. pp. 171-181.
120. GYIMÓTHY, SZ.–MYKLETUN, R. 2009: Scary food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. – *Journal Of Vacation Marketing* 15. 3. pp. 259-273.
121. HÄGERSTRAND, T. 1967: *Innovation diffusion as a spatial process*. – University of Chicago Press, Chicago. 334 p.
122. HAGGETT, P. 2006: *Geográfia*. – Typotex Kiadó, Budapest. 842 p.
123. HALL, C. M. 1997: Geography, marketing and the selling of places. – *Journal of Travel & Tourism Marketing* 6. 3-4. pp. 61-84.
124. HALL, C. M.–MITCHELL, R. 2001: Wine and food tourism. – In: DOUGLAS, N.–DOUGLAS, N.–DERRETT, R. (ed.): *Special interest tourism*. John Wiley and Sons Australia. Milton, Queensland. pp. 307-329.
125. HALL, C. M.–MITCHELL, R. 2002: Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. – In: HJALAGER A.–GETZ, D. (ed.): *Tourism and Gastronomy*. Routledge, London. pp. 71-87.
126. HALL, C. M.–MITCHELL, R.–SHARPLES, L. 2003: Consuming places: The role of food, wine and tourism in regional development. – In: HALL, C. M.–SHARPLES, L.–MITCHELL, R.–MACIONIS, N.–CAMBOURNE, B. (ed.): *Food tourism around the World. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 25-59.
127. HALL, C. M.–MITCHELL, R. 2003: Consuming tourists: food tourism consumer behaviour. – In: HALL, C. M.–SHARPLES, L.–MITCHELL, R.–MACIONIS, N.–CAMBOURNE, B. (eds.): *Food tourism around the World. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 60-80.
128. HALL, C. M.–PAGE, S. J. 2012: Geography and the study of events. – In: PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): *The Routledge Handbook of Events*. Routledge, Abingdon-New York.
129. HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2003: The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. – In: HALL, C. M.–SHARPLES, L.–MITCHELL, R.–MACIONIS, N.–CAMBOURNE, B. (ed.): *Food tourism around the World. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 1-24.
130. HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008A: Food events, festivals and farmers' markets: An introduction. – In: HALL, C. M.–SHARPLES, L. (ed.): *Food and wine festivals and events around the world. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 3-22.
131. HALL, C. M.–SHARPLES, L. 2008B: Food events and the local food system: Marketing, management and planning issues. – In: HALL, C. M.–SHARPLES, L. (ed.): *Food and wine festivals and events around the world. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 23-46.

132. HALL, C. M.–TUCKER, H. 2004: Tourism and postcolonialism: An Introduction. – In. HALL, C. M.–TUCKER, H. (ed.): Tourism and Postcolonialism. Contested discourses, identities and representations. Routledge, London-New York. pp. 1-25.
133. HANAN, H.–KARIM, S. A. 2015: Influence of Social Media in Food Festival Destination Image. – In. International Conference on Tourism and Ethnicity in ASEAN and Beyond 2015, Chiang Mai. pp. 458-467.
134. HANUSZ Á. 2012: Turizmusfejlesztés hittel majd bizalomvesztéssel a szatmári, beregi térségben. – In. Kockázat – konfliktus – kihívás: a VI. Magyar Földrajzi Konferencia, a MERIEXWA nyitókonferencia és a Geográfus Doktoranduszok Országos Konferenciájának Tanulmánykötete, Szeged. pp. 275-286.
135. HANUSZ Á. 2013: A falusi vendéglátás és a vidékfejlesztés kapcsolata. – In. KÓKAI S. (szerk.): Tanulmánykötet Dr. Dobány Zoltán főiskolai docens 60. születésnapjára. Nyíregyházi Főiskola Turizmus és Földrajztudományi Intézet, Nyíregyháza. pp. 145-153.
136. HARCZA I. M. 2017: Turizmus és gasztronómia adta lehetőségek a pálinka népszerűsítésére. – A falu 32. 2. pp. 53-66.
137. HARVEY, D. 1982: The limits to capital. – Blackwell, Oxford. 478 p.
138. HARVEY, D. 1989: The condition of Postmodernity. – Blackwell, Oxford. 388 p.
139. HARVEY, D. 1990: Posztmodernizmus a nagyvárosban: Építészet és a városi design. – Tér és Társadalom 4. 3-4. pp. 97-123.
140. HEDE, A. 2008: Food and wine festivals: Stakeholders, long-term outcomes and strategies for success. – In. HALL, C. M.–SHARPLES, L. (ed.): Food and wine festivals and events around the world. Development, management and markets. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 85-100.
141. HEGYI F. B. 2007: Marketingorientált városfejlesztés. – Tér és Társadalom 21. 3. pp. 129-141.
142. HINDLEY, A.–WALL, T. 2019: Markets, Festivals and Shows: Sustainable approaches to gastronomic tourism through collaboration. – In. DIXIT, S. K. (eds.): The Routledge handbook of gastronomic tourism. Routledge, New York. pp. 288-299.
143. HJALAGER, A. M.–KWIATKOWSKI, G. 2018: Entrepreneurial implications, prospects and dilemmas in rural festivals. – Journal of Rural Studies 63. pp. 217-228.
144. HOLMES, K.–LOCKSTONE-BINNEY, L.–SMITH, K. A.–RIXON-BOOTH, A. 2019: Managing festival volunteers: the HELPERS model. – In. MAIR, J. (eds.): The Routledge Handbook of Festivals. Routledge, Oxon-New York. pp. 83-91.
145. HORVÁTH A.–JÓNÁS-BERKI M.–SZEIDL K.–AUBERT A. 2016: Nemzetiségi gasztrofesztiválok a Dél-Dunántúlon – stífoldertől a babfőző fesztiválig. – Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 1. 1. pp. 33-45.
146. HUNYADI ZS. 2004: A fesztiválok közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban. Találkozások a kultúrával 2. – Magyar Művelődési Intézet, Budapest. 23 p.
147. HUNYADI ZS.–INKEI P.–SZABÓ J. Z. 2006: Fesztivál-világ. – NKA Kutatások, Kelet-Közép-Európai Kulturális Obszervatórium Alapítvány, Budapest. 281 p.
148. ILLÉS T. 2018: A kulturális globalizáció földrajzi vonásai. – Tér és Társadalom 32. 2. pp. 3-20.
149. INKEI P. 2009: Minősített fesztiválok a Fesztiválok Évében. – Turizmus Bulletin 13. 3. pp. 45-47.
150. JANKÓ F. 2002: A hely szelleme, a településimage és településmarketing. – Tér és Társadalom 16. 4. pp. 39-62.
151. JÁSZBERÉNYI M.–KÖKÉNY L. 2018: Hagyomány, mint érték megjelenése a magyar és Kárpát-medencei fesztiválturizmusban. – In. JÓZSA L.–KORCSMÁROS E.–SERES HUSZÁRIK E. (szerk.): A hatékony marketing. EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete. Selye János Egyetem, Komárom. pp. 340-346.

152. JEPSON, A.–CLARKE, A. 2015: Defining and exploring community festivals and events. – In: JEPSON, A.–CLARKE, A. (ed.): Exploring community festivals and events. Routledge, London. pp. 1-14.
153. JOHANSSON, M.–KOCIATKIEWICZ, J. 2011: City festivals: creativity and control in staged urban experiences. – European Urban and Regional Studies 18. 4. pp. 392-405.
154. JORDAN, J. 2016: Festivalisation of cultural production: experimentation, spectacularisation and immersion. – Journal of Cultural Management and Policy 6. 1. pp. 44-55.
155. KALKSTEIN-SILKES, C.–LIPING, A. C.–LEHTO, X. Y. 2008: Conceptualizing festival-based culinary tourism in rural destinations. – In: HALL, C. M.–SHARPLES, L. (ed.): Food and wine festivals and events around the world. Development, management and markets. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 65-77.
156. KÁPOSZTA J. 2018: Az endogén források szerepe a vidék jó kormányzásának rendszerében. – Studia Mundi – Economica 5. 3. pp. 62-69.
157. KÁPOSZTA J.–NAGY H. 2013: Vidékfejlesztés és a környezetipar kapcsolatrendszere az endogén fejlődésben. – Journal of Central European Green Innovation 1. 1. pp. 71-82.
158. KÁSA A. 2003: Helyi arculatformálás: public relations és falusi turizmus. – In: PUSZTAI B. (szerk.): Megalkotott hagyományok és falusi Turizmus. A pusztamérgesi eset. JATE Press, Szegedi Tudományegyetem Néprajzi Tanszék, Szeged. pp. 59-62.
159. KÉKESI E. 2020: Falunapok, fesztiválok, művészeti és egyéb táborok a Baranya megyei falvakban. – Tudásmenedzsment 21. 1. pp. 256-264.
160. KESGIN, M.–MURTHY, R.–LAGIEWSKI, R. 2022: Profiling food festivals by type, name and descriptive content: a population level study. – British Food Journal 124. 2. pp. 530-549.
161. KIS K. 2014: Vidékgazdaság, kultúra, lokalizáció: eltérő válaszok és fejlődési differenciák. – Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 9. 1-2. pp. 9-28.
162. KIS K. 2019: Gondolatok a vidékfejlesztés „rendszerintéről” – a teljesség felé. – Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 14. 3. pp. 11-27.
163. KIS K.–FÖRGETEG L. 2017: A Szent Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő helyi gazdaságfejlesztési szerepének értékelése. – Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 12. 1-2. pp. 9-41.
164. KIS K.–PESTI K. 2015: Szegedi élelmiszeripari hungarikumok helyzete, lehetőségei a globalizáció és a lokalizáció kölcsönhatásában: eredet, hagyomány és minőség szögediesen. – Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 10. 2. pp. 9-34.
165. KISS M. 2013: Turisztikai tájformálás és kollektív cselekvés. – Szociológiai Szemle 23. 1. pp. 69-88.
166. KISS M. 2014: A „turisztikai táj” kollektív megteremtése és fönntartása. Doktori értekezés. – Budapesti Corvinus Egyetem, Szociológiai és Társadalompolitikai Intézet, Budapest. 221 p.
167. KIVELA, J.–CROTTS, J. C. 2006: Tourism and gastronomy: gastronomy’s influence on how tourists experience a destination. – Journal of Hospitality & Tourism Research 30. 3. pp. 354-377.
168. KÓRÓDI M. 2005: A rurálturisztikai terméktípusok feltételrendszerének sajátosságai a vidéki kistérségekben: az atelier turizmus. – Turizmus Bulletin 9. 2. pp. 23-27.
169. KÓRÓDI M.–BAKOS R. 2017: A gasztrofesztiválok, mint élményszolgáltatás termékek változatossága és választékossága. – Gradus 4. 2. pp. 479-486.
170. KÖSTLIN, K. 1996: Utazás, régiók, modernség. – Café Babel 22. 4. pp. 117-125.
171. KOVÁCS B.–ÚJSZÁSZI GY. 2009: Zöld fesztiválok. – Turizmus Bulletin 13. 3. pp. 66-70.
172. KOVÁCS Z. 2007: Népeség és Településföldrajz. – Eötvös Kiadó, Budapest. p. 239
173. KOZMA B. M. 2000: Desztináció marketing. – Tér és Társadalom 14. 2-3. pp. 195-202.
174. KOZMA G. 1995: Városmarketing mint a helyi gazdaságfejlesztés egyik lehetséges eszköze. – Tér és Társadalom 9. 1-2. pp. 37-54.

175. KRAJÍČKOVÁ, A.–ŠAUER, M. 2018: Differences in motivation of food festivals visitors – A view from the Czech Republic. – *Geographica Pannonica* 22. 3. pp. 189-200.
176. KULCSÁR N. 2016: A Szennai Hurkafesztivál sikertörténete. – In. JÁSZBERÉNYI M.–ZÁTORI A.–ÁSVÁNYI K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 227-234.
177. KULCSÁR L. 2020: Vidékfejlesztés Magyarországon: mérföldkövek egy göröngyös úton. – *Tér és Társadalom* 34. 4. pp. 165-171.
178. KUNDI V. 2012: Fesztiválok gazdasági hatásmérésére alkalmazott nemzetközi és hazai modellek bemutatása. – *Tér és Társadalom* 26. 4. pp. 93-110.
179. KUNDI V. 2013: Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemzése. Doktori értekezés. – Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr. p. 200
180. KWIATKOWSKI, G. 2018: The Multifarious Capacity of Food Festivals in Rural Areas. – *Journal of Gastronomy and Tourism* 3. 3. pp. 217-227.
181. LAI, M. Y.–KHOO-LATTIMORE, C.–WANG, Y. 2018: A perception gap investigation into food and cuisine image attributes for destination branding from the host perspective: The case of Australia. – *Tourism Management* 69. pp. 579-595.
182. LAING, J.–FROST, W.–KENNEDY, M. 2019: Food and wine festivals as rural hallmark events. – In. MAIR, J. (eds.): *The Routledge Handbook of Festivals*. Routledge, Oxon-New York. pp. 285-294.
183. LANDAU, S.–EVERITT, B. S. 2003: *A handbook of statistical analyses using SPSS*. Chapman and Hall/CRC, Boca Raton, London-New York, Washington, DC. 366 p.
184. LEE, I.–ARCODIA, C. 2011: The role of regional food festivals for destination branding. – *International Journal of Tourism Research* 13. 4. pp. 355-367.
185. LEFEBVRE, H. 1991: *The Production of Space*. – Basil Blackwell, Oxford-Cambridge. 454 p.
186. LENGYEL I. 2021: *Regionális és városgazdaságtan*. – Szegedi Egyetemi Kiadó, Szeged. 573 p.
187. LENKOVICS B. 2017: A helyi gasztronómia megjelenése Nógrád megye turizmusában. Doktori értekezés. – Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori iskola, Gödöllő. 248 p.
188. LENNERT J. 2017: A visegrádi országok vidéki újrastrukturálódásának néhány társadalomföldrajzi aspektusa. Doktori értekezés. – Szegedi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. p.136
189. LINNEKIN, J. 1997: Consuming Cultures: Tourism and the Commoditization of Cultural Identity in the Island Pacific. – In. PICARD, M.–WOOD, R. (ed.): *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*. University of Hawaii Press, Honolulu. pp. 215-250
190. LOVAS KISS A. 2011: Társadalmi ünnepek közösségi funkciói az ezredfordulón. – Debreceni Egyetemi Kiadó, Debrecen. 148 p.
191. LOVAS KISS A. 2013: A helyi értékek és hungarikumok azonosításának jellemzői a 21. századi lokális kultúrákban. – Debreceni Egyetem. Debrecen. 28 p.
192. LOVAS KISS A. 2021: *Hagyományok a 21. században*. – LKA Kiadó, Debrecen. 287 p.
193. LUDESCHER G. 2016: A vidéki térségek endogén fejlődési lehetőségei. – *Acta Medicina et Sociologica* 7. pp. 34-48.
194. LUKOVICS M. 2005: Innovációs képesség a regionális gazdaságfejlesztés alapja. – In. BUZÁS N. (szerk.): *Tudásmenedzsment és tudásalapú gazdaságfejlesztés*. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei JATEPress, Szeged. pp. 74-86.
195. LUNCHAPRASITH, T.–MACLEOD, D. 2018: Food tourism and the use of authenticity in Thailand. – *Tourism Culture & Communication* 18. 2. pp. 101-116.
196. LYONS, H. 2008: Food festival research methods and approaches. – In. HALL, C. M.–SHARPLES, L. (ed.): *Food and wine festivals and events around the world. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 311-330.

197. MACCANNELL, D. 1973: Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. – *American Journal of Sociology* 79. 3. pp. 589-603.
198. MACCANNELL, D. 1976: The tourist. A new theory of the leisure class. – Schocken Books, New York. 214 p.
199. MACKAY, M.–FOUNTAIN, J.–CRADOCK-HENRY, N. 2019: Festivals as devices for enhancing social connectivity and the resilience of rural communities. – In. MAIR, J. (eds.): *The Routledge Handbook of Festivals*. Routledge, Oxon-New York. pp. 214-222.
200. MACLEOD, N. E. 2006: The placeless festival: Identity and place in the post-modern festival. – In. PICARD, D.–ROBINSON, M. (ed.): *Festivals, tourism and social change: Remaking Worlds*. Channel View Publications, Clevedon. pp. 222-237.
201. MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2013: A bor és a gasztronómia, mint turisztikai termék. – *Turizmus Bulletin* 15. 1. pp. 45-49.
202. MAIR, J. 2019. Introduction. – In. MAIR, J. (eds.): *The Routledge Handbook of Festivals*. Routledge, Oxon-New York. pp. 3-11.
203. MAK, A.–LUMBERS, M.–EVES, A. 2012: Globalisation and food consumption in tourism. – *Annals of tourism research* 39. 1. pp. 171-196.
204. MANDABACH, K.–CHUANBIAO, W. 2019: Gastronomic festivals and events: Future scenarios. – In. DIXIT, S. K. (eds.): *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, Oxon-New York. pp. 491-498.
205. MARTYIN-CSAMANGÓ Z. 2020: A turizmus hatására bekövetkező változások a hazai fürdővárosokban. Doktori értekezés. – Szegedi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. 149 p.
206. MÁTÉ A.–SZABÓ G. 2011: Bor-és gasztronómia terméktípus. – In. MICHALKÓ G. (szerk.): *Turisztikai Terméktervezés és Fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. pp. 133-170.
207. McLUHAN, M. 1964: *Understanding media: The extensions of man*. – McGraw-Hill, New York. 359 p.
208. MÉSZÁROS R. 2010: Alapkategóriák, összefüggések, példák. – In. MÉSZÁROS R. és MUNKAKÖZÖSSÉGE: *A globális gazdaság földrajzi dimenziói*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 21-39.
209. MEZEI C. 2006: Helyi gazdaságfejlesztés Közép-Kelet-Európában. – *Tér és Társadalom* 20. 3. 95-108.
210. MEZEI C.–PÓLA P. 2016: Helyierőforrás-vezérelt helyi gazdaságfejlesztés. – In. ERDŐS K.–KOMLÓSI É. (szerk.): *Tanítványaimban élek tovább. Emlékkötet Buday-Sántha Attila tiszteletére*. PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs. pp. 27-38.
211. MEZEI C.–VARJÚ V. 2018: Erőforrás-alapú, fenntartható önkormányzati fejlesztések lehetősége/modellezhetősége. – In. BÁNYAI O.–BARTA A. (szerk.): *A települési környezetvédelem elméleti és gyakorlati megközelítései*. Gondolat Kiadó, Budapest. pp. 119-137.
212. MINORICS T. 2013: Hálózatosodás a fesztiválturizmusban. – *Tudásmenedzsment*. 14. 1. pp. 103-109.
213. MULCAHY, J. D. 2019: Historical evolution of gastronomic tourism. – In. DIXIT, S. K. (eds.): *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, Oxon-New York. pp. 47-54.
214. MURÁNYI P. 2012: Rész az egészben. A helyi kultúra a vidékfejlesztésben. – In. WEINREICH L. (szerk.): *Kultúra és kreativitás: kulturális klaszterek Magyarországon*. Pannon Klassz Község Kulturális Klaszter, Pécs. pp. 1-13.
215. MURÁNYI P. 2013: Falufesztiválok és helyi kultúra. – In. RECHNITZER J. (szerk.): *A hely szelleme - a területi fejlesztések lokális dimenziói*. Széchenyi István Egyetem Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr. pp. 438-446.
216. NAGY A. J. 2015: A városmarketing és a gazdasági szerkezetváltás összefüggései Manchesterben. – *Tér és Társadalom* 29. 4. pp. 97-116.

217. NAGY E. 2017: Az állam változó szerepe – gazdaságföldrajzi értelmezések. – Földrajzi Közlemények 141. 3. pp. 226-234.
218. NAGY E.–BOROS L. 2010: A kulturális fordulat és hatása a gazdaságföldrajzban. – In. MÉSZÁROS R. és MUNKAKÖZÖSSÉGE: A globális gazdaság földrajzi dimenziói. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 57-84.
219. NAGY E.–TIMÁR J.–NAGY G.–VELKEY G. 2015: A társadalmi-térbeli marginalizáció folyamatai a leszakadó vidéki térségekben. – Tér és Társadalom 29.1. pp. 35-52.
220. NEMES G.–VARGA Á. 2015: Társadalmi innováció és társadalmi tanulás a vidékfejlesztésben – sikerek, problémák, dilemmák. – In. „Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia: A Gazdaságtudományi Kar megalapításának 25. évfordulója alkalmából, Konferenciakötet. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc. pp. 434-444.
221. NEMES NAGY J. 1998: A tér a társadalomkutatásban. – Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest. 260 p.
222. PAGE, S.–CONNELL, J. 2012: Introduction. – In. PAGE, S. J.–CONNELL, J. (ed.): The Routledge Handbook of Events. Routledge, Abingdon-New York.
223. PÁL V.–BOROS L. 2010: A globális gazdaság ágazati és területi jellemzői. – In: MÉSZÁROS R. és MUNKAKÖZÖSSÉGE: A globális gazdaság földrajzi dimenziói. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 123-171.
224. PAP Á. 2014: Az épített örökség és a helyi identitás kapcsolatának cselekvőközpontú földrajzi vizsgálata budapesti mintaterületeken. Doktori értekezés. – Szegedi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. 162 p.
225. PAPP S. 2021: A szőlő- és bortermelő közösségek rezilienciájának társadalomföldrajzi vizsgálata a cselekvőhálózat-elmélet alapján. Doktori értekezés. – Szegedi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. 130 p.
226. PEDRANA, M. 2015: New and old tourism traditions: the case of Skieda in Livigno, Italian Alps. – In. JEPSON, A.–CLARKE, A. (ed.): Exploring community festivals and events. Routledge, London. pp. 66-78.
227. PETRÁS E. 2005: Lokalizáció és lokális identitás a globalizáció korában. – Szociológiai Szemle 15. 4. pp. 56-67.
228. PIÑEIRO, M. V.,–DE SALVO, P.–GIOMMI, F. 2019: Rural tourism and territorial development in Italy. – In. BASTANTE-CECE, M. J. (ed.): Sustainability Assessment at the 21st century. IntechOpen, London. pp. 1-19.
229. PÓLA P. 2014: Helyi erőforrások, vidékfejlesztési stratégiák. – In. LUKOVICS M.–ZUTI B. (szerk.): A területi fejlődés dilemmái. SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged. pp. 267-276.
230. PÓLA P. 2019: A vidékfejlesztés helyi erőforrásrendszere. – In. FARKAS J. ZS.–KOVÁCS A. D.–PERGER É.–LENNERT J.–HOYK E.–GÉMES T. (szerk.): Alföldi Kaleidoszkóp. A magyar vidék a XXI. században: Tanulmányok a 70 éves Csatári Bálint köszöntésére. MTA Közgazdasági és Regionális Tudományi Kutatóközpont Regionális Kutatások Intézete, Kecskemét. pp. 264-275.
231. POVEDÁK K.–POVEDÁK I. 2003: A Pusztamérges-kép változása a sajtóban. – In. PUSZTAI B. (szerk.): Megalkotott hagyományok és falusi Turizmus. A pusztamérgesi eset. JATE Press, Szegedi Tudományegyetem Néprajzi Tanszék, Szeged. pp. 53-58.
232. PRESENZA, A.–IOCCA, S. 2012: The weight of stakeholders on festival management. The case of music festivals in Italy. – PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 10. 2. pp. 25-35.
233. PRIVITERA, D.–NEDELCU, A.–NICULA, V. 2018: Gastronomic and food tourism as an economic local resource: case studies from Romania and Italy. – GeoJournal of Tourism and Geosites 11. 1. pp. 143-157.

234. PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 2000: Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei. Geomédia Szakkönyvek, Budapest. 399 p.
235. PUSZTAI B. 1999: Versengő múltak, versengő jelenek történelem a diszkurzív térben. – In. Acta Universitatis Szegediensis: sectio ethnographica et linguistica = néprajz és nyelvtudomány = étnografiâ i azykoznanie = Volkskunde und Sprachwissenschaft 40. pp. 327-336.
236. PUSZTAI B. 2003: Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. – In. PUSZTAI B. (szerk.): Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. A pusztamérgesi eset. JATE Press, Szegedi Tudományegyetem Néprajzi Tanszék, Szeged. pp. 9-22.
237. PUSZTAI B. 2007: „Bajászlé” Identitás, kanonizáció és márkázás a bajai népünnepélyen. – In. PUSZTAI B.–MARTIN, N. (szerk.): Turizmus, fesztiválok és helyi identitás. Halászléfőzés Baján. University of Edinburgh–Szegedi Tudományegyetem Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék, Edinburgh – Szeged. pp. 7-24.
238. PUSZTAI B. 2008: Az egzotikum mint helyi erőforrás. – In. FEJŐS Z.–PUSZTAI B. (szerk.): Az egzotikum. Néprajzi Múzeum–Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció-és Médiatudományi Tanszék, Budapest–Szeged. pp. 113-123.
239. PUSZTAI B. 2011: Paradigmaváltások a kultúrakutatás autentikusság értelmezésében. – In. FEJŐS Z. (szerk.): Színre vitt helyek. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 18-32.
240. PUSZTAI B. 2019: Falusi és kisvárosi fesztiválok: közösségi szokások vagy a helybelieket kiábrándító szervezett események. – Kulturális Szemle 6. 1. pp. 96-104.
241. PUSZTAI B. 2020: A rurális fesztiválszcéna a közösségi fesztiválok és a tervezett események keresztútján. – In. DOBÁK J.–R. NAGY J.: ePub Domendo Discimus. Miskolci Egyetem BTK Kulturális és Vizuális Antropológiai Tanszék, Miskolc. pp. 323-332.
242. QUAN, S.–WANG, N. 2004: Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. – Tourism Management 25. 3. pp. 297-305.
243. QUINN, B. 2019: Festivals and social sustainability. – In. MAIR, J. (eds.): The Routledge Handbook of Festivals. Routledge, Oxon-New York. pp. 53-61.
244. QUINN, B.–WILKS, L. 2017: Festival heterotopias: Spatial and temporal transformations in two small-scale settlements. – Journal of Rural Studies 53. pp. 35-44.
245. RAGADICS T.–VARGA I.–FÜZESI Zs. 2007: Civil együttműködések a kistelepülési színtereken. – Tér és Társadalom 21. 3. pp. 117-128.
246. RAVENSCROFT, N.–WESTERING, J. 2002: Gastronomy and intellectual property. – In. HJALAGER A.–GETZ, D. (ed.): Tourism and Gastronomy. Routledge, London. pp. 153-165.
247. RAY, C. 1998: Culture, intellectual property and territorial rural development. – Sociologia Ruralis 38. 1. pp. 3-20.
248. RAY, C. 2006: Neo-endogenous rural development in the EU – In. CLOKE, P.–MARSDEN, P. T.–MOONEY, P. H. (ed.): Handbook of rural studies. SAGE Publications, London. pp. 278-292.
249. REID, S. 2003: Community participation in rural events: the potential to develop and utilize social capital. – In. Advances in convention, exhibition and event research. Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong. pp. 42-51.
250. REID, S.–ARCODIA, C. 2002: Understanding the role of the stakeholder in event management. – In. Journal of Sport Tourism. 7. 3. pp. 20-22.
251. REISINGER A. 2010: Civil szervezetek és a civil elit szerepe a társadalmi folyamatokban. – Tér és Társadalom 24. 2. pp. 107-119.
252. RICHARDS, G. 2002: Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? – In. HJALAGER A.–GETZ, D. (ed.): Tourism and Gastronomy. Routledge, London. pp. 3-20.
253. RICHARDS, G. 2007: The festivalization of society or the socialization of festivals? The case of Catalunya. – In. RICHARDS, G. (eds.): Cultural tourism: Global and local perspectives. Routledge, Binghamton. pp. 257-280.

254. RICHARDS, G. 2018: Cultural tourism: A review of recent research and trends. – *Journal of Hospitality and Tourism Management* 36. pp. 12-21.
255. RINALDI, C. 2017: Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. – *Sustainability* 9. 10. 1748
256. RITCHIE, B. 2012: Foreword. – In. PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): *The Routledge Handbook of Events*. Routledge, Abingdon-New York. (e-book)
257. RITTER K. 2017: A hungarikumok szerepe a vidékfejlesztésben bátya példáján keresztül. – *Studia Mundi – Economica* 4. 4. pp. 59-82.
258. RITTER K. 2018: A hungarikum, mint endogén erőforrás szerepe a helyi fejlesztésben, a Gönci barackpálinka példáján keresztül. – *Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok* 2. 1. pp. 45-60.
259. RITTER K.–NAGY H.–TÓTH T. 2013: Hátrányos helyzetű vidéki térségek és helyi fejlesztési lehetőségeik egy észak-magyarországi példán keresztül. – In. LUKOVICS M.–SAVANYA P. (szerk.): *Új hangsúlyok a területi fejlődésben*. JATEPress, Szeged. pp. 42-61.
260. RITZER, G. 1993: *The McDonaldization of society*. Pine Forge Press, Thousand Oaks. 265. p.
261. ROBERTSON, R. 1995: Glocalisation: time-space and homogeneity-heterogeneity. – In. FEATHERSTONE, M.–LASH S. – ROBERTSON, R. (ed.): *Global modernities*. Sage, London. pp. 25-44.
262. ROTHERHAM, I. D. 2008: From haggis to high table: A selective history of festival and feast as mirrors of British landscape and culture. – In. HALL, C. H.–SHARPLES, L. (ed.): *Food and wine festivals and events around the world. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 47-62.
263. SÁNDOR D. 2012: A gasztronómia szerepe Magyarország idegenforgalmi földrajzában. Doktori értekezés. – Pécsi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs. 273 p.
264. SÁNTA Á. K. 2020: A vidékfejlesztés és a turizmus kapcsolatának relevanciája. – *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok* 15. 1–2. pp. 91-109.
265. SANTINI, C.–CAVICCHI, A. 2014: The importance of a stakeholder approach to investigate (and plan) food and wine events: research issues from a European perspective. – In. SANTINI, C.–CAVICCHI, A. (ed.) *Food and Wine Events in Europe*. Routledge, Abingdon-New York. pp. 29-40.
266. SCARPATO, R. 2002A: Gastronomy as a tourist product: the perspective of gastronomy studies. – In. HJALAGER A.–GETZ, D. (ed.): *Tourism and Gastronomy*. Routledge, London. pp. 51-70.
267. SCARPATO, R. 2002B: Sustainable gastronomy as a tourist product. – In. HJALAGER A.–GETZ, D. (ed.): *Tourism and Gastronomy*. Routledge, London. pp. 132-152.
268. SCARPATO, R.–DANIELE, R. 2003: New global cuisine: tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy. – In. HALL, C. H.–SHARPLES, L.–MITCHELL, R.–MACIONIS, N.–CAMBOURNE, B. (ed.): *Food tourism around the World. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford. pp. 296-313.
269. SCHLENKER, K.–EDWARDS, D.–WEARING, S. 2012: Volunteering and events. – In. PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): *The Routledge Handbook of Events*. Routledge, Abingdon-New York.
270. SHARPLEY, R.–STONE, P. R. 2012: Socio-cultural impacts of events. – In. PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): *The Routledge Handbook of Events*. Routledge, Abingdon-New York. (e-book)
271. SHIPWAY, R.–JAGO, L.–DEERY, M. 2012: Quantitative and qualitative research tools in events. – In. PAGE, S. J.–CONNEL, J. (ed.): *The Routledge Handbook of Events*. Routledge, Abingdon-New York.
272. SIMS, R. 2009: Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. – *Journal of Sustainable Tourism* 17. 3. pp. 321-336.

273. SMITH M. 2009: Fesztiválok és turizmus: lehetőségek és konfliktusok. – *Turizmus Bulletin* 13. 3. pp. 23-27.
274. SMITH, S.–COSTELLO, C. 2009: Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. – *Journal of Vacation Marketing* 15. 2. pp. 99-110.
275. SPIEGLER P. 2009: A turisztikai imázs és a területi identitás jelentősége a térségi marketingben. – *Területfejlesztés és Innováció* 3. 1. pp. 16-23.
276. STEVENS, Q.–SHIN, H. 2014: Urban festivals and local social space. – *Planning Practice and Research* 29. 1. pp. 1-20.
277. SULYOK J.–SZIVA I. 2009: A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái. – *Turizmus Bulletin* 13. 3. pp. 3-13.
278. SZABÓ Á. T. 2015: Az egyedi és az általános feszültségei: a kulturális antropológia tanulságairól a globális világban. – *Regio* 23. 2. pp. 106-121.
279. SZAKÁL GY. 1995: Az image mint a városmarketing eszköze. – *Tér és Társadalom* 9. 1-2. pp. 25-31.
280. SZEIDL K. 2018: A fesztiválturizmus német nemzetiségi karaktere a Dél-Dunántúlon. – In: Reisinger A.–Happ É.–Ivancsóné Horváth Zs.–Buis L. (szerk.): „Sport-Gazdaság-Turizmus” Kautz Gyula Emlékkonferencia Konferenciakötet, Győr. pp. 50-60.
281. SZIJÁRTÓ ZS. 2004: Színpad és kulissza: a városi nyilvánosság átstrukturálódása. – *Magyar Tudomány* 10. pp. 1164-1173.
282. SZIJÁRTÓ ZS. 2005: Tér, kultúra, kommunikáció – kultúrakutatás a „kulturális fordulat” után. – *Tabula* 8. 2. pp. 311-325.
283. SZÖRÉNYINÉ KUKORELLI I. 2005: Fenntartható fejlődés stratégiai elemei a rurális térségekben. – *Tér és Társadalom* 19. 3-4. pp. 111-137.
284. THOMÉ-ORTIZ, H. 2018: Heritage cuisine and identity: free time and its relation to the social reproduction of local food. – *Journal of Heritage Tourism* 13. 2. pp. 104-114.
285. TIMÁR J.–NAGY E. 2019: Állam és tértermelés: „új” értelmezési keretek a tértudományokban. – *Tér és Társadalom* 33. 4. pp. 3-16.
286. TODD, L.–LEASK, A.–ENSOR, J. 2016: Understanding primary stakeholders' multiple roles in hallmark event tourism management. – *Tourism Management* 59. C. pp. 494-509.
287. TÓTH B. 2016: A Tápió-vidéki települések részvétele a LEADER programban - a helyi akciócsoport működésének eredményesség-vizsgálata. TDK dolgozat. – Szegedi Tudományegyetem, Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. 68 p.
288. TÓTH B. 2017: A helyi értékek és hungarikumok jelentőségeinek vizsgálata a lokális és globális piacokon alföldi példákon keresztül. Diplomamunka. – Szegedi Tudományegyetem, Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. 80 p.
289. TÓTH R.–MESTER É.–TÚRÓCZI I.–KOZMA T. 2017: A rövid ellátási lánc, valamint a helyi termékek szerepe a vidéki gazdaság erősítésében. – *A falu* 32. 2. pp. 33-42
290. TÓZSA I. 2014: A településmarketing elmélete. – In: TÓZSA I. (szerk.): *Turizmus és településmarketing*. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövő kutatás Tanszék, Budapest. pp. 129-157.
291. URRY, J. 2002: *The tourist gaze*. – Sage Publications, London. 183 p.
292. VAJDA A. 2015: Népi kultúra a világhálón: Használat, kontextus, funkció. – *Replika* 90-9. 1-2. pp. 187-211.
293. VAN DER PLOEG, J. D.–ROEP, D. 2003: Multifunctionality and rural development: the actual situation in Europe. – In: VAN HUYLENBROECK, G.–DURAND, G. (ed.): *Multifunctional agriculture: A new paradigm for European agriculture and rural development*. Ashgate Publishers. pp. 37-53.
294. VAN VLIET, H. 2012: Festivals: Een introductie. – In: VAN VLIET, H. (eds.) *Festivalbeleving. De waarde van publieks evenementen*. Hogeschool Utrecht, Utrecht. pp. 13-31.

295. VÁRHELYI T. 2016: A fesztiválturizmus szinergiái. – In. JÁSZBERÉNYI M.–ZÁTORI A.–ÁSVÁNYI K. (szerk.): Fesztiválturizmus. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 44-55.
296. VEREBÉLYI K. 2017: Ünnepek, ünnepségek, fesztivál. – In. JAKAB. A. ZS.–VAJDA A. (szerk.): Aranyhíd. Tanulmányok Keszeg Vilmos tiszteletére. BBTE Magyar Néprajz és Antropológia Intézet–Erdélyi Múzeum-Egyesület–Krizsa János Néprajzi Társaság, Kolozsvár. pp. 341-352.
297. VESCI, M.–BOTTI, A. 2019: Festival quality, theory of planned behavior and revisiting intention: Evidence from local and small Italian culinary festivals. – Journal of Hospitality and Tourism Management 38. pp. 5-15.
298. VUKIC, M.–KUZMANOVIC, M.–VUKIC, K. 2016: Gastronomic festivals as a form of branding Serbia as a tourist destination. – In. JAŠKO, O.–MARINKOVIĆ, S. (ed.): Proceedings of the XV International Symposium SYMORG. University of Belgrade, Faculty of Organizational Sciences, Belgrade. pp. 913-919.
299. WOODS, M. 2007: Engaging the global countryside: Globalization, hybridity and the reconstitution of rural place. – Process in Human Geography 31. 4. pp. 485-507.
300. WOODS, M. 2010: Rural. – Routledge, London-New York. 336 p.
301. ZARĘBSKI, P.–ZWEGLIŃSKA-GAŁECKA, D. 2020: Mapping the Food Festivals and Sustainable Capitals: Evidence from Poland. – Sustainability 12. 10283
302. ZÁTORI A. 2016: A fesztiválturizmus elméleti aspektusai. – In. JÁSZBERÉNYI M.–ZÁTORI A.–ÁSVÁNYI K. (szerk.): Fesztiválturizmus. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 15-34.
303. ZIFKOS, G. 2015: Sustainability everywhere: Problematising the “Sustainable Festival” phenomenon. – Tourism Planning and Development 12. 1. pp. 6-19.
304. ZHOU, L. 2014: Online rural destination images: Tourism and rurality. – Journal of Destination Marketing & Management 3. pp. 227-240.

Egyéb források és internetes hivatkozások:

- HUNYADI ZS. 2018: A fesztiválok jellemzői 2016-ban
(http://www.budobs.org/files/fesztivalpiac_2016.pdf) Utolsó letöltés: 2022. február 11.
- INKEI P. 2010: A magyarországi fesztiválok minősítési rendszere
(http://www.fesztivalregisztracio.hu/download/brossura_magyar.pdf) Utolsó letöltés: 2021. július 19.
- UNWTO 2012: Global report on food tourism. Am Reports, Volume four. (<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284414819>)
- UNWTO 2019: UNWTO Tourism Definitions. (<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>) Utolsó letöltés: 2021. szeptember 15.
- [1] <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/> Utolsó letöltés: 2021. szeptember 15.
- [2] <https://mtu.gov.hu/cikkek/vendeglatas-105>
- [3] www.programturizmus.hu Utolsó letöltés: 2021. július 21.
- [4] https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turizmus_kutatasok_modszertana/ch06.html Utolsó letöltés: 2021. július 21.
- [5] <https://borsodihir.hu/kaktusz/2018/01/a-kis-gomboc-ezt-a-disznot-meghekkelték> Utolsó letöltés: 2021. augusztus 9.
- [6] <https://behir.hu/tobb-mint-szaz-bogracsban-fott-a-csulokporkolt> Utolsó letöltés: 2021. augusztus 9.
- [7] <http://www.szentesinfo.hu/mozaik/2018/7/pala.htm> Utolsó letöltés: 2021. augusztus 9.
- [8] https://index.hu/belfold/2018/08/12/gyilkosság_tortent_a_kavai_falufesztivalon/ Utolsó letöltés: 2021. augusztus 9.
- [9] <http://www.hungarikum.hu/hu> Utolsó letöltés: 2022. május 23.
- [10] <https://www.facebook.com/szentestelevizio/videos/szatymaz-%C5%91szibaracknap/2303364869759996/> Utolsó letöltés: 2022. május 23.
- [11] <https://www.kalohirek.hu/batya/iden-elmarad-a-batyai-fokhagymafesztival-jovore-uj-onkormanyzattal-uj-lendulettel-fognak-a-szervezesbe> Utolsó letöltés: 2022. május 23.

Mellékletek

1. melléklet: Gasztrorendezvények rögzített adatai

Fesztiválok összegyűjtésekor rögzített szempontok

- Régió
- Megye
- Település
- Település lélekszáma
- Település kategóriája népességszám szerint
- Rendezvény neve
- Hány napos a rendezvény?
- Hány éve rendezik meg a rendezvényt 2019-ben?
- Megrendezés időpontja 2019-ben
- Megjegyzés
- Forrás

Fesztiválok minősítésekor alkalmazott szempontok

- Regisztrált-e a rendezvény? (igen/nem)
- Minősített-e a rendezvény? (igen/nem)
- Hány szalagcímes tartalom jelenik a Google első két oldalán a fesztiválról?
- A Google első oldalán megjelent cikkek tartalma alapján mennyire tekinthető kommersz vagy gasztronómiai, vagy a témára fókuszáló eseménynek? (1-5)
- A rendezvény elnevezésében, vagy arról megjelent cikkben említik-e falu vagy városnapként, vagy egyéb társrendezvényként? (igen/nem)
- Szubjektív megítélés szerint mennyire van túlsúlyban a gasztronómiai programkínálat? (1-5)
- A programkínálat kapcsolódik az esemény fókuszához? (1-5)
- Van-e honlapja a rendezvénynek? (igen/nem)
- Van-e Facebook oldala a rendezvénynek? (igen/nem/nem aktív)
- Van-e Facebook eseménye a rendezvénynek? (igen/nem/nem aktív)
- Fenn van-e a programturizmus.hu-n a rendezvény? (igen/nem)
- YouTube videók száma
- Legtöbbbet megtekintett videó megtekintéseinek száma
- Belépős-e az esemény? (igen/nem)
- Létrehozott „fókusz” mutató pontszáma
- „Fókusz” mutató klaszter szerinti kategóriája
- Létrehozott „funkció” mutató pontszáma
- „Funkció” mutató klaszter szerinti kategóriája
- „Fókusz” és „funkció” mutatók szerinti klaszter kategóriája
- A rendezvény téma szerinti kategóriája
- A rendezvény téma szerinti alkategóriája

2. melléklet: Anova párok értékei

Módszer	Elemzett szempont-párok	F érték	df	Szignifikancia
Média-elemzés	Fókusz pont átlaga – Szervező település mérete	26,666	7	0,00
	Fókusz pont átlaga – A fesztiválok témája	38,913	6	0,00
	Fesztiválok hosszának átlaga – A fesztiválok kora	3,147	32	0,00
	Funkció pont átlaga – A fesztiválok kora	7,549	32	0,00
	Funkció pont átlaga – A fesztiválok hossza	57,658	10	0,00
	Népességszám átlaga – A fesztiválok hossza	13,608	10	0,00
	Népességszám átlaga – A fesztiválok témája	5,561	6	0,00
	Fesztiválok hosszának átlaga – A fesztiválok témája	29,786	6	0,00
	Fesztiválok korának átlaga – A fesztiválok témája	8,243	6	0,00
	Fókusz pont átlaga – A fesztiválok hossza	1,575	10	0,109
	Fókusz pont átlaga – A fesztiválok kora	1,664	32	0,013
Kérdőívelemzés	Fókusz pont átlaga – A helyi lakosok körében végzett közösségépítés	2,966	3	0,032
	Fókusz pont átlaga – A település turisztikai kínálatának bővítése	6,663	3	0,00

	Funkció pont átlaga – A helyi lakosok körében végzett közösségépítés	23,16	3	0,00
	Funkció pont átlaga – A település turisztikai kínálatának bővítése	38,615	3	0,00
	Funkció pont átlaga – A helyi vállalkozók bevételeinek növelése	24,037	3	0,00

3. melléklet: Szervezői kérdőív

Gasztfesztiválok és településfejlesztés: rendezvényszervezői kérdőív

Tisztelt Válaszadó!

Tóth Bettina vagyok, a Szegedi Tudományegyetem geográfus PhD hallgatója. Ez a kérdőív a gasztfesztiválok településfejlesztési hatásait vizsgáló doktori kutatásom része. Munkámban célom feltárni Magyarország gasztfesztivál kínálatát, azok működési sikereit és korlátait, mely eredmények hasznosak lehetnek a fesztiválszervezők számára a fesztiváljuk pozicionálásában.

A kitöltés körülbelül 15-20 percet vesz igénybe. A válaszadás önkéntes és névtelen, a kért adatokat kizárólag kutatási célokra hasznosítom, és összesítve kerülnek kiértékelésre.

Köszönöm szépen a segítségét!

A gasztfesztivál főbb adatai

- Kérem, adja meg a településükön rendezett gasztfesztivál nevét!
- Kérem, adja meg, melyik település(ek)en tartják a rendezvényt!
- Melyik évben rendezték meg először a gasztfesztivált a település(ek)en?
- Mikor rendezték meg legutóbb a gasztfesztivált? (év/hónap/nap)
- Körülbelül mennyi a látogatók becsült száma a rendezvény teljes időtartama alatt összesen?
- Miért a kiválasztott ételt/italt/terményt/terméket/ételkészítési eljárást/stb. helyezték a fesztiváljuk középpontjába?
- Milyen módon jelenik meg a fesztiválon a rendezvény középpontjába helyezett étel/ital/termény/termék/ételkészítési eljárás/stb.? (például szervezői ételkészítés, főzőverseny, termelői értékesítés, egyéb)
1. A látogatók milyen módon fogyaszthatnak az ételből/italból/egyéb terményből (ingyenesen, belépődíj, kóstolójegy, stb...)?
 - Ingyenesen
 - Belépődíj, amely fogyasztásra jogosít
 - Kóstolójegy vásárlásával
 - Adomány formájában (például becsületkassza)
 - Az étel/ital fix árának megfizetésével
2. Kérem, itt sorolja fel az egyéb lehetőségeket.
- Előfordult-e már, hogy a fesztivál létrejöttét követően valamelyik évben nem rendezték meg a fesztivált? Ha igen, miért?
 - Igen
 - Nem
- Ha nem rendezték meg, akkor ennek mi volt az oka?

A gasztfesztivál helyzete térségi/országos viszonylatban

11. Kérem, értékelje 1-től 4-ig terjedő skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi állításokkal a fesztiváljukra vagy a térségükre vonatkozóan! (1: egyáltalán nem, 2: inkább nem, 3: inkább igen, 4: teljes mértékben, NT: nem tudom, NV: nem szeretnék válaszolni).

Szempont	1	2	3	4	NT	NV
11.1. A térségbeli gasztfesztiválok szervezői együttműködnek egymással.						
Szükség van az együttműködésre a környező települések gasztfesztiváljai között.						
11.2. A környékbeli gasztfesztiválok elvonnák egymástól a látogatókat.						
11.3. A városi gasztfesztiválok drágák a látogatók számára.						
11.4. A gasztfesztiváloknak fontos szerepük van Magyarország turizmusában.						
11.5. A falusi gasztfesztiválok képesek versenyben maradni a városi gasztfesztiválok mellett.						
11.6. A térségünkben a különböző gasztfesztiválok megrendezési időpontja tervezetten történik.						

11.7. A térségünkben a gasztrofesztiválok jelentősen különböznek egymástól (egyedi jelleg).						
11.8. A falusi gasztrofesztiválok drágák a látogatók számára.						
11.9. A térségünkben sok a gasztrofesztivál.						
11.10. A térségünkben a kisebb, falusi gasztrofesztiválok kedveltebbek, mint a nagyobb, városi gasztrofesztiválok.						
11.11. A gasztrofesztivál fogalma egyértelmű.						

A gasztrofesztivál fogalmi meghatározása, általános jellemzők

12. Ön szerint mi az a 3 legfőbb tényező, amelyek meglétével egy rendezvény gasztrofesztiválnak nevezhető? (Ha másik rendezvényre már kitöltötte ezt a részt kérem írja be a következőt :”Már kitöltöttem másik úrlapon”.)

12. 1.

12. 2.

12. 3.

13. Ön szerint mi az a 3 legfőbb tényező, amitől sikeres lehet egy gasztrofesztivál? (Ha másik rendezvényre már kitöltötte ezt a részt kérem írja be a következőt :”Már kitöltöttem másik úrlapon”.)

13. 1.

13. 2.

13. 3.

A gasztrofesztivál céljai

14. Osztályozza az alábbi célokat az alapján, hogy mennyire fontosak az Önök fesztiválja esetében! Ha vannak olyan célok, amelyek hasonló fontosságúak, ugyanazzal a számmal értékelje! (1. Egyáltalán nem fontos, 2. kevésbé fontos, 3. inkább fontos, 4. teljes mértékben fontos, NT: nem tudom, NV: nem válaszolok)

Szempont	1	2	3	4	NT	NV
14.1. Az étkezési hagyományok népszerűsítése.						
14.2. A helyi lakosok körében végzett közösségépítés.						
14.3. A település turisztikai kínálatának bővítése.						
14.4. A település közössége számára szórakozási lehetőség biztosítása.						
14.5. A környékbeli települések közötti kapcsolatok erősítése.						
14.6. A település népszerűsítése.						
14.7. Kapcsolatépítési lehetőség jövőbeli fejlesztések érdekében.						
14.8. A helyi vállalkozók bevételeinek növelése.						
14.9. Az önkormányzati bevételek növelése.						

15. Megjelenik valamilyen egyéb cél a fesztivál szervezésében?

a) Igen

b) Nem

16. Ha igen, melyek ezek?

A különböző szereplők, érdekcsoportok gasztrofesztiválhoz kötődő szerepe

17. Kérem, értékelje 1-től 4-ig terjedő skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi, a támogatókra vonatkozó állításokkal! (1: Egyáltalán nem, 2: Inkább nem, 3: Inkább igen, 4: teljes mértékben)

Szempont	1	2	3	4	NT	NV
17.1. A fesztivál szervezéséhez a fő szervező(k)nek elegendő anyagi forrás áll rendelkezésére.						
17.2. Sok anyagi támogatást (pénz, eszköz, egyéb felajánlás...) kapunk a helyi lakosoktól.						
17.3. Sok anyagi (pénz, eszköz, egyéb felajánlás stb....) támogatást kapunk a helyi civil szervezetektől.						
17.4. Sok anyagi (pénz, eszköz, egyéb felajánlás, stb....) támogatást kapunk a helyi vállalkozásoktól.						
17.5. A településen kívülről is kapunk segítséget a fesztivál lebonyolításában (civil szervezetek, önkéntesek, vállalkozók).						
17.6. A helyi lakosok segítenek a fesztivál lebonyolításában.						
17.7. Szükségünk van helyi anyagi támogatásra a működtetéshez.						
17.8. Szükségünk van nem helyi (térségi, állami, Európai Unió) anyagi támogatásra a működtetéshez.						
17.9. Szükségünk van a támogatók munkaerejére a lebonyolításban.						

18. Értékelje 1-től 4-ig, hogy Ön szerint a megadott szereplők, érdekcsoportok mennyire játszanak fontos szerepet a gasztrofesztivál működtetésében? (1: Nem fontos, nélkülük is működik 2: kevésbé/inkább nem fontos, 3: inkább fontos, 4: teljes mértékben fontos, nélkülük nem menne, NT: nem tudom, NV: nem szeretnék válaszolni)

Szempont	1	2	3	4	NT	NV
18.1. megyei önkormányzat						
18.2. a térségi országgyűlési képviselő						
18.3. környező települések önkormányzatai						
18.4. környező települések önkéntesei						
18.5. helyi vállalkozások						
18.6. térségi vállalkozások						
18.7. helyi civil szervezetek						
18.8. helyi lakossági segítők (önkéntesek)						
18.9. térségi turizmusfejlesztéssel foglalkozó szervezetek						
18.10. helyi turizmusfejlesztéssel foglalkozó szervezetek						
18.11. média (sajtó, televízió, rádió, internetes közösségi oldalak)						
18.12. települési önkormányzat						
18.13. egyéb (kérem, nevezze meg):.....						

18.14. Ha a 18.13. kérdésben leírtakon kívül más szereplők, érdekcsoportok is szerepet játszanak ("egyéb" válasz), akkor kérem, említse meg itt a nevüket!

19. Jellemzők-e a különböző szereplők, érdekcsoportok közötti ellentétek? Ha igen, akkor melyek ezek?

- a) Igen
- b) Nem

20. Ha igen, akkor melyek ezek?

A gasztrofesztivál értékelése

21. A következő állítások a fesztivál működtetésére és eredményeire vonatkoznak. Kérem, értékelje 1-től 4-ig, hogy mennyire ért egyet az alábbi állításokkal a kiválasztott fesztiváljukra vagy a térségükre vonatkozóan! (1: egyáltalán nem, 2: inkább nem, 3: inkább igen, 4: teljes mértékben, NT: nem tudom, NV: nem szeretnék válaszolni).

Szempont	1	2	3	4	NT	NV
21.1. A fesztivál segít a településünk közösségének erősítésében.						
21.2. A fesztivál segít a településünk turizmusának erősítésében/fellendítésében.						
21.3. A mi fesztiválunk sikeresebb, mint a környékbeli fesztiválok.						
21.4. Lehetőségeink szerint a fesztivált megrendezzük a következő három évben.						
21.5. A fesztivált követően értékeljük annak eredményességét a különböző szereplőkkel, érdekcsoportokkal együtt.						
21.6. Minden évben vezetünk be újításokat a fesztivál kínálatába.						
21.7. A fesztivált nem kellene megszüntetni.						

22. Milyen nehézségekkel találkoztak a szervezés és lebonyolítás során?

23. Az állítaspárok közül melyik jellemzőbb inkább a fesztiváljukra? (1: Teljes mértékben a bal oldali állítás jellemző, 2: inkább a bal oldali állítás jellemző, 3: mindkét állítás ugyan annyira jellemző, 4: inkább a jobb oldali állítás igaz, 5: teljes mértékben a jobb oldali állítás igaz)

	1	2	3	4	5	
23.1. A fesztiválunk helyi, közösségi rendezvény						A fesztiválunk turisztikai rendezvény
23.2. Falunap/városnap						Gasztrofesztivál
23.3. Non-profit rendezvény						Profitorientált rendezvény
23.4. Könnyűzenei hangsúly						Ételkínálat hangsúly
23.5. Célunk a helyi lakosok igényeinek kielégítése						Célunk a turisták igényeinek kielégítése
23.6. A gasztrofesztiválunk működtetése gördülékeny						A gasztrofesztiválunk működtetésében sok a nehézség

24. Kérem, értékelje 1-től 4-ig terjedő skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi, a fesztivál látogatói megítélésére, visszajelzéseire vonatkozó állításokkal a kiválasztott fesztiváljukra vonatkozóan! (1: egyáltalán nem, 2: inkább nem, 3: inkább igen, 4: teljes mértékben, NT: nem tudom, NV: nem szeretnék válaszolni).

Szempont	1	2	3	4	NT	NV
24.1. A fiatal látogatók elégedettek a fesztivál étel/italkínálatával.						

24.2. A fiatal látogatók elégedettek a fesztivál programkínálatával.						
24.1. Az idősebb látogatók elégedettek a fesztivál étel/italkínálatával.						
24.4. Az idősebb látogatók elégedettek a fesztivál programkínálatával.						
24.5. A helyi lakosok úgy érzik, a rendezvény nem számukra, hanem a nem helyi látogatóknak/turistáknak rendezik.						
24.6. A helyi lakosok tiltakoznának, ha megszüntetnék a gasztrofesztivált.						
24.7. Felmérjük a helyi lakosok igényeit a fesztivál szervezése során.						
24.8. A helyi lakosok elmondják a véleményüket, mire lenne igényük a fesztivál során.						
24.9. A helyi lakosok igénylik, hogy felmérjük igényeiket a fesztivál szervezése során.						
24.10. A helyi lakosok elégedettek a fesztivállal.						
24.11. A helyi lakosok igénylik a fesztivált						

25. Tapasztalnak-e változásokat a látogatók igényeiben?

- a) Igen (kérem, ugorjon a 26. kérdésre)
- b) Nem (kérem, ugorjon a 27. kérdésre)

26. Ha igen, miket?

27. Hogyan próbálnak alkalmazkodni a látogatók igényeihez?

28. Az állítaspárok közül melyik jellemzőbb inkább a fesztiváljukra vagy a térségükre? (1: Teljes mértékben a bal oldali állítás jellemző, 2: inkább a bal oldali állítás jellemző, 3: mindkét állítás ugyan annyira jellemző, 4: inkább a jobb oldali állítás igaz, 5: teljes mértékben a jobb oldali állítás igaz)

	1	2	3	4	5	
28.1. Helyi résztvevők száma magasabb						Turisták (nem helyi lakosok) száma magasabb
28.2. Csökken a látogatók száma						Növekszik a látogatók száma
28.3. Helyi lakosok elégedettsége						Turisták elégedettsége
28.4. Fiatalabb látogatók aránya magasabb						Idősebb látogatók aránya magasabb
28.5. A célcsoportunk a fiatalabb látogatók köre						A célcsoportunk az idősebb látogatók köre

Koronavírus okozta helyzet értékelése

29. Hogyan befolyásolja a 2020-as esemény előzetes tervezését, szervezését, az előkészületeket a 2020-ban kialakult járványhelyzet?

- a) Nem befolyásolta, az eseményt 2020-ban már lebonyolítottuk.
- b) Elkezdjük már szervezni, de most szüneteltetjük, ha majd lehet, terveink szerint folytatjuk.
- c) Elkezdjük szervezni, de felfüggesztettük, nem fogjuk idén folytatni.
- d) Még nem kezdtük el szervezni, de idén már nem is fogjuk.
- e) Még nem kezdtük el szervezni, de ha a járványhelyzet engedi, majd elkezdjük.
- f) Nem tudom
- g) Egyéb:

30. Hogyan befolyásolja az esemény 2020-as megvalósítását, lebonyolítását a kialakult járványhelyzet?

- a) Nem befolyásolta, már az előtt lezajlott az esemény.
- b) Az eseményt 2020-ban biztosan nem rendezzük meg.
- c) Az eseményt eddigi terveink szerint elhalasztjuk egy későbbi, 2020-as időpontra.
- d) Az eseményt eddigi terveink szerint megrendezzük az eredeti 2020-as időpontban.
- e) Nem tudom
- f) Egyéb:

31. Érte-e valamilyen kellemetlenség a szervezőket a szervezés, tervezés, előkészületek kapcsán a kialakult járványhelyzet miatt? Ha igen, kérem fejtse ki!

32. Ön szerint, ha az esemény 2020-ban nem valósulna meg a járványhelyzet miatt, milyen negatív hatások érhetik a településen élőket/önkormányzatot/helyi vállalkozókat?

Lezárás

33. Mi az Ön munkaköre?

34. Mi az Ön szerepe a fesztivál működtetésében?

35. Van-e olyan észrevétele, tapasztalata, ami Ön szerint a kutatáshoz hasznos lehet? Ha igen, kérem, írja le néhány mondatban!

4. melléklet: Szervezői interjú

Szervezői interjúzásba bevont rendezvények

Árpádhalom, Árpádalmi Falunap és Csöröge Fesztivál; Kömpöc, Szárnyas Fesztivál; Öttömös, Spárgafesztivál; Pusztamérges, Szüreti Fesztivál és Kakasfőző-verseny; Felgyő, Felgyői Falunap - Főző verseny és Gasztró fesztivál; Nagybánhegyes, Paprikafesztivál; Nagykaras, Krumplifesztivál; Csólyospálos; Nyári Birkapörköltfőző Fesztivál; Tázlár, Kiskuntor; Nemesnádudvar, Nemesnádudvari Vadgasztronómiai és Borfesztivál; Szank, Méz és Meggyfesztivál; Köröstarcsa, Hal-és Falunapok; Jászsztentlászó, Jászsztentlászói Faluhét és Paradicsom Fesztivál; Kelebia, Kacs és Spárgaételek Napja; Zákányszék, Zabosfai Ízörző Fesztivál; Zákányszék, Böllérnap; Hajós, Orbán napi Borünnep; Érsekcsanád, Sárközi Országos Halfőző Verseny és Halsütő Fesztivál; Bordány, Kecseverseny és Helyi Ízek Fesztiválja; Balástya, Balástyai Falunapok, Zöldség-és Virágfesztivál; Medgyesegyháza, Dinnyefesztivál; Deszk, Ajvár Fesztivál; Mórahalom, Móraalmi Pálinkaverseny és Tepertőfesztivál; Bácsalmás, Népek-Ízek Forrataga; Vésztő, Vésztői Disznótoros Fesztivál; Soltvadkert, Bor- és Gasztró Nap; Szarvas, Szarvasi Szilvanapok; Szentes, Kézműves Ízek Fesztiválja; Gyula, Országos Román Gasztronómiai Fesztivál; Kecskemét, Kecskeméti Barackpálinka és Borfesztivál; Szeged-Tápé, Tarhonya Fesztivál és Falunap; Mórahalom, Rétes Fesztivál; Szatymaz, Ősibarack Fesztivál; Szeged, Hungarikum Fesztivál

Gasztrófesztivál szervezői interjúvázlat

1. Ön szerint általánosságban mi a funkciója egy gasztronómiai témájú rendezvénynek egy település életében?
2. Milyen tényezők motiválták Önöket a gasztronómiai témájú rendezvény létrehozásában?
3. Az Önök rendezvénye esetében a gasztronómiai téma milyen szerepet játszik a rendezvényen?
4. Milyen célokkal rendezik meg évről évre a rendezvényt? (A gasztronómiai a rendezvény céljának vagy eszközének tekinthető-e inkább)
5. Általában sikerül-e megfelelő mennyiségű anyagi és nem anyagi forrást találniuk a céljaik eléréséhez?
 - a. Hogyan jutnak a különböző típusú forrásokhoz?
6. Van-e szükségük állami támogatásra a rendezvény működtetéséhez? Kaptak-e valaha állami támogatást, vagy egyéb pályázati támogatást a fesztivál megvalósítására?
 - a. Ha igen, milyen? Ha nem, próbálkoztak-e forrást szerezni, miért nem kaptak?
 - b. Hogyan tudták illeszteni a fesztivál programját a pályázati feltételekhez?
7. Ön szerint a központi pályázati kiírások mennyire befolyásolják a hazai fesztivál kínálatát? Összeegyeztethető-e a helyi célok és a pályázati kiírások céljai?
8. Mi a szerepe a helyi önkormányzatnak a rendezvény szervezésében és lebonyolításában?
9. Milyen szerepet játszanak a helyi, illetve környékbéli vállalkozók a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
10. Milyen szerepe van a helyi civil szférának a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
11. Milyen szerepük van a helyi lakosoknak a rendezvényen? Támogatják-e valamilyen formában a megvalósulást?
12. Ön szerint mennyire tudnak az említett települési csoportok (önkormányzat, vállalkozók, civil szervezetek, helyi lakosok) egymással együttműködni a rendezvény megszervezésében, illetve lebonyolításakor?
13. Önnek milyen tapasztalatai vannak az eddigi rendezvények kapcsán? Mely tényezők azok, amelyek jól működnek a fesztiválon, és melyek nem?
14. Milyen hatásai vannak a rendezvénynek a település turizmusának fejlődésére?
15. Milyen szerepe van a rendezvénynek a település fejlődésére? Milyen településfejlesztési hatásokat gyakorol?
16. Milyen hatással volt az idej járványhelyzet a rendezvény szervezésére? Hogyan tudtak alkalmazkodni a bizonytalansághoz?
 - a. A forrásszerzést hogyan befolyásolta?
17. A jövőben tervezik ismét megrendezni a rendezvényt?
18. Ön szerint milyen hatásokkal jár az idej járványhelyzet a hazai fesztivál kínálat jövőjére?
19. Napjainkban egyre több a gasztronómiai témájú rendezvény, illetve egyre több falunap alakul át valamilyen gasztronómiai témájú eseménnyé. Ön szerint mi lehet az oka ennek a folyamatnak?

5. melléklet: Szakértői interjú

Szakértői interjúzásba bevont szervezetek, személyek

Békés megye Önkormányzata; Bács-Kiskun megye Önkormányzata; Csongrád-Csanád megye Önkormányzata; Kiskunok Vidékéért Egyesület; Déli Napfény LEADER Egyesület; Alföld Slow Egyesület (és újkígyósi Galiba Napok); Százszorszépföld Egyesület Kiskunhalas; Bácsalmás Turisztikai Iroda; Szeged Tourinform; Mórahalom TDM; Magyar Turisztikai Ügynökség; Nemzeti Kulturális Alap Kuratóriumi tag; Magyar Fesztivál Szövetség; Magyar Nemzeti Értékek és Hungarikumok Szövetsége; Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség 3 fő; Pannon Gasztronómiai Szövetség; Stílusos Vidéki Éttermiség; Bordány Legjava termékek; Kormány megbízott Szeged; Ördögszék vásárok és fesztiválok (és Orbán Napi Borünnep); Helyi-SÉG bolt Szeged; Pusztatótós Térségfejlesztő Egyesület; Bácsalmási Finomságok; Szank Ízek Háza; Szank volt polgármestere; Szeged alpolgármestere; Kübekháza polgármestere; Szakmár művelődésszervező; Káposzta Lajos idegenforgalmi szakember; Baja Marketing Kft. (és Bajai Halászléfőző Fesztivál); Kiss Márta kutató; Kóródi Márta kutató

Szakértői interjúvázlat

Vidékfejlesztésre vonatkozó kérdések

terület-és település, illetve vidékfejlesztésben érintett szakértők számára, fókuszálva a saját térségükre

1. Ön szerint mi a vidék funkciója?
2. Tapasztalatai alapján mit gondol, hogyan működik Magyarországon az alulról jövő vidékfejlesztés gyakorlata? Van-e esetleg valamilyen eltérés a modell elmélete és a hazánkban megvalósult gyakorlat között?
3. Az Ön tapasztalatai alapján van-e szükség arra, hogy az állam, vagy egyéb felső szerv beavatkozzon, vagy iránymutatást adjon a vidék fejlesztéséhez?
4. Ön szerint hazánkban az állam beavatkozik a vidék fejlesztésébe, vagy együttműködésével iránymutatásokat ad a vidék helyi fejlesztését? Milyen a kapcsolat a top down és a bottom up fejlesztés között?
5. A szakirodalom azt hangsúlyozza, hogy a vidéki térségek fejlesztését a helyi, belső erőforrásokra kell alapozni. Mit gondol, a hazánkban ez a fejlesztési modell működőképes-e, rendelkezésre áll-e megfelelő minőségű és mennyiségű helyi erőforrás, melyekre a fejlesztést alapozni lehet?
 - a. Ön szerint megvan-e a vidéki közösségek képessége arra, hogy kihasználják a helyi erőforrásaikat?

Hazai gasztronómiára vonatkozó kérdések

turizmusfejlesztésben, a hazai gasztronómia helyzetére rálátó szakértők számára, fókuszálva a saját térségükre

1. Ön hogyan látja a hazai gasztronómia helyzetét? Mi jellemző a keresletre és kínálatra?
2. Ön szerint milyen fejlesztési lehetőségeket rejt magában a magyar gasztronómia?
3. Ön szerint Magyarországon létezik-e gasztronómiai turizmus?
 - a. Ha igen, mik a jellemzői?/Ha nem, miért nem?
4. Ön szerint a gasztronómiai értékek milyen szerepet játszhatnak a vidéki turizmusban, a vidék fejlődésében?
5. Ön szerint a magyar gasztronómiai értékeket milyen formában lehetne bemutatni és megőrizni a turizmuson keresztül?

Helyi termékre vonatkozó kérdések

helyi termék készítésében, forgalmazásában érintett szakértők számára

1. Mi motiválta Önöket az adott termék létrehozásában?
2. Milyen településfejlesztési vonatkozásai vannak az az adott terméknek? Milyen területfejlesztési hatásokat gyakorol? Milyen szerepe van a település népszerűsítésében?
3. Milyen kapcsolatban áll egymással a turizmus és az adott termék? A turizmust fejleszti-e az adott termék, vagy az adott termék a turizmust?
4. Milyen kapcsolatban áll egymással az adott termék és az adott helyi gasztronómiai rendezvény?
5. Az adott terméket szokta-e árusítani más gasztrorendezvényeken? Milyen tapasztalatai vannak?

Gasztrofesztiválokra vonatkozó kérdések

minden szakértő számára

1. Ön szerint milyen tényezőknek kell megfelelni egy rendezvénynek ahhoz, hogy azt gasztrofesztiválnak lehessen nevezni? Mik a gasztrofesztiválok sajátosságai?
 - a. Ezeknek a tényezőknek mennyire felelnek meg a hazai gasztronómiai témájú rendezvények? (városi és falusi, kisebb és nagyobb volumenű rendezvények egyaránt)

1. Önnek mi a meglátása a hazai gasztrofesztivál kínálat mennyiségéről és minőségéről?
 - a. Mit gondol, a gasztrofesztiválok száma milyen irányban változik? Fenntartható-e a hazai gasztrofesztivál kínálat?
2. Meglátása szerint a hazai gasztrofesztiválok segíthetnek-e a gasztronómiai értékek népszerűsítésében és megőrzésében? *(városi és falusi, kisebb és nagyobb volumenű rendezvények egyaránt)*
3. Véleménye szerint a hazai gasztrofesztiválok segíthetnek-e a helyi termelők piacra jutásában?
4. Véleménye szerint milyen szerepet töltenek be a hazai városi és falusi gasztrofesztiválok Magyarország turisztikai kínálatában?
5. Ön szerint a hazai gasztronómiai fesztiválok mennyire lehet egyensúlyt találni a hagyományos, eredeti kulturális értékek megőrzése vagy inkább az „áruba bocsátásukkal” járó települési gazdasági-társadalmi előnyök, fejlesztés között?
6. Ön szerint általánosságban mi a funkciója egy gasztronómiai témájú rendezvénynek, fesztiválnak egy település életében?
 - a. Van-e különbség a falvak és a városok gasztrorendezvényeinek funkciói között?
1. Ön szerint a gasztrorendezvények szervezői milyen motivációkkal hoznak létre gasztronómiai rendezvényeket?
2. Tapasztalataim alapján napjainkban egyre több a gasztronómiai témájú rendezvény vidéken, illetve egyre több falunap alakul át valamilyen gasztronómiai témájú eseménnyé. Ön szerint mi lehet az oka ennek a folyamatnak?
3. Ön szerint a központi pályázati kiírások mennyire befolyásolják a hazai fesztivál kínálatot?
4. Ön szerint a jelenlegi járványhelyzet milyen hatással van a hazai fesztivál kínálat jövőjére?

6. melléklet: Esettanulmányi interjúk

Esettanulmányi interjúvázlatok

Derekegyház

Szervező 1 – megalapozó interjú

1. Mi(k) volt(ak) azok, ami(k) motiváltak a fesztivál létrehozásában, amilyen tényezők alapján döntöttetek a fesztivál megrendezése mellett?
2. Miért a palacsintát tettétek a rendezvény fő fókuszává? Hagyomány volt-e Derekegyházon a palacsintakészítés korábban?
3. Milyen céllal hoztátok létre a rendezvényt, milyen eredményeket vártatok a fesztiváltól a szervezés során?
4. Mi a szerepük a helyi lakosoknak a rendezvényen?
5. Célotok-e turistákat vonzani a településre a fesztiválon keresztül? Ha igen, mi a szerepük a turistáknak a rendezvényen?
6. Milyen szerepük van a rekordok döntésében a rendezvényen?
7. Mi a szerepe a rendezvényben a palacsintatáncnak?
8. Korábbi rendezvények programjában láttam, hogy szerepeltek a környező települések műsorai. Mi a célotok az ő meghívásukkal?
9. A helyi termelőknek van-e lehetőségük árulni/bemutatni a termékeiket a rendezvényeken?
10. Milyen tapasztalataitok vannak az eddigi rendezvények kapcsán? (látogatók, elégedettség, hangulat, esetleges hibák, előnyök, hatások, célok elérése, stb...)
11. A jövőben terveztek-e újításokat bevezetni a rendezvényben?

Szervező 2

1. Önnek mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról?
2. Ön szerint mitől működhet sikeresen egy gasztronómiai fesztivál?
3. Részt szokott-e venni a Derekegyházi Palacsintafesztiválon? Miért? Ha részt vesz, akkor Ön hogyan tölti el az idejét a fesztiválon? Önnek milyen szerepe van a rendezvényen?
4. Véleménye szerint a helyi lakosok mit gondolnak a palacsintafesztiválról?
5. Ön szerint mennyire és hogyan erősítheti a palacsintafesztivál az Önnek és a helyi lakosoknak Derekegyház iránt érzett büszkeségét?
6. Ön szerint miként segít a fesztivál a helyi lakosok összekovácsolásában?
7. Ön szerint hogyan viszonyulnak a helyi lakosok a fesztiválra érkező turistákhoz és a rendezvény népszerűségéhez?
8. Ön hogyan látja a helyi önkormányzatnak a Palacsintafesztivál szervezésében és lebonyolításában betöltött szerepét?
9. Ön szerint a helyi vállalkozások miként viszonyulnak a palacsintafesztiválhoz?
10. A véleménye alapján a helyi civil szféra milyen szerepet játszik a palacsintafesztiválban?
11. Ön szerint mennyire tudnak az említett települési csoportok (önkormányzat, vállalkozók, civil szervezetek, helyi lakosok) egymással együttműködni a rendezvény megszervezésében, illetve lebonyolításakor?

12. Mit gondol arról, hogy a palacsintafesztivál fókuszában egy olyan étel áll, ami korábban nem volt köthető Derekegyházhoz?
13. Véleménye szerint, létezik-e olyan, hogy a „derekegyházi palacsinta”?
14. Ön szerint a palacsinta és Derekegyház azonosítható-e már egymással országos szinten, vagy kisebb területi szinten?
15. Mi a véleménye a palacsintafesztiválról? Milyen tényezők azok, amelyek Ön szerint jól működnek a fesztiválon, és melyek, amik nem?
16. Ön szerint hogyan befolyásolja a Palacsintafesztivál Derekegyház turizmusát?
17. Véleménye szerint hogyan befolyásolja a palacsintafesztivál Derekegyház népszerűségét?
18. Ön szerint a palacsintafesztivál a település gazdasági-társadalmi-kulturális fejlődésére milyen hatásokat gyakorol?
19. Ön szerint a gasztrofesztiválok világa kereslet vagy kínálat vezérelt-e általánosságban?
20. Egyes megközelítések szerint a magyarországi településeknek csak a saját, (szigorú értelemben vett) hagyományos, eredeti helyi termékeikre célszerű gasztronómiai, vagy egyéb kulturális fesztiválokat rendezni, hiszen az átalakított vagy újonnan megalkotott fesztiválermékeknek nincs kapcsolatuk az eredeti települési kultúrával, kulturális, így azok és maga a fesztivál nem nyújt autentikus élményt. Mi a véleményed erről?

Polgármester

1. Milyen célokkal szervezik meg évről évre a rendezvényt, ezek közül melyek a legfontosabbak, változtak-e az évek során? Milyen eredményeket várnak attól?
2. Ön szerint a helyi lakosok hogyan viszonyulnak a fesztiválhoz? Mennyire tudnak azonosulni a palacsintafesztivállal? (Ön szerint a helyi lakosok hogyan viszonyulnak ahhoz, hogy a rendezvény jelentősége, illetve vonzáskörzete egyre növekszik, és emellett a turista létszám is emelkedik?)
3. Mennyire céljuk turistákat vonzani a településre a fesztivál segítségével? Ha igen, mi a szerepük a turistáknak a rendezvényen?
4. Mennyire tapasztalnak a keresleti oldalon (a turisták és helyi látogatók részéről) új igényeket, trendeket? Ha tapasztalnak ilyeneket, melyek ezek főbb jellemzői? Hogyan tudnak ezekhez alkalmazkodni?
5. Milyen szerepe van a derekegyházi helyi civil szférának a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
6. Milyen szerepet játszanak a helyi, illetve környékbeli vállalkozók a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
7. Önnek milyen tapasztalatai vannak az eddigi rendezvények kapcsán *(pl. előnyök, hatások, célok elérése)?* Mely tényezők azok, amelyek jól működnek a fesztiválon, és melyek nem? *(látogatók száma, viselkedése, elégedettség, hangulat, esetleges hibák.)*
8. Ön szerint a palacsinta és Derekegyház neve országos szinten vagy kisebb területi szinten már azonosítható-e egymással? Ön szerint mennyire lehet Derekegyház helyi értéke a palacsinta a közösség számára?
9. Egyes megközelítések szerint a magyarországi településeknek csak a saját, (szigorú értelemben vett) hagyományos, eredeti helyi termékeikre célszerű gasztronómiai, vagy egyéb kulturális fesztiválokat rendezni, hiszen az átalakított vagy újonnan megalkotott fesztiválermékeknek nincs kapcsolatuk az eredeti települési kultúrával, kulturális, így azok és maga a fesztivál nem nyújtanak autentikus élményt. Mi a véleménye erről?
10. Ön szerint a gasztrofesztiválok világa inkább kereslet- vagy kínálatvezérelt-e általánosságban? *(Tehát csak azért van kereslet, mert (főleg-meddig) mesterségesen megteremtik a fesztiválszervezők, fejlesztési- és bevételnövelési kényszerből kitalálva, „fogyaszthatóvá” téve, kommercializálva, és/vagy átalakítva a kulturális elemeiket. Vagy pedig azért, mert spontán, szuverén fogyasztói igény van, a helyi, vidéki, idillikus, jó minőségű, a látogatók által hagyományosnak, egyszerűen jónak tekintett termékekre, mely igényekhez a fesztiválszervezők alkalmazkodni szeretnének)?*
11. Ön szerint a hazai települési gasztronómiai fesztiválokon mennyire lehet egyensúlyt találni a hagyományos, eredeti kulturális értékek megőrzése vagy inkább az „áruba bocsátásukkal” járó települési gazdasági-társadalmi előnyök, fejlesztés között (ha ez utóbbiak még akár olyan áron is megvalósulnak, hogy a növekvő bevételekkel együtt a hagyományos, eredeti kulturális értékek végérvényesen átalakulnak/elvesznek vagy háttérbe szorulnak)?
12. Ön szerint a palacsintafesztivál Derekegyház fejlődésére milyen hatásokat gyakorol?

Helyi lakosok

1. Önnek mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról?
2. Ön szerint mitől működhet sikeresen egy gasztronómiai fesztivál?
3. Részt szokott-e venni a Derekegyházi Palacsintafesztiválon? Miért? Ha részt vesz, akkor Ön hogyan tölti el az idejét a fesztiválon? Önnek milyen szerepe van a rendezvényen?
4. Véleménye szerint a helyi lakosok mit gondolnak a palacsintafesztiválról?
5. Ön szerint mennyire és hogyan erősítheti a palacsintafesztivál az Önnek és a helyi lakosoknak Derekegyház iránt érzett büszkeségét?
6. Ön szerint mennyire segít a fesztivál a helyi lakosok összekovácsolásában, és hogyan?
7. Ön szerint hogyan viszonyulnak a helyi lakosok a fesztiválra érkező turistákhoz és a rendezvény népszerűségéhez?

8. Ön hogyan látja a helyi önkormányzatnak a Palacsintafesztivál szervezésében és lebonyolításában betöltött szerepét?
9. Ön szerint a helyi vállalkozások miként viszonyulnak a palacsintafesztiválhoz?
10. A véleménye alapján a helyi civil szféra milyen szerepet játszik a palacsintafesztiválban?
11. Ön szerint mennyire tudnak az említett települési csoportok (önkormányzat, vállalkozók, civil szervezetek, helyi lakosok) egymással együttműködni a rendezvény megszervezésében, illetve lebonyolításakor?
12. Véleménye szerint, létezik-e olyan, hogy a „derekegyházi palacsinta”?
13. Ön szerint a palacsinta és Derekegyház azonosítható-e már egymással országos szinten, vagy kisebb területi szinten?
14. Mi a véleménye a palacsintafesztiválról? Milyen tényezők azok, amelyek Ön szerint jól működnek a fesztiválon, és melyek, amik nem?
15. Ön szerint hogyan befolyásolja a Palacsintafesztivál Derekegyház turizmusát?
16. Véleménye szerint hogyan befolyásolja a palacsintafesztivál Derekegyház népszerűségét?
17. Ön szerint a palacsintafesztivál a település gazdasági-társadalmi-kulturális fejlődésére milyen hatásokat gyakorol?

Csanádapáca

Szervező, polgármester, jegyző

1. Önnek mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról?
2. Ön szerint mitől működhet sikeresen egy gasztronómiai fesztivál?
3. Mi(k) volt(ak) azok, ami(k) motiválták a fesztivál létrehozásában, milyen tényezők alapján döntöttek a fesztivál megrendezése mellett? Mi a viszonya a fesztiválnak a falunaphoz?
4. Milyen célokkal szervezik meg évről évre a rendezvényt? Milyen eredményeket várnak attól?
5. Ön szerint milyen szerepet játszik a fesztivál működtetésében a helyiek összesített tudása (helyi jellegű tudáskészlet, felsőfokú tudáskészlet és menedzsment tudás)? Melyiket tartja a legfontosabbnak?
6. Mi a szerepe a helyi önkormányzatnak a Kakasfesztivál szervezésében és lebonyolításában?
7. Milyen szerepet játszanak a helyi, illetve környékbeli vállalkozók a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
8. Milyen szerepe van a csanádapácai helyi civil szférának a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
9. Milyen szerepük van a helyi lakosoknak a rendezvényen?
10. Ön szerint a helyi lakosok hogyan viszonyulnak a fesztiválhoz?
11. Milyen szerepe van a fesztiválnak a helyi lakosok identitásának és a közösség erősítésében?
12. Mennyire céljuk turistákat vonzani a településre a fesztivál segítségével? Mi a szerepük a turistáknak a rendezvényen?
13. Hogyan viszonyulnak a turistákhoz a helyi lakosok?
14. Mennyire létezik együttműködés a környező települési önkormányzatokkal, civil szervezetekkel a rendezvény lebonyolításában?
15. Ön szerint lehet-e együttműködés a többi, Magyarországon és a Kárpát-medencében kakasfesztivált szervező településsel? Van-e erre igény?
16. Önnek milyen tapasztalatai vannak az eddigi rendezvények kapcsán? Mely tényezők azok, amelyek jól működnek a fesztiválon, és melyek nem?
17. Véleménye szerint hogyan befolyásolja a Kakasfesztivál Csanádapáca népszerűségét?
18. Ön szerint a Kakasfesztivál Csanádapáca gazdasági-társadalmi-kulturális fejlődésére milyen hatásokat gyakorol?
19. Egy mondatban hogyan tudná jellemezni a Kakasfesztivált?
20. Milyen irányba tervezik fejleszteni a jövőben a település (tér) turizmusát (pl. szálláshelyek, image, tartózkodási idő meghosszabbítása)? Ebben milyen szerepe van/lehet a kakasfesztiválnak?
21. Ön szerint a gasztrofesztiválok világa inkább kereslet- vagy kínálatvezérelt-e általánosságban?
22. Ön szerint a hazai települési gasztronómiai fesztiválokon mennyire lehet egyensúlyt találni a hagyományos, eredeti kulturális értékek megőrzése vagy inkább az „áruba bocsátásukkal” járó települési gazdasági-társadalmi előnyök, fejlesztés között (ha ez utóbbiak még akár olyan áron is megvalósulnak, hogy a növekvő bevételekkel együtt a hagyományos, eredeti kulturális értékek végérvényesen átalakulnak/elvesznek vagy háttérbe szorulnak)?

Helyi lakosok, civil szervezeti tagok

1. Önnek mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról?
2. Ön szerint mitől működhet sikeresen egy gasztronómiai fesztivál?
3. Részt szokott-e venni a Kakasfesztiválon? Miért? Ha részt vesz, akkor Ön hogyan tölti el az idejét a fesztiválon? Önnek milyen szerepe van a rendezvényen?
4. Ön szerint milyen szerepet játszik a fesztivál működtetésében a helyiek összesített tudása (helyi jellegű tudáskészlet, felsőfokú tudáskészlet és menedzsment tudás)? Melyiket tartja a legfontosabbnak?

5. Ön hogyan látja a helyi önkormányzat Kakasfesztivál szervezésében és lebonyolításában betöltött szerepét?
6. Ön szerint a helyi vállalkozások miként viszonyulnak a Kakasfesztiválhoz?
7. A véleménye alapján a helyi civil szféra milyen szerepet játszik a Kakasfesztiválban?
8. Véleménye szerint a helyi lakosok hogyan viszonyulnak a Kakasfesztiválhoz?
9. Mennyire befolyásolja-e a Kakasfesztivál a lakhelye iránt érzett büszkeségét?
10. Ön szerint hogyan viszonyulnak a helyi lakosok a fesztiválra érkező turistákhoz?
11. Mi a véleménye a Kakasfesztiválról? Milyen tényezők azok, amelyek Ön szerint jól működnek a fesztiválon, és amelyek nem?
12. Véleménye szerint hogyan befolyásolja a Kakasfesztivál Csanádapáca népszerűségét?
13. Ön szerint a Kakasfesztivál Csanádapáca gazdasági-társadalmi-kulturális fejlődésére milyen hatásokat gyakorol?
14. Egy mondatban hogyan tudná jellemezni a kakasfesztivált?
15. Ön szerint a gasztrofesztiválok világa inkább kereslet- vagy kínálatvezérelt-e általánosságban? *(Tehát csak azért van kereslet, mert (főleg-meddig) mesterségesen megteremtik a fesztiválszervezők, fejlesztési- és bevételnövelési kényszerből kitalálva, „fogyaszthatóvá” téve, kommercializálva, és/vagy átalakítva a kulturális elemeiket. Vagy pedig azért, mert spontán, szuverén fogyasztói igény van, a helyi, vidéki, idillikus, jó minőségű, a látogatók által hagyományosnak, egyszerűen jónak tekintett termékekre, mely igényekhez a fesztiválszervezők alkalmazkodni szeretnének?)*
16. Ön szerint a hazai települési gasztronómiai fesztiválokon mennyire lehet egyensúlyt találni a hagyományos, eredeti kulturális értékek megőrzése vagy inkább az „áruba bocsátásukkal” járó települési gazdasági-társadalmi előnyök, fejlesztés között (ha ez utóbbiak még akár olyan áron is megvalósulnak, hogy a növekvő bevételekkel együtt a hagyományos, eredeti kulturális értékek végérvényesen átalakulnak/elvesznek vagy háttérbe szorulnak)?

Bócsa

Szervező 1 – megalapozó interjú

1. Mi(k) volt(ak) azok, ami(k) motiválták a Bócsator létrehozásában, milyen tényezők alapján döntöttek a fesztivál megrendezése mellett? Miért a sertésölést és feldolgozást választották a rendezvényük fókuszának?
2. Milyen célokkal szervezik meg évről évre a rendezvényt? Milyen eredményeket várnak attól?
3. Honnan szerzik be a sertésöléshez szükséges alapanyagokat, illetve eszközöket? Támogatják-e a rendezvényt vállalkozók, civilek vagy egyéb felajánlók (pl. települési, megyei önkormányzat?)
4. Pontosan hogyan juthatnak hozzá a látogatók az ételekhez a rendezvényen? Mire fordítják az abból származó bevételt?
5. Van-e lehetőségük a fesztiválra látogatóknak megismerni a település értékeit, illetve helyi termelők termékeit a rendezvény keretében?
6. Mennyire tapasztalnak a keresleti oldalon (a turisták és helyi látogatók részéről) új igényeket, trendeket? Ha tapasztalnak ilyeneket, melyek ezek főbb jellemzői? Hogyan tudnak ezekhez alkalmazkodni? (Milyen szempontokat vesznek figyelembe a program összeállítása során?)
7. Hogyan tudják megkülönböztetni a Bócsator más települések böllérfesztiváljaitól?
8. Ön szerint mitől működhet fenntarthatóan egy gasztronómiai fesztivál?
9. Milyen szerepet játszik a fesztivál működtetésében a helyiek összesített tudása (helyi jellegű tudáskészlet, felsőfokú tudáskészlet és menedzsment tudás)? Melyiket tartja a legfontosabbnak?
10. Mi a szerepe a helyi önkormányzatnak a Bócsator szervezésében és lebonyolításában?
11. Milyen szerepük van a helyi lakosoknak a rendezvényen? Hogyan viszonyulnak a rendezvényhez és a turistákhoz?
12. Mi a szerepük a turistáknak a rendezvényen?
13. Milyen szerepe van a bócsai helyi civil szférának a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
14. Milyen szerepet játszanak a helyi, illetve környékbeli vállalkozók a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
15. Mennyire létezik együttműködés a környező települési önkormányzatokkal, civil szervezetekkel a rendezvény lebonyolításában, illetve más böllérfesztivált szervező településekkel?
16. Önnek milyen tapasztalatai vannak az eddigi rendezvények kapcsán *(pl. előnyök, hatások, célok elérése)?* Mely tényezők azok, amelyek jól működnek a fesztiválon, és melyek nem? *(látogatók száma, viselkedése, elégedettség, hangulat, esetleges hibák)*
17. Ön szerint a Bócsator milyen hatásokat gyakorol Bócsa általános fejlődésére, illetve turisztikai fejlődésére?
18. Milyen irányba tervezik fejleszteni a jövőben a település (térség) turizmusát? Ebben milyen szerepe van/lehet a Bócsatornak?
19. Mennyire tudnak azonosulni az élmények faluja szlogenrel a helyi lakosok?
20. Ön szerint a gasztrofesztiválok világa inkább kereslet- vagy kínálatvezérelt-e általánosságban? *(Tehát csak azért van kereslet, mert (főleg-meddig) mesterségesen megteremtik a fesztiválszervezők, fejlesztési- és bevételnövelési kényszerből kitalálva, „fogyaszthatóvá” téve, kommercializálva, és/vagy átalakítva a kulturális elemeiket. Vagy pedig azért, mert spontán, szuverén fogyasztói igény van, a helyi, vidéki, idillikus,*

jó minőségű, a látogatók által hagyományosnak, egyszerűen jónak tekintett termékekre, mely igényekhez a fesztiválszervezők alkalmazkodni szeretnének?

21. Ön szerint a hazai települési gasztronómiai fesztiválokon mennyire lehet egyensúlyt találni a hagyományos, eredeti kulturális értékek megőrzése vagy inkább az „áruba bocsátásukkal” járó települési gazdasági-társadalmi előnyök, fejlesztés között (ha ez utóbbiak még akár olyan áron is megvalósulnak, hogy a növekvő bevételekkel együtt a hagyományos, eredeti kulturális értékek végérvényesen átalakulnak/elvesznek vagy háttérbe szorulnak)?
22. Egyes megközelítések szerint a magyarországi településeknek csak a saját, (szigorú értelemben vett) hagyományos, eredeti helyi termékeikre célszerű gasztronómiai, vagy egyéb kulturális fesztiválokat rendezni, hiszen az átalakított vagy újonnan megalkotott fesztiváltermékeknek nincs kapcsolatuk az eredeti települési kultúrával, kulturális, így azok és maga a fesztivál nem nyújtanak autentikus élményt. Mi a véleménye erről?

Szervező 2, polgármester, alpolgármester

1. Önnek mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról?
2. Ön szerint mitől működhet sikeresen egy gasztronómiai fesztivál?
3. Ön hogyan tudná jellemezni Bócsa turizmusát?
4. Mi(k) volt(ak) azok, ami(k) motiválták a fesztivál létrehozásában, milyen tényezők alapján döntöttek a fesztivál megrendezése mellett?
5. Milyen célokkal szervezik meg évről évre a rendezvényt? Milyen eredményeket várnak attól?
6. Mennyire tapasztalnak a keresleti oldalon (a turisták és helyi látogatók) új igényeket, trendeket? Ha tapasztalnak ilyeneket, melyek ezek főbb jellemzői? Hogyan tudnak ezekhez alkalmazkodni?
7. Milyen szerepet játszik a fesztivál működtetésében a helyiek összesített tudása (helyi jellegű tudáskészlet, felsőfokú tudáskészlet és menedzsment tudás)? Melyiket tartja a legfontosabbnak?
8. Mi a szerepe a helyi önkormányzatnak a Bócsator szervezésében és lebonyolításában?
9. Milyen szerepet játszanak a helyi, illetve környékbeli vállalkozók a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
10. Milyen szerepe van a bócsai helyi civil szférának a rendezvény szervezésében, lebonyolításában?
11. Milyen szerepük van a helyi lakosoknak a rendezvényen?
12. Ön szerint milyen szerepe van a fesztiválnak a helyi lakosok identitásának és a közösség erősítésében?
13. Ön szerint hogyan viszonyulnak a turistákhoz a helyi lakosok?
14. Ön szerint a helyi lakosok hogyan tudnak azonosulni a „Bócsa, az élmények faluja” szlogennel?
15. Mennyire létezik együttműködés a környező települési önkormányzatokkal, civil szervezetekkel a rendezvény lebonyolításában?
16. Önnek milyen tapasztalatai vannak az elmúlt évek Bócsatorai kapcsán (*pl. előnyök, hatások, célok elérése*)? Mely tényezők azok, amelyek jól működnek a fesztiválon, és melyek nem? (*látogatók száma, viselkedése, elégedettség, hangulat, esetleges hibák*)
17. Véleménye szerint hogyan befolyásolja a Bócsator Bócsa népszerűségét?
18. Ön szerint a Bócsator Bócsa gazdasági-társadalmi-kulturális fejlődésére milyen hatásokat gyakorol?
19. Ön szerint a gasztrofesztiválok világa inkább kereslet- vagy kínálatvezérelt-e általánosságban?
20. Ön szerint a hazai települési gasztronómiai fesztiválokon mennyire lehet egyensúlyt találni a hagyományos, eredeti kulturális értékek megőrzése vagy inkább az „áruba bocsátásukkal” járó települési gazdasági-társadalmi előnyök, fejlesztés között (ha ez utóbbiak még akár olyan áron is megvalósulnak, hogy a növekvő bevételekkel együtt a hagyományos, eredeti kulturális értékek végérvényesen átalakulnak/elvesznek vagy háttérbe szorulnak)?

Helyi lakosok, civil szervezeti tagok

1. Önnek mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról?
2. Ön szerint mitől működhet sikeresen egy gasztronómiai fesztivál?
3. Ön hogyan tudná jellemezni Bócsa turizmusát?
4. Részt szokott-e venni a Bócsatoron? Miért? Önnek milyen szerepe van a rendezvényen?
5. Véleménye szerint a helyi lakosok hogyan viszonyulnak a Bócsatorhoz?
6. Ön szerint mennyire és hogyan erősítheti a Bócsator az Önnek és a helyi lakosoknak Bócsa iránt érzett büszkeségét?
7. Ön szerint mennyire segít a fesztivál a helyi lakosok összekovácsolásában, és hogyan?
8. Ön szerint a helyi lakosok hogyan tudnak azonosulni a „Bócsa, az élmények faluja” szlogennel?
9. Ön szerint hogyan viszonyulnak a helyi lakosok a fesztiválra érkező turistákhoz?
10. Ön hogyan látja a helyi önkormányzat a Bócsator szervezésében és lebonyolításában betöltött szerepét?
11. Ön szerint a helyi vállalkozások miként viszonyulnak a Bócsatorhoz?
12. A véleménye alapján a helyi civil szféra milyen szerepet játszik a Bócsatorban?
13. Mi a véleménye a Bócsatorról? Milyen tényezők azok, amelyek Ön szerint jól működnek a fesztiválon, és amelyek nem?
14. Véleménye szerint hogyan befolyásolja a Bócsator Bócsa népszerűségét?

15. Ön szerint a Bócsator gazdasági-társadalmi-kulturális fejlődésére milyen hatásokat gyakorol?

7. melléklet: Esettanulmányi látogatói interjúk

Esettanulmányi látogatói interjúk

Időpont:Sorszám:

Derekegyházi Palacsintafesztivál látogatói interjú

1. Honnan érkezett a palacsintafesztiválra?
2. Hányszor vett már részt a fesztiválon?
3. Milyen változások mentek végbe, amióta látogatja a fesztivált?
4. Miért és milyen céllal látogatja a palacsintafesztivált?
5. Hogyan érzi magát a Palacsintafesztiválon?
6. Tud olyan jellegzetes helyi termékről, ételről, speciális receptről, ami Derekegyházhoz kötődik?
7. Tudja, hogy itt miért a palacsintát ünneplik Derekegyházon? Mi a véleménye erről?
8. Sorolja fel, mik azok, amelyek különösen tetszenek Önnek a Palacsintafesztiválon!
9. Vannak-e olyan dolgok, amelyekkel kevésbé elégedett a fesztiválon? Melyek ezek?
10. Véleménye szerint milyen változtatásokat kellene bevezetni a fesztiválon, a jövőbeli eredményes működés?
11. Tudomása szerint a helyi lakosok mit gondolnak a fesztiválról?

Nő: számuk:..... koruk:..... Férfi: számuk:..... koruk:.....

Időpont:Sorszám:

Csanádapáca Kakasfesztivál látogatói interjú

1. Honnan érkezett a Kakasfesztiválra?
2. Mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról? (falusi, városi)
3. Ön szerint a Kakasfesztivál gasztrofesztiválnak vagy falunapnak nevezhető? Miért?
4. Hányszor vett már részt a Kakasfesztiválon?
5. Milyen változások mentek végbe, amióta látogatja a fesztivált?/ Milyennek látja most az eseményt ahhoz képest, amit érkezése előtt elképzelt róla? Megfelel-e az elvárásainak?
6. Miért és milyen céllal látogatja a Kakasfesztivált?
7. Tudja-e, hogy miért a kakast ünneplik Csanádapácán? Mi a véleménye erről?
8. Sorolja fel, mik azok, amelyek különösen tetszenek Önnek a Kakasfesztiválon!
9. Vannak-e olyan dolgok, amelyekkel kevésbé elégedett a fesztiválon? Melyek ezek?
10. Mi a véleménye a fesztivál programkínálatáról?
11. Mi a véleménye a fesztivál ételkínálatáról?
12. Véleménye szerint milyen változtatásokat kellene bevezetni a fesztiválon, a jövőbeli eredményes működés érdekében?
13. Tudomása/véleménye szerint a helyi lakosok mit gondolnak a fesztiválról?

Csoport összetétele:

Nő: számuk:..... koruk:..... Férfi: számuk:..... koruk:.....

Időpont:Sorszám:

Bócsator látogatói interjú

1. Honnan érkezett a Bócsatorra?
2. Mi a véleménye általánosságban a gasztronómiai fesztiválokról? (falusi, városi)
3. Ön szerint a Bócsator gasztrofesztiválnak vagy falunapnak nevezhető? Miért?
4. Honnan szerzett tudomást a Bócsatorról?
5. Hányszor vett már részt a Bócsatoron?
6. Milyen változások mentek végbe, amióta látogatja a Bócsatort?/ Milyennek látja most az eseményt ahhoz képest, amit érkezése előtt elképzelt róla? Mennyire felel meg az elvárásainak?
7. Miért és milyen céllal látogatja a Bócsatort?
8. Sorolja fel, mik azok, amelyek különösen tetszenek Önnek a Bócsatoron!
9. Vannak-e olyan dolgok, amelyekkel kevésbé elégedett a Bócsatoron? Melyek ezek?
10. Mi a véleménye a Bócsator programkínálatáról? (sztárfellépő)

11. Mi a véleménye a Bócsator ételkínálatáról?
12. Véleménye szerint milyen változtatásokat kellene bevezetni a Bócsatoron, a jövőbeli eredményes működés érdekében?
13. Ön szerint a Bócsator melyik korosztályoknak felel meg leginkább? Miért?
14. Tudomása/véleménye szerint a helyi lakosok mit gondolnak a Bócsatorról?
15. Ön szerint segíthetnek-e a vidéki gasztroesemények a vidéki települések fejlődésében? Hogyan/miért?

Csoport összetétele:

Nő: számuk:..... koruk:..... Férfi: számuk:..... koruk:.....

8. melléklet: Gasztrorendezvényt szervező települések számának és arányának megoszlása régióként és megyénként 2019-ben

Régió	Fesztivált szervező települések száma régióként	Fesztivált szervező települések aránya (%)	Megye	Fesztiválokat szervező települések száma megyénként	Fesztivált szervező települések aránya a megye településszámához képest
Dél-Alföld	98	38,9%	Csongrád-Csanád	31	51,7%
			Békés	27	36,0%
			Bács-Kiskun	40	33,6%
Észak-Alföld	95	24,4%	Jász-Nagykun-Szolnok	29	37,2%
			Hajdú-Bihar	33	40,2%
			Szabolcs-Szatmár-Bereg	33	14,4%
Észak-Magyarország	129	21,2%	Borsod-Abaúj-Zemplén	65	18,2%
			Nógrád	28	21,4%
			Heves	36	29,8%
Dél-Dunántúl	104	15,9%	Baranya	42	13,9%
			Tolna	22	20,2%
			Somogy	40	16,3%
Közép-Dunántúl	98	24,4%	Komárom-Esztergom	18	23,7%
			Fejér	34	31,5%
			Veszprém	46	21,2%
Nyugat-Dunántúl	93	14,2%	Vas	20	9,3%
			Győr-Moson-Sopron	43	23,5%
			Zala	30	11,6%
Közép-Magyarország	81	43,1%	Pest	81	43,1%
Összesen	698	22,1%			

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

9. melléklet: A „funkció” klaszterek és a régiók viszonya

Tervezési-statisztikai régiók aránya (%) a média-elemzés (M) és a kérdőívezés (K) szerinti „funkció” klaszterekben (%)

Klaszter/ módszer/ régió	1.helyi, közösségi funkciók túlsúlya (%)		2.inkább helyi, közösségi funkciók túlsúlya (%)		3.helyi, közösségi és turisztikai funkciók hasonló aránya (%)		4.inkább turisztikai funkciók túlsúlya (%)		5.turisztikai funkciók túlsúlya (%)	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
Dél-Dunántúl	19,3	19,6	15,3	10,3	11,6	15,0	16,7	12,8	0,00	0,0
Dél-Alföld	15,2	21,6	15,5	23,5	18,3	22,2	14,8	15,1	47,6	25,0
Észak-Alföld	11,0	5,9	13,5	11,8	13,4	17,0	17,6	9,3	9,5	16,7
Észak-Magyarország	13,1	23,5	17,9	14,0	16,7	17,5	11,1	24,4	14,3	16,7
Közép-Dunántúl	19,3	15,7	12,9	15,4	11,6	6,8	18,5	10,5	14,3	33,3
Közép-Magyarország	6,9	9,8	12,9	11,7	11,8	8,3	11,1	10,5	4,8	8,3
Nyugat-Dunántúl	15,2	3,9	12,0	13,2	16,7	11,3	10,2	17,4	9,5	0,0

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A média-elemzés (M) és a kérdőív (K) szerinti „funkció” klaszterek megoszlása a régiók gasztrorendezvény kínálatában (%)

Régió/ módszer/ klaszter	Dél-Dunántúl		Dél-Alföld		Észak-Alföld		Észak-Magyarország		Közép-Dunántúl		Közép-Magyarország		Nyugat-Dunántúl	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
1. helyi, közösségi funkciók dominanciája	19,9	15,6	13,0	10,8	12,0	4,8	12,1	13,6	20,3	13,6	9,0	10,6	15,9	3,5
2. inkább helyi, közösségi funkciók dominanciája turisztikai funkciókkal	36,9	21,9	31,4	31,4	34,6	25,8	38,9	21,6	31,9	35,6	39,6	34,0	29,7	31,6
3. helyi, közösségi és turisztikai funkciók hasonló aránya	30,5	45,3	40,2	42,2	37,6	53,2	39,5	38,6	31,2	28,8	39,6	34,0	44,9	38,6
4. inkább turisztikai funkciók	12,8	17,2	9,5	12,7	14,3	12,9	7,6	23,9	14,5	15,3	10,8	19,1	8,0	26,3

dominanciája helyi, közösségi funkciókkal														
5. turisztikai funkciók dominanciája	0,0	0,0	5,9	2,9	1,5	3,2	1,9	2,3	2,2	6,8	0,9	2,1	1,4	0,0

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

10. melléklet: A gasztrorendezvények témája és a régiók viszonya

Régiók aránya az egyes téma szerinti kategóriákban

Kategória/ régió	Állat és húsétel- főző/ sütő	Általános fókuszú, gyűjtő	Disznótoros	Édesség /desszert /tésztaféle	Ital	Kombinált	Zöldség/ gyümölcs és zöldség/ gyümölcsös ételek
Dél-Alföld	20,5%	21,0%	19,8%	17,6%	11,7%	18,3%	14,1%
Dél-Dunántúl	14,7%	14,8%	14,1%	17,6%	15,3%	12,7%	11,6%
Észak-Alföld	19,9%	18,5%	12,0%	12,0%	4,3%	5,6%	19,1%
Észak-Magyarország	18,6%	8,6%	9,9%	16,0%	20,2%	22,5%	16,6%
Közép-Dunántúl	9,6%	16,0%	17,7%	11,2%	17,2%	16,9%	11,1%
Közép-Magyarország	4,5%	9,9%	15,1%	9,6%	14,7%	5,6%	13,6%
Nyugat-Dunántúl	12,2%	11,1%	11,5%	16,0%	16,6%	18,3%	14,1%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Gasztrorendezvények téma szerinti aránya az egyes régiókban

Régió/ kategória	Dél-Alföld	Dél-Dunántúl	Észak-Alföld	Észak-Magyarország	Közép-Dunántúl	Közép-Magyarország	Nyugat-Dunántúl
Zöldség/ gyümölcs és zöldség/ gyümölcsös ételek	16,6%	16,3%	28,6%	21,0%	15,9%	24,3%	20,3%
Disznótoros	22,5%	19,1%	17,3%	12,1%	24,6%	26,1%	15,9%
Ital	11,2%	17,7%	5,3%	21,0%	20,3%	21,6%	19,6%
Állat és húsétel-főző/ sütő	18,9%	16,3%	23,3%	18,5%	10,9%	6,3%	13,8%
Édesség/ desszert/ tésztaféle	13,0%	15,6%	11,3%	12,7%	10,1%	10,8%	14,5%
Általános fókuszú, gyűjtő	10,1%	8,5%	11,3%	4,5%	9,4%	7,2%	6,5%
Kombinált	7,7%	6,4%	3,0%	10,2%	8,7%	3,6%	9,4%

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

11. melléklet: A „fókusz” klaszterek és a régiók viszonya

Régiók aránya (%) a média-elemzés (M) és a kérdőívezés (K) szerinti „fókusz” klaszterekben (%)

Klaszter/ módszer/ régió	1. Kulturális fókusz		2. Inkább kulturális fókusz		3. Gasztro- kulturális fókusz		4. Inkább gasztronómiai fókusz		5. Gasztro- nómiai fókusz	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
Dél-Dunántúl	19,7	0,0	11,3	14,0	13,3	13,6	11,8	14,6	17,3	11,6
Dél-Alföld	14,1	33,3	10,3	24,0	12,9	20,0	27,6	22,8	21,1	18,8
Észak-Alföld	16,9	33,3	21,6	16,0	12,9	15,0	11,8	11,7	9,1	9,8
Észak-Magyarország	16,9	0,0	19,6	12,0	17,8	18,6	14,45	16,4	12,0	25,0
Közép-Dunántúl	12,7	16,7	9,3	14,0	18,2	12,1	12,5	9,9	14,1	15,2
Közép-Magyarország	4,2	0,0	14,4	14,0	9,1	5,0	9,9	14,0	13,7	8,0
Nyugat-Dunántúl	15,5	16,7	13,4	6,0	16,4	15,7	11,8	10,5	12,7	11,6

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

A média-elemzés és a kérdőív szerinti „fókusz” klaszterek megoszlása az egyes régiók gasztrorendezvény-kínálatában (%)

Régió/ klaszter	Dél-Dunántúl		Dél-Alföld		Észak-Alföld		Észak-Magyarország		Közép-Dunántúl		Közép-Magyarország		Nyugat-Dunántúl	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
1. Kulturális fókusz	9,9	0,0	5,9	2,0	9,0	3,2	7,6	0,0	6,5	1,7	2,7	0,0	8,0	1,8
2. Inkább kulturális fókusz	15,6	10,9	11,8	11,8	31,6	12,9	24,2	6,8	13,0	11,9	25,2	14,9	18,8	5,3
3. Gasztro-kulturális fókusz	27,0	29,7	21,9	27,5	26,3	33,9	32,5	29,5	37,7	28,8	23,4	14,9	34,1	38,6
4. Inkább gasztronómiai fókusz	12,8	39,1	24,9	38,2	13,5	32,3	14,0	31,8	13,8	28,8	13,5	51,1	13,0	31,6
5. Gasztro-nómiai fókusz	34,8	20,3	35,5	20,6	19,5	17,7	21,7	31,8	29,0	28,8	35,1	19,1	26,1	22,8

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

12. melléklet: Az „életciklus” klaszterek és a régiók viszonya

A tervezési-statisztikai régiók aránya a kérdőívezés szerinti „életciklus” klaszterekben

Klaszter/ régió	1. Hanyatlás útjára lépett fesztiválok	2. Hanyatlással veszélyeztetett fesztiválok	3. Stagnáló fesztiválok	4. Fejlődő fesztiválok	5. Fejlett fesztiválok
Dél-Dunántúl	20,0%	5,9%	16,2%	14,6%	11,5%
Dél-Alföld	40,0%	23,5%	25,0%	21,1%	19,8%
Észak-Alföld	20,0%	23,5%	17,7%	10,6%	12,6%
Észak-Magyarország	0,0%	11,8%	13,2%	17,1%	20,9%

Közép-Dunántúl	0,0%	11,8%	5,9%	13,6%	14,3%
Közép-Magyarország	0,0%	5,9%	7,4%	11,6%	9, 9%
Nyugat-Dunántúl	20,0%	17,7%	14,7%	11,6%	11,0%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A kérdőív szerinti „életciklus” klaszterek megoszlása az egyes régiók gasztrorendezvény-kínálatában

Régió/ Klaszter	Dél-Dunántúl	Dél-Alföld	Észak-Alföld	Észak-Magyarország	Közép-Dunántúl	Közép-Magyarország	Nyugat-Dunántúl
1.Hanyatlás útjára lépett rendezvények	1,6%	2,0%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
2.Hanyatlással veszélyeztetett rendezvények	1,6%	4,0%	6,6%	2,4%	3,4%	2,1%	5,3%
3.Stagnáló rendezvények	17,5%	16,8%	19,7%	10,8%	6,8%	10,6%	17,5%
4.Fejlődő rendezvények	46,0%	41,6%	34,4%	41,0%	45,7%	49,0%	40,4%
5.Fejlett rendezvények	33,3%	35,6%	37,7%	45,8%	44,1%	38,3%	35,1%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

13. melléklet: Gasztrorendezvények kategorizálása

Tervezési-statisztikai régiók megoszlása az egyes gasztrorendezvény-klaszterekben

Klaszter/ régió	kulturális-inkább kulturális fókuszú - helyi dominanciájú	gasztro-kulturális fókuszú - helyi dominanciájú	gasztro-nómiai fókuszú - helyi dominanciájú	inkább kulturális fókuszú gasztro-nómiai elemekkel - inkább helyi dominanciájú	inkább gasztro-nómiai fókuszú kulturális elemekkel - inkább helyi dominanciájú	gasztro-nómiai fókuszú - inkább helyi dominanciájú	gasztro-kulturális fókuszú - inkább turisztikai dominanciájú	gasztro-nómiai/inkább gasztro-nómiai fókuszú - inkább turisztikai dominanciájú
Dél-Dunántúl	14,3%	14,6%	17,4%	12,9%	12,1%	15,5%	10,0%	14,6%
Dél-Alföld	12,1%	9,5%	20,9%	11,4%	19,3%	27,9%	18,3%	22,9%
Észak-Alföld	21,4%	12,0%	9,3%	15,7%	12,9%	7,8%	18,3%	14,6%
Észak-Magyarország	18,6%	19,6%	9,9%	20,7%	17,9%	12,4%	8,3%	16,7%
Közép-Dunántúl	10,7%	20,3%	16,3%	8,6%	12,9%	11,6%	23,3%	8,3%
Közép-Magyarország	7,9%	7,0%	14,0%	15,0%	11,4%	12,4%	11,7%	10,4%
Nyugat-Dunántúl	15,0%	17,1%	12,2%	15,7%	13,6%	12,4%	10,0%	12,5%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Gasztrorendezvény-klaszterek megoszlása az egyes régiók kínálatában

Régió/klaszter	Dél-Dunántúl	Dél-Alföld	Észak-Alföld	Észak-Magyarország	Közép-Dunántúl	Közép-Magyarország	Nyugat-Dunántúl
kulturális-inkább kulturális fókuszú – helyi dominanciájú	14,2%	10,1%	22,6%	16,6%	10,9%	9,9%	15,2%

gasztrokulturális fókuszú – helyi dominanciájú	16,3%	8,9%	14,3%	19,7%	23,2%	9,9%	19,6%
gasztronómiai fókuszú – helyi dominanciájú	21,3%	21,3%	12,0%	10,8%	20,3%	21,6%	15,2%
inkább kulturális fókuszú gasztronómiai elemekkel – inkább helyi dominanciájú	12,8%	9,5%	16,5%	18,5%	8,7%	18,9%	15,9%
inkább gasztronómiai fókuszú kulturális elemekkel – inkább helyi dominanciájú	12,1%	16,0%	13,5%	15,9%	13,0%	14,4%	13,8%
gasztronómiai fókuszú – inkább helyi dominanciájú	14,2%	21,3%	7,5%	10,2%	10,9%	14,4%	11,6%
gasztrokulturális fókuszú – inkább turisztikai dominanciájú	4,3%	6,5%	8,3%	3,2%	10,1%	6,3%	4,3%
gasztronómiai/inkább gasztronómiai fókuszú – inkább turisztikai dominanciájú	5,0%	6,5%	5,3%	5,1%	2,9%	4,5%	4,3%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Tervezési-statisztikai régiók megoszlása az egyes gasztrorendezvény-kategóriákban

Klaszter/régió	Gasztrofesztivál	Részben gasztrofesztivál/ gasztrokulturális fesztivál	Nem gasztrofesztivál
Dél-Dunántúl	13,9%	12,0%	15,5%
Dél-Alföld	23,3%	13,5%	14,5%
Észak-Alföld	11,0%	16,5%	13,8%
Észak-Magyarország	15,5%	17,0%	15,7%
Közép-Dunántúl	11,7%	13,0%	16,0%
Közép-Magyarország	11,7%	14,0%	9,8%
Nyugat-Dunántúl	12,9%	14,0%	14,7%

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

Gasztrorendezvény-kategóriák megoszlása az egyes régiók kínálatában

Régió/kategória	Dél-Dunántúl	Dél-Alföld	Észak-Alföld	Észak-Magyarország	Közép-Dunántúl	Közép-Magyarország	Nyugat-Dunántúl
Gasztrofesztivál	31,2%	43,8%	26,3%	31,2%	26,8%	33,3%	29,7%
Részben gasztrofesztivál/ gasztrokulturális fesztivál	17,0%	16,0%	24,8%	21,7%	18,8%	25,2%	20,3%
Nem gasztrofesztivál	51,8%	40,2%	48,9%	47,1%	54,3%	41,4%	50,0%

Forrás: Saját szerkesztés saját adatgyűjtés alapján

14. melléklet: A „függőség” klaszterek és a régiók viszonya

A tervezési-statisztikai régiók aránya a kérdőívezés szerinti „függőség” klaszterekben

Klaszter/ régió	1.Kevésbé függ az erőforrások- tól	2.Inkább nem függ az erőforrásoktól	3.Inkább függ az erőforrások- tól	4.Jellemzően függ az erőforrások- tól	5.Teljes mértékben függ az erőforrásoktól
Dél-Dunántúl	15,8%	9,1%	10,6%	13,2%	14,7%
Dél-Alföld	15,8%	27,3%	25,5%	21,2%	18,9%
Észak-Alföld	10,5%	27,3%	6,4%	11,6%	16,8%
Észak- Magyar- ország	15,8%	0,0%	17,0%	18,4%	20,3%
Közép- Dunántúl	21,1%	18,2%	10,6%	12,4%	11,2%
Közép- Magyar- ország	15,8%	18,2%	12,8%	10,8%	6,3%
Nyugat- Dunántúl	5,3%	0,0%	17,0%	12,4%	11, 9%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A kérdőív szerinti „függőség” klaszterek megoszlása az egyes régiók gasztrorendezvény-kínálatában

Régió/ klaszter	Dél- Dunántúl	Dél- Alföld	Észak- Alföld	Észak- Magyar- ország	Közép- Dunántúl	Közép- Magyar- ország	Nyugat- Dunántúl
1. Kevésbé függ az erőforrásoktól	4,8%	3,1%	3,3%	3,5%	6,9%	6,4%	1,8%
2.Inkább nem függ az erőforrásoktól	1,6%	3,1%	4,9%	0,0%	3,5%	4,3%	0,0%
3.Inkább függ az erőforrásoktól	7,9%	12,2%	4,9%	9,3%	8,6%	12,8%	14,0%
4.Függ az erőforrásoktól	52,4%	54,1%	47,5%	53,5%	53,4%	57,4%	54,4%
5.Teljes mértékben függ az erőforrásoktól	33,3%	27,6%	39,3%	33,7%	27,6%	19,1%	29,8%

Forrás: Saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Köszönetnyilvánítás

Köszönettel és hálával tartozom Dr. Nagy Gyulának, aki a szakdolgozatom, diplomamunkám és Tudományos Diákköri dolgozataim témavezetésével és szakmai támogatásával felkeltette érdeklődésem a kutatás és a választott téma iránt, és motivált, hogy jelentkezsem a doktori képzésre. Köszönöm, hogy a doktori kutatásom és a disszertációm írása alatt sem vette le rólam a kezét, mentorálására, konstruktív ötleteire és a többváltozós statisztikai elemzésekben nyújtott segítségére mindig számíthattam, mellyel meghatározóan járult hozzá a dolgozat és a kutatás eredményeiből készült publikációk létrejöttéhez.

Köszönöm Dr. Hegedűs Gábornak, hogy elvállalta a doktori kutatásom témavezetését, illetve konzultációkkal, észrevételeivel, a meghatározó nemzetközi szakirodalom rendelkezésemre bocsátásával, illetve folyamatos motiválásával segítette a dolgozat létrejöttét.

Szeretnék köszönetet mondani Dr. Papp Sándornak a publikációim elkészítésében és a térképek szerkesztésében nyújtott segítségével, mely során minden elképzelésem megvalósításában készségesen rendelkezésemre állt.

Köszönöm Dr. Pusztai Bertalannak, hogy a doktori képzés elején nyújtott szakmai segítségével és a szemléletem formálásával megalapozta a kutatás meghatározó irányait.

Köszönöm a Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék PhD hallgatóinak, köztük Enyedi Fruzsinnak, hogy a velük folytatott szakmai-baráti beszélgetésekkel segítettek és támogatták a kutatás előrehaladását.

Köszönöm minden gasztrorendezvény-látogatónak, gasztrorendezvény-szervezőnek és szakértőnek, akik kérdőívem kitöltésével és/vagy az interjúkérdéseim megválaszolásával segítettek a kutatás eredményességét. Külön köszönöm a segítséget Káposzta Lajosnak, Mihály Kornéliának és Harangozó Zoltánnak, akik kapcsolattartóim és szakmai segítők voltak a három vizsgált esettanulmány részéről.

Köszönöm opponenseimnek, hogy elvállalták a dolgozat opponálását, megfogadott javaslataikkal segítettek a dolgozat fókuszálásában.

Köszönöm a földrajz szakos hallgatóknak, hogy segítettek a gasztrorendezvény-gyűjteményem ellenőrzésében és az adatgyűjtésben.

Köszönöm az Emberi Erőforrások Minisztériuma Új Nemzeti Kiválóság Programja és a Nemzeti Tehetség Program a Nemzet Fiatal Tehetségeiért ösztöndíja bírálóinak, hogy a témám és az elért szakmai eredményeim alapján többször is érdemesnek tartottak arra, hogy anyagi támogatásban részesüljenek a kutatásaim.

Hálával és köszönettel tartozom a családomnak a tanulmányaim során nyújtott lelki támogatásért, biztatásért és a megértésért.

Témavezetői nyilatkozat

Témavezetői nyilatkozat

Tanúsítom, hogy az értekezésben foglaltak a doktorjelölt, Tóth Bettina önálló munkáján alapulnak, az eredményekhez önálló alkotó tevékenységével meghatározóan hozzájárult. Az értekezés anyagát szakmai szempontból támogathatónak ítélem meg, elfogadását javaslom.

Szeged, 2022. június 7.



Dr. Hegedűs Gábor
egyetemi adjunktus, témavezető