

## **Összefüggések a kultúra és az idegenforgalom között**

### **Bevezetés**

Mindjárt első mondatommal szeretném megköszönni a lehetőséget, hogy előadást tarthattam és szeretném átadni a székesfehérvári Kodolányi János Főiskola vezetőségnek, tanárainak és hallgatóinak szívélyes köszöntését és üdvözlését. Örvendénk, ha egy folyamatos kapcsolat első lépése lenne a mai találkozó. Lehetőségeinkhez mérten szeretnénk Turizmus Tanszékünk közreműködésével segíteni a Székelyföld kulturális és turisztikai törekvéseit és célkitűzéseit.

Rövid előadásom keretében szeretném felvázolni a kultúra és az idegenforgalom kapcsolatát, egymásra hatását, a turizmus hatását a környezetre, a gazdaságra, szeretnék szólni a vallásról, mint turizmusmotiváló tényezőről, a falusi turizmus előnyeiről és két főiskolai kollégánk kutatási eredményeiről, valamint a kulturális örökség megőrzésének szükségességéről. Tekintettel mindegyik témakör fontosságára és figyelemmel az idő szabta lehetőségekre, inkább csak gondolatokat vetnék fel, amelyeket a későbbiek során valamilyen keretek között lehetne kibontakoztatni és megtárgyalni.

Az idegenforgalom ma már a világ egyik legnagyobb nagyipara, versenyben az olajiparral és a fegyvergyártással hatalmas összegeket mozgat meg, sok embernek teremt biztos megélhetést, munkalehetőséget. Ha egy ország megteremti a táji, kulturális, gazdasági feltételek mellett a humán feltételeket is, kitűnő szakemberek alkalmazásával biztos bevételekre számíthat. Példaként 1999-ben Magyarország idegenforgalmi hivatalos bevétele több mint három és fél milliárd dollár volt. A feketegazdaság bevétele is megközelítette ezt az összeget.

## Idegenforgalom és kulturális értékeink kapcsolata

### *Összefüggések a kultúra és az idegenforgalom között*

Az alapvető szolgáltatásokon kívül – szállás, étkezés, közlekedés – a nemzeti kultúra hagyományait éppen úgy be kell mutatni a turizmusban részt vevőknek, mint országunk egyéb irányú fejlődését.

Az idegenforgalom és a kultúra egymással szoros kapcsolatban van, egymásra visszahat. Kulturális megismerés nélkül üres, öncélú az idegenforgalom.

Az idegenforgalmi vonzerőt a táji adottságokon túl a kulturális értékek alkotják: művészettörténeti emlékek, népi hagyományok. A fogadó helyen az idegenforgalomra való felkészülés ösztönzi a helyi kulturális értékek minél színvonalasabb bemutatását. Az idegenforgalmi célú fejlesztések a helyi lakosság érdekeit szolgálják elsősorban, kedvező életfeltételeket, jobb bevételi lehetőségeket teremtve számukra. Az idegenforgalom fogadása érdekében kialakított infrastruktúrát és kulturális értékek bemutatását, a kulturális értékű kézműipar gyakorlását, annak eredményeit az év kis hányadában a helyi lakossággal együtt a vendégek élvezik. Az év nagyobb hányadában pedig a helyi lakosság fejlődését szolgálja.

A kultúra más hangsúlyt kap a belföldi és más a nemzetközi turistaforgalomban. A belföldi turizmusban gyakran egy-egy kulturális esemény kedvéért utaznak a turisták. A nemzetközi idegenforgalomban más a helyzet, egyrészt a nyelvi problémák miatt előtérbe kerül a zene, a tánc, a képző- és iparművészet, háttérbe szorul a színház.

A kulturális rendezvénysorozatok látogatói igénybe veszik az adott terület nyújtotta szolgáltatásokat, a kettőből kialakítják értékelő véleményüket, szolgálva ezzel az adott tájegység vagy ország imázsát. Ez a szájhagyományokra épülő imázs rendelkezik a legnagyobb vonzerővel, segíti az idegenek érdeklődésének felébresztését és visszatérését.

Ma még gondot jelent olyan kulturális rendezvények, rendezvénysorozatok összeállítása,

amellyel nemzetközi vonzerőt lehetne képviselni, bár az adottságok rendelkezésre állnak. Mindkét ország kulturális élete, a székelység hagyományai sok értékes eseményt kínálnak. Ezeket összefoglaló programokba foglalva le kell tenni az idegenforgalmi kínálat nemzetközi asztalára. Kevés a jelenlegi gyakorlat mindkét országban, ahhoz, hogy elég turistának szállást, étkezést biztosítani tudjon. A ma emberének, turistájának igénye van a felkeresett nép életének, kultúrájának, gasztronómiájának megismerése iránt. Ezeket együttesen egy idegenforgalmi kosárba kell helyezni és felkészült idegenforgalmi szakemberek közreműködésével kell eljuttatni a kereslet piacára.

Itt vannak gondjaink. Sok kevés hozzáértéssel és felkészültséggel rendelkező kereskedelmi szemléletű ember dolgozik az idegenforgalomban, aki kevés, sokszor rossz szolgáltatás árán és gyorsan akar meggazdagodni.

Az idegenforgalom kulturális ellátottságának javítása érdekében számtalan tennivalónk jelentkezik:

- az idegenforgalmi centrumokban fontos kulturális lehetőségeket, adottságokat fel kell tárni és bővíteni kell;
- a kevésbé látogatott területeket kellő propagandával be kell vonni a turizmusba (pl. falusi turizmus, vallásturizmus, gasztronómia, kézműves kisipar);

## Erdélyi Magyar Adatbank

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. 2001.

- évente azonos időszakban visszatérő színvonalas rendezvényeket kell szervezni; előző évben el kell készíteni a régió kulturális és idegenforgalmi naprakész programjait;
- fokozott figyelmet kell fordítani a vendéglátóhelyek műsoraira; az itt tartott rendezvények célszerűek, de nem szolgálják a nemzeti kultúrát.

Kormányfeladat lenne az idegenforgalom kulturális ellátottság helyzetének vizsgálata. A régiók bevonásával kell elkészíteni azt a széles körű felmérést, amely megalapozhatja eredményei alapján a támogatottság elnyerését. Itt nagy szerepük van a kulturális intézményeknek. Meg kellene vizsgálni a szervezett turizmusban a kulturális célú kiadásokat, amelyek az összes költségben alig tehetnek ki egy-két százalékot.

Kulturális eseményekhez, rendezvényekhez a kulturális tárcán kívül számos más szerv kellene hogy támogatást nyújtson. Ismerni kellene a kulturális alap támogatási összegét, amely növelhető lenne, ha a rendezvények rentabilitása jobb szervezéssel, nagyobb odafigyeléssel a saját fenntartást szolgáló bevételeket növelni tudná.

Az utazási irodák a csomagárba kellene elhelyezzék a kulturális rendezvények értékesítését.

Ez a feltevés egy újabb gondolatot hoz felszínre. Milyen állapotban vannak a létesítmények, amelyek gazdái a kulturális rendezvényeknek. A legtöbb elhanyagolt állapotban van, kevés a szabadtéri színpad, hiányoznak a fedett helyiségek.

A turisták igénylik a komplett programokat, a közvetlen kapcsolatot az élő kultúrával. Az igényes művészettel az éttermekben is lehet művészi előadást produkálni, ha van kellő technikai felszerelés (pódium, világítás, hangosítás). Ehhez a fellépő művészek készsége és megértése is kell, mert ilyen helyeken bizony kevés a gázsi. Teret kellene adni a jó néptáncegyütteseknek, jobban kellene támogatni a jó amatőr együtteseket. A kiválasztás érdekében a régió évente rendezhetné meg a hagyományörző népi együttesek minősítő versenyét a közönség bevonásával, fesztivál jelleggel.

Gazdag a népi iparművészet, idegenforgalmi hasznosítása sokkal nagyobb figyelmet érdemelne. Be kellene kapcsolni őket is az idegenforgalmi szolgáltatásokba.

A népi iparművészeti műhelyek, táborok szervezése szintén szolgálhatja az idegenforgalmat, a vendégeket el lehet hívni e táborok, műhelyek meglátogatására. Sőt alapműveletek elvégzésére is meg lehetne tanítani őket. Egyik parányi hegyi falunkban, Óbányán rendszeresen három-négy német család tanulta tíznaponkénti váltásban a fazekas mesterséget, a vendég asszonyok pedig ismerkedtek a szövéssel, a falu konyhaművészetével. Értelmes és képzett népművelők, idegenforgalmi dolgozók minden apró adottságokkal készíthetnek eladható programokat.

Egy másik faluban egy képfestő mester műhelyét látogatták a német vendégek, tanulták a mesterség alapfogásait, esténként szinte faluünnep jelleggel vigadtak, táncoltak a helyi néptáncsoport aktív közreműködésével.

A nemzeti kultúrának, hagyományainak őrzői a múzeumok és a műemlékek, fontos idegenforgalmi vonzerőt jelentenek. Legtöbb helyen azonban nincs idegen nyelvű feliratozás, kevés a propagandaanyag, katalógus, diapozitív, reprodukció.

A kultúra és az idegenforgalom egy és ugyanaz, mert egyik nincs a másik nélkül. Ezért össze kell foglalni a fejlesztési lehetőségeket, így lehet fokozni a nemzetközi érdeklődést.

Itt kell feltétlenül gondolni a különböző szakmai programokra: oktatási intézmények látogatása, mezőgazdasági, ipari üzemek technológiájának megismertetése. A szakosított kulturális turizmus felé kell irányítani a vendégek figyelmét.

## Erdélyi Magyar Adatbank

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. 2001.

A kulturális és oktatási intézmények, egyházak, valamint az utazási irodák fedezék fel a különféle szakmai oktatóprogramok szervezésében rejlő lehetőségeket. Így növelhető az állam konvertibilis bevétele, és a szolgáltató is kap ebből a pénzből.

Feltétlenül itt kell szólni a kultúrcikk-kereskedelem kínálatáról, a sok giccs helyett a tájegység alkotóinak munkáit kellene értékesíteni, ahogy a korondiak vagy a körös-főiek teszik. Az ajándékboltok ellátásánál törekedni kell a táj jelleg kidomborítására, valamint a turizmus igényeinek megfelelően az üzletek nyitva tartására.

A rádió és a tévé műsoraiban legyen kedvcsináló a belföldi és vendégturizmus növelése érdekében, segítsék a lakosság idegenforgalmi szemléletének formálását.

A regionális idegenforgalmi propaganda legyen része a nemzeti propagandának, a kulturális és idegenforgalmi propagandaanyagok közösen jelenjenek meg és jussanak el a célhelyekre, ahonnan elsősorban vendégeket várnak.

Az idegenforgalom irányítói jobban támaszkodjanak a kulturális életre. A fogadóhelyek az idegenforgalomra való felkészülés, az egészséges lokálpatriotizmus ébrentartásával ösztönözzék a kulturális élet és értékek minél szélesebb körű színvonalas bemutatását. Súlyt kell helyezni az idegenforgalmi fogadási kultúra kialakítására, melynek ki kell terjednie az udvariasságtól kezdve a környezeti kultúrán keresztül a nyelvtudásig és még ezenkívül sorolható sok mindenre.

A kereslet érzékenyen reagál a legkisebb változásra is, elsősorban az árváltozásra. A korrekt áraknak is nagy vonzása van. Az irreális árak elriasztják a vendégeket. Egyik napról a másikra sem a kultúrából, sem az idegenforgalomból nem lehet meggazdagodni, ha tisztességesek vagyunk.

A város alapvető bázisa a kulturális adottság. A kultúra mint motiváció, nem maradhat el a természet kínálta lehetőségektől. Komoly hangsúlyt kell fektetni a kulturális idegenforgalomra és publicitásának megteremtésére. Ehhez azonban pénzre van szükség és szakértelemre. Pályázatok útján kell pénzt biztosítani reklámra és rendezvények megszervezésére. Ki kell aknázni a kultúra, a népi kulturális sajátosságok és a táj adta lehetőségeket, azokat összhangba kell hozni az idegenforgalmi kínálati listán. Pl. nemzetközi folklórnapok, ifjúsági kórusversenyek, kiállítások, faragótáborok, festőművészek alkotásai stb. Ilyen esetek során találkozoznának a környező országok kultúrkövetei, megismerhetnék egymás kultúráját, kulturális történeseit. Az így vonzott tömeg nagy bevételt is jelentene a régióknak. De szürettek, vásárok, a régióra jellemző helyi hagyományokon alapuló rendezvények országossá, nemzetközivé tétele jó kihívás. Egyik dunántúli kisvárosban 1981-ben helyi együttesek bevonásával, majd országosra bővítésével folklórnapokat rendeztek. Ma már osztrák, olasz, német, brazil, spanyol és kínai együttesek vesznek részt és többbezer érdeklődő tömeget vonzanak.

A vásárok, búcsúk egyre inkább az elsődleges cél mellett idegenforgalmi látványosságot jelentenek.

### *Falusi turizmus*

Tudom, hogy Romániában történtek intézkedések a falusi turizmus fejlesztésére. 1990 óta a Mezőgazdasági és Élelmezésügyi Minisztérium a hegyvidéken megfelelő szálláshelyeket alakított ki, bio- és egészséges termékeket termeltet és épít a falvak hagyományaira. Agrárturisztikai gazdaságok és kispanziók 5 ágyig nem kell működési engedélyt kiváltsanak. Középtávú kamattámogatott hitelhez juthatnak, adót 10 évig nem kell fizetniük.

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. 2001.

A törekvéseket a PHARE-program is támogatta. Szervezetek jöttek létre, melyek támogatják a létrehozó törekvéseket. Támogatják a kiválasztott falvak fogadóképességének növekedését, a turisztikai infrastruktúrát és a vendégfogadók képzését. A két-részes program feltétlenül piacképessé teszi az ország falusi turizmusát.

A falusi turizmus a nyugati országokhoz hasonlóan egyre szélesebb körű jelenség, olcsó családi nyaralást és az urbanizációtól való menekülés lehetőségét biztosítja. Közben résztvevői megismerkedhetnek a nemzetközi kultúrával, kihálófélben lévő népszokásokkal. A gyerekek részére egy teljesen más világ felfedezését jelenti. Kedvelt üdülési forma a kis- és középkorúak, a fiatalok és a nyugdíjasok körében.

Nemcsak a belföldi turizmust lendíti fel, hanem sajátos termékek kialakításával sok külföldit is hozhatnak a régióba, az országba, ezzel kedvező hatást gyakorolva a gazdasági, kulturális és szociális életre. Hazai ötletgazdag szakemberek segítségével kell a feltételeket megteremteni, a sajátos falusi turizmust. A falusi turizmus sajátos vállalkozási forma a természet által létrehozott vonzerők, sokszor a helyi lakosság számára értéktelennek tűnő vagy kihasználatlan lehetőségek összehangolása és piacképessé tétele. Felhasználva a történelmet, a féltve őrzött évszázados szokásokat, a nemzeti kultúra értékeit.

Kiemelkedő szerepet juttat a vállalkozó családoknak, a helyi lakosságnak és az emberi kapcsolatok kialakítására való hajlandóságnak, mivel a házigazda, illetve a vendéglátó térség lakosainak vendégszeretete nélkül nem garantálható a jövőbeli siker, a pozitív visszajelzés, azaz a vendégek visszatérte.

A falusi turizmus legfontosabb tulajdonsága, hogy üdülőparadicsomok és szállodák helyett természetes egyszerűsége miatt vonzó környezetben, vidéken, hegyek között vagy folyók, tavak partján a szabadidőt falvakban lehet eltölteni.

Klasszikus értelemben mit értünk falusi turizmus alatt: a faluban élők fő foglalkozásuk mellett jövedelemkiegészítő tevékenységként saját házaikon belül kihasználatlan szálláshelyeket az üdülés szolgálatába állítják, miközben a falu megmarad környezetével és hangulatával eredeti állapotában.

A falura továbbra is a mezőgazdasági termelés, állattartás és ezekhez kapcsolódó ipari tevékenység lesz a jellemző. Ez egy speciális és olcsó üdülési forma.

A falusi turizmus természetközeli, a pihenni vágyókat szállással, étekkel, programokkal látja el saját környezetében. Nem tömegturizmus, a vendégnek nem kell igazodnia más vendégekhez, nincs kötelezve, hogy egy ráerőszakolt viselkedési formát vegyen fel. Rajta múlik, hogy mennyire tudja élvezni a szabadságát. Urbanizációmentes, e területeken nincs jelentős forgalom, nincsenek nagyüzemek, zajos közlekedési eszközök. A légkör nyugodt, az emberek barátságosak, segítőkészebbek. A környezet kötelezi a vendéget, hogy tisztelettel viseltessen környezetére iránt.

Vannak hátrányai is. Sok helyen fejletlen az infrastruktúra, rosszak az utak, útjelzőtáblák hiányoznak, nehéz a megközelíthetőség. A környezet sokszor kicsit nomád jellegű.

A területek káros hatásoktól mentesek, nincs környezetszennyezés, ezért kiválóan alkalmasak gyógykezelésre, megerősödére. Nagy a komplexitás hatása, ember és természet egységet alkot. A falusi turizmus a természeti adottságokra, nemzeti hagyományokra, szokásokra és kultúrára épül. A vonzerő létrehozása nem nehéz feladat, csak megfelelő marketingre, támogatásokra és hozzáállásra van szükség.

Végül munkahelyteremtő, a falusi turizmussal foglalkozók jövedelemhez jutnak, így jobb a megélhetésük. Lehetőséget teremt arra, hogy munkahelyhez jussanak. Hosszú távon jó befektetést jelent.

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. 2001.

Hatásairól is szabad legyen szólnom. Közvetlen hatások esetében a mezőgazdaság értékesítési lehetőségeit könnyíti, hiszen közvetlenül a turistáknak értékesítenek. Elősegíti a biogazdálkodás népszerűvé válását, csökkenti a foglalkoztatási gondokat, munkaerőt köt le, nem indikálja a fiatalok elvándorlását, megállítja a falvak népesség-szerkezetének előregedését. Sokszor értéktelennek tűnő termékeket értékesít, pl. jó levegő, műemlékek, tradíciók, paraszti életforma. Közvetett hatások is jelentkezhetnek, ilyenek a falu saját hasznára fordítható infrastrukturális beruházások, amelyek javítják a helyi lakosság életkörülményeit. Új kereskedelmi és vendéglátóhelyek jönnek létre, javul az önkormányzatok anyagi helyzete a megnövekedett adóbevételek miatt, az adott régió jobban bekapcsolódik az országos és a nemzetközi idegenforgalom áramlási vonalába.

### *A turizmus előnyei és hátrányai*

A turizmusnak természetesen vannak előnyei és hátrányai is. Így ez alól a természeti-környezeti hatásai sem kivételek. Pozitív az, hogy feltárja a természet adta és kínálta lehetőségeket, létrejönnek nemzeti parkok, természetvédelmi területek, tájvédelmi körzetek. Érdekében több gondot fordítunk az erdők védelmére, turistautakat jelölünk ki, tájékoztató táblákat helyezünk el. Kerékpárutakat létesítünk, több gondot fordítunk műemléképületeinkre, jobban vigyázunk a városkép alakítására, törekszünk tájba illő építési normák bevezetésére, talán jobban vigyázunk és gondot fordítunk a környezetszennyezés megelőzésére, az infrastruktúrafejlesztésre, felszínre hozzuk és ápoljuk népi, polgári és egyházi kultúránkat. Mindezeket elsősorban a helyi lakosság érdekében tesszük az idegenforgalom fejlesztéséért.

Persze ezen törekvéseket ártalmak is kísérik, a turista legtöbbször nem vigyáz a környezetére, károsítja azt, a létrehozott létesítmények miatt csökken a zöldterület, szemetesebb lesz a környék és oda nem figyelés miatt rossz kiadott építési engedélyek miatt romlik a városkép, zsúfoltak lesznek a közutak, jelentkezik a parkírozás ezer gondja.

De az előnyök és hátrányok összevetésében mégis az előnyök dominálnak, a turista-bevételekből javítható a mindennapi megélhetés.

*A turizmus gazdasági hatásainak* is két oldala van. A jobbik, hogy a turizmus olcsóbban termeli meg a valutát, számos olyan termék eladható, amelynek egyébként nem volna piaca. A turizmus bevételei továbbgyűrűznek más szektorokba és gazdaságélénkítő hatást fejtenek ki, nőnek az adóbevételek, a fogyasztás, élénkül a beruházás. Elmaradott régiók kapcsolhatók be a gazdaság vérkeringésébe.

Nemkívánatos, de mindezeknek mellékhatásai is vannak, elsősorban a nemkívánatos árnyvelő hatás, az adózatlan jövedelmek elterjedése, a feketepiac kialakulása, a szezonális foglalkoztatottság, kedvezőtlen gazdasági környezetben a beruházások hiánya.

Akkor működik zavartalanul a turizmus, ha tényleges gazdája az önkormányzat, amely pontosan meghatározza az idegenforgalom fejlődésének kívánatos irányait. Az idegenforgalom tevékenysége az önkormányzat területén zajlik, életének részévé válik, ezért önérdéke a térség imázsának kialakítása, az általa kínált idegenforgalmi termék piaci realizálása. Az önkormányzat által alkotott koncepció akkor válhat valóssá, ha nyilvánosságot kap, az állam szerepet vállal a turizmus feladatainak koordinálásában és ösztönzésében, a törvények, rendeletek meghozásával segítik a vállalkozókat és a külföldi tőke bevonását.

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. 2001.

Ez az ágazat megéri az odafigyelést és meghozza az eredményeket, nemcsak itt és most, hanem világszerte.

1999-ben a turizmus 130 millió embernek nyújtott munkaalkalmat és a legfontosabb munkahelyteremtő gazdasági ágazatok egyike lett. A fejlett országokban a lakosság egytizede dolgozik a turizmusban, döntő hányaduk kis- és középvállalkozásokban. A turizmus növekedési üteme meghaladja a világgazdaság átlagát, a forgalom, a hozzáadott érték, a tőkebefektetések és a foglalkoztatás területén. Az adóbevételek 6%-a a turizusból származik, a tőkeberuházások 7%-a a turizmus területén valósul meg.

### *Egy-két gondolat a vallásturizmusról*

Ma már nem lehet figyelmen kívül hagyni, mert nagy tömegeket mozgósít. A kulturális és a vallási turizmus szorosan összefonódik. Szinte minden történelmi emlékünknél megtalálható valamilyen mértékben a vallásos jelleg, amely az emberiség kultúrájából adódik. A zarándoklatok és a vallási utak összekapcsolhatók a nyaralással, kulturális turizmussal. A szervezőkön múlik, hogy a vallási turizusból többfunkciós turizmust formáljanak. A vallási turizmus még jelenleg erősen kapcsolódik a szociális vagy társadalmi turizmushoz. Ugyanis a résztvevők számára fontos, hogy olyan csoporttal utazzanak, akiknek szintén hasonló a gondolkodásmódjuk és életkoruk.

A vallási turizmus társadalmi struktúrájára jellemző, hogy például a nemek aránya a világ vallásai szerint különbözik. A keresztény vallásokban több a nő, míg az iszlámban a férfi.

A keresztény vallásoknál a turizmusban jellemző az ifjúság és a nyugdíjasok nagy számú részvétele. Az ifjúságnál megjelenik az oktató jelleg, illetve a zarándokhelyek megtekintése mellett még meglátogatnak más látnivalókat is.

A kegyhelyek, templomok, szent tájak, vallási fesztiválok látogatásra motiválják a turistákat. Ezeket a lehetőségeket a turizmus irányítóinak is fel kell fedezniük, hogy minél több turistát motiváljanak a látogatásra, össze kell állítsanak olyan programcsomagokat, amelyek kiegészítik a hívók programjait. Érdemes volna megvizsgálni a csíksomlyói pünkösdi búcsúra érkezőket, milyen idegenforgalmi szolgáltatások várják, e hatalmas tömegmozdulásból magának a városnak és környékének milyen anyagi haszna származik az erkölcsi haszon mellett.

Csak egy példa a sok közül: a volt jugoszláviai Medjugorje faluban 1981. június 21-én hat fiatalnak megjelent Szűz Mária. Mielőtt a katolikus egyház hivatalosan elfogadta volna a jelenést, turisták milliói keresték fel a községet, és az világhírűvé vált. Ma is naponta 5-15 ezer ember látogat a faluba. Az érkezők részére programokat dolgoztak ki, és ma már az odalátogatók 3-5 napot töltenek el a faluban. Egy szegény faluból gazdag település született, megjelentek a tenispályák, uszodák, rekreációs szolgáltatások. Érdemes e példa nyomán is Csíksomlyó vallási látogatóinak turisztikai programok ajánlása és készítése.

## Egy kutatás következtetései

Említettem két főiskolai tanárkolléga kutatásait. Erről is szeretnék pár mondatot mondani. Többek között azt vizsgálták kutatásaik során, hogy mennyire ismerte a turisztikai fogadó népesség azt, hogy kulturális öröksége jelentős értéket képvisel, legyen az tárgyi, akár életmódban kifejeződő örökség. Az eredmények azt igazolták, hogy a turisztikai desztinációvá válás számottevően átalakította a helyi lakosság gondolkodásmódját, a kulturális örökség értékelését és a megbecsülést illetően.

Külön vizsgálatot végeztek turistarégiókban és ipari régiókban.

Egyértelműen bebizonyosodott, hogy a turistarégióban lakók tapasztalják nap mint nap, hogy kulturális örökségük érdekessé teszi lakóhelyüket az idegenek számára, ez büszkévé teszi őket, és érzik, hogy kultúrájuk révén némiképp kivételezett helyzetben vannak és egyértelmű számukra, hogy e kivételezettség pótlólagos anyagi előnyökkel jár. Büszkén mutatják be népviseletüket, népszokásaikat, műemlékeiket. A fogadóközösség tagjai a büszkeségen túl felismerték, hogy ennek az örökségnek a megőrzése érdekében tenniük is kell valamit.

A turizmus és a kultúra kölcsönhatását vizsgálva, befejezésül megállapíthatjuk, hogy a kultúra a turizmus felől közelítve megjelenhet egyrészt mint konkrét cél (tudományos, művészeti, konferenciaturizmus, kulturális rendezvények, fesztiválok megtekintése vagy az azon való részvételre szervezett turizmus), másrészt mint kiegészítő program. A vendég szabadidejének hasznos kitöltése, közérzetének javítása, visszacsalogató élmény nyújtása.

A turizmus pedig a kultúra oldaláról közelítve megjelenhet mint közösség, mint a kultúráért fizetni képes potenciális fizetőképes kereslet, a kultúrafejlesztés egyik anyagi forrása, kultúragerjesztő, -kezdeményező, -szervező tényező, ezért nem hagyható figyelmen kívül az a tény, hogy a turizmus pozitívan hat a kulturális értékekre, a hagyományok megőrzésére. Ugyanakkor a turizmus negatív következménye lehet a kultúra komercializálódása.

Éppen ezért mindkettő érdekében meg kell nagy szakértelemmel találni azt az arányt, amely mindkettőt a fennmaradás érdekében szolgálja, és nem elválasztja.