

A Balaton régió kulturális attrakcióinak megítélése turizmus szakon tanuló egyetemi hallgatók szemszögéből

A Balaton régió központi helyet foglal el Magyarország idegenforgalmában. A térség a kiemelkedően szép természeti értékek mellett gazdag kulturális örökséggel is rendelkezik, mely kiváló kikapcsolódási lehetőséget nyújt az ide érkező látogatóknak. A helyi kultúra megismertetése és a kultúrafogyasztás népszerűsítése pedig elengedhetetlen része a régió turizmusának.

Az elmúlt évtizedekben azonban kisebb-nagyobb változások voltak megfigyelhetőek magyarok kultúrafogyasztásában, melyek természetesen a turizmusra is hatást gyakoroltak. Jelen kutatás célja, hogy ezeket a trendeket feltérképezve bepillantást engedjen a felsőoktatásban tanuló, turizmus szakos hallgatók kultúrafogyasztási szokásaiba és a Balaton régióval kapcsolatos utazási emlékeibe.

Kulcsszavak: Balaton, kultúra, kultúrafogyasztás, fiatalok

Bevezetés

A Balaton régió kiemelt jelentőséggel bír hazánk turizmusában, hiszen a tó egyedülálló természeti és kulturális értékekkel rendelkezik.

Jelen kutatás célja, hogy bemutassa 16 magyarországi felsőoktatási intézményekben turizmus szakon tanuló hallgatók turisztikai kultúrafogyasztását, valamint a Balaton régióval kapcsolatos tapasztalatait. A vizsgálatok megalapozásaként négy fókuszcsoportos beszélgetés került lebonyolításra a Pannon Egyetem magyar és nemzetközi hallgatóinak körében. Majd egy online kérdőív is kiküldésre került, mely az ország különböző felsőoktatási intézményeiben turizmust hallgató fiatalok válaszait fogadta. A két

primer kutatási módszer segítségével lehetőség nyílt a vizsgálatba bevont hallgatók Balaton régióra vonatkozó kulturális és utazási szokásainak megismerésére.

Kultúra és kultúrafogyasztási jellemzők Magyarországon

A kultúra és a kulturális örökség fontos szereppel bír a különböző nemzetek és népcsoportok mindennapjaiban és identitástudatának megerősítésében (Nuryanti 1996). A kultúrát azonban igen nehéz definiálni, hiszen megjelenése sokrétű, az élet minden területén nyomot hagy maga után. A mindennapokban legtöbbször a művészeti alkotások létrehozásához vagy közvetítéséhez kötődik, de gyakran azonosítják vele a különböző viselkedési mintákat, normákat vagy akár magát az életstílust (Pavluska et al. 2018).

A szakirodalom alapján a legjobban talán a következőképpen lehetne összefoglalni a kultúrát: a jövő generációi számára óvott múltbeli örökség, mely az összetartozástudat erősítése mellett nagymértékben hozzájárul az intellektuális igények kielégítéséhez is. Megjelenhet társadalmi emlékként, természeti vagy építészeti alkotásként, művészeti tevékenységek eredményeként, vagy akár népszokásként is (Williams 1985; Nuryanti 1996; Hall-Mcarthur 1998; Czene 2002; Csurgó 2014; Pavluska 2014).

A kultúra kiemelt szerepet játszik a 21. század turizmusában is. A UNWTO¹ 2018-as jelentése szerint folyamatosan növekszik azon utazók száma, akik valamilyen kulturális motivációval vezérelve kelnek útnak. A 2017-es évben pedig már a globális turistaérkezések közel 40%-ának háttérében állt ilyen jellegű indíttatás (UNWTO 2018).

Hazánkban is kiemelt jelentőségűnek tekinthető a kultúra, hiszen nemzetünk gazdag kulturális örökséggel rendelkezik. Azonban egy érdekes paradigmaváltás mutatkozott meg az elmúlt évtizedekben a fiatalabb generációk kultúrafogyasztásával kapcsolatban. Az érettségire való felkészülés során a középiskolákban leginkább az

általános műveltség növelése a cél, míg az egyetemekre, főiskolákra való bekerülés után szigorúan a szakképzésre koncentrálnak az intézmények, a műveltségi komponensek pedig folyamatosan háttérbe szorulnak. Ez pedig épp az ellenkezője a néhány évtizeddel ezelőtti helyzeteknek (Bazsa 2004). Felmerülhet tehát a kérdés, hogy a közoktatásban megszerzett műveltség elegendő-e arra, hogy az egyetemistákat tanulmányaik során megszólítsa a magaskultúra, valamint, hogy meg tudják-e alapozni a diplomás, értelmiségi szerepkört a jövőben az itt szerzett ismeretekre támaszkodva (Hegedűs 2016).

Ezzel párhuzamosan az egyetemeken elérhető kulturális kínálat (pl. koncertek, kiállítások, hangversenyek) és a hallgatók kultúrafogyasztási szokásai is hatalmas változásokon estek át az elmúlt évtizedekben. Korábban a kampuszokon jelenlévő kulturális elemek egyértelműen a „magas kultúrához” voltak sorolhatóak, mára azonban az intézmények kulturális programjai leginkább a populáris vonulat jellemvonásait hordozzák magukon (Koppen et al. 2002 in Hegedűs 2016). PUSZTAI kutatásai során rámutatott arra, hogy a magaskultúra iránt leginkább a vallási és a civil közösségek tagjaiként tevékenykedő hallgatók nyitottak (Pusztai 2011). Így, a mai egyetemistákat nem lehet egyértelműen magaskultúra-fogyasztónak tekinteni pusztán a felsőoktatásban való jelenlétük miatt. Emellett pedig a társadalmi háttér is képes hatást gyakorolni a hallgatók kulturális érdeklődésére (Hegedűs 2016).

A paradigmaváltás hatása egyértelműen érezhető a fiatalok kultúrafogyasztási szokásaiban is. Az Új Nemzedék Központ 2016-os reprezentatív felmérése érdekes eredményekkel szolgált a 15–29 év közötti fiatalok kultúrafogyasztási szokásairól. A vizsgálat alapján elmondható, hogy a válaszadók szabadidős tevékenységeit leginkább az életkor határozza meg. Kimutatták azt is, hogy minél fiatalabb valaki, annál több időt tölt el barátai körében. Ezek a találkozások a személyes összejövetelek mellett az online téren is végbe mehetnek, amit jól példáz, hogy a fiatalok közel kétharmada használja aktívan kapcsolattartásra a közösségi média különböző eszközeiket (Székely – Szabó 2017).

A barátok fontosságát PAVLUSKA és szerzőtársai (2018) is megerősítették a kutatásaikban. Munkájukban kiemelték, hogy a fiatalok érdeklődési körének formálódásában és kialakulásában nagy szerepe van a baráti társaságoknak és a későbbi kollegáknak (PAVLUSKA ET AL. 2018. 111–116).

Arra is fény derült, hogy a fiatalok körében egyre kevésbé népszerűek a hagyományos kulturális intézmények, többségük pedig mesziről elkerüli a komolyzenei koncerteket, operákat és művész mozikat. Ezzel szemben nagy népszerűségnek örvendenek a multiplexek és a könyvtárak. Valahol középen helyezkednek el a színházak, a koncertek és a kiállítások, ezekere a helyekre és eseményekre kisebb arányban kíváncsiak a fiatalok (Fanta Trendriport 2008, Székely – Szabó 2017).

A fesztiválok és különböző kulturális rendezvények is fontosak az ifjúság számára. Ilyen jellegű eseményeket a fiatalok közel egyegyede látogat rendszeresen. A leggyakrabban helyi szervezésű fesztiválokra mennek el, míg az országos szintű rendezvények vendégei leginkább a nagyobb városok és a főváros lakói. Jó példa erre, hogy a 2016-os évben a VOLT Fesztiválra látogató fiatalok közel 60%-a Budapestről vagy valamelyik nagyobb vidéki településről érkezett. Az országosan is ismert rendezvények közül a legtöbb fiatal a Szigetet, a Balaton Sound-ot és a VOLT Fesztivált látogatta meg 2016-ban. (Székely – Szabó 2017).

CSAPÓ és szerzőtársai (2018) arra is rámutattak, hogy szoros kapcsolat mutatható ki az iskolai végzettség és a kulturális programok iránti érdeklődés között. Kiemelték, hogy a magasabb végzettséggel rendelkezők sokkal nyitottabbak a kultúra valamely elemére épülő attrakciók és rendezvények iránt (CSAPÓ ET AL. 2018. 101).

A Balaton régió kulturális és örökségturizmusa

A Balaton turisztikai régió kiemelt szerepet tölt be hazánk turizmusában. A régió központi eleme, maga a Balaton, mely Közép-Európa legnagyobb édesvízű tava. A terület a természeti értékek mellett nagymennyiségű kulturális örökséggel is rendelkezik, melyek egész évben minőségi turisztikai szolgáltatásokkal várják az ide érkező vendégeket (MTÜ 2017). A tó körül

végezhető szabadidős tevékenységek a 19. században alakultak ki, de jelenlegi formájukat és ikonikus képüket a tömegturizmus évtizedei helyezték fel Európa turisztikai térképére (Sulyok – Lőrincz 2017).

A vendégforgalom időbeni és térbeni koncentrációjának enyhítésében nagy szerepe van a térségben a kulturális és örökség turizmusnak. A terület kiemelkedő kulturális attrakciói közé sorolhatóak többek között a Keszthelyi Festetics Múzeum, a Tihanyi Bencés Apátság, Balatonfüred pezsgő kulturális élete és reformkori hangulatot idéző nevezetességei vagy akár Siófok turistacsalogató szolgáltatási is. Emellett rengeteg történelmi jelentőségű épület és vár is megtalálható a tó körül. Népszerű látnivaló például a Szigligeti Vár, a nagyvásonyi Kinizsi-Vár, a Sümegei Vár, a Salföldön megtekinthető pálos kolostorok romjai, a Baláca-pusztán látogatható római villagazdaság maradványai vagy a Keszthely mellett található ókori Valcum erődváros romjai is (MTÜ é.n.; Péntes 2011)

Természetesen nem szabad figyelmen kívül hagyni a tájházzal (Szentbékállá, Vörs, Révfülöp, Kővágóörs, Köveskál, Káptalantóti, Balatonszárszó, Kerek, Balatonszentgyörgy) vagy vízimalmokkal (Örvényes, Zalaszenté, Csapok) rendelkező településeket sem, melyek a régi helybeli mesterségeket mutatják be az érdeklődőknek. Az északi mellett a déli part is kínál lehetőségeket a turisták számára. Kedvelt attrakció a balatonszársói József Attila emlékmúzeum, a balatonboglári Fischl-ház, a Vörös és Kék kápolna és Pincetárlat, melyek állandó művészeti kiállításokkal várják a látogatókat. Somogy megye háttértelepülései pedig népi építészeti és néprajzi értékeket mutatnak be tájházaikban (MTÜ é.n.; Péntes 2011).

A fentiek mellett egyre fontosabbá válnak a különböző tematikával rendelkező fesztiválok is, melyek sok esetben több látogatót képesek vonzani egy-egy településre, mint az adott desztináció és a kapcsolódó turisztikai szolgáltatásai együttesen. Ilyen kiemelt rendezvény például az alsóörsi Harley Davidson Fesztivál, a Művészetek Völgye, a Balaton Sound, vagy a VeszprémFest. Az országos jelentőségű rendezvények mellett évről-évre egyre több helyi szinten kiemelkedő fesztivál is megrendezésre kerül a térségben, melyek

többsége valamilyen gasztronómiai elemre (hal, vad, bor, népi ételek) épül (MTÜ é.n.; Péntes 2011). A térség kulturális életével kapcsolatban elkerülhetetlen Veszprém, mely 2023-ban tölti be a megasztelő Európa Kulturális Fővárosa címet.

Módszertan

A kutatás fő célja a turizmus szakos hallgatók kultúrafogyasztási szokásainak feltárása, valamint a kultúrával kapcsolatos attitűdjének megismerése volt. Ehhez kvantitatív és kvalitatív módszerek egyaránt felhasználásra kerültek. Az előbbi keretein belül négy darab fókuszcsoporthoz beszélgetés, az utóbbi során pedig egy online kérdőív került elkészítésre és kitöltésre a magyarországi felsőoktatásban tanuló hallgatók körében.

A fókuszcsoporthoz kutatásba a Pannon Egyetem turizmus-vendéglátás alapszakos másod-, illetve harmadéves hallgatói kerültek bevonásra a Kulturális turizmus, valamint az Nemzetközi turizmusföldrajz angol nyelvű tantárgyak keretein belül. Összesen 21 fő vett részt a beszélgetésekben, melyből 4 fő magyar nyelvű levelező tagozatos, 12 fő magyar nyelvű nappali tagozatos, 5 fő pedig angol nyelvű képzésre járó nemzetközi hallgató volt. Az idegennyelvű hallgatók többsége Ázsiából érkezett. Az első fókuszcsoporthoz tagjait levelezős, a második és harmadik csoportot nappalis, a negyedikét pedig külföldi hallgatók alkották. A résztvevők főként szabadidős utazási szokásairól és kulturális jellegű attrakciókkal kapcsolatos véleményükről számoltak be. Továbbá, a csoportok újságokból, magazinokból kivágott képek segítségével illusztrálták egy számukra tipikus belföldi utazás képi elemeit.

A fókuszcsoporthoz kutatás mellett egy online kérdőív is elkészítésre került, mely a hazai felsőoktatásban turizmust tanuló hallgató által került kitöltésre. A Felvi 2018/2019-es adatbázisa szerint összesen 16 felsőoktatási intézményben folyik turizmusképzés felsőoktatási szak-, alap-, vagy mesterképzés formájában. A hallgatókat a közösségi média eszközeinek, valamint a Hallgatói Önkormányzatok (HÖK) szakképviselőinek segítségével próbáltam meg elérni. A kérdőív első körben HÖK képviselők számára került kiküldésre, akik megosztották azt az általuk elérhető, hallgatókat tömörítő csoportokban. Azonban az alacsony válaszadási hajlandóság miatt, második körben olyan Facebook csoportok kerültek felke-

resésre, melynek az ország különböző felsőoktatási intézményeiben turizmust tanuló hallgatói voltak a tagjai. A kérdőív 2019 januárja és májusa között fogadta a kitöltéseket, a két lépés során összesen 163 turizmus szakos hallgatótól érkezett válasz. A kutatásban résztvevő intézmények az online kérdőív eredményei című fejezetben kerültek felsorolásra.

Kutatási eredmények

A következőkben a primer kutatás eredményei kerülnek bemutatásra. Először a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetést, majd az online kérdőívre kapott válaszokat fogom ismertetni.

A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés eredményei

A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés résztvevői elsőként az elmúlt három évben szerzett belföldi és külföldi utazási élményeikről számoltak be. A magyarok belföldi utazásai általában rövidebbek (2-3 nap), mint a külföldre tett látogatásaik (4-8 nap). Ezt a nemzetközi hallgatók is megerősítették, azonban azt is elmondták, hogy Budapest kivételével, ahol általában egy hosszabb hétvégét szeretnek eltölteni, a többi belföldi desztinációban mindössze csak egyetlen napot vagy csak pár órát töltöttek el. A legnépszerűbb belföldi és külföldi úticélok az 1. ábrán kerültek összefoglalásra.

Az 1. ábrán félkövér betűvel kerültek jelölésre azok a települések, melyek a Balaton régióban találhatóak. Jól látszik, hogy az elmúlt években mind a magyar, mind pedig a külföldi hallgatók megfordultak a régió több településén is. A magyar hallgatók leginkább fürdőzni mentek a Balaton régióba, esetleg gasztronómiai, vagy zenei fesztiválokat látogattak meg utazásaik során. A külföldi hallgatók is nyitottak bizonyultak a Balaton körül tett látogatásaik során, sokan számoltak be arról, hogy a fontosabb kulturális turisztikai attrakcióit is megtekintették kirándulásaik során. Azt is hozzátették, hogy szívesen ismernék meg többet a Balatonparti települések közül, azonban a nyelvi ismeretek hiánya miatt nem igazán szeretik maguknak szervezni az utakat. Elmondásuk szerint nagy segítséget jelentene ebben, ha az egyetem több kirándulást, szakmai utat kínálna, amelyért akár fizetni is hajlandóak lennének.

A szabadidős utazások motivációval kapcsolatban a magyar és a külföldi hallgatók azonos véleményen voltak. Kiderült, hogy a kultúra önmagában nem kiemelkedően fontos számukra az úticél megválasztásában. Egy vár, vagy egy szép történelmi belváros miatt nem kelnek útra, csak

1. ábra: A magyar és külföldi hallgatók által említett szabadidős utazási célpontok



Forrás: saját szerkesztés a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés alapján

ha „több minden is van a régióban”, amit megnézhetnek. A fesztiválok – főként a könnyűzenei és gasztronómiai témájúak – viszont már önmagukban is elég érdekesek a magyar hallgatók számára, hogy ellátogassanak egy adott településre. A legtöbben a Zamárdiban megrendezendő Balaton Sound-on vettek részt. Emellett, néhányan említettek még kisebb, borra és halakra épülő helyi rendezvényeket (Szigligeti Süllőfesztivál, Rozé, Rizling és Jazz Napok) is, melyre az 2016 és 2019 ellátogattak.

A beszélgetés másik felében egy kollázt kellett készíteniük a résztvevőknek, melyen egy tipikus belföldi utazás képi elemeit jelenítették meg (2. ábra). A közös pontok ez esetben is félkövérel kerültek kiemelésre.

A kollázsokon a magyar és a külföldi hallgatók többé-kevésbé ugyanazokat a képi elemeket mutatták be. A természet, a gasztronómia, a történelem és az aktív kikapcsolódás közös volt a képeken. A külföldi hallgatók azonban a művészetekről, és zenei rendezvényekről nem ragasztottak fel képet, míg a különleges építészetről igen. Elmondták, hogy számukra az európai építészeti nagyon érdekes, ezért szeretik megcsodálni a történelmi épületeket kirándulásaik során. További érdekesség még, hogy a magyar hallgatók

képei között kettőn is megjelent a Balaton, mint tipikus úticél. A hallgatók szerint ugyanis a vízparti pihenés fontos szerepet töltött be gyermekkori nyári családi utazásaik során, melyre szívesen emlékeznek vissza.

Az online kérdőív eredményei

Az online kérdőívet összesen 163 turizmus szakos hallgató töltötte ki. Az intézményi megoszlást tekintve elmondható, hogy a legtöbb válasz a Budapesti Metropolitan Egyetemről (21,0%), a Pannon Egyetemről (16,0%) és a Széchenyi István Egyetemről (15,4%) érkezett. Ezt követte a Szent István Egyetem (10,5%), a Debreceni Egyetem (11,7%), a Budapesti Corvinus Egyetem (8,6%), az Eszterházy Károly Egyetem (5,6%), a Pécsi Tudományegyetem (4,9%), a Kodolányi János Egyetem (2,5%), a Neumann János Egyetem (1,9%), a Miskolci Egyetem (1,2%) és végül a Budapesti Gazdasági Egyetem (0,7%). Négy egyetemről sajnos egyáltalán nem érkezett kitöltés (Edutus Egyetem, Gábor Dénes Főiskola, Nyíregyházi Egyetem, Soproni Egyetem).

A kitöltők többsége alapképzésre (72,4%) járt. A többiek 23,3%-a felsőoktatási szakképzési, 4,3%-a mesterképzési formában folytatta tanulmányait. A válaszadók 87,1%-a nő, 12,9%-a férfi volt. Többségük 18 és 25 év közötti volt, azonban

2. ábra: A kollázsokon ábrázolt képi elemek



Forrás: saját szerkesztés a fókuszcsoporthoz beszélgetés alapján

tek emlékezetes Balatonparti nyaralásokat vagy hosszú hétvégék során meglátogatott régióbeli városnézéseket, múzeum-, és fesztivállátogatásokat. Emellett, az is egyértelműen kirajzolódott a beszélgetésekből, hogy a zenei és gasztronómiai rendezvényeken kívül nincsenek olyan kulturális attrakciók a Balaton régióban, amelyek önmagukban elegendő motivációt jelentenek a fókuszcsoportban részt vevő fiatalok számára az utazáshoz. Azonban az mindenképpen pozitívnak tekinthető, hogy a desztinációban való tartózkodás esetén szívesen tekintenek meg különböző típusú turisztikai attrakciókat is.

Az online kérdőív eredményei alapján elmondható, hogy a beérkezett 163 válaszadó közül mindössze négy kitöltő említette a Balatonparti települések valamelyikén eltöltött nyaralást,

mint legemlékezetesebb szabadidős célú, 2016 és 2019 között megvalósuló utazást. Ezek is igen egysíkúak voltak, hiszen ebből a négy esetből háromszor Tihanyban, egyszer pedig Keszthelyen jártak a válaszadók.

Az eredmények arra utalnak, hogy bár a fiatalok alapvetően nyitottak és érdeklődők, csak akkor látogatnak el egy adott településre, ha az ottani látványosságok kellően érdekesek számukra. A szakirodalomelemzés és a saját tapasztalatok arra engednek következtetni, hogy a csupán kevés attrakció kelti fel igazán az érdeklődésüket és csábítja őket utazásra. Azonban, ha már ellátogatnak valahová, akkor a megfelelő marketing és az interaktív turisztikai szolgáltatások sokat segíthetnek abban, hogy minél több nevezetességet tekintsenek meg (4. ábra).

4. ábra: A kutatás eredményeinek összegzése



Forrás: saját szerkesztés a kutatási eredmények alapján

Irodalomjegyzék

BAZSA György: 21. századi műveltség fel-
sőkötési tükörben. = *Educatio*, 13. (2004), (2.
sz.) 267-278.

CZENE Zsolt: A kulturális örökség terület-
fejlesztési megközelítése. = *Tér és Társadalom*,
16.évf. (2002), (2002/4) 25-38.

CSAPÓ János – GERDESICS Viktória –
GONDA Tibor – RAFFAY Zoltán – TÖRŐCSIK
Mária: Turizmus. A magyar lakosság turizmussal
kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű
vizsgálattal. Kézirat. [Számítógép-fájl]. EFOP-
3.6.1-16-2016-00004, Pécs, PTE KTK, 2018

CSURGÓ Bernadett: A vidék nosztalgija.
Kulturális örökség, turizmus- és közösség-szerve-
zés három észak-alföldi kistérségben. = *Socio.hu*,
2014(2) (2014)

HALL, C. Michael- MACARTHUR, Simon:
Integrated Heritage Management. The Stationery
Office, London, 1998

HEGEDŰS Anita: Egyetemisták és kultú-
rafogyasztás intézményi szintű kultúrakínálat a
vidéki egyetemek tekintetében = *Tudásmenedzs-
ment*, XVII (2016), 1. különszám, 99-108.

Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ): Bala-
ton - minden élménnyel több lesz. (é.n.)

NURYANTI, Wiendu: Heritage and
postmodern tourism = *Annals of Tourism Rese-
arch*, 23. (1996) (2.sz) 249-260.

PAVLUSKA Valéria – JAKOPÁNECZ Esz-
ter – TÖRŐCSIK Mária: Kultúra. A magyar la-
kosság kultúrával kapcsolatos beállítódása és
követett magatartása generációs szemléletű viz-
sgálattal. Kézirat. [Számítógép-fájl]. EFOP-3.6.1-
16-2016-00004, Pécs, PTE KTK, 2018

PAVLUSKA Valéria: Kultúramarketing. El-
méleti alapok, gyakorlati megfontolások. Akadémiai
Kiadó, Budapest, 2014

PÉNZES Erzsébet: A Balaton. = Magyaror-
szág idegenforgalmi régiói. Szerk. DÁVID Ló-
ránt. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, (2011) 82-
99

PUSZTAI Gabriella: A láthatatlan kéztől a
baráti kezekig: Hallgatói értelmező közösségek a
felsőkötésben. Budapest: Új Mandátum, Buda-
pest (2011)

SULYOK Judit- LŐRINCZ Katalin: Building
the Future Based on the Past - Tourism Around
the Lake Balaton. = *Pannon Management Review*
Vol. 6 (2017). (No. 1-2) 9-18.

WILLIAMS, Raymond. Keywords: A
vocabulary of culture and society. Oxford Uni-
versity Press, New York, 1985

Internetes források

Fanta Trendriport 2008 (kutatásvezető: Ság-
vári Bence) Elérhető: http://www.brandtrend.hu/musor/FantaTrendriport_6.pdf (letöltve: 2019.02.16.)

Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ):
*National Tourism Development Strategy 2030:
Executive Summary*. (2017) Elérhető: http://www.kormany.hu/download/8/19/31000/mtu_kiadvany_EPUB_297x210mm%20-%20preview.pdf

SZÉKELY Levente- SZABÓ Andrea: Ma-
gyar ifjúság kutatás 2016: az ifjúságkutatás első
eredményei. Új Nemzedék Központ, 2017. El-
érhető: http://www.ujnemzedek.hu/sites/default/files/magyar_ifjusag_2016_a4_web.pdf (letöltve: 2019.01.22.)

UNWTO: Tourism and Culture Synergies.
World Tourism Organization (UNWTO), Mad-
rid, 2018. Elérhető: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978> (letöltve: 2018.11.05.)

A szerzők és elérhetőségük

(1) PhD hallgató, Pannon Egyetem, Gazda-
ságtudományi Kar, Turizmus Intézeti Tanszék;
e-mail: kantor.szilvia@gtk.uni-pannon.hu

Közönetnyilvánítás

Jelen publikáció/kutatás Emberi
Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-18-3 kódszá-
mú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támoga-
tásával készült.

Jegyzet

1. UN World Tourism Organization