

A HELYI ÉRDEKCSOPORTOK SZEREPE A VIDÉKI GASZTROFESZTIVÁLOK MŰKÖDTETÉSÉBEN DÉL-ALFÖLDI PÉLDÁK ALAPJÁN

Tóth Bettina¹ – Hegedűs Gábor²

¹Szegedi Tudományegyetem, Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék, toth.bettina@geo.u-szeged.hu

²Szegedi Tudományegyetem, Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék, hegedusg@geo.u-szeged.hu



Az Emberi Erőforrások Minisztériuma UNKP-18-3 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.

DOI: 10.33538/TVT.190401.3

Absztrakt

A gasztroturizmus jelentősége világszerte, így Európában és Magyarországon is növekszik. Hazánkban ez az újszerűnek tekinthető turisztikai típus leginkább gasztrofesztiválok rendezésében nyilvánul meg. Kutatásunkban dél-alföldi esettanulmányok alapján vizsgáltuk, hogy a falusi gasztrofesztiválok fenntartható működését hogyan befolyásolja az érintett, különböző helyi érdekcsoportok együttműködési készsége. Eredményeink alapján az általában csak helyi jelentőségű gasztrorendezvények jelentős fejlődésen mehetnek keresztül, és idővel akár turisztikai jellegű, térségi vonzerejű fesztiválokká is válhatnak. Ehhez szükséges a helyi társadalom kohéziója, a sikeres érdekegyeztetés és együttműködési készség a különböző helyi települési szereplők között. E feltételek teljesülése esetén a vizsgált gasztrorendezvények egy része a helyi közösség és a turisták számára is fenntartható lehet gazdasági, társadalmi és kulturális értelemben egyaránt.

Kulcsszavak: vidéki turizmus, gasztroturizmus, gasztrofesztivál, helyi érdekcsoport

Abstract

The importance of food tourism is increasing globally, in Europe and Hungary as well. This new type of tourism mostly manifests itself in organising food festivals in Hungary. In our case studies focusing on the Dél-Alföld (Southern Great Plains) region, we analysed how the sustainable functioning of rural food festivals was influenced by the cooperation skills of the different interest groups involved. According to our research results, food events that usually only have local importance can be developed significantly, and they can be transformed even into touristic festivals which attract people on a regional level. In order to achieve the above, cohesion of local society, successful reconciliation of interests, and cooperation skills are all necessary. When each of these conditions are realized, a part of the studied food events may become economically, socially and culturally sustainable for both residents and tourists.

Keywords: rural tourism, food tourism, food festival, local interest group

Bevezetés

Napjaink turizmusában az étkezés mint kiegészítő szolgáltatás egyre fontosabb szerepet játszik az utazás élményében, de akár az utazás fő motivációja is lehet. Ehhez kapcsolódóan egy önálló turisztikai ág, a gasztroturizmus jött létre, mely jelentősége a világ nagy részén, így Európában és Magyarországon egyaránt növekszik. A gasztroturizmusnak többféle típusa és formája létezik, melyek közül jelen tanulmányunkban a gasztrofesztiválokkal foglalkozunk. Magyarországon különösen az 1990-es évek óta számos gasztrofesztivált rendeznek a városias és vidékies térségekben egyaránt, melyek széleskörű pozitív hatással lehetnek a szervező települések fejlődésére. Az előnyök eléréséhez, és azok társadalmi, gazdasági és kulturális fenntarthatóságának biztosításához közösségi részvételre és érdekegyeztetésre van szükség a különböző helyi érdekcsoportok között. Kutatásunkban három esettanulmányon keresztül tárjuk fel a helyi érdekcsoportok falusi gasztrofesztiválok működésében játszott szerepét, illetve felvázoljuk a fesztiválok céljait, eredményeit és a működtetésükkel járó konfliktusokat is.

1. A gasztroturizmus általános jellemzői

Az étkezés és a turizmus kapcsolatából származó turisztikai terméktípust a hazai és a nemzetközi szakirodalom hasonlóan definiálja. A nemzetközi szakirodalom általában a „food tourism” („ételturizmus”) fogalmat használja, melyet például úgy határoz meg, hogy „*az utazás fő motivációs tényezője az elsődleges és másodlagos termelők, ételekre alapozott fesztiválok, éttermek és olyan speciális helyek felkeresése, ahol lehetőség nyílik ételek kóstolására, vagy az adott régió speciális élelmiszertermelési jellemzőinek megismerése*” (HALL – GÖSSLING 2016:6). A magyar szakirodalom a gasztroturizmus fogalmat használja leginkább. Ezt olyan turisztikai terméknek értelmezi, mely során a látogató fő motivációja a felkeresett célterületre jellemző ételek és italok megízlése, a nemzeti és tájjellegű konyha kipróbálása, valamint a desztináció vendéglátási tradícióival való megismerkedés. Megjelenhet a turista igénye a gasztronómiai különlegességek elkészítési módjának elsajátítására, emellett motivációt jelenthet egy-egy híres vendéglátóipari létesítmény felkeresése vagy speciális ételekhez, italokhoz kötődő fesztiválok, versenyek meglátogatása (MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG). A definíciók alapján a gasztronómiai fókuszú utazás alkalmával a turista érdeklődik egy adott, táj, terület, település gasztronómiai hagyományai iránt, így célul tűzi ki a helyi ételek és italok megízlelését, esetleg elkészítési módjaik elsajátítását (BUJDOSÓ et al. 2012).

A gasztroturizmus vidéki és városi környezetben egyaránt létezhet, illetve több megjelenési formája van, mely folyamatosan bővül egyre innovatívabb lehetőségekkel (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2013, GONDA 2016, CSURGÓ et al. 2019). A gasztroturizmus legáltalánosabb megjelenési formája az étteremlátogatás, azonban HALL – SHARPLES (2003) szerint csak abban az esetben, ha a turistának valamilyen specifikus, tájjellegű étel megkóstolása a célja. Emellett az étkezés által nyújtott élmény megtapasztalható gasztronómiai tematikus utakon, vásárokon, gasztronómiai múzeumokban, gasztrofesztiválokon és egyéb gasztrorendezvények alkalmával (BUJDOSÓ et al. 2012, VARGÁNÉ CSOBÁN et al. 2015).

A gasztrofesztiválok a gasztroturizmus egyik legnépszerűbb megjelenési formái, melyek általában évente egy alkalommal biztosítanak kiemelt figyelmet a szervező településre és annak gasztronómiájára (GONDA 2016). A gasztrofesztiválokat többféle módon lehet osztályozni (TIMOTHY – PENA 2016, SZABÓ-ZÁVODI 2018). Így például megkülönböztetjük a helyi termékek vagy termények ünnepeit, a hagyományos ételek főzőünnepeit, főzőversenyeket. Illetve vegyes fesztiválok is léteznek, melyek több ételre, italra fókuszálnak, tartalmazhatnak művészeti elemeket is, vagy pedig nincs határozott profiljuk (MÁTÉ-SZABÓ 2011). A gasztrofesztiválok általános céljai a gasztronómiai hagyományok megőrzése vagy éppen az új trendek népszerűsítése, a fesztivál fókuszába helyezett termék/étel piacra juttatása, az előállítók bevételeinek növelése, valamint fontos cél a fesztivált szervező település pozitív imázsának erősítése (KALKSTEIN-SILKES et al. 2008, KULCSÁR 2016, TIMOTHY – PENA 2016, SÜLI – MARTYIN 2017). A gasztrofesztiválok találkozási helyet biztosítanak a fogyasztók és a termelők számára, illetve lehetőséget teremtenek a látogatóknak a számukra új, különleges ételek és ízek megismerésére (KALKSTEIN-SILKES et al. 2008). A kísérő zenei és kulturális programok szórakozási lehetőséget jelentenek a látogatóknak. A gasztrofesztiválok turisztikai vonatkozása, illetve a közösségépítő hatása is kiemelendő, hiszen az együtt étkezés és ételkészítés erősítheti a közösségi kapcsolatokat (HALL – SHARPLES 2008, HORVÁTH et al. 2016). Azonban egyes gasztrofesztiválok esetében a fő cél leginkább a turistákat vonzó attrakció létrehozása. Mindezek alapján a gasztrofesztiválok fontos társadalmi és kulturális funkciót töltenek be, de a gazdasági vonatkozásaik ugyancsak előtérbe kerülnek (HALL – GÖSSLING 2016, KULCSÁR 2016).

Egyre több településen ismerik fel a gasztrofesztiválok megrendezéséből származó településfejlesztési előnyöket, és szeretnék kihasználni azokat, új fesztiválokat létrehozva vagy régieket átalakítva, egyre innovatívabb termékek köré szervezve, és igazodva a kereslet változó igényeihez (PUSZTAI 2007, FEHÉR et al. 2010, KULCSÁR 2016, KÓRÓDI – BAKOS 2017). A gasztroturizmusba bekapcsolódni kívánó települések érdekcsoportjai általában feltérképezik gasztronómiai hagyományaikat, erőforrásaikat, melyekre alapozva fesztivált szervezhetnek (CSURGÓ 2014). Akadnak olyan települések is, melyek nem saját hagyományaikra alapoznak, hanem választanak egy terméket, amelyet magukénak alakítanak különösebb helyi kötődés vagy egyediség nélkül (PUSZTAI 2007). E módszer alkalmazásával olyan települések is bekapcsolódhatnak a turizmusba, melyek csekély mértékben rendelkeznek saját turisztikailag hasznosítható erőforrással, és turisztikailag kevésbé frekvenciált térségben helyezkednek el (FEHÉR – KÓRÓDI 2008).

A vidéki turizmus és azon belül a gasztroturizmus fejlesztésében és az abból származó településfejlesztési előnyök elérésében sokféle helyi és külső érdekcsoportnak van szerepe (KISS 2013). Ezek közül a legáltalánosabb helyi érdekcsoportoknak tekintjük az önkormányzatot, a helyi lakosokat, a vállalkozókat és a civil szervezeteket. Véleményünk szerint e csoportok érdekeit össze kell egyeztetni a gasztrofesztiválok eredményes működése érdekében, melyhez elengedhetetlen az összefogás és a közösségi részvétel. A különböző összetételű és kompetenciájú helyi közösségek összefogása településenként eltérő fejlesztési eredményekhez vezet.

2. A kutatás céljai, kérdései és módszertana

A vidéki gasztrfesztiválok működését a dél-alföldi régióban vizsgáltuk három esettanulmányon keresztül. A régióban országos viszonylatban gyakoribbak a gasztroturisztikai rendezvények (FEHÉR – KÓRÓDI 2008). Az esettanulmányok kiválasztását megelőzte a régióban megszervezett fesztiválok kvantitatív elemzése. Ehhez azonban nem állt rendelkezésünkre olyan teljes körű hivatalos, elérhető adatbázis, mely a vizsgált régióban megszervezett gasztrfesztiválokat tartalmazza, ezért az itt megrendezett gasztrfesztiválok adatbázisát magunk készítettük el. Az adatbázisba azokat a rendezvényeket soroltuk be, melyek nevében szerepelt valamilyen termék, termény, étel vagy termékünnep, és a vizsgált évben, 2018-ban megrendezésre került. A leválogatáshoz települési honlapokat, megyei hírportálokat (baon.hu, beol.hu, delmagyar.hu), turisztikai programajánló honlapokat (például programturizmus.hu) használtunk. Eredményeink alapján a legnagyobb arányban Bács-Kiskun megye települései rendeznek gasztrfesztiválokat, ez az arány Csongrád megyében nem sokkal alacsonyabb, Békés megye értéke viszont elmarad ezekről. A legtöbb gasztrfesztivál Bács-Kiskun megyében kerül megrendezésre, ezt követi Csongrád és Békés megye (1. táblázat).

1. táblázat: A dél-alföldi régió gasztrfesztiváljainak száma

Szempont/megye	Bács-Kiskun	Csongrád	Békés
Települések összesen	119	60	75
Gasztrfesztivált szervező települések száma és aránya	49 (41,2%)	22 (36,7%)	16 (21,0%)
Gasztrfesztiválok összesen	74	38	19
Gasztrfesztiválok száma és aránya* a megyeszékhelyen	6 (8,2%)	11 (28,9%)	2 (10,5%)
Gasztrfesztiválok száma és aránya* a járásszékhelyeken	16 (21,6%)	11 (28,9%)	5 (26,3%)
Gasztrfesztiválok száma és aránya* a többi településen	52 (70,2%)	16 (42,2%)	12 (63,2%)

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés 2018

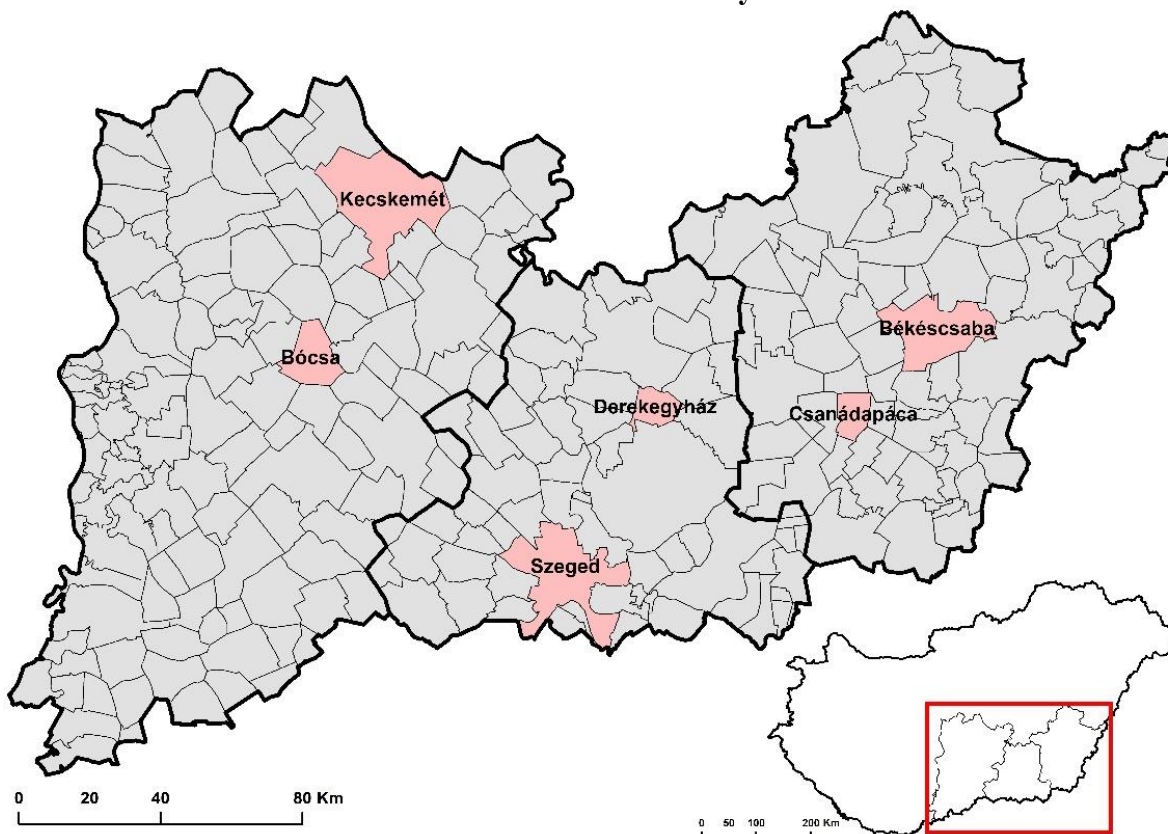
** a megyében rendezett összes gasztrfesztiválhoz viszonyítva*

Legyűjtésünk alapján jelentős mennyiségű gasztrfesztivált szerveznek a vizsgált régióban. A magas számuk miatt elképzelhető, hogyha túlzottan nagy a kínálat a gasztrfesztiválok piacán, ezek látogatottsága és népszerűsége csökkenhet.

Kutatásunkban a gasztrfesztiválok társadalmi, kulturális és gazdasági fenntarthatósága szempontjából fontos kérdésnek tartottuk, hogy a fesztiválok működésében mely helyi érdekcsoportok érintettek, azok hogyan tudnak együttműködni egymással, és érdekeik miként érvényesíthetők (HALL – GÖSSLING 2016). Emellett a vizsgálat során arra is kitértünk, hogy a szervezők a fesztiválokat milyen

célokkal hívták életre, milyen problémákba ütköznek céljaik elérése során, továbbá mely településfejlesztési eredményeik származnak a fesztiválok működéséből. Kutatási kérdéseinkre három dél-alföldi esettanulmány elemzése alapján adunk választ, melyeket az általunk elkészített adatbázisból választottunk ki. A kiválasztás során figyelembe vettük, hogy a vizsgálandó fesztiválok különböző megyéből származó, hasonló lélekszámú településen kerüljenek megrendezésre. A kiválasztás egyik alapját jelentette, hogy a fesztiválok gasztronómiai tematikája ne klasszikus értelemben vett helyi termék legyen. Ehelyett olyan fesztiválokot választottuk, amelyek példáin keresztül jól lehet vizsgálni, hogy mennyire képesek a nem tradicionális helyi értékekre, termékekre alapuló fesztiválok az adott közösségben és részben a turisták számára is elfogadottá válni. Ez alapján kutatásunkban a vidéki értékteremtés vizsgálata is fontos szempont volt. További kritériumunknak számított a fesztiválok időbelisége, azaz, hogy hosszabb múltra tekintsenek vissza (legalább 8 év), mely idő alatt folyamatosan megrendezésre kerültek. A felvázolt szempontjainknak a bócsai Bócsator, a Derekegyházi Palacsintafesztivál és a csanádapácai Kakasfesztivál felelt meg (1. ábra). Az esettanulmányok elemzéséhez interjúk kutatásunk során szerzett eredményeinket dolgoztuk fel, az interjúk teljes körű transzkriptálásával és kielemezésével (NVivo 12 program). Bócsán és Csanádapácán 8-8, Derekegyházon 6 félig strukturált interjút készítettünk az egyes helyi érdekcsoportok körében, melyek a polgármesterek, rendezvényszervezők, menedzserek, civil szervezeti tagok és helyi lakosok voltak. A félig strukturált interjúk alapvetően azonos kérdésblokkjai (például a helyi fesztivál megítélése, problémái, érdekcsoportok szerepe a működtetésben) lehetőséget adtak az egyes helyi érdekcsoportok településen belüli és települések közötti nézőpontjának összehasonlítására.

1. ábra: A mintaterületek elhelyezkedése



Forrás: saját szerkesztés 2019

3. A vizsgált fesztiválok általános jellemzői, gasztronómiai és kulturális vonatkozásai

Bócsa Bács-Kiskun megyében fekvő, 1811 lakosságszámú (2018) község, mely kiemelt gasztronómiai rendezvénye a 2011 óta minden évben megrendezésre kerülő Bócsator. Csongrád megyei esettanulmányunk a 2007 óta létező Palacsintafesztivál, melynek az 1537 lakosú Derekegyház ad otthont. A mintaterületeink kiválasztási szempontjainak Békés megyéből a Kakasfesztivál felelt meg, melyet a 2427 fős Csanádapáca önkormányzata szervez meg 2011 óta minden évben.

A Bócsator egy egynapos böllérfesztivál, mely civil kezdeményezésre jött létre egy helyi böllér szervezésében, melyet a helyi önkormányzat aktívan támogatott anyagiakkal, a szükséges infrastruktúra biztosításával és személyi segítséggel. A fő szervező és az önkormányzat között kialakult nézeteltérés következtében 2018-ban a fő szervező kivált a fesztivál szervezéséből, és a szomszédos településre vitte át a rendezvényét új névvel. Bócsán a Bócsator megrendezését az önkormányzat vette át. A jelenleg öt napos

Derekegyházi Palacsintafesztivál a település falunapjából nőtte ki magát. A település önkormányzata a családi főzőversenyen túlmutatóan gasztronómiai témát igyekezett adni a rendezvénynek, azzal a – szakirodalomban is gyakran megjelenő – céllal, hogy egy közösen végezhető tevékenység és étkezés segítségével összehozzák az embereket (HORVÁTH et al. 2016). A fesztivál fókuszába a palacsintasütést helyezték, ugyanis ezt az ételt könnyű elkészíteni, így a fesztivál látogatói is részt tudnak venni benne, és átélni azt, valamint költséghatékony is. Így a Palacsintafesztivál tematikája újszerű és innovatív, nem helyi hagyományokra alapozott, ami más, újonnan létrehozott fesztiválok esetében is jellemző (PUSZTAI 2007). A csanádapácai Kakasfesztivál korábban három napos volt, de jelenleg két napig tart, melyből az első nap a kakasfőzésről szól, a második napon pedig a búcsúra kerül sor. A település a fesztivál fókuszába a kakasfőzést helyezte, ezzel tisztelve erdélyi testvértelepülésük, Apáca több évszázados kakaslövési hagyománya előtt. Mindezek alapján a kiválasztott gasztrorfesztiválok fókuszába helyezett étel és gasztronómiai tevékenység nem helyi hagyományokon alapszik, hanem értékteremtési folyamat során jött létre az utóbbi évek során.

Mindhárom kiválasztott fesztivál esetében az ételek elkészítését csapatokban végzik, de eltérő módon. A Bócsatoron a körülbelül 20-30 főből álló csapatok a saját maguk által beszerzett sertést dolgozzák fel a nap folyamán, és készítik el az előre megadott ételeket, melyekkel versenybe szállnak egymással. A csapattagoknak a közös munka és a vendéglátás, míg a látogatóknak a feldolgozás látványa, illetve a csapatok által elkészített ételek megízlelése ad élményt. A látogatók az ételeket a pénztárnál vásárolt kóstolójegyek ellenében kóstolhatják meg, melyből befolyt összeg a rendezvényt követően a résztvevő csapatokat illeti, de ők maguk nem értékesíthetik az ételeket. A Derekegyházi Palacsintafesztivál első éveiben családok, barátok települtek ki a település központjába gáztűzhelyeikkel és eszközeikkel, saját receptjeik alapján sütve a palacsintát maguk és a látogatók számára ingyenesen. Azonban a fesztivál látogatottsága gyorsan növekedett, és ezzel a sütési móddal már nem tudták hatékonyan kiszolgálni az ingyenes palacsintáért sorban álló tömeget, ezért azt át kellett alakítani. Így jelenleg a palacsintasütés szervezett formában zajlik, a palacsinta tésztaját az önkormányzat konyhája készíti, a sütést pedig sütőcsapatok bonyolítják le, melyek tagjai a helyi és környező települések lakóiból kerülnek ki. A palacsintának továbbra sincsen ára, a látogatók becsületkasszába helyezhetnek támogatást az elfogyasztott palacsintáért, melyet az önkormányzat a helyi gyermekek táboroztatására és a közintézmények infrastrukturális fejlesztésére fordítja.

A Kakasfesztivál fesztivál gasztronómiai jellegét a kakasfőző verseny adja, ahol a főzőcsapatok jellemzően a helyi lakosok közül kerülnek ki, de minden évben főznek csapatok, akik a szomszédos településről vagy távolabbról érkeznek. A fesztiválon az önkormányzat képviselői is főznek kakaspörköltet, ebből fogyaszthatnak a látogatók fizetős kóstolójegy ellenében. Az ebből befolyt összeg fedezi a fesztivál szervezési költségeinek egy részét. Ezek alapján főzőversenyként aposztrofálható a Bócsator és a Kakasfesztivál is, de a Bócsator lényegesen nagyobb volumenű. Helyi specialitások kóstolására leginkább a Bócsatoron van lehetőség a sokféle, sokféleképpen elkészített sertésételből, míg Derekegyházon a helyi specialitás kóstolása a különböző, helyiek által felajánlott töltelékeket, vagy az önkormányzat által készített, kökénylekvárt tartalmazó palacsinta kóstolásával nyilvánul meg. A többféle íz kipróbálása a Kakasfesztiválon nem valósul meg, ugyanis ott a látogatók csak egyféle ételből vásárolhatnak.

Mindhárom fesztivál rendelkezik zenei jelleggel egyaránt a gasztronómia mellett. Ebben a tekintetben a Palacsintafesztivál és a Kakasfesztivál hasonlít leginkább egymásra, ugyanis mindkét eseményen lehetőséget kapnak a helyi és környékbeli amatőr civilek, hogy bemutassák különböző műsoraikat, esténként pedig jellemzően híresebb sztárfellépők lépnek színpadra. Azonban a derekegyházi esemény időbeli hosszúsága miatt jóval nagyobb volumenű, lényegesen több a meghívott külsős amatőr és sztárfellépő is. A Bócsator programkínálata jobban illeszkedik a hagyományörző jelleghez, mint az előbbi két fesztivál, ugyanis az eseményen magas színvonalú néptáncos és népzenei műsorral szórakoztatják a látogatókat. Mindhárom településen végzett interjú tapasztalataink azt mutatják, hogy a szervezők fontosnak tartják a minőségi zenei kínálatot a gasztronómiai tematika mellett.

A bócsai polgármester felismeri, hogy egyre nagyobb a kínálat a gasztr fesztiválok piacán. Azonban a kínálat bővülése versenyt eredményez, a gasztr fesztiválok szervezőinek emiatt törekedni kell arra, hogy azok minél egyedibbnek legyenek. A polgármester 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 bócsai fesztivál és Palacsintafesztivál, valamint a Kakasfesztivál szervezőinek is fontos célja, hogy olyan programkínálatot alakítsanak ki, amely minden korosztály számára vonzó lehet, illetve igyekeznek mindig valami újítást vinni a rendezvénybe az igényeknek megfelelően. Azonban ez a három fesztivál esetében eltérő mértékben valósul meg. A Bócsator esetében a fesztiválszervezők figyelemmel kísérik más, jól működő gasztr fesztiválok működését, melyekből lehet ötleteket gyűjteni, ugyanis *„soha nem szégyen, ha másnál látunk jót, és azt átvesszük”* (bócsai civil szervezeti tag). Mindemellett a bócsaiak az interjúk alapján fontosnak tartják a kommunikációt a látogatókkal, résztvevő csapatokkal, vendéglátókkal és az egyéb érintettekkel az igények és tapasztalatok felmérése érdekében, mely figyelembevételével tovább tudják emelni a jövőben az esemény színvonalát. A Palacsintafesztivál esetében hazai sztárfellépők zenei műsorai vonzzák a látogatókat a térségből, illetve a helyi, illetve a környező települések amatőr fellépői szintén lehetőséget kapnak műsoraik bemutatására. A fesztiválon minden évben van közösen táncolható palacsintatánc, ami erősíti a közösségi részvételt. Emellett a fesztivál ideje alatt a művelődési ház alkalmazottai kiállításokat szerveznek a helyi fotósok, kézművesek alkotásaiból. A Kakasfesztivál esetében fontos problémaforrás a rendezvény programkínálata, melyet a konfliktusok alfejezetben vázolunk fel.

3.1. A vizsgált fesztiválok céljai és hozadékai

A vizsgált három fesztivált hasonló célokkal hozták létre és tartják fenn szervezőik, melyek közül általánosan kiemelendő a közösségerősítés és a településmarketing. A Bócsator egyik fontos célja megőrizni a disznóvágási hagyományokat, bemutatni ezeket a fiatalabb generációnak, illetve a városból érkező látogatóknak, annak ellenére, hogy a disznóvágás nem helyi sajátosság, de nem is idegen a településen. A hagyományokkal való megismertetés egyébként is a gasztr fesztiválok gyakori célja, melyet a szakirodalom kiemel (KALKSTEIN-SILKES et al. 2008). A sertés csapatban történő közös feldolgozása kiváló csapatépítő program, illetve a látogatóknak is kikapcsolódási lehetőséget kínál a személyes kapcsolatok

ápolása mellett. A fesztiválnak fontos turisztikai vonatkozása is van. A cél az, hogy minél több látogató érkezzon Bócsára, élje át a bócsaiak által nyújtott élményt, és vigye tovább a település jó hírét. A fesztivál a bócsai programozottan végzett turizmusfejlesztés egyik kiemelt eleme. Mindezen célok eléréséhez aktív marketingtevékenységet végeznek a fesztivál szervezői több csatornán keresztül. Egyrészt reklámozzák a médiában, rádió- és TV-interjúk keretében, illetve a közösségi honlapokon szintén aktív kampányt végeznek. Prospektus is készült Bócsa élménykínálatából, melyet a potenciális célcsoportok körében terjesztenek. Kiemelt marketingcsatornának tekintik az Utazás Kiállítást, ahol személyesen tudják megszólítani az érdeklődőket, illetve kapcsolatokat tudnak építeni új partnerekkel. Derekegyház önkormányzata a palacsintafesztivált a helyi közösség erősítése, illetve a település népszerűségének céljával hívta életre. Ebben például a palacsintasütéshez kapcsolható rekordok megdöntésének nagy szerepe volt, melyek *„először jól csengő vendéginvitálók voltak a plakátokon, emellett célt adtak a palacsintasütésnek”* (derekegyházi rendezvényszervező). Vannak rekordok, melyeket azóta is tart a település, de olyanok is, amit elvettek tőlük. A rendezvényszervező szerint *„mindkettő jó dolog: aki megdöntötte, folyamatosan azt hallatta, hogy többet kell sütni, mint a derekegyháziak, amit pedig megtartottunk, annak a rekordnak azóta is hozzánk fűződik a neve.”* A palacsintafesztivál legutóbbi éveiben nem tartottak rekordkísérletet, mert a rendezvény elérte a kívánt célt, ismert regionálisan, de az országos ismertsége is egyre növekszik az interjúalanyok elmondása szerint. Csanádapáca önkormányzatának fontos célkitűzése, hogy a helyi lakosoknak szórakozási és találkozási lehetőséget nyújtsanak a kakasfőző versennyel és a kísérő zenei programokkal. A rendezvény másik fontos célja a település turisztikai vonzerejének erősítése, hiszen a fesztiválra turistákat is várnak. A fesztiválra a településről elszármazottak is visszalátogatnak, emiatt az elvándoroltakkal való kapcsolattartás biztosítása fontos célja az eseménynek.

A turisták vonzása és a bevételszerzés egyik fesztivál esetében sem jelenik meg elsődleges, közvetlen célként. 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.”* Ezen az állásponton van a bócsai és a derekegyházi polgármester is a velük készített interjúk szerint. Bevétel mindegyik fesztivál működtetéséből származik, bár egyik esetében sem lehet profitról beszélni. A fesztiválok szervezői sokkal inkább a közvetett megtérülésre számítanak, mely a szakirodalom szerint sok kisebb léptékű gasztrfesztiválra jellemző (KALKSTEIN-SILKES et al. 2008). Fontos, hogy mindhárom fesztivál alapvetően a helyi lakosoknak szól, melyeket a szervezők akkor is megtartának, ha nem vonzanának turistákat a települések határain túl. A legnagyobb turisztikai jelentőséggel a Bócsator és a Palacsintafesztivál bír.

A Palacsintafesztivál szervezőinek nem volt eredeti célja a turisták vonzása, hanem sokkal inkább a település jó hírének továbbvitele. A fesztivál iránt érdeklődők száma azonban egyre növekedett például a rekordok megdöntéséből származó országos és regionális médiahíreknek, a jó hangulatból fakadó pozitív visszajelzéseknek, valamint a megfelelő marketingnek és a széles programkínálatnak köszönhetően, ezért új célként jelent meg a turisták igényeinek kielégítése is, akár csak a Bócsator esetében. A korábbi sütési móddal nem tudták hatékonyan kiszolgálni az ingyenes palacsintáért sorban álló tömeget, ezért azt át kellett alakítani a már említett módon. A Kakasfesztivál turisztikai jelentősége mérsékeltebb.

A fesztiválok az említett célok elérése mellett számos előnyt generálnak a szervező települések közössége számára. A Bócsator szervezéséből származó hatások egy része „*nem feltétlen mérhető azonnal, hiszen ez is egy folyamat*” (alpolgármester). A befektetett materiális és immateriális erőforrások sokkal inkább közvetetten térülnek meg. A fesztivál alkalmával a látogatók fizetnek a helyi szálláshelyek igénybevételéért, étteremben fogyasztanak, vásárolnak a boltokban, ami bevételt termel a település számára. Emellett a fesztivál növeli a település népszerűségét és jó imázsát, melyből rövid és hosszabb távon is érhetőek el előnyök. A Bócsatornak a helyi identitásban kiemelt szerepe van, mivel „*minden egyes jól sikerült rendezvényünk a bócsaiságot erősíti, minden elismerő szó mindenkinek megmelengeti a szívet, hogy mi bócsaiak vagyunk, az összetartást ilyenekkel lehet elérni, erősíteni*” (alpolgármester). Továbbá, a polgármester szerint a rendezvényeik eredménye a lakosok mindennapjaira is kihat. Gazdasági szempontból az esemény presztízst ad Bócsának, üzleti kapcsolatokat lehet ilyen módon építeni, valamint a rendezvény a helyi vállalkozókat is gazdagítja.

A legtöbb derekegyházi interjúalany véleménye szerint a helyi lakosok büszkeségérzetét sikerült növelni a fesztivál által. Ugyanis a legtöbben büszkék arra, hogy az idegenek ismerik az ő lakhelyüket, az ő fesztiváljukat, illetve szenzációt jelent nekik, hogy a nagy tömeg, a minél messzebről érkező látogatók kíváncsiak rájuk. A társadalmi felelősségvállalás is kiemelendő, mert például egyes helyi lakosok gyakran csak azért állnak be sütni, hogy segítsenek társaiknak. A fesztivál szervezői emellett fontos eredménynek tartják, hogy a fesztivál presztízst, ismertséget és pozitív megítélést jelent a településnek, melyből a jövőben profitálhat új külső kapcsolatok, például üzleti partnerek formájában.

A csanádapácai helyi lakos interjúpartnereink beszámoltak arról, hogy a rendezvény segít összehozni a helyi lakosokat, illetve Csanádapáca térségében a Kakasfesztiválnak jó híre van. Ennek oka, hogy ismerik a környékeliek, és pozitívan hat a fesztivál Csanádapáca népszerűségére, amire a helyi lakosok büszkék is.

3.2. A helyi érdekcsoportok szerepe a vizsgált fesztiválok működésében

Kutatásunkban vizsgáltuk a fesztiválok szervezési-működési kereteit is, melyben kitértünk a helyi érdekcsoportok szerepére, a finanszírozásra, illetve a működési problémákra. Mindhárom esettanulmány esetében azt tapasztaltuk, hogy a szervezést a helyi önkormányzatok dolgozói végzik, de szükség van a működtetésben a helyi lakosok, civil szervezetek és vállalkozók támogatására is.

A Bócsator 2018-tól szervezi az önkormányzat, azt megelőzően helyi civilek voltak a rendezvény fő szervezői. A fő szervező kiválása nehéz helyzetbe hozta a település önkormányzatát, ugyanis a megelőző években csak támogató szerepet töltött be, a változás után pedig kénytelen volt magára vállalni az összes szervezői feladatot, hiszen meg akarta őrizni ezt az értékes eseményt. Így a 2018-as fesztivál alkalmával az önkormányzat már a csapatok és a programok szervezésében, az infrastruktúra megteremtésében és a marketingben is kivette a részét. Ebben az önkormányzat részéről nagy feladatot vállalt magára a polgármester, a település turisztikai szakembere, a rendezvényszervező, illetve a többi önkormányzati alkalmazott, akik közül sokakat átcsoportosítottak a szervezői feladatok betöltésére. A bócsai helyi lakosság nagy szerepet vállalt a rendezvény szervezésében, hiszen „*a helyi emberek itt szeretik megmutatni mire*

képesek, szeretnek szervezni, szeretnek jótékony célokat követni, szeretnek összefogni. Ez egy nagyon jó mentalitású település” (bócsai polgármester). Sok személyi és anyagi felajánlás érkezett a lakosságtól, hiszen így érzik, hogy „ők is hozzáadtak a közös cél eléréséhez, a fesztivál sikeres lebonyolításához” (bócsai civil szervezeti tag). A helyi lakosok néhány böllércsapatban is részt vettek, akárcsak a helyi civil szervezetek. Bócsán aktív a vállalkozói szféra, több nagyvállalat és számos kisvállalat működik, amelyek csapatként, illetve támogatóként is részt vettek az eseményen. A csapatok között környékbeli településekről származó résztvevők ugyancsak voltak, illetve Bács-Kiskun megye szintén delegált egy csapatot. Emellett a szervezői változás a fesztivál minőségén sokat javított, hiszen a polgármester szerint: „a konfliktushelyzet előre vitte a Bócsatort. Óriási erők mozdultak meg, hogy ez a rendezvény megvalósuljon, és ezek az óriási erők óriási sikert hoztak.” A nehéz helyzetben való megújítást úgy értelmezhetjük, hogy a gasztrofesztiválok közösségépítő és identitáserősítő hatással, szimbolikus jelentőséggel szintén rendelkeznek, hazai és külföldi példákhoz hasonlóan (KULCSÁR 2016, HINDLEY-WALL 2019).

A Derekegyházi Palacsintafesztivál fő szervezője a szintén a helyi önkormányzat, de ez a fesztivál az, mely megvalósításában a legnagyobb szerep jut a civileknek. Jelenleg a palacsintasütés szervezett formában zajlik, a palacsinta tésztáját az önkormányzat konyhája készíti, a sütést pedig sütőcsapatok bonyolítják le, de az egész folyamatot az önkormányzat dolgozói koordinálják. A sütés megvalósításához nagy összefogásra és munkaerőre van szükség, ugyanis a fesztivál során négy napon keresztül folyamatosan, éjjel-nappal sül a palacsinta (az utolsó napon falunapot tartanak főzőversennyel). A sütésben a helyi lakosoknak és a civil szervezeteknek kiemelt szerepük van, de sütni a környező települések önkormányzatai, civil szervezetei, önkéntesei is érkeznek, ezzel erősítve a térségi kapcsolatokat. A fesztivál egyéb működéséről, az infrastruktúra megteremtéséről, a csapatok szervezéséről és a programok összeállításáról a helyi önkormányzat alkalmazottai gondoskodnak. A palacsintafesztivál megvalósításában is jelentős szerepük van a vállalkozóknak, szponzoroknak, akik anyagi és eszközbeli felajánlásaikkal segítenek. Például a palacsintához szükséges alapanyagokat a vállalkozóktól kedvezményesen szerzi be az önkormányzat. A helyi lakosok munkájuk mellett a palacsintába való töltelékek felajánlásával támogatják a rendezvényt, és a sütéshez szükséges eszközöket, gáztűzhelyeket szintén ők adják kölcsön, melyeket az önkormányzat alkalmazottai gyűjtenek össze. A fesztivál a lakosok, civil szervezetek és vállalkozók támogatásai mellett az önkormányzat külön erre a célra elkülönített keretéből valósul meg, melyet egyes években pályázati támogatásokkal egészítenek ki.

A helyi érdekcsoportok szerepének elemzése során kiderült, hogy a Kakasfesztivál szervezését és megvalósítását az önkormányzat alapvetően jól koordinálja. Minden interjúpartnerünk szerint a lebonyolítási feladatok megfelelően felosztottak a különböző csoportok között, a fesztivál hosszú fennállása alatt jól kialakultak a szerepek: „ez egy községi rendezvény, ezt mindenki magának érzi, független attól, hogy melyik szektorból érkezik” (csanádapácai civil szervezeti tag). A fesztivál szervezésében és lebonyolításában kiemelt szerepe van az önkormányzatnak és a kultúráért felelős alkalmazottnak. Ők adják a fesztivál infrastrukturális hátterét, összeállítják a programot, és regisztrálják a főzőcsapatokat. A fesztivál megtartásában a helyi és környező települések vállalkozói, illetve a helyi civil szervezetek és az önkéntes helyi lakosok sokat segítenek az önkormányzatnak. A vállalkozók anyagi támogatásokkal járulnak hozzá a fesztivál sikeres megvalósításához, a civil szervezetek pedig a szervezésben és a lebonyolításban aktívan

részt vesznek. A lebonyolításban és anyagi, eszközbeli támogatásban a helyi lakosok közül sokan besegítenek.

3.3. Konfliktusok és megoldási javaslatok a vizsgált fesztiválok működésében

Az interjúkutatás során kitértünk a fesztiválok működéséből fakadó problémák vizsgálatára is. Az egyes fesztiválok esetében azonosított problémákat minden érdekcsoport megerősítette.

A Bócsator működésében a legnagyobb problémát a korábbi fő szervező csapat kiválása okozta, mely hirtelen nagy terhet rótt az önkormányzatra. Azonban az önkormányzat túljutott ezen a problémán a helyiek összefogásával, melyet az előző fejezetben részleteztünk. További probléma, hogy annak ellenére, hogy a bócsai helyi lakosság alapvetően nyitott és remek vendéglátó, érzékelik az idegenforgalom káros hatásait, mint például a tömeget és a hangzavart. A bócsai idegenforgalmi szakember szerint fontos a lakosok turisztikai nevelése és a kommunikáció. Ezért a helyi újságba rendszeresen ír cikkeket az idegenforgalom előnyeiről és hátrányairól egyaránt, hiszen elmondása szerint *„ez már nem egy falusi rendezvény, ennek vannak pozitív és negatív oldalai.”*

A derekegyházi palacsintafesztivál sem aposztrofálható már falusi rendezvényként, melyből komoly problémák származnak az interjúalanyok elmondása szerint. A fesztivál látogatottsága folyamatosan növekszik, mely a helyi lakosokat érinti leginkább érzékenyen. Az alapvetően helyi lakók bevonását jelentő sütési rend átalakulását kifogásolják egyes helyi lakosok, ugyanis *„korábban másabb volt egy kicsit a hangulata. Úgy gondolom, hogy elveszett az a sok kis pont, ahol lehetett jobban érintkezni az emberekkel”* (helyi lakos). Ez alapján a családok, barátok közösségi sütése átalakulófélben van a látogatók igényeinek kiszolgálására specializálódott sütéssé. Így viszont egyre inkább csökken a helyi lakosok kedve bekapcsolódni a sütésbe. Ugyanakkor továbbra is jelentős munkaerőre van szükség a fesztivál lebonyolítása során, emiatt a környező településekről is meghívják, illetve toboroznak sütőcsapatokat. Ez tovább csökkenti a helyi lakosok sütési kedvét, ugyanis egyesek kevésbé értenek egyet azzal, hogy több a nem helyi sütő a fesztiváljukon. A palacsintásátornál továbbra is nagy a sor a palacsintáért, ami lassítja a kiszolgálást a legforgalmasabb időszakokban, esetenként elégedetlenséget eredményezve. E probléma megoldását a korlátozott kapacitások (az eszközök és sütők mennyisége) akadályozzák. A nagy látogatószám miatt a helyi lakosok érzékelik a turizmusból származó hátrányokat. E problémával a település vezetősége is tisztában van: *„akik nem falubeliek, azok teljesen meg vannak elégedve, a falubeliek viszont érzik ennek a negatív részét. A kis nyugalmuk zavarása lehet, hogy nagyobb problémát jelent nekik, mint egy városi embernek”* (polgármester). További problémaként azonosítható, hogy a korábbi, helyieknek szóló közösségi rendezvény egy turisztikai szempontból jelentős, nagy tömegeket vonzó gasztrokulturális fesztivállá alakult át. Így a rendezvényszervező elmondása szerint *„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 öt nap során, amire az egész falu büszke lehet. Hiszen kevés település tud kevés pénz ráfordításával, összefogással ekkora rendezvényt rendszeresen lebonyolítani.”* A helyi lakosságnak a rendezvénytől a növekvő turizmus miatti elidegenedése más magyarországi gasztrofesztiválon szintén fellép (PUSZTAI 2007).

A Kakasfesztivál problémája ellentétes a derekegyházzal, itt a konfliktusok fő forrása a csökkenő látogatószám mind a helyi lakosok, mind a turisták részéről. Az interjúpartnerek szerint ez nem csak helyi probléma, ugyanis észrevehető Békés megye fesztiváljain, hogy csökken a látogatószám például az országosan túl nagy fesztiválkínálat következtében, a fesztiválok elvonnák egymástól a látogatókat. Véleményük szerint különösen a városi gasztrofesztiválok vonzóbbak a turisták számára, míg a falusi fesztiváloknak egyre rosszabb a helyzete. A Kakasfesztivál csökkenő látogatószámának oka az is lehet, hogy a fesztivál programkínálata egyre zsugorodik a szűkös anyagi források miatt, illetve hosszú fennállása alatt szerintük kevés újdonságot nyújtott a látogatóknak.

A fesztivál szervezői és a helyi lakosok is felismerik azt, hogy a Kakasfesztivál jelenlegi formájában kevésbé elégíti ki a látogatók egy jelentős részének igényeit. Két fő álláspontot azonosítottunk az interjúpartnerek véleménye alapján. Az első álláspont mellett állók a fesztivál gasztronómiai kínálatával elégedettek, véleményük szerint a családok, barátok közötti kapcsolat erősödik a közös főzés által. Ugyanakkor szerintük a jelenlegi programkínálat, a koncertek nem nyújtanak megfelelő szórakozási lehetőséget a lakosságnak, különösen a fiatal felnőtteknek. 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 gasztrofesztivál arról szóljon, hogy kis adagokban meg lehessen kóstolni az ételeket, a fesztiválon viszont az önkormányzat által főzött kakaspörköltből lehet vásárolni. Véleményük alapján a Kakasfesztivál szervezőinek meg kellene határozni, hogy a fesztivál gasztronómiai vagy inkább zenei jellegét erősítik-e, illetve, hogy a fesztivált inkább a helyi lakosoknak szervezik-e vagy a turistáknak. A második csoport álláspontja szerint, ha a helyieket céloznák meg mint célcsoportot, akkor nem kellene meghívni országos hírű zenei előadókat, míg az első álláspont képviselőinek inkább a zenei kínálat és az egyéb programlehetőségek erősítésére lenne igénye, viszont a főzőversennyel elégedettek. A településen tehát különösen a művészeti-kulturális programkínálat gyengülő minősége miatt idegenednek el a látogatók a fesztiváltól.

Az összes csanádapácai helyi lakos interjúpartner véleménye alapján a fesztivál a jelenlegi formájában, helyi közösségi rendezvényként eredményesen működik, és a lakosságnak van is igénye rá, viszont a lakosok igényeihez jobban illeszkednie kellene a programkínálatnak. A fesztiválnak turisztikai vonatkozása is van, de ennek erősítése esetén az új trendeknek megfelelő újításokat kellene bevezetni a fesztiválon (például kóstolási lehetőség), és a marketingkommunikációra is nagyobb hangsúlyt kell fektetni. Az egyik helyi lakos szerint a jelenlegi reklámozással leginkább a környékbeli településekről lehet látogatókat vonzani, akik már egyébként is ismerik az évek óta működő fesztivált.

A Kakasfesztivál működésében további nehézséget jelent a rendelkezésre álló csekély anyagi erőforrás. Ezt a fesztivál szervezői kóstolójegyek eladásából, illetve az árusok által befizetett helypénzből igyekeznek pótolni. Egyes interjúpartnerek szerint viszont az árusoknak nagyon magas helypénzt kell fizetni, így egyre kevesebb az árusok száma, ami tovább gyengíti a fesztivál kínálatát. A rendelkezésre álló szűkös keretből kifolyólag a szervező interjúalany szerint a fesztivál szervezői nem tudják pontosan, hogy miként lehetne megújítani azt. Ugyanakkor az egyik helyi lakos véleménye alapján, ha javítanának a

fesztivál programkínálatán, akkor nagyobb bevételt szerezhetne az önkormányzat, melyet vissza lehetne fordítani a fesztivál további működésébe. Emellett a szervezés során a különböző érdekcsoportok közötti hatékonyabb kommunikációval, a látogatói igények nyomon követésével, más falusi és városi fesztiválok működésének nagyobb mértékű figyelésével és kreativitással, a lakossági igények feltárásával a szűkebb anyagi források ellenére is lehetne újítani a rendezvényen, mint Bócsa és Derekegyház esetében. E problémák, igény- és érdekkülönbségek nemcsak a többi mintaterületünkön, de általánosságban ugyancsak előfordulnak (HALL – GÖSSLING 2016). A leírt problémák ellenére Csanádapáca lakosai szeretik a fesztivált, és van is igényük rá, ezért bíznak abban, hogy a szervezők felismerik az igényeiket, és igyekeznek javítani a fesztivál minőségén.

Következtetések

Tanulmányunkban három dél-alföldi gasztrofesztiválon keresztül vizsgáltuk a helyi érdekcsoportok szerepét, valamint a fesztiválok társadalmi, kulturális és gazdasági fenntarthatóságának kérdését. Eredményeink alapján a vizsgált gasztrofesztiválok esetében a szervezésben a helyi önkormányzatok alkalmazottainak kiemelt szerepük van, de nem tudnák működtetni a fesztiválokat a helyi lakosok, civil szervezetek és vállalkozások materiális és immateriális hozzájárulása nélkül (KISS 2013). Ehhez az önkormányzatnak fontos elérnie, hogy minden érdekcsoport számára lehetőleg előnyt jelentsen a fesztivál.

A fesztiválok társadalmi fenntarthatósága szempontjából fontos kérdés, hogy a helyi lakosok mennyire tartják magukénak a fesztivált, és mennyire elégedettek a programkínálattal, tehát mennyire valósul meg a szakirodalom által leírt közösségi élményteremtés és identitáserősítés (KULCSÁR 2016, TIMOTHY – PENA 2016). E szempontból a három esettanulmányunk települései között eltéréseket tapasztaltunk. Míg az interjúk alapján a bócsaiak zömében elégedettek a rendezvény egészével, a derekegyháziak a nem helyi látogatók túlsúlyát kifogásolták, a csanádapácaiak pedig a programkínálattal elégedettek a legkevésbé, ami egyaránt veszélyezteti a kulturális és társadalmi fenntarthatóságot. Eredményeink alapján fontosnak tartjuk, hogy a fesztiválszervezők alkalmazkodni tudjanak a látogatók változó igényeihez, valamint megtalálják az egyensúlyt a helyi közösség építése, a helyi kultúra különböző elemei és a turizmusfejlesztés között. A három esettanulmány egyikének esetében sem elsődleges cél az anyagi profitszerzés, a gazdasági dimenzió erősítése sokkal inkább a település népszerűségének erősítését jelenti, melyből a jövőben, közvetetten származhatnak előnyök (HALL – GÖSSLING 2016).

A vizsgált települések önkormányzatainak anyagi kapacitásai korlátozottak, ezért a jövőben is javasoljuk, hogy a fesztiválok működéséhez a szervezők vegyék igénybe a különböző pályázati forrásokat, valamint a szponzorok támogatásait. Az interjúk alapján azt tapasztaltuk, hogy a kulturális-művészeti programkínálatnak fontos szerepe van a gasztronómiai vonatkozásokon kívül, de a kulturális-művészeti jelleg az egyes fesztiválok esetében eltérő mértékben nyilvánul meg. Így például Derekegyház esetében gasztronómiai vonatkozás fontos eszközt jelent a látogatók vonzására, és a zenei kínálat kiemelt szerepet kap. Csanádapácán a kulturális programkínálatnak hangsúlyosabb a szerepe a gasztronómiai vonatkozásnál, míg a Bócsatoron a gasztronómiai vonatkozás az elsődleges, amin kívül a kulturális programkínálat kiegészítő jellegű, de nem elhanyagolandó. A kulturális-művészeti jelleg minőségének növelése, és a

gasztronómiai kínálattal a mindenkori helyi igényekkel való nagyobb összhangba hozása növeli a résztvevők elégedettségét, és élményközpontúvá teszi ezeket a rendezvényeket a látogatóik számára. Ennek eléréséhez fontos, hogy a fesztiválszervezők folyamatosan figyelembe vegyék a különböző célcsoportok változó igényeit.

Eredményeinkből arra következtetünk, hogy bár a vidéki gasztrofesztiválok egy részének nem elsődleges célja a gasztronómiai hagyományok ápolása, a közös étkezés és ételkészítés jó eszköz arra, hogy közelebb kerüljenek egymáshoz a látogatók (HALL – GÖSSLING 2016), valamint, hogy a települések be tudjanak kapcsolódni a turizmusba (FEHÉR – KÓRÓDI 2008). Ezek alapján javasoljuk a gasztrofesztiválok további megtartását, illetve azok folyamatos minőségi megújulását a település- és turizmusfejlesztési előnyök elérése érdekében.

Irodalomjegyzék

- BUJDOSÓ, Z. – KERESKESNÉ MAYER, Á. – UJVÁRI, K. (2012): *Gasztronómia a vendéglátásban*. TÁMOP-4.1.2 A1, TÁMOP-4.1.2 A2. Károly Róbert Főiskola
- CSURGÓ, B. – HINDLEY, C. – SMITH, M. K. (2019): The role of gastronomic tourism in rural development. In: Dixit, S. K. (ed.): *The Routledge handbook of gastronomic tourism*. Routledge, New York. pp. 61-70.
- CSURGÓ, B. (2014): A vidék nosztalgiája. Kulturális örökség, turizmus- és közösség-szervezés három észak-alföldi kistérségben. *SOCIO.HU* 4 (2): pp. 1-20.
- FEHÉR, I. – KÓRÓDI, M. (2008): *A vidéki turizmus fejlesztése*. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest.
- FEHÉR, P. – FÜREDER, B. – VÁRVIZI, P. (2010): A magyar gasztronómia és vendéglátás helyzete napjainkban. *Turizmus Bulletin* 14 (4): pp. 34-43.
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. PTE KPVK, Pécs.
- HALL, C. M. – GÖSSLING, S. (2016): From food tourism and regional development to food, tourism and regional development: themes and issues in contemporary foodscapes. In: Hall, C. M. – Gössling, S. (eds.): *Food tourism and regional development*. Routledge, London-New York. pp. 3-57.
- 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. (eds.): *Food tourism around the world*. Butterworth Heinemann, Oxford. pp. 13-36.
- HALL, C. M. – SHARPLES, L. (2008): Food events, festivals and farmers' markets: An introduction. In: Hall, C. M. – Sharples, L.: *Food and wine festivals and events around the world: development, management and markets*. Butterworth Heinemann, Oxford. pp. 20-39.
- HINDLEY, A. – WALL, T. (2019): Markets, Festivals and Shows: Sustainable Approaches to Gastronomic Tourism Through Collaboration. In: Dixit, S. K. (ed.): *The Routledge handbook of gastronomic tourism*. Routledge, New York. pp. 288-299.
- 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.

- KALKSTEIN-SILKES, C. – CAI, L. A. – LEHTO, X. Y. (2008): Conceptualizing festival-based culinary tourism in rural destinations. In: Hall, C. M. – Sharples, L.: *Food and wine festivals and events around the world*. Butterworth Heinemann, Oxford. pp. 80-92.
- KISS, M. (2013): Turisztikai tájformálás és kollektív cselekvés. *Szociológiai Szemle* 23 (1): pp. 69-88.
- KÓRÓDI, M. – BAKOS, R. (2017): A gasztrofesztiválok, mint élménygazdasági termékek változatossága és választékossága. *Gradius* 4 (2): pp. 479-486.
- KULCSÁR, N. (2016): A szennai hurkafesztivál sikertörténete. In: Jászberényi, M. – Zátori, A. – Ásványi, K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 227-233.
- MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG (2019): Bor- és gasztroturizmus (<https://mtu.gov.hu/cikkek/bor-es-gasztroturizmus>)
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2013): A bor és gasztronómia mint turisztikai termék. *Turizmus Bulletin* 15(1): pp. 45-49.
- MÁTÉ, A. – SZABÓ, G. (2011): Bor-és gasztronómia terméktípus. Pécsi Tudományegyetem: Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ, Pécs.
- Pusztai, B. – Neill, M. (szerk.): *Turizmus, fesztiválok és helyi identitás*. University of Edinburgh, Szegedi Tudományegyetem Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék, Edinburgh - Szeged. pp. 7-25.
- PUSZTAI, B. (2007): „Bajászlé”. Identitás, kanonizáció és márkázás a bajai népünnepélyen. In:
- SÜLI, D. – MARTYIN, Z. (2017): A közösségi média szerepe a fesztiválturizmusban – a Szegedi Ifjúsági Napok és a Green Future példáján. *Turizmus Bulletin* 17 (3-4): pp. 24-32.
- SZABÓ, G. – ZÁVODI, B. 2018: The wine tourism of Hungary from the point of festivals. *Journal of Tourism and Hospitality Management* 4 (4): pp. 74-83.
- TIMOTHY, D. J. – PENA, M. (2016): Food festivals and heritage awareness. In: Timothy, D. J. (ed.): *Heritage cuisines: traditions, identities and tourism* Routledge. London - New York. pp. 148-165.
- VARGÁNÉ CSOBÁN, K. – SZABÓ, B. – GODÁNÉ SŐRÉS, A. (2015): Gasztronómiai turizmus: nemzetközi kitekintés. TÁMOP-4.2.1.D-15/1/KONV-2015-0004. pp. 12-18.