

Simándi, Szilvia - Boehm, Jan: Kulturális turizmus mint informális tanulási színtér



Bevezetés

Korábbi kutatásunkban (Simándi 2012) a tanulást a turizmus kontextusában vizsgáltuk, kiemelt figyelmet szánva a turizmus során szerezhető élményeknek és a tanulási lehetőségeknél. Jelen tanulmányunkban, melynek alapját képezi az említett munka, kifejezetten a kulturális turizmus oldaláról vizsgáljuk a tanulási lehetőségeket.

Informális tanulás szabadidőben

Napjainkban az információs társadalom és a tudásgazdaság korában kiemelt jelentőségű a nem formális és az informális tanulás: kiegészíthetik, pótolhatják, vagy magasabb szintre emelhetik az iskolarendszerben szerzett tudásokat, készségeket (vö. Komenczi 2001, Forray és Juhász 2008), hiszen az „érvényesnek nevezhető tudás” a fejlődés gyorsulása miatt jelentős mértékben változik (vö. Csapó 2003).

Az informális tanulás az egész életünket átszövi a mindennapi tevékenységeink során. Más szerzők mellett Benedek András (2007) is kiemeli, hogy az informális tanulás bárhol megvalósulhat, illetve, hogy jellegéből adódóan rugalmasság jellemzi; akár utazásaink során, ügyeink intézésekor, szabadidőnkben, beszélgetéseinkkor stb. is tanulhatunk. Adódik is a kérdés, hogy az informális módon történő tanulás mennyiben tudatos tevékenység eredménye, mert látható, hogy a tanulás akár észrevétlenül is végbemehet (vö. Komenczi 2001).

Az ifjúság életében különösen fontos szerepet tölt be a szabadidő, mert a személyiségfejlődésükre a szabadidőben végzett tevékenységek jelentős hatással bírnak (vö. Juhász 2001). A szabadidő eltöltésének módja a fiatalok értékrendszerével és céljaival is összefüggésben áll, illetve befolyással van az életmód más elemeire is (Pikó 2005: 89). Az iskolán kívüli szabadidő és a fogyasztás az ifjúsági korszakváltással nagyobb jelentőséghez jutott a serdülőkorú fiatalok életében, amely különösen fontos az élethosszig tartó tanulás folyamatában, mert az összefüggésben áll az egyén felnőttkori tanulásával (vö. Forray és Juhász 2008) is.

A rendszerváltást követően a szabadidő eltöltésének a módja is megváltozott. „A helyi kulturális, sport, szórakozási helyek egyre felszámolódnak, nagy kulturális, szórakoztató- és szabadidőközpontok jönnek létre, amelynek irányítója a mindent behálózó fogyasztói és szolgáltató ipar” (Gábor 2006: 438). Ez nagy változás, mivel a meghosszabbodott iskolai életszakasz a szabadidőt érinti, ezáltal a fogyasztást és az életvitelt is, és a fiataloknak nem csupán szabadideje nőtt meg, hanem új szabadidő eltöltési módok is megjelentek a palettán a fogyasztói iparnak, és a szórakoztatóiparnak köszönhetően (Gábor 2006: 439).

Az ifjúság életmódjában a lakóhely alapvető differenciáló tényező, a községekben – főként az 5000 főnél kisebbekben – élő fiatalok vannak különösen hátrányos helyzetben, hiszen csekélyebb számukra a szórakozási lehetőség. Az is igaz, hogy a nagyobb városokban, ahol több a kulturális program, és nagyobb a kínálat, ott az alacsonyabban iskolázottak is nagyobb arányban jutnak hozzá a kultúrához, mint ott, ahol kisebb a kínálat (Hunyadi 2005: 8-16). A kulturális fogyasztással összefüggésben Hunyadi (2005) munkája is megerősíti azt, hogy azok, akik kulturálisan aktívak – a kulturális fogyasztásnál pedig a legerősebben befolyásoló tényezőnek az iskolai végzettség bizonyul (vö. Blaskó 2002) –, azok egyéb szabadidős és rekreációs tevékenységet is nagyobb arányban végeznek másoknál: többen sportolnak, kirándulnak, végeznek valamilyen művészeti tevékenységet stb.

A kulturális intézmények (múzeumok, bemutatótermek stb.) látogatása az informális keretek között történő tanuláshoz sorolható (vö. Csernyák – Janák – Zaláné 2004), és a 1997. évi CXL. törvény is hangsúlyozza a kultúraközvetítő, közművelődési intézmények szerepét és jelentőségét az egész életen át tartó tanulás folyamatában, a polgárok közösségi művelődésének szolgálatában.

Kultúra és turizmus

A turizmus jelenségének lényegét napjainkban az élményszerzéssel járó környezetváltozásban és a szolgáltatások igénybevételében ragadhatjuk meg (vö. Michalkó 2001), mert a posztindusztriális társadalmakban a mindennapi életben egyre nagyobb szerep jut az élményeknek (vö. Schulze 1992). A látogatók pedig egy-egy attrakció felkeresésével élményekhez jutnak, legyen az természetes vagy ember alkotta vonzerő. A muzeális és közművelődési intézmények a turizmus ember alkotta vonzerói között jelennek meg mint eredeti kínálati elemek, azaz elsődlegesen nem az idegenforgalmi ipar részei, de vonzerejüknek megfelelően a turizmusnak irányt adnak, és azt alakítják. Például a múzeumok is elválaszthatatlanok a turizmustól, hiszen látogatói oldalról a múzeumokat turisták is felkeresik, és viszont is igaz, a múzeumok is egyre inkább törekednek a látogatóbarát, interaktív, élménynyújtó szemléletre. (A témával való foglalkozás sokszínűségét jól szemléltetik a 2009-es „Múzeumok turisztikai hasznosítása” c. konferencia témaválasztásai, melyben az egyik előadás a következő problémát veti fel: Mégis kinek az érdeke? Helyi lakosok érdeke vs. a látogatók és turisták érdekei. Kulturális intézmények rendezvényei: együtt vagy egymás ellen? Szommer Ildikó előadásában.)

A turizmus oldaláról a kulturális élmények és a tanulás iránti nyitottság abban a szemléletváltozásban követhető jól nyomon, amelyet a szelíd turizmus (Jungk 1980) jelensége képvisel (1. táblázat). A „szelídturizmus” lényegét abban ragadhatjuk meg, hogy a hagyományos turizmussal szemben a szelídturizmusnál a hangsúly a látnivaló helyett a

kiemelveatanulásörömét,
melytermészetesenfüggaturistaegyéniségétől,személyétől,előzetestudásától,korábbiismereteitőlstb.

1. táblázat: A kemény és a szelíd turizmus összehasonlítása

Forrás: Jungk (1980: 156), saját fordítás

Kemény/hagyományos turizmus	Szelíd turizmus
Tömegturizmus	Egyéni, barátokkal, családtagokkal történő utazás
Kevés idő	Elegendő idő (eredetileg sok idő)
Gyors közlekedési eszközök	Célszerű közlekedési eszközök
Fix program	Spontán döntések
Külső irányítás	Belső irányítás
Importált életstílus	Helyi sajátosságok
„Látnivalók”	Élmények
Kényelmes és passzív	Aktivitást igénylő (eredetileg fárasztó és aktív)
Idegennyelv tudása nélkül	Idegennyelv tanulása
Kevés vagy egyáltalán semmi szellemi felkészülés, rákészülés	Előzetes foglalkozás a meglátogatandó országgal, területtel
Szuvenírek	Emlékek, élmények, új ismeretek
Giccs, képeslap	Fotók, rajzok, festmények
Fölény érzése	Tanulás öröme

Hangos

Halk

Kíváncsiskodás

Tapintat

Egy 2008-as kutatás a budapesti lakosság kulturális turizmussal kapcsolatos attitűdjeit, ismereteit, motivációit és utazási szokásait vizsgálta, fókuszcsoportos beszélgetés keretében. Fővárosi 18–40 éves gyermek nélkülieket, valamint 40 év feletti, vegyes családi helyzetű résztvevőket kérdeztek. Mindkét csoportban voltak olyanok, akik főként külföldre utaznak, de mindenki rendelkezett belföldi utazási élményekkel is. A kutatás többek között arra az eredményre jutott, hogy a korosztályok kultúrával kapcsolatos asszociációi eltérőek (1. ábra). (MTZrt. 2008:24)

1. ábra: A kultúrával kapcsolatos asszociációk

(Forrás: MTZrt. 2008:24)

18-40 év

40 év felett

A felmérés eredménye, például az életkor, a lakóhely, az iskolai végzettség stb. mentén több esetben is megerősíti a 2004-es „Találkozások a kultúrával” (Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások, életmód csoportok) kutatás következtetéseit (vö. Hunyadi 2005).

Turistatípusok

Mivel maga a turizmus, az élményszerzéssel járó környezetváltozás (vö. Michalkó 2001) is a szabadidőhöz kötődik, érdemes megvizsgálni, hogy a turizmus során milyen kulturális élmény szerezhető. A turisták utazási motivációinak sokszínűségét – a teljesség igénye nélkül – a 2. sz. táblázattal mutatjuk be, ahol az egyes kiváltó okokat is figyelembe vesszük, a hivatásturizmus figyelmen kívül hagyásával. A maslow-i piramismodellhez hasonlóan az egyes turistatípusok az üdülőturistától egészen a tanulni vágyókig elkülöníthetők, mely nem zárja ki, hogy egyidejűleg több szükséglet is felmerülhessen.

2. táblázat: A turisták tipizálása

(Forrás: Fekete 2007: 31, módosított)

Turistatípus Jelszó		Kiváltott turizmusfajta	Jellemzők
1. típus	pihenő, üdülő turista	üdülőturizmus	Nap, homok, tenger, kényelmes szabadság, nem túl sok nyaralási mozgalmasság
2. típus	élményt kereső turista	élményturizmus	távolság, flört, vállalkozó kedv, változatosság, szórakozás
3. típus	kikapcsolódó, feltöltődésre vágyó	wellness-turizmus	megújulás, testi-lelki regenerálódás
4. típus	gyógyulni vágyó	gyógyturizmus	gyógyüdülés, gyógykúra
5. típus	barátok, ismerősök felkeresése	rokonlátogató- baráti turizmus	kapcsolatok ápolása
6. típus	vissza a természetbe	ökoturizmus természetturizmus	erdő, túra, kempingezés

7. típus	kalandkereső turista	eseményturizmus	csak korlátozottan kalandvágyó: egyszeri élményt keres előre kalkulált kockázattal, személyes bizonyítás, rajongó, álmodozó
		kalandturizmus	igazi kalandokra vágyó: akár a testi épségét és az életét is kockára tévő turista
		katasztrófaturizmus	katasztrófaturisták: árvizek és más természeti katasztrófáknál kíváncsiskodók
8. típus	múlt hagyományai iránt érdeklődő	falusi turizmus	gasztronómia, népszokások, néphagyományok
		örökségturizmus	
9. típus	tanulni vágyó, látni vágyó turista,	ismeretszerző turizmus	9. a típus: útikalauzok szerint gyűjti a láttnivalókat és helységeket
	hitgyakorlás,	kulturális turizmus	9. b típus: az idegen világ új érzéseit, hangulatát gyűjti
	vallási kötelezettségeinek eleget tevő turista	vallási, zarándokturizmus	9. c típus: természet, kultúra, természettudomány iránt érdeklődő
			9. d típus: vallási-egyházi kötelezettségeit teljesítő

Korábbi vizsgálatunkban (vö. Simándi 2012) többek között arra a kérdésre is kerestük a választ, hogy az egyes tevékenységek elsősorban a kikapcsolódást, vagy a „bekapcsolódást” szolgálják-e, hiszen míg a kikapcsolódás nem kíván különösebb szellemi erőfeszítést, addig a bekapcsolódás már egy aktív szellemi folyamattal jár együtt.

A kulturális turizmus esetében többnyire a motiváció új kultúrák megismerésére, kulturális eseményeken való részvételre és kulturális attrakciók meglátogatására irányul (Sulyok 2005). Ezzel összefüggésben nem hagyható figyelmen kívül a tömeg- és a magas kultúra iránti igény sem. A legfőbb különbséget a kettő között a közönsége nagyságában és annak heterogenitásában találhatjuk. A magaskultúra kevés embert vonz, homogénebb, jóllehet, közönsége az egyéni ízlést hangsúlyozza, ezzel szemben a tömegkultúra közönsége nagyobb, ezáltal heterogénebb. Magát a tömegkultúrát számos kritika érte azzal kapcsolatban, hogy tudja-e egyáltalán segíteni a műveltségi szint növelését, hiszen a tömegkultúra alkotásai gyakran csak „az élet felszínét” mutatják, s ez a magas kultúrára is negatív hatást gyakorol, közönségét is pedig passzív befogadóvá teszi. A tömegkultúra emellett azt a látszatot is kelti, mintha a kultúrából mindenki részesedhetne, képzettségétől függetlenül. Azonban védelmére is megfogalmazódtak érvek,

miszerint egységesítheti az ízlést és hozzájárulhat a társadalmi különbségek elrejtéséhez, a művek, az attrakciók leegyszerűsített bemutatása pedig akár érdeklődést is kelthet az eredeti iránt (Gans 2003: 121-128). Kiss (2001: 9) szerint a turizmus „csak a tömegkultúra mércéjével mérhető”, s ez az állítás különösen igaz, ha azokra a szervezett tömegturistákra gondolunk, akik az autóbuszban ülve arra várnak, hogy a piros lámpánál néhány felvételt készíthessenek az adott látnivalóról. Viszont szót kell ejtenünk a tudatosan kulturális élményeket keresőkről is, akiknek különösen fontos szempont az érték és a minőség szerinti szelektálás. Amennyiben Richards (2003) megállapításából indulunk ki, feltételezhetjük, hogy azoknak, akiknek életmódjában a kultúra szervesen jelen van, azok a szabadságuk ideje alatt is keresik a kultúrával való találkozást.

Sulyok (2005) tanulmányában, aszerint, hogy a kulturális turizmus milyen szerepet játszik az utazási döntésben és a kulturális élmény mélységében, a turisták öt típusát különbözteti meg. A váratlanul kulturális érdeklődést tanúsító turista elsődleges utazási döntésben a kultúra nem különösebben jelenik meg, azonban a szerzett élményei már számottevőek lehetnek. A véletlenül kulturális érdeklődést mutató turista tulajdonképpen utazási döntésben a kultúra szintén nem játszik domináns szerepet, viszont esetében a szerzett élmények is elenyészőek. A tudatos turista döntésében a kultúra szervesen jelen van, és kulturális élményei is magas szintűek. A városnéző utazó számára jóllehet a kultúra fontos, azonban szerzett élményei nem túl mélyek, az eseti turista esetében pedig a kultúra közepesen fontos és motiváló tényező (3. táblázat).

3. táblázat: A kulturális turista típusai

(Forrás: Sulyok 2005: 19, módosított)

Magas (szerzett élmény)

Tudatos

Váratlanul kulturálissá váló

Véletlen kulturális élményszerző Eseti Városnéző

Alacsony

a kulturális turizmus szerepe az utazási döntésben

Magas

Különbőség tehető az egyes programok, rendezvények között is, aszerint, hogy azok milyen kulturális élményeket kínálnak. A látogatók érdeklődési körét, tevékenységeit, a felkeresett attrakciókat elemezve elkülöníthető (Rátz 2011):

- az örökségturista, aki például a kastélyok, várak, régészeti lelőhelyek, műemlékek, építészet, vallási helyszínek, történelmi események helyszínét keresi fel

- a kreatív turista, aki olyan kulturális programokat keres, amelyekben aktívan részt vehet, például: kézműveskedés, népi kismesterségek kipróbálása
- a művészeti turista, aki a fesztiválok, koncertek, színházi előadások, kiállítások, irodalmi helyszínek iránt érdeklődik
- a városi kulturális turista, aki elsősorban történelmi városokat, ismert kulturális központokat keres fel, mellette szívesen vásárol, és vesz részt az éjszakai életben
- a rurális kulturális turista, akit vonzanak a borvidékek, bortúrák, nemzeti parkok, ökomúzeumok, skanzenek, néphagyományok és
- a populáris kulturális turista, aki számára vonzóak a tematikus parkok, a sportesemények, a filmforgatási helyszínek, a divattal és designnal foglalkozó kiállítások.

Turistatípusok a középiskolások körében

Korábbi kutatásunkban (Simándi 2012) középiskolás fiatalok turisztikai magatartását vizsgáltuk, jelen írásban a hangsúlyt a kultúrával való találkozásukra helyezzük. A klaszteranalízis során három fő csoportot képeztünk, amelyeket a faktorok alapján neveztünk el.

A „kultúra iránt érdeklődők” csoportjába tartozott a megkérdezett fiatalok több mint egyharmada, főként lányok. Jellemzően egriek és gimnáziumban tanulnak. Közel kilenctizedük nyilatkozott úgy, hogy a nyaralás során lehet tapasztalatokat, ismereteket gyűjteni (vö. Komenczi 2001, Benedek 2007). A nyaralásukra az jellemző, hogy azt elsősorban nem spontán módon szervezik meg, hanem tudatosan: közel 60 százalékuk használja az internetet is az utazása megszervezéséhez. Nagy (2006) kutatásában az ifjúság körében az internetezők között felhasználói típusokat különített el, megítélésünk szerint esetükben az információszerző-erőforrásbővítő felhasználói motívummal találkozhatunk. A kultúra iránt érdeklődőknek közel kétharmada az úticél kiválasztásakor az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe veszi. A nyaralásuk során kulturális élményekben is részesülnek, azaz felkeresnek műemlékeket, múzeumokat, világörökségi helyszíneket stb. A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve teljesen egyetért azzal közel 70 százalékuk, hogy a nyaralás megszervezése odafigyelést igényel, és több mint felük azzal, hogy mindig lehet új dolgokat tanulni egy utazás során.

„A bulizásra, szórakozásra vágyók” csoportjába a megkérdezett fiataloknak körülbelül 40 százaléka tartozott ide. Kétharmaduk fiú. Nyaralásukra az jellemző, hogy ők vélik úgy legkevésbé, hogy a nyaralás előkészületekkel jár, amit az is mutat, hogy az internet adta lehetőségeket az utazás megszervezéséhez kevésbé használták. Egynegyedük a spontaneitásra hagyatkozik, vagyis kevésbé tartják fontosnak megtervezni a nyaralást, jóllehet, itt a legmagasabb a mindennap internetezők aránya. Megítélésünk szerint az ő esetükben, az internethasználatot illetően, a rekreációs felhasználói motívummal találkozhatunk (vö. Nagy 2006). Eredményünk is jól alátámasztja, hogy nem csupán azt érdemes vizsgálni, hogy valaki használja-e az internetet, hanem azt is, hogy azt milyen célokhoz, tevékenységekhez veszi azt igénybe. A nyaralás alatti tevékenységeiket vizsgálva a kikapcsolódás keresése, azaz a diszkózás és a pihenés a leginkább jellemző, vagyis olyan dolgokkal töltik idejüket, amelyek valóban kevés előkészületet, előzetes

foglalkozást igényelnek. Ők gondolják legkevésbé, hogy a nyaralás ismeretszerzési lehetőségeket is rejt magában, illetve, hogy tapasztalati forrás is, ami tevékenységeikben is jól megnyilvánul, melyek elsősorban a kikapcsolódást, és nem a „bekapcsolódást” szolgálják. A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve az ebbe a csoportba tartozók értenek leginkább azzal egyet, hogy a nyaralás sok veszéllyel, bajjal járhat együtt.

„Az „aktív, mindenevők, kontraszt élményeket gyűjtők” a megkérdezett tanulók egyötöde. Többségük fiú. Teljesen egyetértenek azzal, hogy a nyaralás megszervezése odafigyelést igényel, és ők értenek leginkább egyet azzal, hogy mindig lehet új dolgokat tanulni egy nyaralás, utazás során. Az aktív idő-eltöltést, a több mindenre való nyitottságot mutatja, hogy a pihenés vagy a „semmittevés” rájuk volt a legkevésbé jellemző a nyaralás során: a nyaralás minden percét kihasználták. Jóllehet a buliba, diszkóba járók száma is magas, az úti cél kiválasztása során az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe veszik (műemlékek, múzeumok, világörökségi helyszínek és természeti látnivalók felkeresése). A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve itt is magas azok száma, akik úgy érzik, a nyaralás során lehet tapasztalatokat gyűjteni.

Zárszó

Tanulni mindenhol, mindenből lehet, azonban „tanulni is meg kell tudni tanulni” (vö. Delors 1996) az egész életen át tartó (formális, nem-formális, informális) és az élet minden területére kiterjedő tanulás folyamatában (vö. Harangi 2004). A különböző szocializációs közegek segítő munkája pedig elengedhetetlen, hiszen a gyermek és az ifjú korban szerzett kulturális, turisztikai élmények alapozzák meg a „jövő kemény vagy szelíd turistájának” igényeit és kultúra iránti nyitottságát.

Felhasznált irodalom:

- Benedek, András (2007): Magyarország és az egész életen át tartó tanulás. <http://mpt.bme.hu/mt/benedek/III.pdf> (letöltés dátuma: 2007. május 13.)
- Blaskó, Zsuzsa (2002): Kulturális reprodukció vagy kulturális mobilitás. In: Szociológiai Szemle, 2. szám, 3-27. p.
- Csapó, Benő (2003): Oktatás az információs társadalom számára. In: Magyar Tudomány, 12. szám, 1478-1485. p.
- Csernyák, Mariann Natália – Janák, Katalin – Zalánné Olbrich, Anikó (szerk) (2004): Az élethosszig tartó tanulás. Budapest, KSH. 1-63. p.
- Delors, Jacques (szerk) (1996): Learning: The Treasure Within. UNESCO Publishing, Paris. 1-266. p. http://www.unesco.org/education/pdf/15_62.pdf (letöltés dátuma: 2013. október 22.)
- Fekete, Mátyás (2007): Hétköznapi turizmus. A turizmuselmélettől a gyakorlatig. Magyar Elektronikus Könyvtár, <http://mek.oszk.hu/04100/04167/04167.pdf> (letöltés dátuma: 2007. szeptember 3.)
- Forray R., Katalin – Juhász, Erika (2008): Az autonóm tanulás és az oktatás rendszere. In: Új Pedagógiai Szemle, 58. évf. 3. szám, 62-68. p.

- Gábor, Kálmán (2006): Társadalmi átalakulás és ifjúsági kultúra. In Gábor, Kálmán – Jancsák, Csaba (szerk.): Ifjúságszociológia. Szeged, Belvedere Meridionale.
- Gans, Herbert J. (2003): Népszerű kultúra és magas kultúra. In Wessely, Anna (szerk.): A kultúra szociológiája. Budapest, Osiris. 114-150. p.
- Juhász, Erika (2001): Az ifjúkor főbb jellemzői. In Rubovszky, Kálmán (szerk.): Felnőttoktatás Ifjúság Művelődés. Debrecen, Acta Andragogie et Culturae, 19. szám, 82-96. p.
- Jungk, Robert (1980): Wieviele Touristen pro Hektar Strand? [Mennyi turista van hektáronként a strandon?] Geo, no. 10. 154-156. p.
- Harangi, László (2004): Az élethosszig tartó tanulás minőségi követelményei az európai oktatásban. In: Új Pedagógiai Szemle, 6. szám, 77-82. p.
- Hunyadi, Zsuzsanna (2005): Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások, életmód csoportok. Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- Kiss, Gabriella (2001): Tömegturizmus és tömegkultúra. In: Kultúra és közösség, 5. évf. 2-3. szám, 9-17. p.
- Komenczi, Bertalan (2001): Az Európai Bizottság Memoranduma az egész életre kiterjedő tanulásról. In: Új Pedagógiai Szemle, 6. szám, 122-132. p.
- Michalkó, Gábor (2001): Turizmus és területfejlesztés. In: Beluszky, Pál – Kovács, Zoltán (szerk.): A terület és településfejlesztés kézikönyve. Budapest, CEBA Kiadó. 113-120. p.
- MTZrt. (2008): Kultúra és turizmus: utazásra motiváló kulturális látnivalók és programok. In: Turizmus Bulletin, 3. szám, 20-29. p.
- Nagy, Réka (2006): Digitális egyenlőtlenségek: Mítosz vagy valóság? Információs technológiák használatának aspektusai az ifjúság körében. Ph.D értekezés Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem. 1-202. p.
- Rátz, Tamara (2011): Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. 5. fejezet. Pécs, Pécsi Tudományegyetem.
- Pikó, Bettina (2005): Középiskolás fiatalok szabadidő struktúrája, értékattitűdjei és egészségmagatartása. In: Szociológiai Szemle, 2. szám, 88-99. p.
- Richards, Greg (2003): Az európai kulturális idegenforgalom termelése és fogyasztása. In Szöllős, Péter (szerk.): Turizmus és szociológia. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Élménytársadalom. A jelenkor kultúrszociológiája.] Frankfurt-New York Campus. 765 p.
- Simándi, Szilvia (2012): Ifjúság – turizmus – tanulás. Az ifjú korosztály turisztikai magatartása. Szeged, Belvedere Meridionale. 1-230. p.
- Sulyok, Judit (2005): Kulturális turizmus az európai városokban. In: Turizmus Bulletin, 3. szám, 18-29. p.
- 1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről