

Csurgó Bernadett: Vásári forgatag, vidékimázs, turizmus és helyi közösség: a mezőtúri Túri Vásár és az őrszentpéteri Őrségi Vásár esete

A tanulmány egy alföldi és egy őrségi kisváros, Mezőtúr és Őrszentpéter egy-egy jelentős, több évtizedes múltra visszatekintő helyi turisztikai-közösségi rendezvényének a Túri Vásárnak és az Őrségi Vásárnak az elemzésével arra keresi a választ, hogy a vidéki rendezvények milyen funkciókat tölthetnek be a helyi közösség életében és hogyan járulhatnak hozzá a helyi identitás és térségi imázs fenntartásához és megerősítéséhez.

A tanulmány alapját képező kutatások –döntően a helyi kulturális élet és turizmus szereplőivel készített félig strukturált interjúk alapján– azt vizsgálták, hogy a helyi kulturális örökség hogyan járulhat hozzá a helyi identitás és a térség imázsának átalakulásához, és ez milyen változásokat eredményezhet a helyi közösségfejlesztésben¹ és a vidék fenntartható fejlődésében². A kutatások egyik központi témáját jelentette a helyi kulturális örökségre és hagyományokra építő rendezvények vizsgálata, amely esetében a kulcsszereplőkkel készített interjúkat résztvevő megfigyelés, valamint fotó- és videódokumentáció is kiegészítette.

A vizsgált vásárok: a Túri Vásár és az Őrségi Vásár is jelentős, a vizsgált térségek (Mezőtúri járás és Őrség) emblematikus, a helyi hagyományokat változatos formában és intenzitással hasznosító eseményei, amelyek az elmúlt évek folyamán számos átalakuláson, funkcióváltáson mentek keresztül. A rendezvények elemzése hozzájárulhat a vidéki területek endogén, a helyi erőforrásokra építő fejlesztési lehetőségeiben rejlő lehetőségek és korlátok megértéséhez azáltal, hogy rámutat a helyi erőforrásokra építő fejlesztési, fejlődési utak és elképzelések közötti ellentétekre, a helyi kultúrára építő alternatív fejlődési utakban rejlő ösztönző és gátló tényezőkre. A vásárok elemzésének segítségével értelmezhetővé válnak a helyi identitásra építő fejlődési modellek szereplői, megközelítésmódjai és funkciói, és választ kaphatunk arra a kérdésre, hogy a helyi kultúrára, hagyományokra alapozva megújítható-e úgy a helyi identitás, hogy az hatást gyakoroljon a település és térség külső megjelenítésére, imázsára és a helyi közösségre egyaránt.

Vidékfejlesztés, kulturális örökség és helyi rendezvények

¹ A mezőtúri kutatás a TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú Nemzeti Kiválóság Program –Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése országos program című kiemelt projekt keretében zajlott.

² Az őrségi kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal – NKFIH 108628 Kulturális örökség és fenntartható vidékfejlesztés című projekt keretében valósult meg.

Az európai vidékfejlesztési rendszer a területi egyenlőtlenségek felszámolásának egyik fő eszköze a helyi gazdasági, társadalmi és kulturális erőforrások feltárását és felhasználását tekinti (Ray, 1998; Van Der Ploeg & Renting, 2000). Az uniós vidékfejlesztési rendszer hazai megjelenésének hatására a magyar vidéki területeken is egyre nagyobb hangsúllyal jelennek meg a helyi erőforrások felhasználására és értéké tételére alapuló fejlesztési stratégiák, programok, kezdeményezések (Megyesi, 2012, 2014). Mindezek következtében a lokális identitás újraértelmezése, az önpromóció és imázsteremtés egyre fontosabbá vált a magyar vidéki települések és térségek számára is. A helyi rendezvényeknek pedig kulcsszerepe van az imázsteremtésben és a helyi közösségfejlesztésben egyaránt (Csurgó, 2014; Csurgó & Nagy Kalamász, 2007; Pusztai, 2003).

A lokális közösségek fejlődését, fejlesztési kapacitását középpontba állító endogén fejlesztéspolitika sikerének kulcsa a kutatások tanulsága szerint a fejlesztésben résztvevők helyi társadalmi beágyazottsága, helyi tudása valamint kapcsolatteremtő és kockázatvállalási képessége (Csurgó, Kovách, & Kučerová, 2008; Kelemen, Megyesi, & Nagy Kalamász, 2008). Az endogén fejlesztések egyes kutatások szerint csak azokon a területeken tudnak sikeresek lenni, ahol az együttműködés formái és a külső gazdasági és piaci kapcsolatok már történetileg kialakultak. Ahol azonban mindez hiányzik a fejlődéshez külső (exogén) erőforrások (is) szükségesek, amelyek elősegítik a helyi identitások és imázsok felértékelését és ezen keresztül a helyi kapacitások kibontakozását (Murdoch, 2000). Ray (1998) szerint pedig a helyi, kulturális rendszerek felfedezése és újraértelmezése kulcsfontosságú a vidéki térségek és települések társadalmi és gazdasági fejlesztésében. Az általa kidolgozott kultúra-gazdaság modellben a vidéki területek külső megjelenítésében, promóciójában és a helyi közösségfejlesztésben a hagyományos ételek, helyi folklór, helyi művészetek, kézművesipar, történelmi látnivalók, irodalmi utalások és természeti környezet mint a helyi identitás és imázs fő alkotóelemei kapnak helyet és gazdasági jelentőségre tesznek szert, azáltal, hogy mind a helyi lakosságban mind pedig a kívülről érkezőkben a lokálpatriotizmus erősítésével és annak értéké tételével ösztönzik a helyi termékek és kultúra fogyasztásának előnyben részesítését. Modelljében a kultúra gazdaság négy működési módját határozza meg. Az első működési módban az adott terület és kultúra termékként jelenik meg. A második működési módban a kulturális erőforrásokat a terület reklámozásában hasznosítják. A harmadik működési módban a területi identitás kulturális értékekre épülő fejlesztése befelé, a helyi közösség felé mutat. Míg a negyedik működési mód a másik három kombinációját jelenti, ahol a hangsúly a helyi gazdaság belső erőforrásokra épülő alternatív fejlődési útjain van (Ray, 1998).

A vidék kulturális örökségét, hagyományait legegyszerűbben a helyi közösség és a látogatók számára is könnyen elérhető és érthető formában a helyi rendezvények, fesztiválok képesek megjeleníteni. Így nem véletlen, hogy a vidék kulturális értékeinek felértékelődésével párhuzamosan az elmúlt évtizedekében gombamód megsaporodtak illetve egyre inkább előtérbe kerültek a vidéki fesztiválok és egyéb vidéki rendezvények amit a vidékfejlesztési programok is támogatnak és a térségi, települési marketing is erősít (Csurgó, 2014).

A vidéki rendezvények és fesztiválok kutatásával leginkább a hazai turizmus irodalom foglalkozik és a vidékszociológiai kutatásokban kisebb súllyal ugyan, de szintén megjelenik. A kulturális örökség turisztikai megjelenését a vidékturizmus-irodalom a vidék hagyományainak nosztalgikus idealizációjából táplálkozó hagyományalkotás keretében tárgyalja és azt vizsgálja, hogy a helyi fesztiválok, falunapok kínálatában hogyan jelennek meg és fogalmazódnak újra a helyi hagyományok (Csurgó, 2014). Pusztai Bertalan (2003, 2007) pusztamérgesi és bajai kutatásai arra mutattak rá, hogy a helyi, döntően turisztikai célzatú rendezvényeket, – mint a pusztamérgesi káposztafesztivál vagy a bajai halászléfesztivál – a helyi szervezők a helyi hagyomány újraélesztéseként értelmezik és a lokalitást, az autenticitást, az ősi múltat, tradíciókat hangsúlyozzák. Fontos azonban, hogy az ilyen hagyományápolásra építő rendezvények célja nem a hagyományőrzés, hanem a turisztikai kínálat gazdagítása, és ezen keresztül a területfejlesztés. Lényege a lokalitáskonstrukció, amely a helyi autentikus, vagy annak vélt, kulturális elemekből egy márkázható erőforrást teremt, amely a turisták felé eladhatóvá válik (Pusztai, 2007). „Megalkotott hagyományok,” „autenticitás” és „megrendezett autenticitás” a fő fogalmak, amelyen keresztül a turizmus-, kultúra- és vidékkutatás értelmezi a vidéki turizmus és helyi hagyományok összekapcsolódását (Bessière, 1998; Csurgó, 2014; Fejős & Szijártó, 2000; Pusztai, 2003, 2007). A megrendezett autenticitásra kiváló példát kínál a lajosmizsei Sobri Napok, amely a tanyai turizmus egyik jellegzetes típusa, ahol a tanyai életmód, népi kultúra helyi mítoszok és szimbólumok, – mint a tájjellegű ételek, kézműves termékek, cigánybanda – kollázsszerű felvonultatása zajlik (Kürti, 2000). Egy svéd vidéki település turisztikai élelmiszerkínálatának és szüreti fesztiválján elemzése pedig azt mutatja, hogy a turizmuszolgáltatók fő célja, hogy az autenticitás érzetét nyújtsák a résztvevők számára, és ami lényeges, hogy egy olyan jelentésmezőt hoznak létre, amelyben a résztvevők: turisták és helyiek az alapvető értékekben egyetértenek, és ez pedig a vidék nosztalgiája és idilli értelmezése. Ezáltal emelik a helyi élelmiszert szimbólummá illetve teremtik meg azt a rusztikus, idilli vidéki atmoszférát, díszletet, amelyben minden termék és szolgáltatás az autenticitást vagy legalábbis annak érzetét biztosítja (Tellstrom, Gustafsson, & Mossberg,

2005). Kutatások azt mutatják, hogy a vidéki hagyományok felértékelésében fontos szerepe van a városból vidékre költözőknek is. Az etyeki gasztronómiai fesztiválok valamint a kapolcsi Művészetek Völgye fesztivált is az állandóan vagy időszakosan beköltöző városi értelmiség és középosztály hozta létre a helyiek különböző típusú és sikerű bevonásával. Mindkét esetben igaz azonban, hogy a városiak által felértékelt helyi hagyományokat a fesztiválok koncentráltan kínálják a turisták tömegei számára. A vidék idillje, az autenticitás a helyi és általában a vidéki tradíciók és a rurális milió jelentik ezeknek a fesztiváloknak a fő vonzerejét a szervezők és a látogatók számára egyaránt (Csurgó & Nagy Kalamász, 2007).

Fesztivált, rendezvényt a vidéki településeken számos okból lehet szervezni. Janiskee (1991) hét tényezőt határoz meg, amely vidéki fesztiválok motivációját jelentheti: (1) Az elsődleges célja a vidéki fesztiválok szervezésének, hogy a helyi vállalkozók számára vagy a civil szervezetek jótékonyági céljaihoz anyagi erőforrást teremtsenek. Lényeges azonban, hogy akár a legkisebb rendezvények is lehetnek pénzügyileg sikeresek, ha önkéntes munkára és adományokra épülnek. (2) A nagyobb, jól működő fesztiválok azonban a turisták és utazók számára is vonzóak, amelyek így jelentős bevételi forrást is jelentenek a vidéki települések számára. (3) A fesztiválok a jellegadó eseményei lehetnek azoknak a kisebb településeknek, ahol egyéb turisztikai látnivaló nincs. (4) A pénzügyi nyereség mellett a vidéki fesztiválok ismertséget és támogatást hozhatnak a helyi közösségnek és szervezeteknek és hozzájárulhatnak a helyi identitás és közösségtudat megerősödéséhez, amely a vidék megtartó képességéhez is hozzájárulhat még a hanyatló térségekben is. (5) A vidéki közösségek a helyi rendezvények segítségével megmutathatják kulturális sajátosságaikat és hozzájárulásukat a nemzeti kulturális örökséghez valamint megünnepelhetik és felidézhetik a történelmi múltjukat és más helyi büszkeségeiket. (6) Ezek a rendezvények, mint helyi ünnepek egyfajta kulturális rituáléként is értelmezhetők. (7) Végezetül a vidéki fesztiválok a helyi lakosság számára a helyi „eseményt” jelentik.

A helyi rendezvények és a turizmus kapcsolata azt mutatja, hogy ezeknek a rendezvényeknek döntő szerepe van a helyi identitás és imázs fejlesztésében és a turisztikai célpontok marketingjében egyaránt. Egyre növekvő igény figyelhető meg a különleges szabadidős és kulturális élmények iránt, és ebben az értelemben a helyi rendezvények, fesztiválok jelentős motiváló tényezőként jelennek meg a turisták számára és ezzel egyidőben a büszkeség és identitás forrását biztosítják a helyieknek. A helyi kulturális rendezvények egyfajta kiegészítői is a helyi természeti és épített környezet kínálta turisztikai lehetőségeknek, azáltal, hogy a statikus terek emberi dimenziót mutatják meg (Derrett, 2003).

A fesztiválok és egyéb kulturális rendezvények azon közösségek számára vonzóak, akiket a helyi identitás, örökségvédelem és helyi fejlesztés kérdései foglalkoztatnak. A rendezvény annál sikeresebb minél inkább helyi kezdeményezésen alapszik. A fesztiválok és egyéb helyi rendezvények a helyi közösség számára a közös célok és értékek manifesztálódásának lehetőségét biztosítják, amelyen keresztül a közösségtudat és a helyi közösség integrációja is megmutatkozik (Derrett, 2003). A kutatások azt bizonyítják, hogy azok a közösségek, amelyek rendezvényeket és fesztiválokat szerveznek a helyi kulturális értékek hangsúlyozására, megmutatására, azok az összetartozás érzését teremtik meg a résztvevő helyiek számára. A turisták érdeklődése ezek iránt a rendezvények iránt egyfajta többletként jelenik meg (Csurgó, 2014; Derrett, 2003). Ugyanakkor a fesztiválok mint a közösségi értékek manifesztumai a közösség bizonyos csoportjai számára a közösséghez tartozás megerősítését biztosítják, míg mások számára a kívülmaradást erősítik meg (Derrett, 2003).

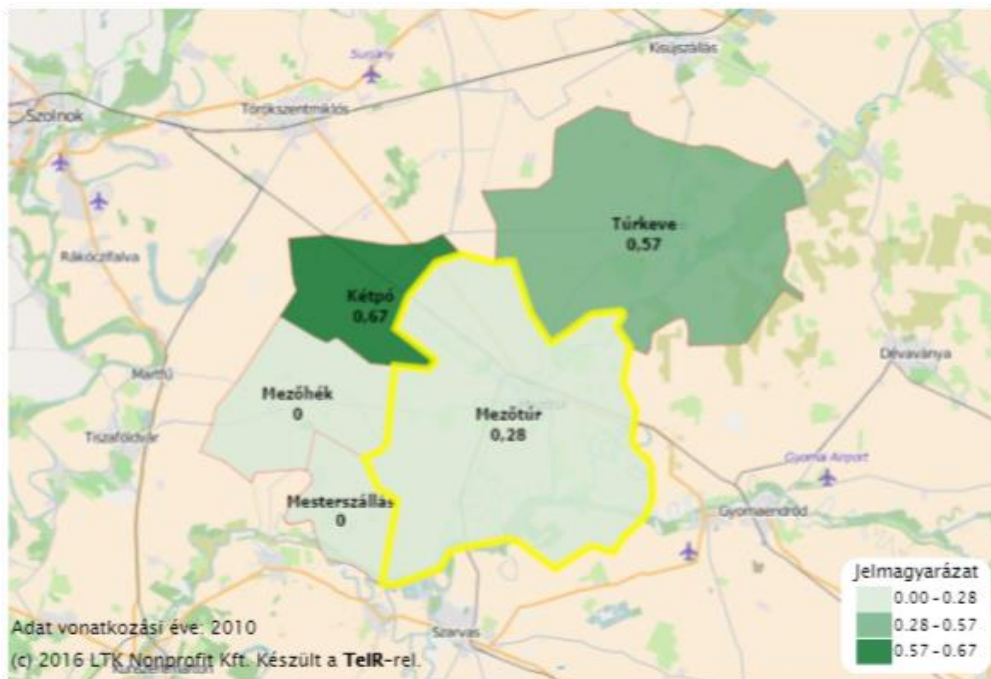
A továbbiakban két vidéki kulturális rendezvény a Túri Vásár és az Órségi Vásár elemzésével azt vizsgáljuk, hogy a rendezvények hogyan járulhatnak hozzá a helyi identitás és közösségtudat erősítéséhez és a település- és térségimázs fejlesztéséhez. Mindezek megértéséhez az esettanulmányok elemzése során arra keressük a választ, hogy (1) az elmúlt évtizedekben milyen változásokon mentek keresztül a rendezvények, (2) hogyan változtak a fő célok és motivációs tényezők a rendezvények szervezésében és (3) ezek hogyan befolyásolták a rendezvények arculatát és tartalmát.

Túri Vásár

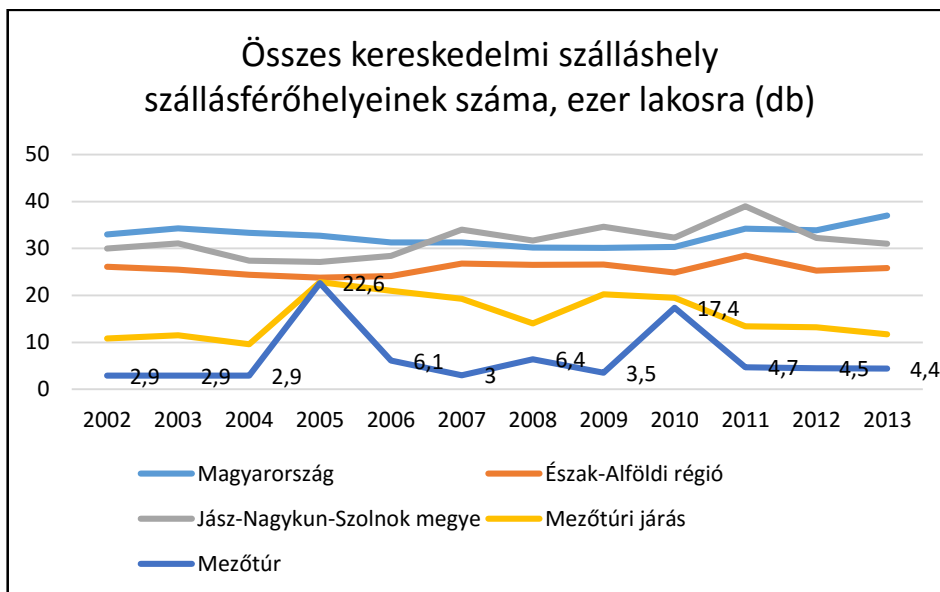
A Túri Vásár a Mezőtúri járás és központi települése Mezőtúr egyik legjelentősebb helyi kulturális-közösségi rendezvénye. A térségre és a városra egyaránt csökkenő és öregedő népesség jellemző. A mezőgazdaság jelenleg is jelentős ágazat a térség gazdaságában, 2013-ban a térségi regisztrált vállalkozások 8,3%-a az agrár szektorban tevékenykedett, ami jelentősen magasabb az országos 3,8 %-os részarányánál, ezzel együtt a mezőgazdaság foglalkoztatásban betöltött szerepe az elmúlt évtizedekben folyamatosan csökkent a térségben is. Az ipar jelentősége viszonylag alacsony, a járásban működő vállalkozások 20,6%-a volt ipari vállalkozás 2013-ban, míg a vállalkozások döntő többsége (70,9 %) a kereskedelmi és szolgáltató szektorban tevékenykedett. A turizmus jelentősége is alacsony, a működő vállalkozások mindössze 6,5%-a foglalkozott szálláshelyszolgáltatással és vendéglátással a 2013-as adatok szerint turizmussal a kistérségi települések közül Túrkeve rendelkezik a gyógyfürdőturizmus miatt, valamint Kétpó rendelkezett még, amíg az Almásy kastély, mint kastélyszálló üzemelt, emellett a vadász és horgászturizmus tekinthető még fontosnak a

kistérség turisztikai szolgáltatásai közül. Az egy főre jutó idegenforgalmi adó 2010-ben csak Mezőtúron, Túrkevéen és Kétpón jelentett bevételt, ma már csak Túrkevének és Mezőtúrnak van idegenforgalmi adóbevétele.

Egy főre jutó idegenforgalmi adó (1000 Ft) (2010)

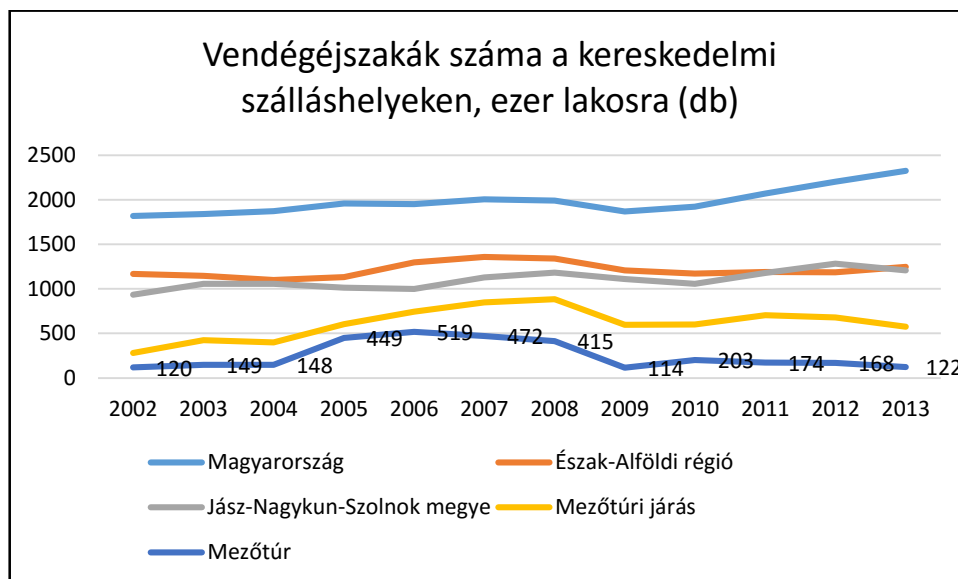


Mezőtúr turisztikai potenciálja alacsony, megfelel a térség (járás) turisztikai jellegzetességeinek. Az 1000 lakosra jutó kereskedelmi szálláshelyek szállásférőhelyeinek száma 2013-ban 4,4 volt Mezőtúron, és az egész járásban is csak mindössze 11,7. Mindez azt jelzi, hogy sem a járásban, sem a kivárosban nincs jelentősebb turisztikai szálláshely-kapacitás.



Forrás: saját szerkesztés TEIR adatbázis alapján

A városban 2005-2008 között volt egy jelentősebb emelkedés a turizmusban, amely a vendégéjszakák számában is megmutatkozott. 2008 után, vélhetően a gazdasági válságból és a kétpói kastélyszálló megszűnéséből következően a járásban visszaesett a vendégéjszakák száma és ez a visszaesés Mezőtúron is megfigyelhető. 2013-ban Mezőtúron az ezer lakosra jutó vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken mindössze 122 darab volt, amely megközelíti a 2009-es mélypontot (114 darab).



Forrás: saját szerkesztés TEIR adatbázis alapján

A Mezőtúron szálláshelyszolgáltatást igénybe vevők többsége belföldi látogató, fontos sajátosság még, hogy a látogatók többsége nem száll meg (átutazók), vagy nem a kereskedelmi szálláshelyeken (rokonlátogatók, hétvégiház tulajdonosok) száll meg.

A térség legfontosabb kulturális értékei, kulturális öröksége a kulturális és közösségi élet valamint a turizmus szereplőivel készített interjúk tanulsága szerint: (1) a mezőtúri fazekasság, (2) a túri vásár Mezőtúron, (3) a kun hagyományok, (4) a juhász hagyományok Túrkevéen, (5) a kétpói Almásy kastély, (6) a református templom Mezőtúron és (7) a paraszti hagyományok az egész térségben. A Túri Vásárt mind a kérdezett mezőtúriak mind a nem mezőtúriak az térség egyik legfontosabb rendezvényeként jelölték meg, amelynek több évtizedes hagyományai vannak és fontos esemény a helyiek és a látogatók számára egyaránt.

A Túri Vásár történelmi gyökerekhez nyúlik vissza és Mezőtúr városi és ezen belül is vásártartó szerepkörével hozható összefüggésbe. Az első Túri Vásárt 1411-ben rendezték meg és ez akkor országos jelentőségű, egy hetes vásár volt. Közösségi-kulturális rendezvényként először 1968-ban került megrendezésre Mezőtúr 600 éves évfordulója alkalmából ekképpen is visszanyúlva a város történelmi örökségéhez. Ezt követően rendszeresen megrendezték. Az 1970-es-80-as években országos jelentőségű idegenforgalmi látványosság volt, amely egyrészt az akkoriban reneszánszát élő helyi fazekasság legfontosabb bemutatkozó eseménye volt valamint regionális jelentőségű kézműves vásárként is funkcionált.

A 90-es évektől jelentős változásokon ment keresztül a rendezvény. A helyi fazekasság súlyának és gazdasági szerepének csökkenésének valamint a gombamód szaporodó vidéki rendezvények következtében a Túri Vásár elvesztette országos jelentőségét és regionálisan is lecsökkent a szerepe. Mikrotérségi szinten azonban továbbra is jelentős maradt, a helyi közösség legfontosabb rendezvényei között tartják számon ma is. A rendszerváltást követően évente kerül megrendezésre, 2016-ban rendezik meg a 25. Túri Vásárt 2001 óta kiegészült az arTúr fesztivállal, amely egy héten keresztül sokszínű kulturális programokat kínál a helyi, mikrotérségi lakosság számára. A rendezvény tehát fokozatosan veszített turisztikai jelentőségéből, míg közösségi, helyi társadalmi jelentősége megmaradt, sőt növekedett. A helyi identitás és imázs megerősítésében továbbra is fontos szerepet játszik a Túri Vásár. Ezt jól példázza a Túri Vásár új logója is, amely a mezőtúri fazekas hagyományok szimbolikájára épít. Mezőtúr rendezvényeként jelenik meg, ahol a legfontosabb kulturális örökség a fazekasság, amit mi sem bizonyít jobban mint, hogy 2010-ben Mezőtúr elnyerte a „kerámia fővárosa” címet is.



Forrás: mkskft.hu/turivasar/

A kutatás eredményei is azt mutatják, hogy a Túri vásár egyik fő feladata, hogy megerősítse a település és térség imázsát benne központi szerepet nyújtva a helyi fazekasságnak, valamint, hogy fejlessze a helyi közösséget és a lokális identitást. Ugyanakkor mind a kínálati (kézművesek, árusok, fellépő művészek, szervezők), mind a fogyasztói (helyi /térségi lakosság, turisták, hazalátogató helyiek) oldalon eltérő érdekű és igényű szereplőket azonosíthatunk. A kutatás eredményei szerint kétféle markáns érdekcsoportot artikulálódik a Túri Vásár körül: (1) a populáris kultúra alapú közösségfejlesztők és (2) a kulturális örökség alapú turisztikai-imázsfejlesztők.

	Aktorok	Fő cél	Fő eszközök
Populáris kultúra alapú közösségfejlesztők	Közösségi Ház, vegyes árusok, populáris művészek, helyi lakosság	helyi közösségi esemény, a helyi lakosság széles köreinek elérése + helyi identitás megerősítése	populáris programok, széles vásári áruválaszték
Kulturális örökség alapú turisztikai-imázsfejlesztők	helyi civil szervezetek, kulturális-turisztikai intézmények, fazekasok, kézművesek, turisták	turisztikai rendezvény, turisztikai vonzerő növelése, helyi imázs fejlesztése + helyi identitás megerősítése	unikális programok és vásári portékát, helyi kézművesség középpontba állítása, hagyományőrző programok

A populáris kultúrát középpontba állító közösségfejlesztők legfontosabb aktorai a Túri Vásárt szervező Közösségi Ház, a helyi és nem helyi vegyes portékát áruló árusok és szolgáltatók valamint a populáris kultúrát képviselő meghívott művészek, előadók, és a helyi szórakozni-vásárolni vágyó lakosság. A cél hogy minél szélesebb társadalmi rétegek számára tegyék vonzóvá az eseményt és, hogy a helyi lakosság nagy számban találjon magának szórakozást és portékát egyaránt a vásáron. Az esemény fő célcsoportjának a helyi lakosságot tekintik és

céljuk, hogy a helyiek minél szélesebb tömegei számára biztosítsanak szórakozási-vásárlási lehetőséget és közösségi élményt. Ennek érdekében a ruhaárustól a kosárfonóig, a népdalkörtől Lagzi Lajcsiig széles palettán mozog mind a vásári portékák, mind a kulturális programok kínálata. Az elmúlt évtizedekben egyre inkább ez a csoport és elképzeléseik váltak hangsúlyossá a Túri Vásár arculatában, amit tovább erősít a rendezvény helyszínváltozása is: a város központi tereiről és főutcájáról a rendezvény kijjebb került a város egyik nyíltabb, gyéren lakott területére, ezáltal a helyiek mindennapjait kevésbé zavaró, de egyben a város központjától leszakadó eseménnyé válva.

A Túri Vásár körüli helyi véleménycsoportok között megjelenik egy másik ellentétes csoportosulás a kulturális örökség alapú imázsfejlesztők, akik a fenti csoporttal szemben a Túri Vásár unikális jellegét hangsúlyozzák, amelyben központi helyen kell(ene), hogy szerepeljen a helyi fazekasság és általában a hagyományörző kézművesség, a tradicionális vidéki kultúra. Ez csoport a Túri Vásár '70-es -80-as évekbeli jellegét szeretné feléleszteni, amikor a rendezvénynek komolyabb turisztikai vonzereje is volt. Véleményük szerint a rendezvénynek meg kellene erősíteni a hagyományörző jellegét és ehhez mind az árusokat, mind pedig a művészeket válogatni, szűrni kellene, hogy a vidéki tradíciók iránt érdeklődő és fogékony nem helyi látogatók számára is vonzó eseménnyé válhasson (ismét) a Túri Vásár, még ha ennek az is az ára, hogy a helyi lakosság közül kevesebbet tud megszólítani a programjaival. Ehhez a véleménycsoporthoz tartozik a helyi fazekasság többsége és más kézműves alkotók, a helyi kultúra és turizmus néhány vezető szereplője valamint a potenciális turisták és a helyi lakosság hagyományörzésben érdekelt vagy az iránt érdeklődő csoportjai. Jelenleg ez a véleménycsoport kevésbé hangsúlyos a Túri Vásár szervezésében, bár a kézművesség és a helyi fazekasság valamilyen formában mindig megjelenik a Túri Vásáron és igyekeznek különböző formában biztosítani számukra a láthatóságot is. Az esemény helyszínváltoztatása ebből a szempontból is konfliktusforrásként jelenik meg a helyi diskurzusokban. A kulturális örökség alapú imázsfejlesztők véleménye szerint a város központi terein megrendezett eseményen, ahol a kézműves árusok vannak a középpontban a központi rendezvénytér körül és a többi árus csak mellékszereplőként jelenik meg biztosított a rendezvény unikális imázsa, amely megkülönbözteti a hagyományos piactól és ezáltal a turisták számára is vonzó lehet. Főleg, ha a vásár kézműves jelelegét a vidék kulturális örökségéhez kapcsolódó kulturális programokkal tovább erősítik. Véleményük szerint a helyszínváltozással ezek a szinergiák megszűntek: a vásár és a kulturális programok szétváltak vagy eldugottá váltak (egyes vélemények szerint a helyi fazekasság már nem is akar részt venni a rendezvényen). Az elmúlt években számos

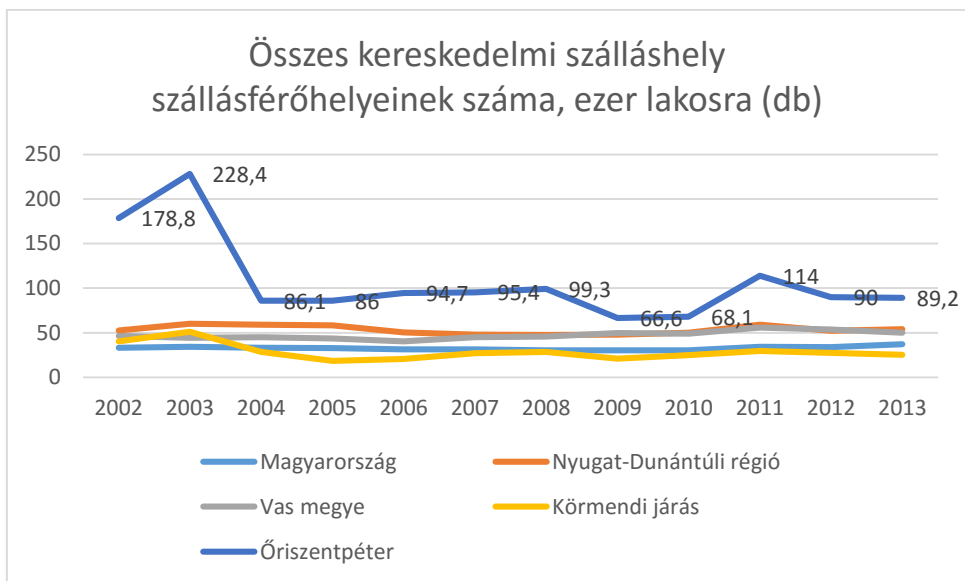
formában próbálta ez a csoport az érdekeit, véleményét megjeleníteni és érvényre juttatni, több-kevesebb sikerrel. (ezek közül kiemelkedik a 2014-ben megrendezett Túri Vásárocska, amely a Túri Vásárral párhuzamosan a Túri Fazekas Múzeum udvarán és épülete előtt kínált alternatív programot és „igazán jóféle kézműves portékát” az érdeklődők számára.) Ezek a kezdeményezések azonban eddig nem tudtak megszilárdulni és a Túri Vásárnak továbbra is a helyi közösségi jellege erősödik.

A két csoport az eltérő érdekek és vélemények ellenére abban azonban egyetért, hogy a Túri Vásár a térség és a város legfontosabb a helyi identitást erősítő eseménye a vita a rendezvény tartalma és formája között van. A Túri Vásár körül kialakuló helyi narratívák és szerveződések jól példázzák a helyi kulturális és közösségi életben jelentős szereplőcsoportok érdek- és nézetkülönbségeit. A Túri Vásár leírható a populáris kultúrát középpontba állító közösségfejlesztési és a helyi hagyományokat hangsúlyozó turisztikai-imázsépítő helyi fejlesztési törekvések versengéseként, amelynek közös eleme a helyi identitás fejlesztése, illetve fejlesztési igénye.

Őrségi Vásár

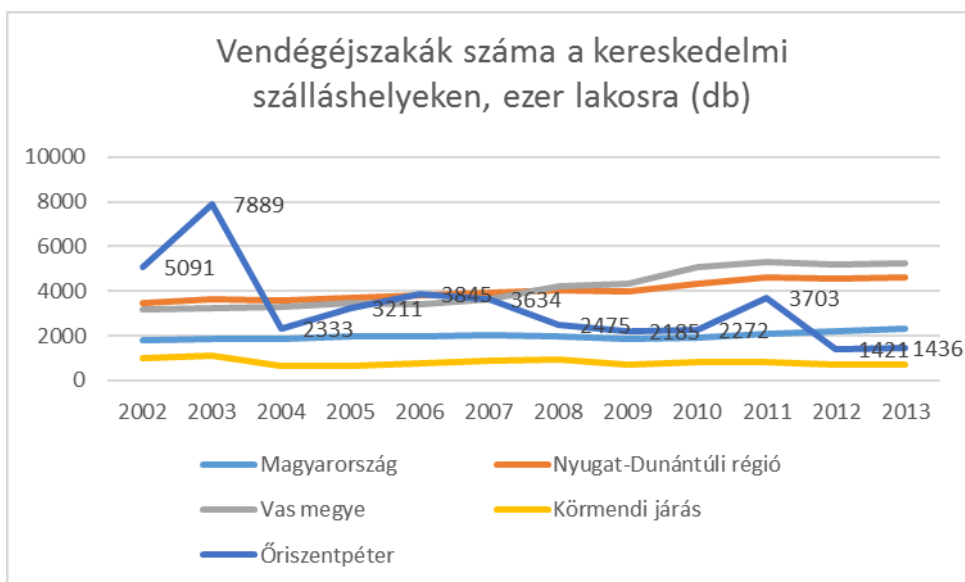
Az Őrségi Vásár az Őrség és központja Óriszentpéter egyik legfontosabb rendezvénye. Története több évtizedre nyúlik vissza, az első Őrségi Vásárt 1980-ban szervezte meg az akkor Óriszentpéteri Községi Tanács. Célja már akkor is az volt, hogy a helyi kézművesség, fazekasság számára megjelenést és fórumot biztosítsanak és látogatókat vonzzanak a térségbe. Az Őrségi Vásár hosszú évtizedekig az Őrség legjelentősebb rendezvénye volt. Jelenleg az egyike a térség legfontosabb rendezvényeinek, de már nem az egyetlen, számos fontos turisztikai-közösség rendezvény van ma már az Őrségben, amelynek célja a helyi kulturális értékek és örökség bemutatása és a turisztikai vonzerő biztosítása. Az Őrség turisztikai fejlődésének hatására az elmúlt évtizedekben az Őrségi Vásár is számos változáson ment keresztül.

Az Őrség és „főváros” Óriszentpéter az egyik legfontosabb hazai vidéki és falusi turizmus célpont és természeti értékekben gazdag kirándulóhely. A térség turisztikai karaktere tovább erősödött az Őrségi Nemzeti Park 2002-es megalakulása óta, amely a természetvédelem mellett komoly turizmusfejlesztési tevékenységet is végez. Az Őrség Vas megye délnyugati szegletében jelenleg a Körmentéri járásban fekszik korábban településeinek többsége az Óriszentpéteri kistérséghez tartozott. A térség gazdaságában a mezőgazdaság ma is jelentős, a 2013-as adatok szerint az Óriszentpéteri kistérségben a működő vállalkozások 16%-a a



Forrás: saját szerkesztés TEIR adatbázis alapján

A városban az elmúlt évtizedben jelentős ingadozások voltak a vendégéjszakák számában, bár a járási adatok egyfajta stabilitást tükröznek. Az ezer lakosra jutó vendégéjszakák száma 2013-ban Óriszentpéteren 1435 volt, amely kevesebb mint fele a 2011-es értéknek. Az interjúk tanulsága szerint az időjárás nagy mértékben befolyásolja a helyi turizmus sikerét, főként ha a jó idő éppen a rendezvények idejére esik.



Forrás: saját szerkesztés TEIR adatbázis alapján

A rendezvényeknek központi jelentősége van az Órség és Óriszentpéter turizmusában. Óriszentpéter egyik központi rendezvénye pedig az Órségi Vásár. A térség rendkívül gazdag kulturális és természeti értékekben. A fazekasság és a helyi gasztronómia, valamint az épített

örökség és az őrési településszerkezet emelkedik ki a helyi kulturális örökség közül. Ez utóbbinak és a természeti környezetnek köszönhetően az őrési táj a hagyományos, rusztikus vidéki környezetet, a vidék idilljét kínálja és biztosítja a látogatók és turisták számára. Az Őrség idilljének köszönhetően a 80-as évektől, de leginkább a rendszerváltást követően jelentős számban jelentek meg városi főként budapesti szereplők nyaralótulajdonosként vagy betelepülőként a térség falvaiban és Óriszentpéteren egyaránt. Közülük sokan turisztikai vállalkozásba, falusi vendégfogadásba és közösségszervezésbe fogtak és jelenleg fontos szereplőcsoportját jelentik a térség és város közösségének és gazdaságának. Óriszentpéteren és általában az Őrségben a turizmusban és közösségfejlesztésben három fő szereplőcsoport azonosítható: (1) a helyi önkormányzat és intézményei, (2) a Nemzeti Park és (3) a városból beköltözők és civil szervezeteik. Mindhárom szereplőcsoport célja a térség kulturális és természeti örökségére építve fejleszteni a térség turizmusát, turisztikai imázsát és ezen keresztül a helyi identitást és közösséget. Eszközeik is sok hasonlóságot mutatnak, rendezvények, termék- és turisztikai szolgáltatás fejlesztés jelenik meg fő tevékenységként mindhárom csoport esetében csak eltérő hangsúlyokkal és tartalommal.

	Fő cél	Fő eszközök	Jellemző esemény, rendezvény
Helyi önkormányzat és intézményei	közösség és turizmusfejlesztés	rendezvények	Őrségi Vásár Fazekas Napok, Völgyhídi Vásár, stb.
Nemzeti park	fenntartható vidékfejlesztés és turizmusfejlesztés	túraútvonalak, rendezvények, termékek	Pünkösdlő Pityerszeren, Kockásliliom túra, Szent György napi túra, Szertúra Óriszentpéteren, stb.
Városiak és szervezeteik (pl. Őri Alapítvány)	turizmusfejlesztés és helyi identitás- és közösségfejlesztés	turisztikai szolgáltatások (szálláshely, vendéglátás), rendezvények	Virágzás napja, Hétrétország. Őrségi Teleház, helyi termelői piac, pajtaszínház, stb.

A helyi önkormányzatok döntően rendezvényeket szerveznek, amivel a fő céljuk, hogy a helyi közösségfejlesztés mellett a térségben megjelenő turistáknak is vonzó programokat szervezzenek. A térségi települési önkormányzatok többsége szervez a helyi kulturális értékekre építő azokat bemutató rendezvényeket. A Nemzeti Park célja a fenntartható vidékfejlesztés, amelynek az Őrségben az egyik kulcseleme a turizmusfejlesztés. A Nemzeti Park turisztikai szolgáltatási között döntően a térség természeti értékei bemutatót túrák és túraútvonalak szerepelnek valamint fontos kezdeményezésük a Nemzeti parki termék védjegy létrehozása, amellyel a helyi értékeket –a kézművestermékektől a helyi élelmiszereken át a

szálláshelyekig– támogatják és erősítik. Emellett a Nemzeti park is szervez rendezvényeket az általa fenntartott turisztikai helyszíneken, amelyek közül a legfontosabb a szalafői Pityerszer. Az Őrségben tehát a sokféle szereplő különböző tevékenységének köszönhetően egy a helyi természeti és kulturális értékekre épülő komplex turizmus és közösségfejlesztési tevékenység zajlik, és a szereplők és tevékenységeik döntően kiegészítik egymást, és bár lehetnek és vannak is konfliktusok alkalmanként közöttük, úgy tűnik az alapvető irányvonalakban és célokban minden szereplő egyetért.

Az Őrségi Vásár az Őriszentpéteri önkormányzat és a hozzá csatlakozó többi települési önkormányzat rendezvénye. Jól példázza az önkormányzatok helyét és szerepét a helyi turizmus és közösségfejlesztésben. Az Őrségi Vásárt a térség egyik legfontosabb rendezvényeként tartják számon. Az elmúlt évtizedekben jelentős változásokon ment keresztül. Kezdetben Őriszentpéterre központosult és döntően a kézműves portékák árusítása, a látogatók és helyiek számára elérhetővé tétele volt a legfontosabb célja. Mára alapvetően kulturális eseménnyé vált, amelyhez a térség több települése is csatlakozott és több helyszínen kulturális programok zajlanak miközben Őriszentpéter központjában zajlik a vásár. Az elmúlt években a turizmus jelentőségének növekedésével és a többi rendezvény megjelenésével a vásár kézműves és autentikus jellege egyre nagyobb hangsúlyt kapott. Ennek eredményeként a nem kézműves termékekkel megjelenő árusokat különválasztják a kézművesektől. Előbbieknek a városközponttól távolabb a sportpályán biztosítanak helyet, míg a kézművesek a kisváros főutcáján kapnak árusítási lehetőséget. A sportpályán a „hagyományos” falunapokra vagy búcsúra jellemző hangulat és szereplők foglalnak helyet a vurstlitól a vegyes árusokon át a cukorkaárusig, míg a falu központjában a népművészeti-termék árusok és kézművesek árulhatják portékájukat. Az előbbivel inkább a falu lakosságát, míg az utóbbival a turisták igényeit kívánják kielégíteni. Miközben mind a helyiek és még inkább a látogatók számára kulturális programokat rendeznek a térség több településén. A helyi közösség és turisták igényét az Őrségi Vásár párhuzamosan igyekszik kielégíteni, bár a turisztikai célok egyre hangsúlyosabbá váltak az évek során. Ehhez az is hozzájárul, hogy a térség turisztikai vonzerejéhez a helyi rendezvények szorosan hozzátartoznak, igazán nagy látogatólétszámot ezek a rendezvények tudnak a térségbe vonzani, másrésről pedig az Őrségi Vásár rendezvénynek igazodnia és alkalmazkodnia kell a többi térségi rendezvényhez, ha meg akarja őrizni vezető szerepét a térségi események között. Így vált az Őrségi Vásár az Őrség egyik jelentős turisztikai-kulturális rendezvényévé veszítve ezáltal kirakodó vásár és falunap karakteréből. Az Őrségi Vásár már az Őrség fő rendezvényéből az Őrség egyik rendezvényévé

vált, jellegadó turisztikai-kulturális esemény, amely még őriz néhány elemet, a helyi közösségi esemény jellegéből is.

Túri Vásár és Órségi Vásár: helyi rendezvények eltérő fejlődési pályán

A Túri Vásár és az Órségi Vásár két vidéki kisvárosi rendezvény, amely nagyon hasonló indulás után rendkívül eltérő fejlődési pályát járt be. Mindkét rendezvény a szocialista korszakban a helyi fazekasságot középpontba állító kézműves-kirakodó vásárként indult és akkoriban hasonló sikereket is ért el, országosan is. A rendszerváltást követően azonban a térségek és települések eltérő gazdasági-társadalmi fejlődésének, változásainak következtében a rendezvények is eltérő irányban fejlődtek tovább és alakultak át.

Az Órségi Vásár a térség turisztikai fejlődésével párhuzamosan turisztikai-kulturális rendezvényé nőtte ki magát és számos helyi „versenytársával” együtt a térség turisztikai szolgáltatási között tett és tesz szert jelentőségre, és emellett a térség imázsát és a helyi identitást egyaránt erősítő eseményként jelenik meg. Ezzel szemben a Túri Vásár a térség gazdasági-társadalmi problémáinak növekedésével párhuzamosan egyre nagyobb jelentőségre tett szert, mint közösségi-kulturális rendezvény, amelynek célja, hogy a helyi identitás megerősítésén keresztül járuljon hozzá a térség társadalmi megtartóképességének növekedéséhez és emellett a turisztikai jelentősége csak másodlagos célként fogalmazódik meg. A két rendezvényben azonban közös, hogy a helyi kulturális értékekre és örökségre építve kívánja a helyi identitást és lokális imázst megerősíteni. Az Órségi Vásár esetében ez inkább kívülről a külső szereplők felé, míg a Túri Vásár esetében belülről a helyi közösség felé irányuló folyamatokat, tevékenységeket jelent.

A két rendezvény esetének elemzése Janiskee (1991) osztályozásának a vidéki fesztiválok motiváló tényezőiről (lásd feljebb) tovább gondolására ösztönöz. A rendezvények szervezésének motiváló tényezői nem érthetők meg a helyi társadalmi-gazdasági kontextus ismerete nélkül. A Túri Vásár és Órségi Vásár példája azt mutatja, hogy a számos különböző hangsúlyú motiváló tényező mellett ezek a rendezvények tulajdonképpen a lenyomatai a helyi közösség legfőbb igényeinek-céljainak és választ próbálnak adni illetve hozzá kívánnak járulni –a rendezvény adta eszközökkel– a helyi társadalmi-gazdasági problémák megoldásához. Janiskee osztályozása és a Ray-féle kultúra-gazdaság elmélet (Ray, 1998, lásd feljebb) együttes alkalmazása kínál megfelelő értelmezési keretet a helyi rendezvények lokális társadalmi-gazdasági szerepének megértéséhez.

Az Őrségi Vásár legfontosabb célja, hogy a helyi imázs és identitás megjelenítésével növeljék a település és térség turisztikai vonzerejét. A szervezésében tehát a legfőbb motiváló tényező, fontossági sorrendben: (1) a turisták számára vonzó legyen és ezáltal bevételi forrást biztosítson a térségi települések számára, (2) a térség jellegadó eseménye legyen, (3) megmutassa a térség kulturális sajátosságait, múltját, és büszkeségeit valamint hozzájárulását a nemzeti kulturális örökséghez, (4) a helyi vállalkozók számára is bevételi forrást biztosítson, (5) egyfajta helyi ünnepként, rituáléként jelenjen meg, (6) erősítse a helyi közösség és identitástudatot és ezáltal hozzájáruljon a vidék megtartóképességéhez és (7) a helyi lakosság számára is eseményt, szórakozást biztosítson.

A Túri Vásár legfontosabb célja, hogy a térségben kiemelkedő a helyi közösséget megerősítő kulturális-közösségi esemény legyen. A legfőbb motiváló tényezők sorrendben tehát, hogy (1) ismertséget és támogatást hozzon a helyi közösségnek és hozzájáruljon a helyi identitás és közösségtudat megerősödéséhez és ezen keresztül a vidék megtartóképességéhez, (2) megmutassa a helyi sajátosságokat, értékeket, és a térség hozzájárulását a nemzeti kulturális örökséghez, valamint bemutassa a helyi múltat, helyi büszkeségeket, (3) helyi ünnep, rituálé legyen a közösség számára, (4) helyi eseményt biztosítson a közösség tagjainak, (5) a település, térség jellegadó eseménye legyen, (6) bevételi forrást biztosítson a helyi vállalkozóknak és (7) turisztikai vonzerőként jelenjen meg a turisták számára és ezáltal gazdaság fejlődést eredményezzen.

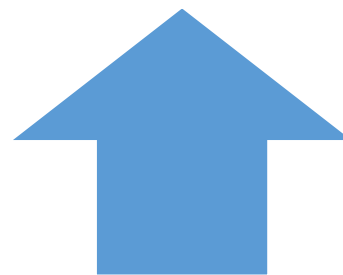
1. turizmus-gazdaság
2. jellegadó térségi esemény
3. kulturális sajátosságok megjelenítése
4. helyi vállalkozóknak bevételi forrás
5. helyi ünnep
6. helyi identitásfejlesztő esemény
7. helyi szórakoztató esemény



Órségi Vásár:
turisztikai-
kulturális
rendezvény



Túri Vásár:
közösségi
kulturális
rendezvény



1. helyi identitásfejlesztő esemény
2. kulturális sajátosságok megjelenítése
3. helyi ünnep
4. helyi szórakoztató esemény
5. jellegadó térségi esemény
6. helyi vállalkozóknak bevételi forrás
7. turizmus-gazdaság

A Túri Vásár és az Órségi Vásár összehasonlítás tehát azt jelzi, hogy a helyi kulturális értékekre építő rendezvényeket a különböző társadalmi-gazdasági környezet eltérő fejlődési pályára helyezve a helyi társadalmi-gazdasági folyamatokban eltérő szereppel ruházta fel, és ezáltal a hasonló motivációs tényezőkben jelentős, lényegében ellentétes irányú hangsúlyeltolódások figyelhetők meg. Ez az oka a két vásár eltérő arculatának és tartalmának is. Az eltérő gazdasági-társadalmi kontextusból következő eltérő célok magyarázzák tehát hogyan vált két alapvetően nagyon hasonló helyi kézműves-kirakodó vásárból az Órségi Vásár esetében a népi hagyományokra és a magas kultúrára építő turisztikai-kulturális esemény és ezzel épp

ellentétesen hogyan tolódott el Túri vásár pedig egyre növekvő mértékben a populáris kultúra felé és vált egy helyi közösségi-kulturális eseménnyé. A rendezvények jelenlegi formájával kapcsolatos kritikák pedig éppen a megfigyelhető hangsúlyeltolódásokon alapulnak az Őrségi Vásár esetében a rendezvény közösségi karakterének elvesztését kritizálják, míg a Túri Vásár esetében pedig a turisztikai potenciál kihasználását hiányolják. Eredményeink azt is mutatják, hogy a turisztikai és közösségi célok alapvetően ellentétes folyamatokat eredményeznek így a helyi rendezvények egyszerre nem tudják ugyanolyan hangsúllyal elérni a közösségfejlesztési és turizmusfejlesztési célokat még, akkor sem, ha alapvetően mindkét esetben jelen vannak és rendelkezésre állnak hasonló elemek és motivációs tényezők is. A helyi rendezvények két versengő modelljéről illetve fejlődési pályájáról van tehát szó, amelyre az Őrségi Vásár és a Túri Vásár szemléletes példát kínál, ezáltal hozzájárulva a vidéki Magyarországon egyre nagyobb számban megjelenő helyi rendezvények eltérő társadalmi-gazdasági szerepének megértéséhez is.

Hivatkozások

Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist

Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <http://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>

Csurgó, B. (2014). A vidék nosztalgija : kulturális örökség, turizmus- és közösség-szervezés három

észak-alföldi kistérségben. *Socio.hu*, 4(2), 1–20. <http://doi.org/10.18030/SOCIO.HU.2014.2.1>

Csurgó, B., Kovách, I., & Kučerová, E. (2008). Knowledge, Power and Sustainability in Contemporary

Rural Europe. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 292–312. <http://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00461.x>

Csurgó, B., & Nagy Kalamász, I. (2007). A szolgáltató vidék: a Művészetek Völgye és az etyeki bor- és

gasztronómiai fesztiválok. In I. Kovách (Ed.), *Vidékiek és városiak. A tudás és imázshasználat hatásai a vidéki Magyarországon* (pp. 67–84). Budapest: L'Harmattan – MTA PTI.

Derrett, R. (2003). Festivals & Regional Destinations: How Festivals Demonstrate a Sense of

Community & Place. *Rural Society*, 13(1), 35–53. <http://doi.org/10.5172/rsj.351.13.1.35>

Fejős, Z., & Szijártó, Z. (Eds.). (2000). *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs: Néprajzi Múzeum –

PTE Kommunikáció Tanszék.

- Janiskee, R. L. (1991). Rural Festivals in South Carolina. *Journal of Cultural Geography*, 11(2), 31–43.
<http://doi.org/10.1080/08873639109478426>
- Kelemen, E., Megyesi, B., & Nagy Kalamász, I. N. (2008). Knowledge Dynamics and Sustainability in Rural Livelihood Strategies: Two Case Studies from Hungary. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 257–273. <http://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00467.x>
- Kürti, L. (2000). A puszta felfedezésétől a puszta eladásáig. Az alföldi falusi-tanyasi turizmus és az esszencializmus problémája. In Z. Fejős & Z. Szijártó (Eds.), *Turizmus és kommunikáció* (pp. 112–129). Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció Tanszék.
- Megyesi, B. (2012). Institutions and networks in rural development: two case studies from Hungary. In Stefan Sjöblom, Kjell Andersson, Terry Marsden, Sarah Skerratt (eds.) *Sustainability and Short-term Policies: Improving Governance in Spatial Policy Interventions* (pp. 217–244.). Surrey: Ashgate.
- Megyesi, B. (2014). Fejlesztéspolitika helyben : a társadalmi tőke és a fejlesztéspolitika összefüggései a vasvári és a lengyeltóti kistérségben készült esettanulmányok alapján : [doktori tézisek]. *Socio.hu*, 4(3), 100–109.
- Murdoch, J. (2000). Networks — a new paradigm of rural development? *Journal of Rural Studies*, 16(4), 407–419. [http://doi.org/10.1016/S0743-0167\(00\)00022-X](http://doi.org/10.1016/S0743-0167(00)00022-X)
- Pusztai, B. (2003). Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. In B. Pusztai (Ed.), *Megalkotott hagyományok és falusi turizmus / Invented Traditions and Village Tourism: A pusztamérgesi eset / The Pusztamérgesi case* (pp. 9–21). Szeged: JATE Press.
- Pusztai, B. (2007). 'Bajászlé'. Identitás, kanonizáció és márkázás a bajai népünnepélyen. In B. Pusztai & M. Neill (Eds.), *Fesztiválok, turizmus és helyi identitás. Halászléfőzés Baján - Feasts, Tourism and Local Identity. Fish Soup Cooking in Baja, Hungary* (pp. 7–25). Edinburgh: University of Edinburgh.
- Ray, C. (1998). Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 3–20. <http://doi.org/10.1111/1467-9523.00060>

Tellstrom, R., Gustafsson, I.-B., & Mossberg, L. (2005). Local Food Cultures in the Swedish Rural Economy. *Sociologia Ruralis*, 45(4), 346–359. <http://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2005.00309.x>

Van Der Ploeg, J. D., & Renting, H. (2000). Impact and Potential: A Comparative Review of European Rural Development Practices. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 529–543. <http://doi.org/10.1111/1467-9523.00165>

Affiliáció:

Csurgó Bernadett PhD, szociológus az MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont tudományos főmunkatársa. Mezőtúron született 1977-ben. Gimnáziumi tanulmányait a mezőtúri Teleki Balanka Gimnáziumban végezte, majd az Eötvös Loránd Tudományegyetemen szociológia és történelem szakokon diplomázott. Az ELTE TÁTK Szociológia Doktori Iskolájában szerzett doktori címet 2011-ben szociológiai tudományokból. Részt vett több tucat hazai és nemzetközi tudományos kutatásban. Közel száz hazai és nemzetközi folyóirat illetve könyvfejezet publikációja van. 2013-ban jelent meg a Vidéken lakni és vidéken élni. A városból vidékre költözők hatás a vidék átalakulására: a város környéki vidék című monográfiája. 2013-ban Magyary Zoltán posztdoktori ösztöndíjban, majd 2015-től Bolyai János kutatási ösztöndíjban részesült. Óraadóként dolgozott a Debreceni Egyetemen, a Corvinus Egyetem Széchenyi Szakkollégiumában és az Eötvös Lóránd Tudományegyetem szociológus képzéseiben. A socio.hu-Társadalomtudományi folyóirat főszerkesztője. Fő kutatási területei: a vidéki társadalom és közösség, vidéki nők, vidék- és területfejlesztési politikák, kulturális örökség, XX. századi társadalomtörténet és a társadalmi elitek.