

**Hagyomány, mint érték megjelenése a magyar és Kárpát-medencei
fesztiválturizmusban**

Presence of the tradition as a value in the Hungarian and Carpathian Basin festival tourism

MELINDA JÁSZBERÉNYI, PHD

Docens, Budapesti Corvinus Egyetem, jaszberenyi@uni-corvinus.hu

LÁSZLÓ KÖKÉNY

PhD jelölt, Budapesti Corvinus Egyetem, laszlo.kokeny2@uni-corvinus.hu

Absztrakt

A fesztiválturizmus egy dinamikusan fejlődő ágazata a turizmusnak, melyet a növekvő fesztivállátogatók száma és az ezen okból történő utazási motivációk erősödése is alátámaszt, valamint az egyes városok és régiók számára is egyre nagyobb vonzerőt jelentenek. A fesztiválok társadalmi-kulturális hatásainak vizsgálata során sarkalatos pont a hagyományok őrzése. Ugyanakkor az élményteremtés szempontjából is lényeges elemet képez a hagyományok megjelenése, mely az élménymodell mind a négy elemében értelmezhető. Jelen tanulmányban hazai fesztiválokat vizsgáltunk, a honlapjaikon elérhető információk alapján értékeltük őket a tartalomelemzés módszerével. Elemzésünket kiegészítettük pár Kárpát-medencei fesztivállal esettanulmány jelleggel. Kutatásunk célja a hazai és Kárpát-medencei pozitív példák bemutatása, vagyis, hogy a fesztiválok milyen módon tudnak hozzájárulni a hagyomány, mint érték megjelenítéséhez és erősítéséhez.

Kulcsszavak: Fesztiválturizmus, Hagyomány, Értékteremtés

Abstract

Festival tourism is a dynamically developing area of tourism which is supported by the growing number of festival tourists and by the spreading of festival traveling motivation. The festivals have become significant attractions of various cities and regions. During the examination of the socio-cultural impacts of festivals, it is a pivotal role to preserve traditions. At the same time, the emergence of traditions – which can be interpreted in all four elements of the experience model – is an essential element in creating experience. In this paper, we investigated domestic festivals, based on the information available on their websites along using the content analysis method. We have supplemented our analysis with a few Carpathian Basin festivals as case studies. The purpose of our research is to present positive festival examples of the Hungarian and Carpathian Basin, i.e. how the festivals can contribute to the visualization and enhancement of tradition as a value.

Keywords: Festival tourism, Tradition, Value creation

1. Bevezetés

Az eseményturizmus a turisztikai termékek fontos eleme. Előnyei összehasonlíthatók más termékekkel egy bizonyos szinten, azaz kiterjeszti a turisztikai ajánlatot, növeli a turisztikai forgalmat, így növeli a nemzeti bevételeket. Megjeleníti az ország kulturális örökségét, hagyományait és szokásait, és – sikeres kivitelezés esetén – pozitív hatással van az ország imázsára. Gazdaságilag a helyi közösségek életét események és fesztiválok befolyásolhatják. Hazai és nemzetközi szinten is elmondható, hogy az egyes rendezvények megvalósulása jellemzően nagyfokú állami vagy önkormányzati támogatással biztosított. Egy rendezvény megszervezése során vannak kimutatható és nem kimutatható gazdasági hatások (Jászberényi, 2016). Az utóbbi években egyre több fesztiválról számolnak be országszerte. A Magyar Fesztiválszövetség (MFSZ) meghatározása szerint „a fesztiválok bármely kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb rendezvénysorozatnak tekinthetők, amely egyszer vagy többször kerül megrendezésre, egy vagy több szervezett téma körül, egy vagy több helyszínen, amellyel a nyilvánosság magas színvonalú, értékorientált, minőségi, tudásalapú és szórakoztató szabadidős közösségi élményét célozza”. A szervezők igyekeznek vonzani a résztvevőket az ország minden részéből (sőt a világból) egyre szebb és személyesebb hangokkal (TANGIT et al., 2016). A fesztiválok csoportosíthatók a témák, a gyakoriság, a szervezők típusa szerint (HUNYADI et al., 2006; SÜLYÖK – SZIVA, 2009; KUNDI, 2013) a célcsoport szerint (KARDOS, 2011) a kulturális alkalmazkodás szerint (SZABÓ, 2014), a fentarthatóság szerint (LAING – FROST, 2010). Az MFSZ négy különböző műfajt határoz meg: gasztronómiai, művészeti, amatőr és egyéb nyilvános fesztiválok. Továbbá kategorizálható a kulturális értékteremtés mértékének megfelelően (JÁSZBERÉNYI et al., 2016). Napjainkban megpróbálják kategorizálni a fesztiválokat innovatív vagy hagyományos szintjük mentén. Kutatásunkban a hazai fesztiválokat a weboldalukon elérhető információk alapján a tartalomelemzési módszer használatával elemeztük. Kutatásunk célja pozitív példák bemutatása, azaz a fesztiválok hogyan járulhatnak hozzá a hagyomány vizualizálásához és továbbfejlesztéséhez. Emellett keressük a különbségeket, hogy mely fesztivál témák lehetnek inkább hagyományosak, mint innovatívak. Emellett erdélyi fesztiválokat is röviden bemutatunk, amelyek hagyományos és értékmegőrző jellegük miatt lehetnek pozitív példák a hazai szervezőknek.

2. Szakirodalmi felvezetés és módszertan

A legtöbb esetben a fesztiválok fontosságát a turizmus területén általában két oldalról lehet értékelni. Egyrészt emlékeket és történeteket hoz létre, felszabadítja az emberi lelket és szellemet, egy kicsit kiszakít a mindennapi életből, de néha a kibontakoztatott keretek között felhívja a figyelmet a mindennapi élet apróságára, nevezetesen az egymástól való tanulásra és mások és önmagunk megismerésére (GETZ, 2012). Másrészről hozzájárul egy adott közösség, régió, ország gazdasági hasznaihoz, a különböző infra- és szuprastrukturák felhasználásával (MICHALKÓ, 2016). Általában ez utóbbi szempontot nagyobb valószínűséggel vizsgálják, de érdemes megvizsgálni a fesztiválok és a fesztivál turizmus értékteremtő és tapasztalati folyamatait egyéni és társadalmi szinten egyaránt.

2.1. *Hagyomány a fesztivál turizmusban*

A hagyományos, főként tömegeturizmusban – amelyről sok szerző azt gondolja, problémákat vet fel és okoz, és amelyeket át kell gondolni (GREEN – CHALIP, 1998, SKAYANNIS, 1999, STAMBOULIS – SKAYANNIS, 2003, ANDERSON et al., 2013) – érdemes lenne átgondolni az alternatív turisztikai megközelítéseket, megkülönböztetni a

megjelenést és a kommunikációt (STAMBOULIS – SKAYANNIS, 2003). A „jóindulatú” turizmus fogalma már megjelent, ami nagyobb felelősséget és érzékenységet támaszt a közösségi igények megteremtése érdekében (KELLY, 1997), és a koprodukció koncepcióját a tapasztalat (TROYE – SUPHELLEN, 2012) fényében is figyelembe veszik. Fontos azonban megőrizni az értékeket és hagyományokat, különösen a kulturális témájú turisztikai termékek esetén. Ha általában a legfontosabb jellemzőket szeretnénk összegyűjteni, a hagyományos fesztiváloknál a következőket mondhatjuk: ha a fesztivál célja a kulturális érték megteremtése, a hangsúly az előadóművészekre és a programra összpontosít, míg a szórakoztató és közösségi hangulat fontosabb a szórakoztatóbb elemeket kínáló fesztiválokon (ZÁTORI, 2016). Az autentikus elemeket építő fesztiválok általában magas kulturális értéket hordoznak, szemben egy kereskedelmi jellegűvel, ahol a fő cél a szórakoztatás és az üzleti eredmény. Természetesen ez nem jelenti azt, hogy egy hagyományos fesztiválnak nem lenne nagy közönsége. Ennek egyik példája a „mindent egyben” (általában a művészeti fesztiválok között) fesztiválok, amelyek a kulturális közvetítés során kedvelt fesztivál típusok. De ahogy az DOGAN (2012) példáján látható, a korábbi hagyományos oktatási fesztiválok egyre inkább imázs közvetítővé válnak. Felmerül a kérdés, hogy a klasszikus kulturális és történelmi témájú fesztivál csak klasszikus ruhákba burkolható, vagy a hagyomány nem feltétlenül a múlté. Egy indonéziai kutatásban megállapították, hogy a fesztiválok fontos szerepet játszottak a turisták érkezésében. Emellett az eredmények azt mutatják, hogy a hagyományos fesztiválok és rendezvények a helyi bölcsesség továbbadásának eszközüvé váltak a következő generációk (ANDARI, 2016). WANG (1999) egy tanulmányban azt mondja, hogy lehet úgy gondolni a tapasztalat közvetítésének formájára, amellyel új dimenziók jelenhetnek meg. Ez azt jelenti, hogy lehetséges, hogy egy hagyományos fesztivál is élményt nyújt. LENA (2011) szerint a résztvevők által megtárgyalt értékek sokszínűek és kulturálisak, és magukban foglalják az esemény anyagi/technikai, szituációs, elismerő és funkcionális aspektusait. Ha konkrétan meg akarjuk jegyezni, hogy mely program elemek jellemzőek a hagyományos fesztiválokra akkor a következőket kell feltüntetni: gasztronómia (borászat, fokhagyma), borvidék, borkóstolás, kézművesek, rendezvényvásárok, főzés, halászat, halkészítés, szüreti felvonulás, hiteles programok – folklór programok, népzene, kórustalálkozó, kulturális programok pl. barokk kultúra, barokk jelmezek, népmesék, történelmi és regionális kulturális kiállítások, íjászat és lovas program (JÁSZBERÉNYI et al., 2016). Végül, a 4E (PINE – GILMORE, 1999) elemei esetén a tradíció különbözőképpen jelenhet meg: a Szórakozás elemében teljesen autentikus műsorokban, folklórprogramokban, az Eszképizmus esetében általában gasztronómiai újdonságokban, melyek hagyományos összetevőkből állnak, az Esztétikaiban a kiállításokon van a fő hangsúly, míg az Oktatási elem esetén az élményelem – amelyet a legjobban a hagyományos, tematikus fesztiválok jellemeznek – népi eszközök használatán, a kultúra megőrzésén és a népi szokások bemutatásán alapul.

2.2. Kutatásmódszertan

Kutatásaink természeténél fogva a következtető, azon belül pedig a leíró módszert alkalmaztuk. Ezen belül az irodalom két kategóriát különböztet meg: a megkérdezéssel és a megfigyeléssel. A megfigyeléssel a megfigyeléssel azért választhatják ki, hogy szisztematikus módon összegyűjtse az emberek viselkedését, tárgyait és eseményeit, és információt szerezzen egy adott jelenségről. A tartalomelemzés a megfigyelhető kommunikációs tartalom objektív, szisztematikus és mennyiségi jellemzését jelenti. A tartalomelemzés módszer alkalmas olyan esetekben, amikor a megfigyelés tárgya nem viselkedés vagy fizikai tárgy, hanem kommunikáció. Az elemzés egységei lehetnek szavak, jellemzők, témák, hely és idő mérése vagy a kommunikáció tárgya. Az analitikus egységek

kategorizálása szabályokat teremt, így megszakítja a megfigyelt kommunikációt az egységekkel (MALHOTRA – SIMON, 2009). A minta nagysága azt sugallja, hogy a kapott eredmények kvantitatívalhatóak lesznek (a minta nagyobb, mint 60 darab), de először csak általánosságokat lehet a kapott eredményekből levonni. Megfigyeléseinket a programturizmus.hu/categoria-fesztival honlapján 236 fesztiválon készítettük. A hagyományos elemek STAMBOULIS – SKAYANNIS (2003) tanulmányának, 1. táblázatán alapulnak, amiben mérték az innováció jellemzőit. Öt elem kapcsolódott az innovatív fesztiválokhoz, és három elemet a hagyományosnak tartott fesztiválokhoz. Egy kutatási kérdést használtunk a szakirodalom és a saját kutatási intuíciónk alapján.

KK₁: Van kapcsolat a fesztivál témája és a fesztivál inkább hagyományörző jellege között.

Kutatásunk során erre a kérdésre kerestük a választ. Emellett még tanulmányunk végén megemlítünk pár hagyományörző erdélyi fesztivált, hogy milyen társadalmi hatásai lehetnek egy jól megszervezett ilyen jellegű fesztiválnak.

3. Eredmények

Összesen 85 fesztivált vizsgáltunk a tartalomelemzés során. Elemzésünkben megvizsgáltuk a hagyományhoz kapcsolódó tényezőket a fent említett cikkek és korábbi tanulmányunk alapján. A tradícióról és az innovációról szóló nyolc kijelentést kerestük a honlapjaikon. Öt közülük jellemezte az innovációs szintjét a fesztiválra (1. A digitális technológia használata a fesztiválon, 2. A honlapra látogatók egyediségének kiszolgálása, többféle megszólítása, invitálása, 3. Egyedi/új/érdekes ötletek bemutatása 4. Próbálkozás a cyber/online tér [megosztás, hotspot, Wi-Fi, alkalmazások] alkalmazására, 5. Régi történeteket mond, de egy új köntösben), míg három elem a hagyományosságot hívatott hangsúlyozni (6. Hagyományt követ a fesztivál, 7. régi/nem megújuló ötletek [10 évnél idősebbeket vizsgáltunk az elmúlt évtized internet penetrációja miatt] innováció nélkül, 8. klasszikus témák, klasszikus köntös, egyszerű ötletek). Ezen jellemzőket kerestük és értékeltük egytől ötig egy Likert-skálán keresztül, hogy mennyire jellemzi az adott fesztivált a vizsgált tényező. A kutatói döntés alapján azt gondoltuk, hogy a három hagyományos fesztiválfunkció közül kettőt (7. és 8.) kétszeres súllyal vesszük az elemzésünkben, mert e két jellemző teljesülése nagyobb mértékben határozza meg a fesztivál hagyományos jellegét, mint az, ha van egy facebook oldaluk pár száz kedveléssel. Ha egy ilyen kijelentés jellemezte a fesztivált, akkor semlegesít két innovatív jellegű állítást. Mindez azt jelenti, hogy a 8 vizsgált állításból miképpen oszlottak meg az értékeléseink aszerint osztottuk be a fesztiválokat öt különböző kategóriába. Ezek a csoportok az alábbiak: hagyományos fesztivál, inkább hagyományos fesztivál, hagyományos is és innovatív is a fesztivál, inkább innovatív fesztivál, innovatív fesztivál. A 85 véletlenszerűen kiválasztott mintából 28 (32,9%) hagyományos, 10 (11,8%) inkább hagyományos, 17 (20%) hagyományos is és innovatív is, 19 (22,4%) inkább innovatív és 11 (12,9%) innovatív.

Ezek alapján a magyar fesztiválok hagyományosabbak, mint az innovatívak. Figyelembe véve a szakirodalmi áttekintésben feltárt kategorizálásokat, a 85 fesztivált, kutatói döntés alapján, hat kategóriába soroltuk témájuk szerint. gasztronómiai témájú fesztiválok voltak a legnagyobb arányban (32, 37,6%), majd a zenés és táncos témájúak (26, 30,6%), a harmadik pedig az „egyéb” témájúak (pl. KockaFeszt Debrecen, Héttorony fesztivál) (13 15,3%). A három további kategória a művészeti (8, 9,4%), a „minden egyben” (4, 4,7%) és a gyermek fesztiválok (2, 2,4%) volt. Ha a témák közötti különbségek keressük atekintetben, hogy inkább hagyományos-e az adott fesztivál, mint innovatív akkor 5%-os (p érték 0,024) szignifikancia szinten különbségről beszélhetünk (közepes minta, keresztábrás elemzéssel, Chi-négyzet próbával, mert Kovács (2011) szerint a Likert skála névleges változónak

tekintendő), azaz van különbség a fesztivál témája és hagyományosság szintje között. Ez a különbség nem túl erős (a Cramer V 0,318), és a cellák 80%-a kevesebb, mint 5 tételt tartalmaz, ezért az eredményeket feltételekkel kell elfogadni (ez a közepes mintával magyarázható). Ha kifejezetten a számokra tekintünk, a különbségeket látjuk, mivel a gasztronómiai fesztiválok hagyományosabbak (23 hagyományos, 2 semleges, 7 innovatív), a zenei és táncfesztiválok innovatívabbak (11 innovatív, 7 semleges, 8 hagyományos), az „egyéb” fesztiválok esetében 5-5 innovatív és hagyományos fesztivál, míg a művészeti fesztiválok is inkább innovatívok (3-4-1). Ezek alapján a hagyományos jellegű fesztiválok témáit tekintve néhány trend folyamatot megfigyelhetünk, így a KK_1 elfogadhatjuk, mert a gasztronómiai témájú fesztiválok nagyobb valószínűséggel hagyományosak, míg a többi témájú fesztivál, különösen a zenés és táncos fesztiválok szignifikánsan inkább innovatívok.

3.1. Erdélyi és magyarországi hagyományőrző fesztiválok közötti különbségek

Első pillantásra megállapíthatjuk, hogy a magyarországi és a vizsgált erdélyi hagyományőrző fesztiválok főleg gasztronómiai témájúak, és nem igazán fedezhető fel nagy eltérés az altémák tekintetében sem. A különbséget ott láthatjuk, hogy az erdélyi fesztiválok gasztronómiai fesztiváljai is inkább összművészeti fesztiválok és a magyarság számára fontos kultúra közvetítő értékek szinte mind megjelennek a helyszín adottságain keresztül, a fellépőkön át, egészen a további altémáig bezárólag. Míg a magyarországi fesztiválok főleg egy-egy népszokás ételeit, italaikat mutatja be az ilyen jellegű fesztiváljain, addig az erdélyi fesztiválok a székelység és a magyarság teljességének szokásain keresztül közvetít értéket. Végül fontos megemlíteni, hogy az erdélyi hagyományőrző fesztiválok spirituális jelleget is öltenek. Általában szentmisével nyitják és zárják le a fesztivált, vagy egyéb más, valláshoz köthető tevékenységekkel egészítik ki a programot. Példaként érdemes megemlíteni a nagyszebeni Hungarikum Napokat, a Madéfalvi Hagymafesztivált, vagy az Ezer Székely Leány Napja fesztiválokat. Mindebből az is látszik, hogy egy későbbi erdélyi kutatás során is feltételezhetjük azt, hogy szignifikánsan nagyobb mértékben jellemzi a gasztronómiai témájú fesztiválokat a hagyományőrzés.

4. Összegzés és következtetések

Kutatási kérdésünket elfogadtuk. Megfigyelhető, hogy a mintánkban a gasztronómiai fesztiválok szignifikánsan hagyományőrzőbbek, mint a zenés és táncos, vagy egyéb témájú fesztiválok. Ezenkívül úgy tűnik, hogy nehezebb megkülönböztetni a hagyományos elemeket, és a hagyományos klasszikus fesztiválok egyre inkább eltűnnek, és újszerűbbé kezdenek válni, hogy témái régiek. A gyakorlatban valószínűbb, hogy első látogatáskor a látogatók egy szórakoztatóbb zenei fesztivált írnak le innovatívnak, mint egy ínycsikkolós kolbászfesztivált. Látható azonban, hogy a gasztronómiai fesztiválok néha szórakoztatóak és a mindennapi életből kiszakíthatják a látogatókat. Merül fel a kérdés, hogy lehet-e egy klasszikus hagyományőrző fesztivál innovatív, mennyire van átmenet a két skála pont között. Egyszerűbben összművészeti, „mindent egyben” fesztivál jelenik meg, ami amellel, hogy innovatívan kommunikál, és szervez programokat, attól még a hagyomány, mint érték igyekszik közvetíteni. Ha ez az irány akkor egyre nehezebb lesz témák szerint csoportosítani a fesztiválokat a jövőben.

A tartalomelemzés véleményünk szerint egy szubjektívabb műfaj a megfontolások és állítások ellenére. Lehetséges, hogy egyes fesztiválok innovációkat alkalmaztak, de a kutatásunkban nem éreztük, vagy nem hangsúlyoztuk eléggé. Érdemes megnézni egy nagyobb mintát a még kifinomultabb eredmények eléréséhez, és egy kérdőíves felméréssel

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

bevonni a keresleti oldalt egy olyan kutatásba, amelyben azt lehetne vizsgálni, hogy az innovatív megoldások hogyan befolyásolják a látogatókat, és mindez hogyan hat az élmény érzetükre.

Irodalomjegyzék

Andari, R. (2016) 'Traditional Festivals: a Tourism Development Contribution for Cultural Inheritance', (May), pp. 26–30.

Dogan, E. (2012): City as spectacle: The festivalization of culture in contemporary Istanbul. *Young Minds Rethinking the Mediterranean*, 69.

Getz, D. (2012): *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. 2nd ed. Abingdon: Routledge.

Green, C. – Chalip, L. (1998): Sport tourism as the celebration of subculture. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 275–291.

Hunyadi Zs. – Inkei P. – Szabó J. Z. (2006): Fesztivál-világ, NKA-kutatások 3 - Fesztivál-világ.

Jászberényi M. – Zátori A. – Ásványi K. (2016): *Fesztiválturizmus*. Akadémia Kiadó, Budapest.

Kelly, I. (1997): Study tours: A model for benign tourism? *The Journal of Tourism Studies*, 8(1), 42–51.

Kundi V. (2013): Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemzése a győri Magyar Táncfesztivál és a Miskolci Operafesztivál példáján keresztül. Doktori értekezés. Széchenyi István Egyetem, Győr.

Laing, J. – Frost, W. (2010): How green was my festival: Exploring challenges and opportunities associated with staging green events. *International Journal of Hospitality Management*. Volume 29, Issue 2, June 2010, Pages 261-267.

Lena, C. J. (2011): Tradition and transformation at the Fan Fair festival. In: Moeran, B. – Pedersen, J. S. (eds): *Negotiating Values in the Creative Industries Fairs, Festivals and Competitive Events*. Cambridge University Press, pp 224-248.

Magyar Fesztivál Szövetség (2014): Bemutatózik a Magyar Fesztivál Szövetség, Magyar Fesztivál Szövetség „Szakmai Napok 2014”. 2014. március 19. <http://slideplayer.hu/slide/1929036/>

Malhotra, N. K. – Simon J. (2009): *Marketingkutatás*. Akadémia Kiadó, Budapest.

Michalkó G. (2016): *Turizmológia – Elméleti alapok*. Akadémia Kiadó, Budapest.

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

Manthiou, A. – Lee, S. – Tang, L. – Chiang, L. (2014): The experience economy approach to festival marketing: vivid memory and attendee loyalty, *Journal of Services Marketing*. Vol. 28 Issue: 1, pp.22-35.

Pine, B. J. – Gilmore, J. H. (1999): *The Experience Economy*. Harvard Business School Press, Boston, Ma.

Semrad, K. J. – Rivera, M. – Croes, R. (2015): The five E's in festival experience in the context of Gen Y: Evidence from a small island destination. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC* (2015) 19, 95-106.

Semrad, K. J. – Rivera, M. (2016): Advancing the 5E's in festival experience for the Gen Y framework in the context of eWOM. *Journal of Destination Marketing & Management*

Skayannis, P. (1999): Planning tourism, development and the environmental protection in the coastal area of Magnesia: local interests and expectations. Association of European schools of planning annual conference. Bergen, 7–10 July.

Stamboulis, Y. – Skayannis, P. (2003): Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management* 24 (2003) 35–43.

Sulyok, J. – Sziva, I. (2009): A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái. *Turizmus Bulletin* Vol. 13, Iss 3.

Szabó J. Z. (2014): *A fesztiváljelenség*. Typotex kiadó, Budapest, 283.

Tangit, T. M. – Kibat S. A. – Adanan, A. (2016): Lessons in Managing Visitors Experience: The Case of Future Music Festival Asia (FMFA) 2014 in Malaysia. *Procedia Economics and Finance* 37 (2016) 52 – 57.

Troye, S. V. – Supphellen, M., (2012): Consumer Participation in Coproduction: “I Made It Myself” Effects on Consumers' Sensory Perceptions and Evaluations of Outcome and Input Product. *Journal of Marketing*. March 2012, Vol. 76, No. 2, pp. 33-46.

Wang, N. (1999): Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*. Volume 26, Issue 2, 1 April 1999, Pages 349-370.