

UNIVERSITATEA ” BABEȘ-BOLYAI ” CLUJ-NAPOCA
FACULTATEA DE GEOGRAFIE
CATEDRA DE GEOGRAFIE UMANĂ

TEZĂ DE DOCTORAT

POTENȚIALUL TURISTIC CULTURAL
AL ORAȘELOR
DIN DEPRESIUNEA TRANSILVANIEI
ȘI
VALORIFICAREA ACESTUIA

- REZUMAT -

COORDONATOR ȘTIINȚIFIC,
PROF. UNIV. DR. NICOLAE CIANGĂ

DOCTORAND,
ARABELA MUSCALAGIU

CLUJ-NAPOCA
2011

CUPRINS

LISTĂ TABELE	7
LISTĂ FIGURI	10
INTRODUCERE	14
I. TURISMUL CULTURAL - ASPECTE TEORETICE ȘI METODOLOGICE	15
1. DELIMITĂRI CONCEPTUALE	15
1.1. Cultura	15
1.1.1. Conceptul de "cultură" și diversele sale accepțiuni	15
1.1.2. Cultura și fenomenul globalizării	20
1.1.3. Funcția culturală a orașelor	21
1.2. Turismul	22
1.2.1. Definirea conceptului	22
1.2.2. Evoluția conceptului în timp	24
1.2.3. Tipuri și forme de turism	25
1.2.4. Elemente de regionare turistică	26
1.3. Turismul cultural	26
1.3.1. Rolul și locul turismului cultural în cadrul general al turismului	26
1.3.2. Elemente de atractivitate	28
2. EVOLUȚIA CERCETĂRILOR ÎN DOMENIUL GEOGRAFIEI TURISMULUI CULTURAL	29
3. PRINCIPII UTILE, METODE ȘI MIJLOACE DE CERCETARE	33
II. DEPRESIUNEA TRANSILVANIEI, SPAȚIU GEOGRAFIC UNITAR. PREMISE NATURALE ȘI SOCIAL-ISTORICE	36
III. POTENȚIALUL TURISTIC CULTURAL AL ORAȘELOR	50
1. ORAȘELE ÎN TIMP ȘI SPAȚIU	50
1.1. Raportarea orașelor la timp	51
1.1.1. Vechimea, ca atribut al atractivității turistice	62
1.1.2. Perenitatea orașelor și secvențialitatea percepției turistice	63
1.2. Raportarea orașelor la spațiul de apartenență	65

1.2.1.	Spațiul urban - generalități și detalii	65
1.2.2.	Rolul spațiului geografic în individualizarea peisajului urban	68
2.	PATRIMONIUL TURISTIC – CULTURAL AL ORAȘELOR	70
2.1.	Patrimoniul cultural imobil	70
2.1.1.	Vestigii din preistorie și antichitate	71
2.1.2.	Obiective cultural-istorice medievale	74
2.1.3.	Obiective cultural-istorice din epoca modernă și contemporană	90
2.2.	Patrimoniul cultural mobil	98
2.2.1.	Bunurile culturale, tipologie și exemple	98
2.2.1.1.	Bunuri arheologice și istorico-documentare	98
2.2.1.2.	Bunuri cu valoare artistică	99
2.2.1.3.	Bunuri cu valoare etnografică	100
2.2.1.4.	Bunuri cu valoare științifică	100
2.2.1.5.	Bunuri cu valoare tehnică	101
2.2.2.	Instituțiile care adăpostesc și conservă bunurile culturale	101
2.2.2.1.	Muzee	101
2.2.2.2.	Biblioteci	107
2.2.2.3.	Case memoriale	108
3.	EVENIMENTE CULTURALE CU ATRACTIVITATE TURISTICĂ	108
4.	CHIPURI DIN MEMORIA LOCURILOR. PERSONALITĂȚI ALE SPAȚIULUI URBAN ȘI ROLUL LOR ÎN PROMOVAREA CULTURII	113
IV.	INFRASTRUCTURA TURISTICĂ A ORAȘELOR	127
1.	INFRASTRUCTURA DE CAZARE	128
1.1.	Distribuția teritorială a unităților de cazare	128
1.2.	Evoluția numărului de unități și a locurilor de cazare	130
1.3.	Clasificarea unităților de cazare	146
1.3.1.	Hotelurile	146
1.3.2.	Hostelurile / hotelurile de tineret	147
1.3.3.	Motelurile / hanurile	147
1.3.4.	Vilele turistice	148
1.3.5.	Pensiunile turistice.....	148
1.3.6.	Alte tipuri de unități	149
2.	INFRASTRUCTURA DE ALIMENTAȚIE	151
3.	INFRASTRUCTURA DE TRANSPORT	152
V.	CIRCULAȚIA TURISTICĂ	159

VI.	PROMOVAREA POTENȚIALULUI TURISTIC CULTURAL AL ORAȘELOR	181
	1. PRINCIPII ALE PROMOVĂRII POTENȚIALULUI TURISTIC CULTURAL	181
	2. PUBLICITATEA CULTURALĂ	181
	3. ROLUL INSTITUȚIILOR CULTURALE ÎN PROMOVAREA POTENȚIALULUI TURISTIC	205
VII.	IMPACTUL TURISMULUI CULTURAL ASUPRA CERERII TURISTICE ȘI ARIILOR DE DESTINAȚIE	219
	1. ELEMENTE TEORETICE	220
	1.1. Cererea turistică	220
	1.1.1. Caracteristici principale și factori de influență	220
	1.1.2. Tipologia cererii turistice	223
	1.2. Noțiunea de impact și utilitatea acesteia	230
	2. IMPACTUL TURISMULUI CULTURAL ASUPRA CERERII TURISTICE	231
	3. IMPACTUL TURISMULUI CULTURAL ASUPRA ARIILOR DE DESTINAȚIE ..	231
	3.1. Impactul asupra fondului construit	238
	3.2. Impactul asupra mediului economic.....	244
	3.3. Impactul asupra mediului social	246
	3.3.1. Implicarea populației în viața culturală	246
VIII.	STRATEGII DE DEZVOLTARE. PROBLEME ACTUALE ȘI POSIBILE RĂSPUNSURI	253
	1. ROLUL STRATEGIILOR DE DEZVOLTARE ÎN EVOLUȚIA TURISMULUI CULTURAL URBAN	253
	2. PARTICULARITĂȚI ALE TURISMULUI ROMÂNESC	256
	3. ANALIZA S.W.O.T. A SPAȚIULUI URBAN AL DEPRESIUNII COLINARE A TRANSILVANIEI, PRIN PRISMA TURISMULUI CULTURAL	259
	4. FORME SPECIFICE ALE TURISMULUI CULTURAL	263
	4.1. Turismul etnografic	263
	4.2. Turismul religios	263
	4.3. Turismul educațional	265
	4.4. Turismul legat de evenimentele culturale	265
	4.5. Turismul gastronomic	265
	4.6. Turismul de vizitare	266
	4.7. Turismul de tranzit	266

5. PRIORITĂȚI ALE DEZVOLTĂRII DURABILE ÎN DOMENIUL TURISMULUI CULTURAL	268
5.1. Importanța articulării și respectării unui sistem de valori	268
5.2. Utilitatea acțiunilor de planning urban	269
5.3. Importanța valorificării spațiului rural adiacent	269
5.4. Reabilitarea centrelor istorice	270
5.5. "Reciclarea" ruinelor industriale – modelul german	271
5.6. Rezolvarea problemelor de mediu și trafic urban	272
5.7. Crearea unei baze de date unitare și accesibile	272
5.8. Evidențierea elementelor care conferă atractivitate turistică spațiului urban	273
5.9. Educația prin călătorie: traseele și circuitele tematice	273
6. UN MODEL DE VALORIFICARE A POTENȚIALULUI TURISTIC CULTURAL ÎN SPAȚIUL URBAN: ALBA-IULIA, " O CETATE VIE"	275
CONCLUZII	281
BIBLIOGRAFIE	286
ANEXE	299

Cuvinte-cheie: *turism cultural, Depresiunea Transilvaniei, patrimoniu cultural, elemente atractive, spațiu urban, palimpsest, multiculturalism, dezvoltare durabilă.*

INTRODUCERE

Ocrotită de arcul Munților Carpați, Depresiunea Transilvaniei se evidențiază prin complexitatea elementelor definitorii. Teza noastră, intitulată "Potențialul turistic cultural al orașelor din Depresiunea Transilvaniei și valorificarea acestuia" abordează astfel un spațiu geografic fascinant, cu multiple posibilități de dezvoltare.

Ineditul spațiilor culturale este elementul esențial de atractivitate. În ceea ce privește spațiul transilvan, farmecul deosebit al acestuia este dat de întâlnirea și împletirea armonioasă a trei culturi: română, germană și maghiară, fapt care se reflectă în bogăția și varietatea patrimoniului cultural mobil și imobil, dar și în relațiile culturale stabilite de-a lungul timpului. Evoluția Depresiunii Transilvaniei în istorie a fost complicată și anevoioasă. Totuși, astăzi, din multe puncte de vedere (realizări economice, preocupări culturale), ea este pe primul loc în România. De ce? Răspunsul este simplu: deși uneori rănilor istoriei nu ne lasă să recunoaștem, Transilvania nu ar fi ea însăși fără amprenta imperială. Alături de români au trăit, au muncit și au creat secole de-a rândul maghiari, sași, armeni, evrei ș.a. Întrebarea firească este: Cum putem valorifica acum moștenirea comună?

Fiecare dintre orașele Depresiunii Transilvaniei constituie o carte deschisă spre cunoaștere, oferind "cititorului" numeroase obiective cultural-istorice, fie ele antice (vestigii ale castrelor romane sau ale vechilor așezări dacice), medievale (cetăți, biserici fortificate), moderne sau contemporane (palate, catedrale). Pornind de la această premisă, am abordat orașele Depresiunii Transilvaniei utilizând atât metodele tradiționale de cercetare, cât și noile perspective din domeniu. Demersul nostru a presupus de asemenea o incursiune necesară în domenii adiacente, precum istoria, arhitectura, arta, economia sau psihologia. Se poate aprecia faptul că obiectivele atractive din punct de vedere turistic sunt într-un stadiu relativ satisfăcător de conservare, dar majoritatea nu sunt puse în mod corespunzător în lumină. Sunt numeroase măsuri care pot fi luate spre o mai bună exploatare a resurselor antropice de care aceste orașe dispun. Din fericire, importanța acordată turismului cultural este din ce în ce mai mare, un foarte bun exemplu în aceste sens fiind orașul Sibiu, o atractivă capitală culturală europeană sau Sighișoara, cu impresionanta sa cetate.

Dacă rolul specialiștilor din turism este acela de a deschide porțile fiecărui spațiu geografic spre cei care își doresc să-i treacă pragul, ferindu-l în același timp de depersonalizare, scopul tezei noastre este acela de a duce spațiul urban al Depresiunii Transilvaniei dincolo de o percepție formală, în planul înțelegerii profunde a fenomenului turismului cultural.

CAPITOLUL I

TURISMUL CULTURAL - ASPECTE TEORETICE ȘI METODOLOGICE

Justificat de nevoia de cunoaștere, turismul cultural a reprezentat din cele mai vechi timpuri o modalitate complexă și totuși odihnitoare, de descoperire a lumii, a comunităților umane în relația lor cu natura și semenii, dar și în planul profund al raportării la divinitate. Efectele secundare sunt și ele benefice: lărgirea orizontului interior, acceptarea și prețuirea celorlalți, găsirea sensului real al vieții.

Păstrându-și statutul privilegiat din trecut, turismul cultural a devenit astăzi una dintre principalele direcții de dezvoltare durabilă.

Am început demersul nostru prin detalierea conceptelor de *cultură* și *turism*, prin îngemănarea lor sub cupola a ceea ce numim *turism cultural*, continuând prin sintetizarea cercetărilor de până acum din acest domeniu la nivel național și internațional.

Prin prisma noastră, cultura este sinonimă creșterii spirituale a ființei umane. Geografia culturală va avea în vedere, în abordarea unor areale distincte, nu numai obiectivele cultural-istorice, dar și modul de viață al locuitorilor și ambianța creată prin împletirea acestor două aspecte. Vom urmări însă tot ceea ce aduce un plus de valoare și nu orice manifestare umană inovatoare.

Astăzi, în timp ce omul modern se închină treptat în virtual, cultura se golește de sens. Acceptarea degradării noțiunii de "cultură" poate determina transformarea turismului cultural în sens negativ sau chiar dispariția sa ca fenomen. Suntem obligați astfel să ne reevaluăm sistemul de valori, alegând și promovând doar ceea ce înseamnă creștere, devenire, înălțare spirituală, prin toate modalitățile de expresie ale ființei umane.

Geografia culturală studiază societățile și grupurile umane în cele mai complexe și nobile forme de existență ale lor, iar turismul cultural urmărește călătoria motivată de dorința de descoperire și cunoaștere, ca liant al acestora. Facilitând comunicarea între membrii diferitelor popoare sau grupuri etnice și aprecierea reciprocă, el poate stăvili efectele devastatoare ale globalizării, sprijinind păstrarea identității și a diversității culturale.

Datorită complexității sale morfologice și funcționale, spațiul urban a fost abordat de-a lungul timpului, din diferite perspective. În ceea ce ne privește, preferăm ideea de palimpsest, pentru adevărul și modernitatea acesteia.

La nivelul Europei au fost elaborate o serie de studii privind caracteristicile turismului cultural în statele cu tradiție în acest domeniu. Remarcăm apariția în 1996 a unui ansamblu de lucrări editate sub bagheta lui Greg Richards¹: "Cultural Tourism in France" - Michel Bauer, "Cultural Tourism in Germany" - Peter Roth and Alfred Langemeyer, "Cultural Tourism in Greece" - Helene Kalogeropoulou, "Cultural Tourism in Ireland" - Gearoid

¹ Greg Richards (1996, ed.), *Cultural Tourism in Europe*, CABI, Wallingford.

O'Donnchadha and Brian O'Connor, "Cultural Tourism in Italy" - Jan van der Borg and Paolo Costa, "Cultural Tourism in Spain" - Concepción Maiztegui-Oñate and Maria Teresa Areitio Bertolín, "Cultural Tourism in the United Kingdom" - Malcolm Foley etc.

Școala românească de geografia turismului a beneficiat de implicarea a numeroase personalități. Etapa actuală este punctată de contribuțiile aduse de P. Cocean, N. Ciangă, M. Olaru, Tamara Simon și Melinda Cândea, Mihaela Dinu, I. Velcea, M. Ielenicz, C. Iațu, Al. Ilieș, N. Popa, Elena Matei, Ș. Dezsi, Angelica Pușcaș, L. Nicoară, Daniela Dumbrăveanu, Mirela Mazilu, A. Gheorghilaș ș.a.

Cele trei principii care au stat la baza demersului nostru au fost principiile spațialității, cauzalității și integrării. Dintre metodele de lucru, observarea geografică directă, presupunând deplasarea cercetătorului la teren, cu scopul de a trece prin propria prismă faptele geografice ne-a oferit ocazia cunoașterii nemijlocite a spațiului transilvan cu rolul de a da autenticitate și valoare documentelor elaborate pe parcurs, dar și concluziilor finale. Au urmat apoi în mod firesc, analiza geografică și sinteza. Am utilizat de asemenea, pe parcursul elaborării tezei, ancheta și cercetarea motivațională, încercând în repetate rânduri să obținem o imagine clară a preferințelor și comportamentului celor implicați în diferite moduri în domeniul turismului cultural (rezultatele sunt exprimate, acolo unde am considerat necesar, atât numeric/procentual, cât și grafic). În ceea ce privește mijloacele de studiu, am folosit pe rând descrierea geografică (chemată să respecte rigorile științei dar și cele ale esteticii, pentru a da adevărata valoare a fenomenelor, faptelor, obiectivelor înfățișate), explicația (stabilind legătura între cauză și efect, prin corelarea cu principiul cauzalității, esențial în orice subdomeniu al geografiei, inclusiv în cel al turismului cultural) și ierarhizarea (în organizarea pe trepte succesive a informației geografice, de la simplu la complex, în structuri piramidale - în cazul spațiului urban transilvan, acest mijloc de studiu s-a dovedit util cu precădere în identificarea centrelor polarizatoare ale fenomenului turistic).

CAPITOLUL II

DEPRESIUNEA TRANSILVANIEI, SPAȚIU GEOGRAFIC UNITAR.

PREMISE NATURALE ȘI SOCIAL-ISTORICE

Depresiunea Transilvaniei, spațiul geografic asupra căruia ne-am îndreptat atenția, se remarcă prin caracterul favorabil al tuturor componentelor mediului natural. Ocrotită de rama Munților Carpați, Depresiunea Transilvaniei reprezintă nucleul central al reliefului României. Acest fapt a susținut continuitatea locuirii, ceea ce a permis în timp individualizarea unei ample rețele de așezări.

Transilvania s-a remarcat de-a lungul timpului și prin statornicia populației sale, devenind nucleul civilizației din spațiul carpato-danubiano-pontic. Determinat de o evoluție istorică sinuasă, la contactul dintre lumea slavă și cea latină, dintre cultura orientală și cea occidentală, multiculturalismul Depresiunii Transilvaniei devine și el un avantaj deosebit al acesteia, din punct de vedere turistic.



Fig. 1. Depresiunea Colinară a Transilvaniei
- cadrul fizico-geografic și așezările urbane-

Orașele depresiunii poartă amprenta dominației străine. Detalii ale acesteia se regăsesc pretutindeni, atât în domeniul vizibil, în arhitectură și structură urbană, cât și în domeniul social, cultural, politic sau economic. Minoritățile sunt în general supuse unui proces de asimilare de către populația majoritară. Cea mai frecventă situație este însă cea a "mozaicului" cultural, în care diferitele grupuri se întâlnesc și colaborează, fără a renunța la detaliile distinctive, esențiale din punct de vedere identitar. Istoria i-a adus aproape pe români, maghiari, sași, secui, armeni și evrei, pentru a construi împreună, la propriu și la figurat, Depresiunea Transilvaniei, așa cum o cunoaștem astăzi.

CAPITOLUL III

POTENȚIALUL TURISTIC CULTURAL AL ORAȘELOR

Clădite într-un spațiu multicultural, orașele Depresiunii Transilvaniei beneficiază de un bogat potențial turistic. Valorificarea lui presupune în primul rând o bună cunoaștere a elementelor care îl compun. În capitolul III, ne-am referit pe rând la influența spațiului geografic și a evoluției istorice asupra dezvoltării așezărilor urbane, la structura patrimoniului turistic, dar și la rolul evenimentelor și al personalităților în promovarea culturii și sporirea atractivității turistice a orașelor studiate.

Potențialul turistic cultural urban cuprinde în primul rând obiective ale patrimoniului imobil, de factură laică și religioasă, dar și bunuri arheologice, istorico-documentare, artistice, etnografice, științifice și tehnice, cele care compun patrimoniul cultural mobil. Prezente în toate orașele Transilvaniei, acestea sunt deosebit de numeroase, dar insuficient puse în lumină, în ciuda importanței lor.

Tabelul 1. Patrimoniul cultural imobil al orașelor

Epoca istorică	Obiective laice	Obiective religioase
Antichitate	-vestigii arheologice (urme ale vechilor așezări dacice, castre romane)	-vestigii arheologice (urme ale templor precreștine și ale primelor biserici)
Evul Mediu	-cetăți -complexe arhitectonice urbane	-biserici medievale
Epoca modernă și contemporană	-clădiri ale diverselor instituții -monumente -case memoriale	-biserici aparținând diverselor confesiuni creștine -sinagogi

Dintr-o perspectivă sintetică, orașele din Depresiunea Transilvaniei aparțin celor trei generații de bază. Identificăm astfel, orașe antice, precum Napoca (Cluj-Napoca), Apulum (Alba-Iulia) și Potaissa (Turda), orașe medievale (Sibiu, Bistrița, Mediaș, Sighișoara, Târgu Mureș, Făgăraș, Dej, Sebeș) și orașe din epoca modernă și contemporană (Ocna Mureș, Victoria, Târnăveni ș.a.). Antichitatea este caracterizată de dezvoltarea unei rețele urbane ample, centrele ei fiind poziționate de-a lungul marilor artere de circulație. În Evul Mediu, creșterea interesului pentru meșteșuguri și comerț, aduce o nouă etapă de evoluție, în care apar și se consolidează orașele–târguri și apoi, în urma năvălirilor tătare, orașele–cetăți. Orașele evoluează atât din punct de vedere arhitectonic, dar și al facilităților necesare vieții de zi cu zi. Epoca modernă , sub spectrul revoluției industrială, aduce pe harta Depresiunii

Transilvaniei noi centre urbane, cu o structură substanțial modificată, iar în prezent, dezvoltarea accelerată a tehnologiei impune transformarea rapidă și uneori forțată a cadrului urbanistic inițial.



Fig. 2. Harta obiectivelor patrimoniului cultural laic al orașelor din Depresiunea Transilvaniei

Revenind asupra importanței înțelegerii și valorificării palimpsestului urban, adăugăm ideea redescoperirii orașelor, în mod continuu. Farmecul fiecărui oraș se regăsește în atributele cadrului natural, în trecutul istoric, în arhitectură, în comorile artei și științei ocrotite de muzee, dar și în legende și povestiri, în credința, în ocupațiile și în felul de a fi al locuitorilor.



Fig. 3. Harta obiectivelor patrimoniului cultural religios al orașelor din Depresiunea Transilvaniei

Supranumite „cetăți ale culturii”, orașele Depresiunii Transilvaniei oferă publicului o gamă variată de evenimente culturale, potrivite tuturor vârstelor și așteptărilor. Fiind vizate toate ramurile culturii, se realizează și acoperirea relativ uniformă a anului calendaristic.

Deși marcate în mod esențial de un amplu cortegiu de personalități din toate domeniile artei și științei, dar și din spațiul eclesial, orașele se apleacă prea puțin asupra vieții și activității lor, fapt îngrijorător, inclusiv din perspectivă turistică. De ce spunem aceasta? Pentru că ignorarea lor produce golirea de sens a importanței obiectivelor culturale. Apartenența la o anumită etapă istorică sau la un anumit curent din arhitectură este doar o latură a valorii fiecărui obiectiv. Contextul în care a fost creat și personalitatea celor care într-un mod sau altul și-au legat destinul de acesta sunt de asemenea demne de luat în

considerație. Provenind cel mai adesea din mediul rural, personalitățile Transilvaniei și-au consolidat și desăvârșit cunoștințele și pasiunile în mediul urban. Iată deci, o întâlnire fericită între lumea curată și profundă a satului românesc, indisolubil și sincer legată de Dumnezeu și lumea rafinată, rațională a orașului, aflată mereu în căutarea noutății. Creionarea adevăratei valori a depins tocmai de capacitatea de a păstra echilibrul între valorile esențiale și cele nou dobândite, iar recunoașterea ei la nivel național și european a fost condiționată de factorii politici, sociali și economici, aflați uneori pe poziții antagonice.

În încheierea acestui capitol, ne-am propus să realizăm o sinteză a elementelor care conferă atractivitate spațiului urban din Depresiunea Transilvaniei. Concluziile noastre se bazează atât pe cercetarea bibliografică și de teren, cât și pe un scurt sondaj de opinie realizat în rândurile turiștilor români și străini întâlniți pe parcursul ultimilor patru ani.

Cercetarea bibliografică a evidențiat existența unui mare număr de obiective turistice culturale, concentrate cu precădere în cele trei centre mari ale depresiunii, dar prezente în toate celelalte orașe. Diferiții autori care au abordat orașele Transilvaniei au adus la lumină valoarea incontestabilă a acestora.

Cercetarea de teren a semnalat însă caracterul incomplet și uneori inexact al datelor bibliografice, justificat parțial prin dificultatea reactualizării lor. Se simte în acest sens nevoia unei acțiuni unitare de colectare și verificare a datelor, precum și de elaborare a unor studii complete, valabile pentru acest moment, adaptate atât cerințelor turiștilor, cât și ale cercetătorilor. Pe de altă parte, starea unor obiective ale patrimoniului național este îngrijorătoare, atât din lipsa resurselor financiare, cât și din lipsa de interes a comunităților cărora le aparțin.

Ideile formulate de turiști au subliniat la rândul lor următoarele aspecte:

- ✓ în fiecare oraș al Depresiunii Transilvaniei se află cel puțin un obiectiv care merită descoperit;
- ✓ multe dintre obiective sunt insuficient puse în lumină și doar arareori se face referire la personalitățile care au marcat existența orașelor;
- ✓ orașele mici nu sunt valorificate din punct de vedere turistic ;
- ✓ cele mai atractive centre rămân Sibiu, Sighișoara, Cluj-Napoca, Alba-Iulia, Târgu Mureș, Bistrița, Sebeș și Mediaș;

Valorificarea potențialului turistic al orașelor Depresiunii Transilvaniei este, din punctul nostru de vedere, un proces complex și dinamic, la care sunt chemați să ia parte în primul rând locuitorii și autoritățile locale. Problemele financiare pot fi suplinite de multe ori prin creșterea interesului pentru tezaurul cultural al fiecărui oraș, efectul fiind găsirea unor soluții simple și eficiente. Este esențială în același timp o viziune unitară asupra dezvoltării turistice a orașelor din Depresiunea Transilvaniei, fapt care ar permite înlăturarea decalajelor existente în prezent.

CAPITOLUL IV

INFRASTRUCTURA TURISTICĂ A ORAȘELOR

Capitolul IV are menirea de a reflecta importanța conexiunii dintre potențialul turistic cultural și gradul de dezvoltare al infrastructurii care susține exploatarea acestuia. Am prezentat în acest sens stadiul actual al infrastructurii de cazare, alimentație și comunicație, precum și evoluția lor de-a lungul timpului.

Conform datelor oferite de Institutul Național de Statistică, orașele Depresiunii Transilvaniei dispun la momentul actual de o rețea amplă de unități de cazare, în cadrul căreia predomină hotelurile și pensiunile. Se dezvoltă treptat structurile de tip hostel și continuă să existe vilele turistice, motelurile, hanurile și mai rar, campingurile turistice. Ultimele forme de cazare apărute sunt apartamentele de închiriat în regim hotelier.

Remarcăm astfel, două aspecte: pe de o parte, majoritatea orașelor Depresiunii Transilvaniei (25 de orașe) se încadrează în categoria celor cu un număr mic de unități de cazare (1-5); pe de altă parte, existența unui număr mare de obiective turistice culturale în anumite centre urbane determină concentrarea și dezvoltarea bazei de cazare în interiorul și în imediata vecinătate a acestora.

Tabelul 2. Evoluția numărului total de unități de cazare din spațiul urban al Depresiunii Transilvaniei în perioada 2000-2010 (Sursa datelor: INS)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Unități de cazare	251	263	255	270	280	306	324	336	339	347	338

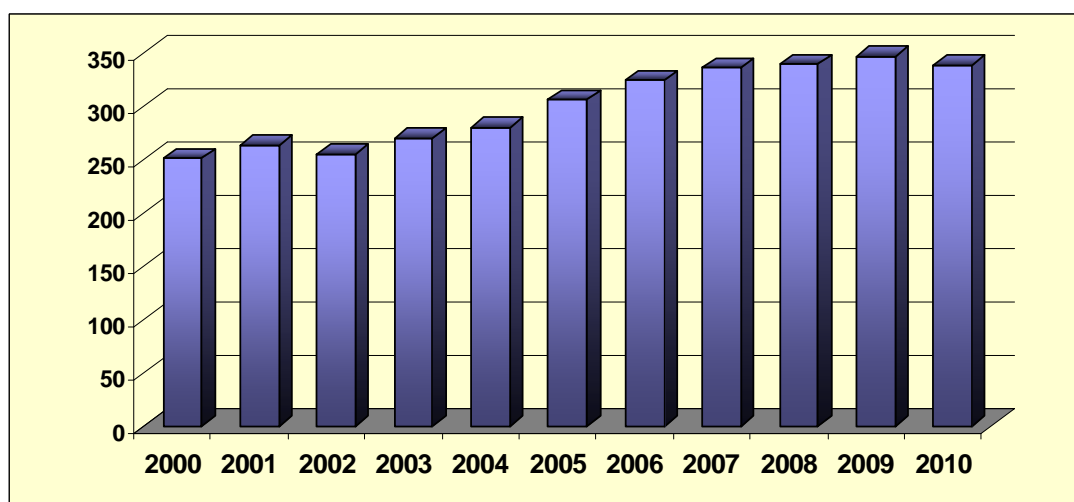


Fig. 4. Evoluția numărului total de unități de cazare din spațiul urban al Depresiunii Transilvaniei în perioada 2000-2010 (Sursa: INS)

Interesant este de remarcat că în același segment temporal, numărul total de locuri pus la dispoziție de orașele Depresiunii Transilvaniei a variat în mod diferit.

Tabelul 3 . Evoluția numărului total de locuri de cazare din spațiul urban al Depresiunii Transilvaniei , în perioada 2000-2010 (Sursa datelor: INS)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Capacitatea de cazare (nr. locuri)	17598	17692	17338	16039	16274	16147	16095	17109	17410	17335	17664

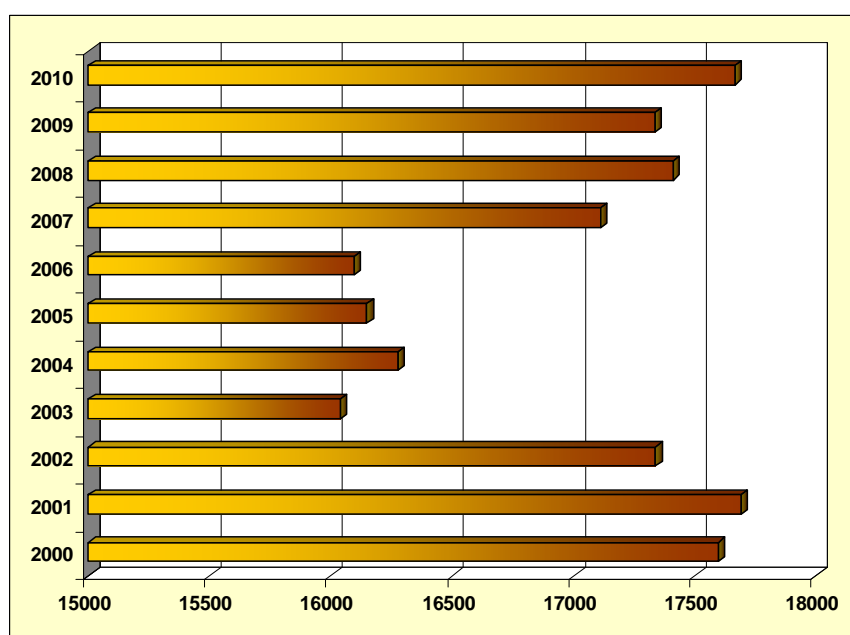


Fig. 5. Evoluția numărului total de locuri de cazare din spațiul urban al Depresiunii Transilvaniei , în perioada 2000-2010 (Sursa datelor: INS)

Totuși, deși numărul de unități și cel de locuri de cazare urmează o tendință pozitivă de evoluție, criza financiară a ultimilor ani a determinat o scădere treptată a numărului de înoptări. Iată de ce, unitățile de cazare trebuie să lupte pentru a-și păstra clienții și pentru a atrage alții noi, prin oferirea unor servicii de calitate corespunzătoare la prețuri decente.

În ceea ce privește infrastructura de alimentație, orașele Depresiunii Colinare a Transilvaniei dispun, conform datelor furnizate în anul 2011 de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, de un număr total de 797 de unități, (dintre care 271 de o stea, 255 de 2 stele, 194 de 3 stele, 64 de 4 stele, 13 de 5 stele), numărul total de locuri fiind de 63350.

Transporturile feroviare și rutiere sunt susținute de existența unor rețele cu densitate relativ mare, iar preocuparea pentru îmbunătățirea condițiilor de deplasare își face simțite efectele benefice. Depresiunea Transilvaniei este străbătută de trei magistrale feroviare (M2, în sud, de-a lungul depresiunilor Făgăraș și Sibiu; M3, care străbate podișul în diagonală, pe

direcție SE-NV; M4, în nord, de-a lungul Culoarului Someșului Mare), precum și de trei dintre cele mai importante drumuri europene: E60, E81, E68, cărora li se adaugă autostrada Transilvania, aflată în prezent în proces de construcție, gândită fiind ca principala axă de circulație a depresiunii, în viitor. Transportul aerian beneficiază de existența a trei aeroporturi (Cluj-Napoca, Sibiu și Târgu-Mureș) care permit deplasarea la nivel intern și internațional. În ceea ce privește transporturile speciale, acestea sunt asigurate printr-o rețea complexă de gazoducte, apeducte și linii de înaltă tensiune.



Fig. 6. Depresiunea Transilvaniei – infrastructura de comunicație

CAPITOLUL V

CIRCULAȚIA TURISTICĂ

Circulația turistică în spațiul urban al arealului studiat deține o serie de caracteristici proprii, precum: o evoluție îndelungată, jalonată în principal de factorii economici și sociali; relativa stabilitate a circulației interne și o dinamică accentuată a cererii turistice internaționale; manifestarea mai puțin intensă a sezonității fenomenului turistic, datorată atractivității permanente a patrimoniului cultural.

Fluxurile turistice sunt orientate preponderent spre marile orașe, păstrătoare ale patrimoniului cultural, fără a fi ocolite nici centrele mai mici, cu excepția celor cu rol industrial. În mod paradoxal, deși numărul unităților de cazare și valorile capacității de cazare se află într-o continuă creștere, multe dintre orașele depresiunii atenționează asupra scăderii numărului de turiști care aleg să petreacă timp în interiorul lor, solicitând o mai mare implicare în activitatea de promovare a potențialului turistic de care dispun.

CAPITOLUL VI

PROMOVAREA POTENȚIALULUI TURISTIC CULTURAL AL ORAȘELOR

Promovarea potențialului cultural, izvorâtă din preocuparea generală pentru atragerea turiștilor, atât la nivel național, cât și internațional, a cunoscut în ultimii ani unele salturi notabile, prin creșterea numărului de canale de difuzarea a informației, a modalităților de promovare și a mijloacelor folosite. Materialele publicitare sunt la rândul lor tot mai numeroase și de calitate grafică bună.

Dezvoltarea durabilă a orașelor, privită din punct de vedere turistic, impune aprofundarea cercetării patrimoniului cultural, adăugarea unor studii atente de marketing și redefinirea publicității culturale, ca principal mijloc de popularizare. Esențial în tot acest demers este să reușim să vedem orașul ca întreg. Doar atunci vom putea crea brand-uri de calitate, care corespunzând realității, să fie mai mult decât o fațadă. Reliefarea detaliilor este importantă tocmai pentru că înobilează ansamblul, conferind simultan specificitate, dar nu presupune tratarea dispartă a părților componente.

Mediile tradiționale de vehiculare a informației turistice au fost completate în ultimii ani prin abordarea unui nou mijloc de comunicare cu valențe multiple: internetul. Acesta oferă o serie de avantaje și lărgeste considerabil aria de difuzare a invitațiilor la călătorie. Site-urile turistice pot fi consultate oricând, aproape oriunde și de către oricine. Informația poate fi extrem de bogată iar consultarea ei nu presupune costuri suplimentare. Un alt

avantaj notabil este posibilitatea reactualizării informației atunci când este nevoie, pentru întreținerea unei imagini reale a destinației propuse.

Internetul este unul din mijloacele cele mai simple de informare turistică, dar la nivelul orașelor din Depresiunea Transilvaniei, utilizarea sa este uneori insuficientă, alteori greșită. În ceea ce privește crearea unei baze de date accesibile tuturor actorilor implicați în fenomenul turistic, dar și a site-urilor de profil, situația se amână îngrijorător, fie din lipsă de fonduri, fie din lipsă de interes. Elementele de patrimoniu, unitățile de cazare, căile și mijloacele de transport sunt prezentate haotic și inexpressiv (e drept, cu unele excepții fericite), iar neconcoradanța datelor oferite de diferitele surse transformă căutarea într-un demers lesne de abandonat.

În prezent, cele mai reușite site-uri de prezentare aparțin orașelor Sibiu, Cluj-Napoca și Alba-Iulia. Informațiile oferite sunt complexe, dar organizate într-un mod atractiv și ușor de accesat. Turismul cultural este tratat cu seriozitate, dându-i-se importanța cuvenită. Există deci, din fericire și modele care pot fi urmate.

CAPITOLUL VII

IMPACTUL TURISMULUI CULTURAL

ASUPRA CERERII TURISTICE ȘI A ARIILOR DE DESTINAȚIE

În ceea ce privește impactul turismului cultural asupra cererii turistice și a ariilor de destinație (în cel de-al doilea caz ne-am oprit asupra schimbărilor survenite atât în domeniul mediului construit și în cel economic, cât și la nivelul mediului social), pot fi subliniate o serie de efecte pozitive, dar și negative.

A. Efectele pozitive ale turismului cultural:

- Impulsionarea vieții culturale a centrului urban;
- Lărgirea orizontului cultural al locuitorilor și turiștilor;
- Creșterea respectului față de propria persoană;
- Acceptarea și aprecierea valorilor celor din jur;
- Creșterea economică a orașelor vizate;
- Creșterea coeziunii sociale în cadrul orașului;
- Crearea unei imagini unitare a orașului;
- Promovarea imaginii orașului pe plan național și internațional;
- Îmbunătățirea rețelei de căi de comunicație;
- Protecția și conservarea centrelor istorice ale orașelor.

B. Efectele negative ale turismului cultural:

- Depersonalizarea spațiilor receptoare prin adaptare excesivă;
- Creșterea artificială a prețurilor, într-o primă etapă;

- Crearea unei imagini false a orașului, exagerate sau greșite;
- Promovarea unei imagini false.

CAPITOLUL VIII

STRATEGII DE DEZVOLTARE

PROBLEME ACTUALE ȘI POSIBILE RĂSPUNSURI

Ne-am oprit în acest ultim capitol asupra rolului strategiilor de dezvoltare în contextul particularităților turismului românesc, realizând apoi o scurtă analiză SWOT a spațiului geografic studiat.

Dovedindu-și utilitatea prin modul concis și exact de redare a realităților din teritoriu, analiza SWOT permite înțelegerea părților componente ale sistemelor geografice și a interconstrucțiilor care apar între acestea, determinând diferite traiectorii de evoluție. Ea este folosită în majoritatea domeniilor care abordează spațiul urban, cu precădere în cel economic. Strategiile de dezvoltare se fundamentează de asemenea pe analiza SWOT a arealelor cărora li se adresează. Aceasta oferă, cu alte cuvinte, un rezumat al situației actuale și un scurt scenariu a ceea ce va urma.

În cazul nostru, acest instrument ne-a ajutat să identificăm elementele pozitive și negative ale orașelor din Depresiunea Transilvaniei, sub cupola turismului cultural și să subliniem în același timp pașii care trebuie urmați și situațiile de prag din dezvoltarea lor ulterioară.

Analiza S.W.O.T. a orașelor Depresiunii Transilvaniei

<u>Puncte tari:</u>	<u>Puncte slabe:</u>
<ul style="list-style-type: none"> - existența unei puternice rețele de așezări urbane; - valoarea deosebită a patrimoniului cultural (mobil și imobil); - numărul mare al obiectivelor turistice culturale laice și religioase; - diversitatea și frecvența evenimentelor culturale; - existența unor prestigioase instituții culturale și de învățământ; 	<ul style="list-style-type: none"> - stadiul avansat de degradare a unor obiective turistice; - caracterul limitat al cooperării dintre instituțiile culturale și agenții din turism; - lipsa unor proiecte care să asigure transferul de experiență între instituțiile culturale și administrative ale orașelor din depresiune; - lipsa acțiunilor de promovare turistică în orașele mici;

<u>Oportunități:</u>	<u>Amenințări:</u>
<ul style="list-style-type: none"> - intensificarea activităților de promovare a potențialului turistic cultural; - valorificarea caracterului multicultural al spațiului urban; - îmbunătățirea modului de percepție a orașului la nivelul locuitorilor; - creșterea gradului de implicare a populației tinere în crearea unei imagini culturale atractive a orașelor; - intensificarea schimburilor culturale între orașele înfrățite; - înmulțirea centrelor de informare turistică; - îmbunătățirea infrastructurii de cazare și comunicație 	<ul style="list-style-type: none"> - ascensiunea rapidă a unor fenomene din sfera subculturii; - scăderea interesului populației pentru evenimentele culturale; - supraaglomerarea centrelor urbane mari; <ul style="list-style-type: none"> - depopularea orașelor mici; - degradarea progresivă a fondului construit în orașele fără putere economică; - pierderea identității culturale în procesul tot mai accentuat de globalizare; <ul style="list-style-type: none"> - emigrarea tinerilor intelectuali;

Formele specifice ale turismului cultural aplicabile în spațiul urban al Depresiunii Transilvaniei

- **Turismul etnografic**

Deși asociem în mod curent turismul etnografic cu spațiul rural, datorită capacității sale de valorificare a patrimoniului tradițional, el reprezintă totuși o formă importantă de manifestare a interesului pentru cultură, inclusiv în interiorul orașelor. Acestea conservă și pun în lumină moștenirea culturală a populației majoritare, dar și a minorităților etnice, prin intermediul muzeelor etnografice. Organizate în centrul orașelor Depresiunii Transilvaniei sau ferite de marginea împădurită a acestora, muzeele etnografice ne dau șansa de a ne întâlni cu rădăcinile noastre spirituale, odihnindu-ne privirea asupra nenumăratelor locuințe și gospodării tradiționale, a obiectelor adăpostite de ele (mobilier, unelte, obiecte de uz casnic, obiecte de cult, obiecte decorative și de podoabă, obiecte de îmbrăcăminte), sau a instalațiilor ingenioase din jurul lor, deosebit de interesante din punct de vedere tehnic. Secțiunile în aer liber ale muzeelor etnografice readuc la viață o lume a simplității și smereniei, reconstruind cu migală satul tradițional, în jurul bisericilor de lemn, elemente de patrimoniu de valoare inestimabilă, păstrătoare ale sensului nostru de a fi. Vizitarea acestora este absolut necesară pentru înțelegerea unui spațiu multicultural, cum este cel al Transilvaniei. Într-o lume în care, din păcate, globalizarea înseamnă de multe ori pierderea identității, turismul etnografic joacă un rol esențial în recristalizarea ei.

▪ Turismul religios

Fiind cea mai veche formă a turismului cultural, turismul religios este practicat de majoritatea călătorilor din două motive: pe de o parte bucuria manifestării propriei credințe, iar pe de altă parte dorința de a descoperi noi edificii religioase, cu valoare istorică și estetică deosebită. Trebuie remarcat că obiectivele religioase au un statut relativ aparte în cadrul patrimoniului cultural. Obiectivele laice se supun etapelor istorice și își afirmă valoarea prin raportarea la acestea. În contrast, obiectivele religioase depășesc limitele înguste ale încadrărilor istorice și pășesc într-un alt domeniu, în care valoarea e conferită de rolul pe care îl au.

Obiectivele turistice religioase sunt emblematice pentru peisajul urban al Depresiunii Transilvaniei. Tipologic ele cuprind:

- Catedralele (ortodoxe, romano-catolice, greco-catolice);
- Bisericile;
- Sinagogile.

O categorie distinctă de obiective religioase o constituie schiturile și mănăstirile ortodoxe, aflate în interiorul spațiului administrativ al orașelor sau în imediata lor proximitate. Ele sunt în același timp păstrătoare ale credinței străbune, dar și centre de spiritualitate și cultură, într-o lume supusă tot mai mult superficialității și materialismului.

În prezent, orașele Depresiunii Transilvaniei sunt vegheate de numeroase schituri și mănăstiri:

- Aiud: Schitul "Înălțarea Sfintei Cruci" – "Râpa Robilor";
- Alba-Iulia : Schitul "Sfântul Ioan Botezătorul", Schitul "Sfântul Lazăr";
- Cluj-Napoca: Mănăstirea "Sfânta Treime" – Feleacu, Mănăstirea "Acoperământul Maicii Domnului" – Florești;
- Gherla: Mănăstirea "Adormirea Maicii Domnului" – Nicula;
- Năsăud: Mănăstirea "Izvorul Tămăduirii" - Salva;
- Săliște: Mănăstirea "Sfânta Treime" – Orlat, Schitul "Sfânta Treime" – Sibiel;
- Sângeorz-Băi: Mănăstirea "Buna Vestire" - Cormaia;
- Sighișoara: Mănăstirea "Sfântul Mare Mucenic Dimitrie";
- Ungheni și Târgu Mureș: Mănăstirea "Nașterea Maicii Domnului" – Recea;
- Turda: Mănăstirea "Sfinții Arhangheli Mihail și Gavriil" – Mihai Vodă;

Pe rama montană a depresiunii, se află de asemenea două centre vestite de spiritualitate ortodoxă: Mănăstirea "Adormirea Maicii Domnului" – Râmeț (la 25 km de Teiuș), legată de Sfântul Ierarh Ghelasie și Mănăstirea "Adormirea Maicii Domnului" – Brâncoveanu – Sâmbăta de Sus, legată de personalitatea marcantă a Părintelui Arsenie Boca, numit de către cei care l-au cunoscut "Sfântul Ardealului" (aproximativ 30 km de Făgăraș).

Podișul Târnavelor deține la rândul lui un fabulos patrimoniu cultural: bisericile săsești fortificate (peste 100 de obiective, dintre care menționăm: Biertan, Valea Viilor, Câlnic, Apold, Iacobeni, Agnita, Cisnădie, Bazna). Specifice Depresiunii Transilvaniei, ascunse printre domoale culmi deluroase, la capătul unor drumuri serpuitoare, acestea impresionează prin măreție și austeritate, fascinând turiștii de pretutindeni. Prințul Charles al Marii Britanii își manifestă deschis atașamentul față de aceste obiective unice, de fiecare dată când menționează Transilvania. Trist este faptul că străinii par să îndrăgească mai mult meleagurile țării noastre decât locuitorii ei, numeroase obiective fiind salvate de la degradare de asociații din diferite state europene, în timp ce autoritățile române ridică din umeri neputincioase, iar localnicii găsesc variate întrebuințări pietrei de construcție din componența cetăților în propriile gospodării, uitând deliberat rolul identitar pe care ele îl au.

▪ **Turismul educațional**

Turismul educațional este specific centrelor universitare de tradiție, în care tinerii veniți la studii pentru perioade diferite de timp (dar, în general scurte), prin intermediul burselor, încearcă să decodifice în spațiul în care trăiesc temporar în tot ceea ce este autentic și valoros. În Depresiunea Transilvaniei, Cluj-Napoca, oraș universitar prin excelență este locul propice desfășurării acestui tip de turism. În câteva săptămâni, turiștii pot descoperi cele mai importante, dar și cele mai neașteptate obiective din interiorul și din vecinătatea orașului, pot simți atmosfera lui participând la evenimentele culturale, pot întâlni personalități. Efectul firesc va fi dorința de a reveni.

▪ **Turismul legat de evenimentele culturale**

Evenimentele culturale atractive cuprind atât manifestările artistice (spectacole de teatru, concerte, festivaluri, expoziții), cât și științifice (congrese, conferințe), desfășurate la nivel național sau internațional. Ele atrag un public bine instruit, dornic de a trăi experiențe culturale deosebite și de a explora în același timp orașul în care acestea au loc.

Prin prisma acestui tip de turism, în Depresiunea Transilvaniei, oferta cea mai bogată o regăsim în orașele Cluj-Napoca și Sibiu (avem în vedere în primul rând festivalurile internaționale: TIFF, Sibiu Jazz Festival, Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu ș.a.).

▪ **Turismul gastronomic**

Pornită din simpla necesitate umană de a ne hrăni, gastronomia a evoluat de-a lungul timpului, până la stadiul incontestabil de artă. În directă legătură cu ideea de ospitalitate, arta gastronomică reprezintă o incursiune în cultura poporului căruia îi aparține, dar și a regiunii sau a localității vizitate.

Dacă avem în vedere ampla rețea de unități de alimentație publică, de la cele mai simple autoserviri, până la cele mai rafinate restaurante, orașele Depresiunii Transilvaniei

oferă o experiență de neuitat. Felurile tradiționale de mâncare aparțin bucătăriei românești, maghiare și germane, o confirmare a caracterului multicultural al Transilvaniei. Știindu-se preferința turiștilor pentru produsele specifice, se fac eforturi de valorificare și de îmbunătățire a ofertei, o bună parte din ele fiind încununat de succes. Ocazii deosebite de a cunoaște bucătăria spațiului străbătut sunt datorate turiștilor în cadrul festivalurilor gastronomice (un exemplu în acest sens: "Festivalul Mierii de la Blaj", desfășurat anual în preajma datei de Buna Vestire – 25 martie). Sub cupola turismului gastronomic se află și turismul viticol, destinat degustării vinurilor tradiționale, vizitării podgoriilor și a localităților din vecinătatea lor. Deși "Drumul vinului" a fost deja trasat în Depresiunea Transilvaniei și este prezentat atractiv, mai sunt încă de perfectat numeroase aspecte legate de organizare și de calitatea sa.

- **Turismul de vizitare**

Vizitarea muzeelor, a caselor memoriale, a bibliotecilor, precum și deplasarea făcută cu scopul de a întâlni anumite personalități sunt incluse în sfera turismului de vizitare. Existența numeroaselor muzee de artă, istorie, farmacie, vânătoare, mineralogie etc. dintre care unele de importanță națională, asigură suportul motivațional al desfășurării acestei ramuri a turismului cultural. Din perspectiva concentrării obiectivelor vizitabile se remarcă și de această dată orașele Cluj-Napoca și Sibiu, urmate de Alba-Iulia și Târgu Mureș.

- **Turismul de tranzit**

Turismul de tranzit presupune realizarea mai multor opriri de-a lungul drumului spre un obiectiv final (destinația), cu rolul de a cunoaște cele mai importante elemente ale patrimoniului cultural dintr-o anumită țară sau regiune. Se poate realiza mai ales de către turiștii care se deplasează cu mijloace de transport rutiere (automobil personal sau închiriat, autocar, microbuz), acestea oferind o mai mare libertate și mobilitate.

CONCLUZII

În contextul descris mai sus, valorificarea potențialului turistic cultural al orașelor din Depresiunea Transilvaniei trebuie să se bazeze pe cunoașterea aprofundată a realităților spațiului geografic, a caracteristicilor mediului natural și antropic, a avantajelor de care fiecare oraș dispune. Construirea și aplicarea strategiilor de dezvoltare necesită atât antrenarea în cadrul acestui proces a unor echipe de specialiști din toate domeniile de cercetare, dar și implicarea activă a autorităților și a comunității locale.

Printre imperativele prezentului se află:

- definirea și articularea unei viziuni unitare a centrelor urbane, indiferent de mărimea lor;
- crearea unei imagini și a unei identități proprii fiecărui oraș;
- crearea unor structuri stabile care să asigure un management eficient și corect al fondurilor europene;
- dezvoltarea investițiilor în domenii în care există tradiție locală, dar și identificarea altora noi;
- alcătuirea și aplicarea unor programe de coeziune economică și socială;
- aplicarea unor programe de cooperare care să asigure transferul de cunoștințe și abilități;
- utilizarea surselor de inovare specifice fiecărui areal geografic;
- creșterea inițiativei tuturor celor implicați în turism;
- flexibilizarea structurilor politice și administrative;
- îmbunătățirea comunicării între instituțiile culturale.

Un alt aspect pe care îl considerăm esențial este următorul: mediul universitar, favorabil construirii și consolidării unei culturi vaste, susține extinderea orizonturilor intelectuale prin cultură. Orașele universitare de tradiție permit împletirea variatelor interese profesionale și personale. Implicarea studenților în viața culturală se desfășoară astăzi la un nivel mediu, fiind necesară impulsivitatea și dinamizarea spectrului activităților, precum și antrenarea populației tinere în crearea, susținerea și mediatizarea evenimentelor culturale.

Concluzionând, în opinia noastră, prioritățile dezvoltării durabile a turismului cultural în orașele Depresiunii Transilvaniei includ articularea și respectarea unui sistem unitar de valori, valorificarea spațiului rural adiacent, reabilitarea centrelor istorice și "reciclarea" ruinelor industriale, rezolvarea problemelor de mediu și trafic urban, crearea unei baze de date complete, corecte și accesibile referitoare la potențialul turistic cultural, evidențierea adecvată a elementelor de atractivitate ale spațiului urban, crearea și amplificarea unor trasee/circuite de valorificare a acestuia.

Dacă ar trebui să asociem un singur cuvânt expresiv turismului cultural, l-am alege pe cel de "înnobilare". Iată de ce, dezvoltarea durabilă a turismului cultural urban ne cheamă să fim creativi, perseverenți și, în primul rând, responsabili.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Almaș, D., Scurtu, I., (1973), *Turism cu manualul de istorie*, Editura pentru Turism, București.
2. Andea, A., (1985), "Habitat și populație în Transilvania secolului al XVIII-lea" în "Civilizație medievală și modernă românească", vol. îngrijit de N. Edroiu, A. Răduțiu, P. Teodor, Editura Dacia, Cluj-Napoca, p 132-141.
3. Andraș, Carmen, Maria,(2003), *România și imaginile ei în literatura de călătorie britanică: un spațiu de frontieră culturală*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
4. Andreescu, F., Goja, P., (2006), *Bistrița-Năsăud – ghid turistic*, Editura Ad Libri, București.
5. Andrei, P., (1997), " *Filosofia valorii*", Editura Polirom, Iași.
6. Anghel, Gh., Măhăra, Gh., Anghel Emilia, (1982), *Alba. Ghid turistic al județului*, Editura Sport-Turism, București.
7. Anghel, Gh., (1972), *Cetăți medievale din Transilvania*, București.
8. Alui Gheorghe, A., (2007), *Părintele Iustin Pârvu și morala unei vieți câștigate*, Editura Conta, Piatra Neamț.
9. Aubert, A., Jonas – Berki, Monika, Meszaros Bernadett, (2010), *Cultural investments and city image in Pecs*, în The Role of Tourism in Territorial Development, III International Conference, Presa Universitară Clujeană, București, p. 7 – 19.
10. Avram, Al., Crișan, V., (1998), *Sibiu-ghid cultural istoric*, Editura FF Press, București.
11. Benedek, J., (2004), *Amenajarea teritoriului și dezvoltarea regională*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
12. Berbecaru, I., Botez, M., (1977), *Teoria și practica amenajării turistice*, Editura Sport-Turism, București.
13. Bernea, E., (2002), *Trilogie filosofică*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
14. Besnier, J., M.,(coord.), (1996), *Conceptele umanității*, Editura Lider, București.
15. Bibirigea, R., (2009), *Tendențe în dezvoltarea turismului durabil*, în GEIS, Referate și Comunicări de Geografie, vol. XIII, Editura Casei Corpului Didactic, Deva, p. 323 – 329.
16. Biriș, I., (2000), *Sociologia civilizațiilor*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
17. Bîca, I., Sigmirean, I.,(1999), *Bistrița-ghid turistic*, Editura George Coșbuc,Bistrița.
18. Bonfert, G., M., (2007), *La "Împăratul Romanilor"*, Bad Worishofen – Sibiu.
19. Botton (de Botton), A., (2006), *Despre farmecul lucrurilor plictisitoare*, Editura Humanitas, București.
20. Braunstein, F., Pepin, J.F., (1991), *Ghid de cultură generală*, Editura Orizonturi&Lider, București.
21. Breazu, M., (1976), *Arta de a fi turist*, Editura Sport-Turism,București.
22. Burgel, G., (1993), *La ville aujourd'hui*, Collection Pluriel, Hachette, Paris.
23. Burghilea, Cristina, Vișan, Cristina, (2011), *Turismul ca factor de relansare economică*, în Economie teoretică și aplicată, Vol. 18, Nr. 5 (558) / 2011, p. 89 – 105.
24. Busuioc, M., F., (2008), *Strategii de dezvoltare și promovare a turismului cultural în România*, Editura Universitară, București.
25. Buta,I.,(1976), *Bistrița-Năsăud, ghid turistic al județului*, Editura Sport-Turism,București.

26. Buta, I., Idu P., D., Edroiu, N., (1980), *Cluj. Ghid turistic al județului*, Editura Sport-Turism, București.
27. Buta, I., Bodea, Mihaela, Edroiu, N., (1989), *Cluj-Napoca*, Editura Sport-Turism, București.
28. Carter, J., Jones, T., (1989), *Social Geography: An Introduction to Contemporary Issues*, Ed. Arnold, London.
29. Căndea, Melinda, Erdeli, G., Peptenatu, D., Simon, Tamara, (2003), *Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spațiului*, Editura Universității București, București.
30. Chabot, G., Beaujeu-Garnier, Jacqueline, (1971), *Geografia urbană*, Editura Științifică, București.
31. Chibeleanu, A., Chiorean, I., (1972), *Județul Mureș. Ghid turistic*, Comitetul pentru Cultură și Educație al Județului Mureș, Târgu-Mureș.
32. Ciangă, N. (2002), *România. Geografia turismului* (partea I), Editura Presa Universitară clujeană, Cluj-Napoca.
33. Ciangă, N., Dezs, Ș., (2005), *Regions with Integrated Tourist Arrangement. Case Study: The North-West Development Region*, în *Romanian Review of Regional Studies*, Vol. 1, Nr.1 / 2005.
34. Ciangă, N., (2007), *România. Geografia Turismului*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
35. Ciangă, N., Dezs, Ș., (2007), *Amenajare turistică*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
36. Ciangă, N., Pătrașcu, Cristina, (2010), *Tendențe de dezvoltare durabilă ale turismului din România*, în *Geographia Napocensis*, Anul IV, Nr.1/2010.
37. Clement, J., (2005), *Ce este cultura?*, Editura Nemira, București.
38. Cobianu-Băcanu, Maria (1994), *Cultură și valori în perioada de tranziție*, Editura Economică, București.
39. Cobianu-Băcanu, Maria (1998), *Cultură și evaluare*, Ministerul Culturii – Centrul de Pregătire și Formare a Personalului din Instituțiile de Cultură, București.
40. Cocean, P., Dezs, Ș., (2001), *Prospectare și geoinformare turistică*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca .
41. Cocean, P., (2002), *Geografie regională*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
42. Cocean, P. (2004), *Geografia turismului*, Ediția a II-a, Editura Focul Viu, Cluj-Napoca.
43. Cocean, P., (2004), *Structura spațiului mental românesc*, Studia UBB, Geographia, XXIX, 1, Cluj-Napoca.
44. Cocean, P., (2006), *Turismul cultural*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
45. Cocean, R., (2009), *Criterii pentru corecta definire a oportunităților de dezvoltare a turismului într-un teritoriu*, în *Geographia Napocensis*, Anul III, Nr. 2 / 2009.
46. Constantinescu, M., Daicoviciu, C., Daicoviciu, H., Lungu, T., Oprea, I., Pascu, Șt., Petric, E., Porțeanu, Al., Smarandache, Gh., (1969), *Istoria României. Compendiu*, Editura Didactică și Pedagogică, București.
47. Constantinescu, R., Sfârlea, M., (1994), *Monumente religioase. Biserici și mănăstiri celebre din România*, Editura Editis, București.

48. Cosma, Smaranda, Negrusa, Adina, (2008), *The Place of Cultural Tourism for Cluj-Napoca, Romania as a Tourist Destination*, în WSEAS Transactions on Business and Economics, Vol.5, Nr.7, iulie 2008, p. 403 – 413.
49. Cosma, Smaranda, Negrusa, Adina, Popovici, Cristina, (2008), *Impact of Sibiu European Capital of Culture 2007 Event on Country Tourism*, în Proceedings of the 2nd WSEAS International Conference on Cultural Heritage and Tourism, p. 68 – 73.
50. Crang, M. (1998), *Cultural Geography*, Editura Routledge, London and New York.
51. Crăciun, C. (1998), *Cultură și reclamă în Transilvania interbelică*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
52. Crișan, I.H., (1982), *Itinerare arheologice transilvănene*, București.
53. Cucu, V., Ștefan, M. (1974), *România. Ghid atlas al monumentelor istorice*, Editura Științifică București.
54. Curinschi-Vorona, Gh., (1982), *Istoria universală a arhitecturii*, vol.II, București.
55. Davidson, R., (1997), *Tourism*, Longman Harlow, England.
56. Dezsi, Ș., (1997), *Patrimoniul turistic antropoc feudal din Bazinul Târnavelor-componentă turistică specifică;aspecte de geografie istorică și fizionomică*, Analele Universității din Oradea, Seria Geografie, tom.VII, Oradea.
57. Dezsi, Ș., (2006), *Patrimoniul și valorificarea turistică*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj – Napoca.
58. Dinu, Mihaela, (2002), *Geografia turismului*, Editura Didactică și Pedagogică, R.A, București.
59. Dinu, Mihaela, Pețan, I., (2003), *Geografia turismului în România*, Editura Universitară, București.
60. Dinu, Mihaela, (2009), *Geografia drumurilor tematice*, în Terra, Anul 2008 – 2009, Editura CD Press, București, p. 72 – 76.
61. Djuvara, N., (2005), *O scurtă istorie a românilor povestită celor tineri*, Editura Humanitas, București
- Donisă, I., (1977), *Bazele teoretice și metodologice ale geografiei*, Editura Didactică și Pedagogică, București
62. Dobrița, Alina, Gherasim, Oana, (2009), *Turismul, între potențial și valorificare*, în GEIS, Referate și Comunicări de Geografie, vol.XIII, Editura Casei Corpului Didactic, Deva, p. 317 – 323.
63. Drăguț, L., (2000), *Geografia peisajului*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
64. Drăguț, V.,(2000), *Dicționar enciclopedic de artă medievală românească, ediția a-II-a*, Editura Vremea, București.
65. Drîmba, O., (2000), *Istoria culturii și civilizației*, vol.I-X, Editura Saeculum&Vestala, București.
66. Dulamă, Maria – Eliza, (2008), *Politici și strategii educaționale pentru turism*, în Geografia în Contextul Dezvoltării Europene Contemporane: Turismul și Dezvoltarea Durabilă, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, p. 335 – 345.
67. Dulău, Alexandra, Viorica, Coroș, Monica, Maria, (2009), *Is Cultural Tourism Attractive in Transylvania? A Focus on Cluj and Sibiu Counties, Romania*, în WSEAS Transactions on Business and Economics, Vol. 6, Nr. 8, august 2009, p. 413 – 424.
68. Duncan,T., Ley, D.,(1997), *Place,Culture,Representation*, Editura Routledge, London - New York.

69. Dumbrăveanu, Daniela, (2003), *Evoluția conceptelor de turism și potențial turistic*, Comunicări de Geografie, vol.VII, Editura Universitară, București.
70. Dumbrăveanu, Daniela, (2008), *Politici promoționale în turism*, Editura Universitară, București.
71. Edroiu, N., (1999), *Formațiuni statale pe teritoriul României*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
72. Enea, Constanța, Enea, C., (2009), *Efectele crizei economice asupra managementului firmelor de turism servicii și impactul acesteia asupra dezvoltării durabile a orașelor*, în *Analele Universității "Constantin Brâncuși" din Târgu – Jiu, Seria Economie*, Nr. 1 / 2009, p. 159 – 170.
73. Erdeli, G., (2001), *Geografia populației*, Editura Corint, București.
74. Felea, I., V. (1994), *Religia culturii*, Editura Episcopiei Ortodoxe Române a Aradului, Arad.
75. Filip, S., (2009), *Planning urban*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
76. Florea, M., (1974), *Drumuri și condeie. Turism cu manualul de literatură*, Editura pentru Turism, București.
77. Gere, Carmen, (2005), *Globalizare și turism: cazul României*, în *Amfiteatrul Economic, Comerț și Globalizare*, Nr. 17/2005, Editura ASE, București, p. 71 – 78.
78. Gheorghilaș, A., Gheorghilaș, Lenuța, Corina, (2009), *Evoluția brandului turistic în România*, în *GEIS, Referate și Comunicări de Geografie*, vol.XIII, Editura Casei Corpului Didactic, Deva, p. 335 – 341.
79. Ghinea, D. (2000), *Enciclopedia Geografică a României*, Editura Enciclopedică, București.
80. Giurgiu, E., (1970), *Sighișoara*, Editura Stadion, București.
81. Glodariu, Eugenia (1998), *Asociațiile culturale ale tineretului studios român în monarhia Habsburgică (1860-1918)*, Editura Bibliotheca Musei Napocensis XVIII, Cluj-Napoca.
82. Goga, M. (1999), *Cultura și civilizația poporului român*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
83. Grecu, Florina, (2000), *Repere ale gândirii în geografie*, vol.I, Editura Universității București, București.
84. Grecu, Florina, Săndulescu, Laura, Săndulache, I., (2000), *Strategii de dezvoltare teritorială în Podișul Hârtibaciului*, Comunicări de Geografie, vol.IV, Editura Universității din București, București.
85. Hochmeister, M., (2006), *Sibiu-1970. Primul ghid turistic din România*, traducere de Victor Coroianu, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
86. Ianoș, I., (2000), *Sisteme teritoriale*, Editura Tehnică, București.
87. Ianoș, I., (2010), *Globalizare culturală și cultură globală. Global și local în geografia culturală*, Editura Universitară, București.
88. Ielenicz, M., (și colaboratorii), (2006), *România - enciclopedie turistică*, Editura Corint, București.
89. Ielenicz, M., (1999), *Dealurile și Podișurile României*, Editura fundației "România de Măine", București.
90. Ignat, D., (1989), *Transporturile ieri și azi*, Editura Tehnică, București.
91. Ilieș Al., Josan Ioana, Ilieș Dorina, (2009), *Geografie generală a turismului – note de curs*, Universitatea din Oradea.
92. Ilieș, M., (2009), *Between the Tourism "Industry" and Personalised Tourism. Comparative Analysis*, în *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Anul II, Vol. 4, Nr.2, p. 217 – 229.

93. Ioan-Franc, V., Iștoc, Elena-Manuela, (2007), *Cultural Tourism and Sustainable Development*, în Romanian Journal of Economic Forecasting, Nr. 1 / 2007.
94. Ionescu, G., (1963), *Istoria arhitecturii în România*, vol.I-II, București.
95. Ionescu, Silvia, (2004), *Ghidul turistic al României*, Editura Publirom Advertising, București
96. Ionescu, Ș., (2009), *Mediaș. Monumente medievale*, Ed. Honterus, Sibiu.
97. Iorga, N., (1907), *Ceva despre Ardealul românesc și viața culturală românească de astăzi*, Editura Librăriei M. Onișor, București.
98. Iorga, N., (1974), *Privești din țară*, Editura pentru Turism, București.
99. Ivan, A., L., (1999), *La question des nationalites de Transylvanie: une histoire des idees en ce qui concerne la problematique des nationalites transylvaines et le processus de la construction de l'identite chez les Roumains, les Hongrois et les Allemands (de XVIIIe siecle jusqu en 1919)*, Editura Star, Cluj-Napoca.
100. Lazea, Andreea, (2010), *Construcția legislativă și instituțională privind monumentele istorice, după 1989*, în Revista Transilvană de Științe Administrative, Nr. 3 (27)/ 2010, p. 97–113.
101. Luca, Sabina-Adina, (2009), *Rolul Programului Sibiu 2007 – Capitală Culturală Europeană în dezvoltarea socioeconomică urbană*, în Calitatea Vieții, XX, Nr. 1-2 / 2009, p. 171 – 178.
102. Lung, Ecaterina, Zbucnea, Gh., (2003), *Istorie medie universală. Europa medievală (secolele V-XV)*, Editura Fundației România de Mâine, București.
103. Mara, V., (2006), *Geografia turismului în România*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca
104. Matei, A., (2010), *Omul vegetal din Transilvania, între estetic și inițiativ*, Editura Samuel, Mediaș.
105. Mazilu, Mirela, (2005), *Turismul – o relație privilegiată cu dezvoltarea durabilă*, în Revista de Marketing Online, Vol. 1, nr. 4, p. 64 – 70.
106. Mazilu, Mirela, (2009), *Turism și cultură – elemente ale dezvoltării durabile*, în GEIS, Referate și Comunicări de Geografie, vol.XIII, Editura Casei Corpului Didactic, Deva, p. 329 – 335.
107. Mehedinți S., (1994) *Terra. Introducere în geografie ca știință*, Edit. Enciclopedică, București.
108. Mitropolitul Antonie Plămădeală, (2000), *Cuvinte duhovnicești*, Tipografia Eparhială, Sibiu.
109. Mitu, S., Mitu, Melinda, (1998), *Românii văzuți de maghiari. Imagini și clișee culturale din secolul al XIX-lea*, Editura Fundației pentru Studii Europene, Cluj-Napoca.
110. Morariu, T., Bogdan ,Octavia, Maier, A., (1980), *Județele Patriei. Județul Alba*, Editura Academiei, București.
111. Muntele Ionel, Iașu Corneliu, (2003) – *Geografia turismului. Concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Col. Universitaria, Ed. Sedcom Libris, Iași.
112. Neacșu, M., C., (2010), *Orașul sub lupă. Concepte urbane. Abordare geografică*, Editura ProUniversitaria, București.
113. Neacșu, N., Baron, P., Snack, O., (2006), *Economia turismului*, Editura Pro Universitaria, București.
114. Neagoe, S. (1980), *Viața universitară clujeană interbelică*, vol. I, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
115. Nedelea, A., Dolpisch, Oana, Marilena, (2005), *Impactul social al turismului*, în Analele Universității "Ștefan cel Mare" din Suceava, Seria Filosofie și Științe socio-umane, Editura Universității din Suceava, p. 15 – 23.

116. Neguț, S., Neacșu, M.-C., (2008), *Patrimoniul UNESCO între "conservare" și "consum"*, în *Geografia în Contextul Dezvoltării Europene Contemporane: Turismul și Dezvoltarea Durabilă*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, p. 9 – 19.
117. Nicoară, L., (1999), *Geografia populației*, Editura Focul Viu, Cluj-Napoca.
118. Nicorovici, V., (1982), *Descriptio Romaniae*, Editura Sport-Turism, București.
119. Noica, C., (1996), *Între suflet și spirit*, Editura Humanitas, București.
120. Noica, C., (2000), *Pagini despre sufletul românesc*, Editura Humanitas, București.
121. Pahos, A. M., Stamos, A., Kicosev, S., (2010) *CULTURAL TOURISM IN EUROPE*, în *UTMS Journal of Economics*, Vol. 1, No. 1, pp. 85-92.
122. Pal, Judith, (2005), *Armeni în Transilvania. Contribuții la procesul de urbanizare și dezvoltare economică a provinciei*, Institutul Cultural Român, Centrul pentru Studii Transilvane, Cluj-Napoca
123. Pascu, Șt., (sub redacția), (1974), *Istoria Clujului*, Consiliul Popular și Municipiului Cluj, Intreprinderea Poligrafică Cluj, Cluj-Napoca.
124. Pascu, Ș., (1971), *Voievodatul Transilvaniei (vol. I și IV)*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
125. Pascu, Ș., (1983), *Ce este Transilvania?/ Was ist Siebenburgen?*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
126. Păcurar, Al., (2004), *Geografia turismului internațional*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
127. Părean, I., (2008), *Legende din Mărginimea Sibiului*, Ediția a III-a, Editura Salgo, Sibiu.
128. Petraș, Irina, Pecican, O., (2010), *Clujul în legende*, Editura Casa Cărții de Știință, București.
129. Petroman, I., Petroman, P., (2005), *Turismul cultural*, Editura Eurostampa, Timișoara.
130. Petroman, I., (2007), *Bazele turismului*, Editura Eurostampa, Timișoara.
131. Petroman, I., Petroman, P., (2007), *Introducere în turismul cultural*, Editura Eurostampa, Timișoara.
132. Pop, P., Gr. (2001), *Depresiunea Transilvaniei*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
- Popescu, M. T., (1996), *Biserica și cultura*, Editura Institutului biblic și de Misiune al Bisericii Ortodoxe Române, București.
133. Pop, P., Gr., (2007), *Județul Cluj*, Editura Academiei Române, București.
134. Postelnicu, Gh, (1997), *Introducere în teoria și practica turismului*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
135. Preda, S., (2006), *Jurnalismul cultural și de opinie*, Editura Polirom, București.
136. Pușcaș, Angelica (2008), *Vitralii. Incursiuni în istoria și cultura turismului urban premodern*, Editura Eclatant, Cluj-Napoca.
137. Richards, G., (1996, ed.), *Cultural Tourism in Europe*, CABI, Wallingford.
138. Rotariu, I., (2004), *Globalizare și turism: cazul României*, Editura Continent, Sibiu.
139. Sabău, N. (2002), *Repere istorico-arhitecturale în dezvoltarea orașului Municipiului Cluj-Napoca și zona periurbană – studii ambientale*, Editura Accent, Cluj-Napoca.
140. Sacco, P., L., Tavano – Blessi, G., Vergani, Silvia, (2006), *Il "capitale culturale" di Venezia: quale risorsa per lo sviluppo della città?*, Università Iuav di Venezia, DADI, Working Papers, Nr. 7/ 2006.
141. Schullerus, A., (1999), *Tratat de etnografie a sașilor din Transilvania*, Editura Meronia, Cluj-Napoca.

142. Sfântul Nicolae Velimirovici, Episcopul Ohridei și Jicei, (2008), *Mai presus de Răsărit și de Apus*, Editura Predania, București.
143. Simon, Tamara, (2008), *The relation between arts and the Romanian cultural tourism*, în *Geografia în Contextul Dezvoltării Europene Contemporane: Turismul și Dezvoltarea Durabilă*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, p. 19 – 29.
144. Smith, Melanie, (2003), *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge, London and New York.
145. Smith, Melanie, (ed.), (2007), *Tourism, Culture and Regeneration*, CABI, Wallingford.
146. Spânu, R., C. (2003, a), *Planning urban – curs și culegere de texte*, Universitatea Tehnică, Cluj-Napoca.
147. Spânu, R., C. (2003, b), *Cetatea Clujului – rezervația de arhitectură*, Universitatea Tehnică, Cluj-Napoca.
148. Stănciulescu, Gabriela, (2004), *Managementul tursimului durabil în centrele urbane*, Editura All Beck, București.
149. Stăncioiu, Aurelia, Felicia, Băltescu, Codruța, Vlădoi, Anca-Daniela, Pârgaru, I., Nicula, V., (2011), *Transilvania, microdestinație turistică a României*, în *Economie teoretică și aplicată*, Vol. 18, Nr. 5 (558) / 2011, p. 132 – 142.
150. Surd, V., (2003), *Geografia așezărilor*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
151. Surd, V., (2001), *Geodemografie*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
152. Tănase, Al., (1973), *Cultură și religie*, Editura Politică, București.
153. Tica, Ș., Vlad, M., Ciocoi, G., Dragne, Amalia, Vlad, Diana-Cristina, Voicu, Mihaela, (2010), *Ghidul Mănăstirilor din România*, Editura Sophia, București.
154. Tomlinson, J., (2002), *Globalizare și cultură*, Editura Amarcord, Timișoara.
155. Truți, S., Crețan, R., Sârbovan, Cătălina, (2000), *Geografia umană și economică a României*, Editura Miron, Timișoara.
156. Tufescu, V., (1966), *Subcarpații și depresiunile marginale ale Transilvaniei.*, Editura Științifică, București.
157. Țiplic, I., M., (2006), *Biserici fortificate ale sașilor din Transilvania*, Editura NOI Media Print, București.
158. Țuțea, P.,(1993), *Între Dumnezeu și neamul meu*, Fundația Anastasia, Editura Arta Grafică, București.
159. Velcea, I., (1979), *Geografia Podișurilor României*, Universitatea București.
160. Vianu, T., (1998), *Filosofia culturii și teoria valorilor*, Editura Nemira, București
161. Vlăsceanu, Gh., Ianoș, I., (1998), *Orașele României: mică enciclopedie*, Editura Odeon, București.
162. Zanetto, Elena, (2007), *Metodi e strategie per la gestione e sviluppo del turismo culturale: il caso Barcellona*, Università degli Studi di Padova.
163. *** (1981-1983), *Arta creștină în România*, vol.I-II, București.
164. *** (1984), *Geografia Românie, II, Geografia umană și economică*, Editura Academiei RSR, București.
165. ***(1987), *Geografia României , III, Carpații și Depresiunea Transilvaniei*, Editura Academiei, București.
166. *** (1996), *Le Courier de L'UNESCO*, 5/1996.

167. ***(1997), *Studying Culture: An Introductory Reader*, Routledge, London and New York.
168. ***(1998), *Culture in Sustainable Development. Investing in Cultural and Natural Endowments*, The World Bank Publications, Washington D.C.
169. *** (2000), *Clujeni ai secolului XX*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
170. *** (2000) *Ghidul Muzeelor și Colecțiilor din România*, Editura Cimec, București.
171. *** (2001) *Historic Cities and Sacred Sites. Cultural Roots for Urban Futures*. Edited by Ismail Serageldin, Ephim Shluger, Joan Martin-Brown, The World Bank Publications, Washington D.C.
172. *** (2005), *Amfiteatrul Economic – Turism*, Anul VII, Nr. 18, Editura ASE, București.
173. *** (2005), *City Tourism & Culture*, The European Travel Commission, No. 1 / 2005, Brussels.
174. *** (2005) *Filarmonia-revista artelor și profesiilor liberale*, anull, nr.4-5, 6-7/2005, editată de Asociația Culturală Filarmonia, Cluj-Napoca.
175. *** (2006), *Cadrul regional strategic de dezvoltare 2007 – 2013, al regiunii de dezvoltare Nord – Vest, Transilvania de Nord*.
176. *** (2007) *Dezvoltare Regională și Multiculturalitate în Uniunea Europeană*, Vol. II, Editura Risoprint, Cluj-Napoca.
177. *** (2007) *Ghidul hotelurilor*, ANT și MTCT.
178. *** (2007) *Ghidul Pensiunilor*, ANT și MTCT.
179. *** (2008), *Geographica Timisiensis*, Vol. XVII, Nr.1-2/2008.
180. <http://www.brukenthalmuseum.ro/pdf/raport%202010.site.pdf>
181. <http://www.brukenthalmuseum.ro/breviar/index.html>
182. <http://www.cjcluj.ro/turism>
183. http://www.cttours.ro/hystoric_transylvania_and_vallachia_tour.htm
184. http://europa.eu/about-eu/member-countries/countries/member-states/romania/index_ro.htm
185. <http://www.romaniatourism.com/world-heritage-sites.html>
186. <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>
187. <http://www.mdrt.ro>
188. www.revista22.ro/22-plus-nr-283-func355ii-urbane-cultura-o-afacere-f259r259-investitori-6784.html
189. www.romanalibera.ro/bani-afaceri/turism/drumul-vinului-in-inima-transilvaniei-79220.html
190. <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/cultural-diversity/2005-convention/the-convention>