

Filmturizmus a Kárpát-medencében¹

Szerző: Kulcsár László²

Beérkezett/Received: 2026. 04. 19. Elfogadva/Accepted: 2026. 04. 30.

A filmturizmus a turizmussal foglalkozó szakirodalom viszonylag friss területe. A média és a turizmus kapcsolata ugyan az 1980-as évekre nyúlik vissza a szakirodalomban, de az igazán nagy fellendülés a témában az 1990-es évek közepére tehető. A magyar szakirodalomban³ a filmturizmussal foglalkozó tudományos írások a 2000-es évek elején jelentek meg, és a 2010-2020-as évtizedben koncentrálnak viszonylag jelentősebb számban. Nem kizárólagosan, de elsősorban a filmturizmus marketing területén találhatunk publikációkat (SULYOK 2009, JÁSZBERÉNYI 2014, KISS 2014, IRIMIÁS 2015, MITEV et al. 2017, TÓTH 2019).

A könyv egyrészt, ahogyan a szerkesztők a bevezetőben meghatározták „a filmturizmus gyakorlati kiépítéséhez kíván hozzájárulni”, másrészt a könyvben felvonultatott impozáns leltár révén a magyar turisztikai koncepció megvalósítását is szeretné segíti. Ennél véleményem szerint többet is ad, a turizmus tudományos vizsgálódásai terén fontos információkat nyújt a kutatók számára.

Ebben az ismertetőben nem egyszerűen a könyv tartalmának pozitív vonatkozásait szeretném kiemelni – bár vannak bőven, mint például a képek magas színvonala, az információk sokrétűsége –, hanem a fent említett szándék megvalósulását segítő gondolatokat hangsúlyozom.

A filmturizmus központi témája általában abban érhető tetten, hogy valamilyen motívum következtében (IRIMIÁS 2015) az emberek egy részét vonzza annak az élménynek hatása, amit egy általuk fontosnak tartott szempont alapján egy film kiváltott, s ez az érdeklődésüket kiváltó film, tévésorozat helyszínének meglátogatását eredményezi. Ha innen, ebből a megállapításból indulunk ki, rögtön számos, a filmturizmussal kapcsolatos kérdés vetődik fel. Mielőtt néhányat – amelyek nagyrészt a könyv elolvasása megerősített –ismertetnék ezek közül, meg kell állapítani, hogy a könyv több dimenzióban is nagyon értékes és hiánypótló munka. Bár nem ez a legjelentősebb értéke, de felfoghatjuk egy magas szintű művészet- és ipartörténeti ismeretterjesztő könyvnek is, hiszen több mint száz helyszínről, épületről, annak berendezéséről nyújt olyan információkat, amelyek sok embernek újdonságot jelenthetnek, s amelyek reprezentáns képviselői az egész Kárpát-medence természeti, épített és kulturális örökségének.

Robert K. Merton klasszikus munkájára utalva (MERTON 1949, 1980) ezek az információk egy látens funkció jelenlétét erősítik, ami egy irányba hat a könyv eredeti, szándékolt, azaz a manifeszt funkciójával. A manifeszt funkciót itt a filmforgatások helyszínének bemutatása jelenti azzal a céllal, hogy erősítse a filmturizmus pozícióját a kulturális turizmuson belül. Az ismeretterjesztés, mint látens funkció is olyan következménnyel járhat, amely a filmturizmus lehetőségeire hívja fel a figyelmet, annak jelentőségét támasztja alá.

Még egy bekezdés erejéig érdemes Merton 1949-ben született, de méltatlanul háttérbe szorított „Middle Range Theory” szociológiai koncepciójánál maradni. Egy másik megközelítésben vizsgálva ezt a funkcionális megkülönböztetést, a manifeszt funkció következményét abban láthatjuk, hogy a magyar filmipar nemcsak komoly bevételeket termel hazai vállalkozásoknak, hanem olyan produkciókhoz járul hozzá, amelyek adott esetben a készítőik számára is gazdasági előnyt jelentenek (TÓTH 2019). Ebben az esetben viszont a filmturizmus kerül a látens funkció szerepkörébe (éppúgy, mint az ország imázsára gyakorolt pozitív hatás), azaz a helyszínek iránti érdeklődés, azok látogatása nem ellentétes ugyan a manifeszt funkció érvényesülésével (gazdasági előny), tehát nem diszfunkció, de mint ennek a tevékenységnek a következménye, többnyire nem annak tudatosan létrehozott része. Nem mond ellent ennek az sem, hogy a nagy filmstúdiók ezt az érdeklődést kihasználva, látogatóközpontokat hoztak létre, túsorokat szerveznek a stúdió területén, bemutatva a világhíres filmek egy-egy kellékét vagy a stúdióban létrehozott helyszínét. A Paramount Pictures egyik stúdió túsorján e sorok írója is részt vett Los Angelesben és ült azon a padon, ahol Forest Gump bonbonnal kínálta az idegeneket, s látta azt a betonteknőt, ahol „el-süllyedt” a Titanic, ami ma egyébként egy parkoló a stúdióban.

Mint említettem, a könyv sok kérdést vet fel a filmturizmussal kapcsolatban, vegyünk sorra ezek közül néhányat. A filmturizmusnak, mint középszintű elméletnek értelmezése tehát az általa megvalósított funkciók következményein keresztül vizsgálható. A *Filmturizmus a Kárpát-medencében* című könyv által

¹ Recenzió a Kiss Róbert Richárd szerkesztette *Filmturizmus a Kárpát-medencében* c. könyvről (Kodolányi University Press, MediaCom Kiadó, Budapest, 2025)

² professzor emeritus, Kodolányi János Egyetem. kulcsar.laszlo@kodolanyi.hu <https://orcid.org/0000-0002-5684-382X>

³ A nemzetközi szakirodalom ismertetését ebben a recenzióban a szerző nem tartja szükségesnek.

bemutatott helyszínek kulturálisan nagyon sokféle üzenetet közvetítenek, mint ahogyan a helyszínekhez kötődő filmek is. Vannak közöttük szinte mindenki által ismert népszerű filmek és vannak olyanok, amelyek nem arattak különösebb sikert se itthon, se külföldön. Vannak olyan filmek, amelyek egy-egy jelente, az elhangzott szöveg azóta átszüremlett társadalmi, politikai, kulturális életünkbe, s nyilván vannak olyanok is, amelyekre nem emlékezünk, vagy nem is hallottunk róla. Ebből következik, hogy egyes helyszínek jobban alkalmasak a turizmussal kapcsolatos szerep betöltésére, mások pedig kevésbé.

A filmturizmus egy-egy helyszíne nem minden esetben áll meg a saját lábán. Sok filmes helyszín vagy a film vagy más ok miatt, például a helyszín földrajzi elhelyezkedése, a hiányos szolgáltatások, a kísérő attrakciók hiánya és más tényezők miatt nem elég vonzó. Más filmes helyszínek pedig attrakciódús környezetben vannak, mint például Budapesten. Ismét más filmhelyszínek esetében maga a helyszín, a hozzá kötődő filmforgatás nélkül is igen magasra értékelt turisztikailag (például a fertődi Esterházy-kastély, a Gyilkos-tó, Torockó stb.). Éppen ezért egy kulturális turisztikai koncepció megalkotásánál az egyik igen fontos dolog annak felmérése, hogy a könyv által bemutatott helyszínek milyen környezetben vannak, milyen funkciókat valósíthatnak meg a jelenlegi helyzetben, illetve a tervezett koncepcióban. Másképpen szólva, mit adhat a film hozzá a helyszín turizmusának alakulásához. A könyv egyik érdeme, hogy megmutatja a filmes helyszínek sokféleségét, s ha nem is kimondottan, de felkínálja egy tipológia készítésének lehetőségét a kulturális turizmus koncepciójához való hozzájárulásként.

A turistának valamilyen viszonya kell, hogy legyen azzal a filmmel, amelynek helyszínét meglátogatja, feltételezve, hogy a látogatást legalább részben a film motiválta. A kérdés az, hogy vajon milyen tényezők alakítják ezt a viszonyt. A válasz nem olyan egyszerű, hiszen a feltételezett turistáknak a társadalmi státusza, a kulturális színvonala, az értékrendszere nagyon sokrétű lehet, s ezek mind olyan jellemzők, amelyek befolyásolják a helyszínhez, de a filmhez való viszonyát is. A könyvben bemutatott filmforgatások helyszíneinek bekapcsolása a kulturális turizmusba egyrészt objektív tényezők miatt sokszor nehéz, szinte lehetetlen, másrészt szociológiai tényezők következtében is nehézségeket jelenthet. Jelenthet azonban előnyöket is, hiszen akár egy jól ismert és népszerű helyszín turisztikai pozícióját is tovább erősítheti az ott forgatott film. A filmturizmus marketingjének mindkét esetben alkalmazkodnia kell az említett kulturális, szociológiai jellemzőkhöz, amit – eddig el nem végzett – kutatásoknak kellene megelőzniük.

Az örökségturizmus és a filmturizmus közös jellemzője az, hogy a helyszín nem mozgatható. Ebből a tényből az attrakció számára hátrányok is keletkezhetnek, amelyek leküzdésének egyik lehetőségét az aktív turizmus integráló szerepének kihasználása jelentheti (KULCSÁR-BODROGAI 2025). Ennek érdekében sok és sokféle fejlesztésre lenne szükség, hogy a filmturisztikai helyszínek ott is beépüljenek a turisztikai programkínálatba, ahol ez még nem történt meg, és megfelelő vonzást (szívó hatást) jelentsenek az aktív, például a kerékpáros turizmus számára. Természetesen további lehetőségek is kínálkoznak, például a marketingkommunikáció erősítése korszerű digitális eszközökkel és a közösségi média tudatosabb használatával, ugyanakkor a könyvben bemutatott filmturisztikai helyszínekben rejlő lehetőségek alapos turisztikai és szociológiai felmérése nélkül valószínűleg nagyrészt kihasználatlanok maradnak azok. A könyvnek az egyik nagy erénye az, hogy erre a lehetőségre, ha közvetve is, de felhívja az olvasó figyelmét.

Felhasznált irodalom

IRIMIÁS A. (2015): *Filmturizmus. A filmek és a televíziós sorozatok turisztikai szerepének és hatásainak geográfiai vizsgálata*. Turizmus szakkönyvtár. Akadémiai Kiadó, Budapest.

JÁSZBERÉNYI M. (2014): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó, Budapest.

KISS R. R. (2014): A film hatása a kulturális turizmusra. In: Jászberényi M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Nemzeti Közzolgálati és Tankönyvkiadó, Budapest.

KULCSÁR L. – BODROGAI L. A. (2025): *Aktív Turizmus. Elméleti és módszertani kézikönyv*. Kodolányi University Press, Székesfehérvár.

MERTON, R. K. (1980): *Társadalomelmélet és társadalmi struktúra*. Gondolat, Budapest.

MERTON, R. K. (1949): *Social theory and social structure*. Glencoe, IL: Free Press.

MITEV, A. – IRIMIÁS, A. – MICHALKÓ, G. – FRANC, M. (2017): "Mind the scenery!" Landscape depiction and the travel intentions of Game of Thrones fans: some insights for DMOs. *Regional Statistics*. 7(2). pp. 58–74. DOI: 10.15196/RS07201

SULYOK J. (2009): Filmturizmus, avagy a filmekben rejlő lehetőségek a turisztikai desztinációk számára. *Turizmus Bulletin*. 1. 34–39.

TÓTH T. ZS. (2020): A magyar filmipar, mint a kreatív gazdaság mozgatórugója. *Gazdaság és Társadalom. Journal of Economy & Society*. 12(3). pp. 80–103. DOI: 10.21637/GT.2019.03.05