



# Filmturizmus

**ARCULATFORMÁLÁS** | A kedvelt forgatási helyszínek felkeresése jelenleg az egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai trend világszerte. A Budapesten forgatott hollywoodi produkciók azonban nem lendítik fel a magyarországi filmturizmust.

A hobbit premierjének napján, 2012. november 28-án Új-Zélandon Üdvözöljük Középföldén feliratú pecsétet ütöttek az országba beutazók útlevelebe. A gesztus talán nem szokatlan, ha tudjuk, hogy a szigetországban forgatták a filmet. Ezzel valójában egy sikertörténet folytatódik, ugyanis az angol nyelvész, J. R. R. Tolkien kultusz-könyvéből készült A Gyűrűk Ura filmtrilógia 2001-től a korábbi évekhez képest 40 százalékkal több turistát vonzott Új-Zélandra, melynek utazási irodái a filmbéli fiktív Középfölde helyszíneit körbejáró túrákat szerveznek.

A Tourism New Zealand a trilógiát ügyesen marketing-kampányként kezelte, így a turisztikai szektor és a filmipar között létrejött kiváló és profitorientált együttműködés példája lett Új-Zéland. Számításuk szerint az ország film-

béli megjelenése és a fantáziavilágbeli Középföldével való azonosíthatósága 41 millió amerikai dollár értékű marketingkampánynak felelt meg. A Gyűrűk Ura-trilógia így meghozta a szigetország számára

a régóta vágyott ismertséget. Az új-zélandiak azonban semmit sem bíztak a véletlenre, a filmtrilógiára épülő, az országot népszerűsítő marketingkampányon több szervezet, a Tourism New Zealand, a Trade



New Zealand és a Film New Zealand dolgozott együtt. A kormány 18,6 millió amerikai dollárt költött az ország turisztikai promóciójára, és a miniszterelnök, Helen Clark személyesen támogatta az országra vonatkozó új márkanevet, a Középföldét. A film sikerére számítva a turisták és a hazai rajongók kedvéért most pénzérméket vernek, és bélyegsorozatokat adnak ki, melyek mind egy-egy filmbéli hős arcképét viselik.



gáló és megnevezett régiók, városrészek vagy jellegzetes lakóházak befogadóképességét a növekvő látogatószám akár meg is haladhatja. A filmturismo.com oldal elemzése szerint Észak-Olaszország bortermele régiója hirtelen került a figyelem központjába a Napsütötte Toszkána című film kapcsán; Manhattan világszerte a divatközpontjává vált a Szex és New

## MESEORSZÁG

A filmturizmus, vagyis a kedvelt filmforgatási helyszínek felkeresése és bejárása egy-egy népszerű produkció moziba kerülését követően jelenleg az egyik leggyorsabban fejlődő turisztikai trend. Ez nem meglepő, hiszen tapasztaljuk, hogy az olvasmányélmények helyett ma már az országokról és városokról kialakult

képet és ezzel együtt az imázst is leginkább a filmes és a televíziós megjelenés határozza meg.

A látogatószám növekedése pozitív hatással van a film helyszínül szolgáló, egyértelműen azonosítható régió gazdaságára is. Az idegenforgalom esetében fontos pozitívum, hogy a filmturizmus

nem szezonális, vagyis egész évben szolgálhat motivációval a turisták számára, nem kapcsolódik évszakhoz, ünnephez vagy eseményhez. A filmturizmus egyik meghatározó vonása, hogy a filmeknek köszönhető marketinghatása hosszan tartó lehet. Ha egy adott alkotás óriási sikert ér el, akkor a filmforgatási helyszíneként szol-

York sorozatnak köszönhetően; a Jóbarátok tűzlépcsős épülete elválaszthatatlan eleme lett a nagyvárosi életnek, míg a Dallas otthonául szolgáló Southfork Ranch Észak-Texasban a gazdagság jelképévé vált.

## ORSZÁGIMÁZS MÁSKÉPP

A filmeknek imázsmódozó hatásuk is van. Így egy helyszínt képesek újrapozicionálni vagy egy régiót újraképzni, ugyanakkor erősítik az adott országra vagy városra vonatkozó sztereotípiákat is. Így például a Párizsban játszódó filmeknek szinte kötelezően tartalmazniuk kell utalásokat arra vonatkozóan, hogy Párizs a szerelem városa, Bangkok pedig a pezsgő éjszakai életet, a nyomornegyedeket és a forgatagot jelképezi.

A folyamat azonban kétirányú. Egy-egy filmet ugyanis éppen egy kedvelt helyszí-



nel lehet eladni. Így például az etyeki Korda Filmstúdióban a Pokolfajzat 2. kedvéért egy New York-i utcaképet hoztak létre. A házfronatok és a Brooklyn híd keleti pillére létező épületek tökéletes másai, azonban a valóságban nem egymás szomszédságában állnak. Ezt ugyanis a filmkészítés szabályai tiltják. Ahhoz már New Yorkba kellene utazni, az pedig jelentősen megnövelné a forgatás költségeit.

## KÉPZELET ÉS VALÓSÁG

A mozifilmekben látott városképek természetesen sokkal árnyaltabbak, a szereplők, a film története, illetve a zenéje olyan meghatározó élménnyel gazdagítja a nézőket, hogy ez a későbbiek során befolyásolja őket a turisztikai célpontok vá-



lasztásában. A VisitBritain által végzett turizmusmarketing-kutatások eredményei rámutattak arra, hogy a médiában bemutatott képek hangsúlyosan befolyásolják az adott térségbe irányuló utazással kapcsolatos hozzáállást, és jelentős hatással vannak a nézők véleményére, érzéseire az úti céllal kapcsolatban. A turisták ilyenkor a tájnak vagy városnak egy idealizált képét próbálják meg fellelni az utazásaik során. Nem elég azonban, hogy a nézőknek a mozivászon keresztül megtetszik a helyszín, és vonzóvá válik például a brit kultúra, aktíválni, utazásra serkenteni kell őket. Fontos tehát, hogy az utazásra elszánt nézők tudják azonosítani a színhelyt. Az pedig már az állami turisztikai szervezeteken múlik, hogy a helyszínek elérhetőek legyenek a turisták számára, és megfelelő szolgáltatásokkal társuljanak. Egy új turizmusmarketing-eszköz Nagy-Britanniában például a filmtérkép, a Movie Map.

## A LEGNÉPSZERŰBBEK

Málta a filmturizmus térképére 2000-ben az 5 Oscar-díjat nyert Gladiátor, illetve a Monte Cristo grófja sok feldolgozásának köszönhetően került. Nagy-Britannia turisztikai népszerűségéhez jelentősen hozzájárult a Harry Potter-sorozat. Hasonló hatása volt A Da Vinci-kódnak, a Brontë-

filmadaptációknak, a Sherlock Holmes- és a James Bond-sorozatnak is. A VisitBritain 2006-os felmérése azt bizonyította, hogy az országot felkeresők közül minden ötödik turistát befolyásolták a Nagy-Britanniában forgatott produkciók. Thaiföld tengerpartját édenkertként ábrázolja Leonardo DiCaprióval a főszerepben a 2000-ben bemutatott A part című film. Új-Zélandon a már említett A Gyűrűk Ura és A hobbit mellett forgatták a Zongoraleckét és a King Kongot is, amely további turistákat vonz ma is.

A filmturizmus toplistáját egyértelműen New York vezeti. A számtalan film mellett a helyszínt népszerűsítik a Szex és New York, a Maffiózók, a Jóbarátok és A stúdió világszerte ismert televíziós sorozatok is. Az Ízek, imák, szerelmekben például az önmagát kereső főhősön végül Balin, Indonéziában találja meg a boldogságot. A világszerte vámpírmániát elindító Alkonyat színhelye az egyesült



államokbeli, alig több mint 3500 lelket számláló Forks. Számos utazási ügynökség hirdet túrát, melynek keretében körbe lehet járni a település és a környező erdő filmben látott helyszíneit. Róma mindig is fontos turisztikai célpont volt, de az Angyalok és démonok sikere után az ázsioja csak nőtt.

## MAGYAR ÁLLAMI TÁMOGATÁS ÖSSZEGE A KÖLTSÉGEK 20 SZÁZALÉKOS VISSZATÉRÍTÉSÉNEK FORMÁJÁBAN

Filmcím	Millió forint	A történet helyszíne
A katedrális	545	Kingsbridge, a XII. századi Anglia
A rítus	419	Olaszország
Monte-Carlo	403	Párizs és Monte-Carlo
Borgiák	358	a XV. századi Olaszország
A vér és méz földjén	311	Bosznia
Boszorkányvadászat	141	a XIII. századi Ausztria
A szépfiú	69	Párizs
A sas	56	a II. századi Britannia
A holló (2012)	22	a XIX. századi Baltimore

Megjegyzés: a produkciókban Magyarország és Budapest minden esetben más helyszínt helyettesít.  
Forrás: Nemzeti Filmiroda és saját gyűjtés

A küldő országok között hangsúlyosan jelenik meg India, hiszen az európai helyszíneken játszódó bollywoodi zenés-táncos produkciók százezer nézőt vonzhatnak az ázsiai országban. Az indiai középmezőny tehetős utazói jelentősen fellelítették Svájc turizmusát. A Switzerland Tourism adatai szerint 1993 és 2010 között az indiai turistaérkezések száma 71 ezerről 393 ezerre nőtt. A filmbéli helyszíneket kereső indiaiak átlagosan 325 amerikai dollárt költenek naponta, jóval többet az átlag európai turistáknál.

## A HAZAI HELYZET

Az utóbbi években Budapesten forgatott hollywoodi szuperprodukciók biztosan nem lendítik fel a magyarországi filmturizmust. Bár évente 15-20 külföldi stáb forgat Magyarországon, elsősorban budapesti helyszíneken, melyek ilyenkor általában más közép- és kelet-európai színtereket helyettesítenek. Az Andrássy út mellékutcaiban rekonstruálta Steven Spielberg München 1972-es utcaképét, mindezt minimális költséggel, hiszen az épületekhez, kapualjakhoz gyakorlatilag nem kellett hozzányúlani, azokon fejlesztés sajnos alig történt az elmúlt 40 évben. A mai Moszkvát alakította Budapest a Die Hard ötödik részében.

Még a Budapesttel azonosított és az UNESCO világörökség-listáján szereplő Andrássy út, az Opera, a Hősök tere, a budai Vár is csak helyettesítő szerepet tölt be. Kivételt képez ezalól az Én, a kém Eddie Murphy és Owen Wilson főszereplésével és a brit Sky1 szuperprodukciója, a Válaszcsepapás tévésorozat, melynek második évadjában a végkifejlet Budapesten, a Várban és a Duna-parton játszódik.

IRIMIÁS ANNA-PAPP-VÁRY ÁRPÁD-SZÜTS ZOLTÁN