

Film- és sorozatturisztikai helyszínek összehasonlító vizsgálata európai desztinációk példáján

Szóllós-Tóth Andrea – Bujdosó Zoltán – Csapóné Riskó Tünde

Összefoglalás

A koronavírus-járvány miatt bevezetésre kerülő korlátozások feloldását követően újra fókuszba került a túlzott mértékű turizmus. A tanulmány középpontjában olyan desztinációk állnak, melyek az ott forgatott film vagy sorozat ismertté válását követően jelentős látogatószám-növekedésre tettek szert. Három európai országból választott film- és sorozatturisztikai helyszínről készített esettanulmány segít a túlzott mértékű turizmus jeleit feltérképezni. Dubrovnik, Hallstatt és a Szporádok két szigetének (Szkepelosz és Szkiatosz) lakói szembesülnek a turistaáradat jelenlétéből adódó problémákkal: a területen zsúfoltság tapasztalható, az infrastruktúra túlterhelt, az élelmiszer- és ingatlanárak emelkednek, a környezetre rótt terhelés igen nagy. Számos intézkedés ismert, melyek segítséget jelenthetnek az érintett települések számára: a tömegközlekedés támogatása az autós közlekedéssel szemben csökkenti a környezeti terhelést, a tengerjáró hajók kikötésének szabályozása, valamint a látogatószám menedzselésének más módjai szükségesszerűvé válhatnak, a turisták és a desztináció menedzsment számára is jelentős előnyökkel járhat az online jegyvásárlás lehetősége, az előzetes helyfoglalási rendszer bevezetése. Annak érdekében, hogy a filmekben és sorozatokban látott desztinációk ne essenek áldozatul a hirtelen jött népszerűségnek, megfontolt turisztikai stratégiát kell követniük, tudatos attrakciófejlesztés eredményeként optimalizálhatják a turisták létszámát a területen.

Kulcsszavak: filmturizmus, forgatási helyszín, turisztikai desztináció, overtourism

JEL: Z30, Z32, Z39

A comparative study of film and series tourism locations in European destinations

Abstract

In the wake of the restrictions imposed by the coronavirus outbreak, the issue of overtourism has once again come to the fore. The study focuses on destinations that have experienced a notable increase in visitor numbers following the popularity of a film or series filmed there. A case study of three European film and series tourism destinations is presented in order to identify the indications of overtourism. The inhabitants of Dubrovnik, Hallstatt and the two islands of the Sporades (Skopelos and Skiathos) are confronted with a range of challenges associated with the presence of tourists, including congestion, overloaded infrastructure, rising food and property prices, and high environmental pressures. A number of measures have been identified which could assist the municipalities. These include the promotion of public transport as an alternative to private vehicles, with the aim of reducing the environmental impact; the regulation of the mooring of cruise ships and other strategies for managing visitor numbers; and the introduction of online ticketing and advance booking, which could bring significant benefits for visitors and destination management. In order to mitigate the adverse effects of a sudden surge in popularity, destinations that have become well-known due

to their cinematic or televisual associations must implement a well-considered tourism strategy. This should entail optimising the number of tourists in the area through a conscious development of attractions.

Keywords: *film tourism, movie tourism, shooting location, film location, tourism destination, overtourism*

JEL: *Z30, Z32, Z39*

Bevezetés

A turizmus formái jellemzői és hatásai alapján elkülöníthetők úgynevezett „jó” és „rossz” kategóriákba, mely megkülönböztetés nem abszolút. „Rossz” turizmus például a nagy tömegeket a lehető legolcsóbb módon kiszolgáló tömegturizmus, melynek résztvevői igen kedvelik az „all inclusive” ajánlatokat (Péter et al., 2018), illetve a partiturizmus, mely a helyi ökoszisztéma nagyfokú rombolásával jár (Pinke-Sziva et al., 2019). A természet megóvását hangsúlyozó ökoturizmus (Szeberényi – Varga-Nagy, 2017; Káposzta et al., 2017) mellett a kulturális turizmus (Husz – Tolnai, 2022) említendő meg leginkább a „jó” turizmus csoportjából. A kulturális turizmus előnyei közé sorolható, hogy ösztönzi a helyi közösségeket arra, hogy megőrizzék, továbbadják a kulturális örökséget, valamint a döntéshozókat arra, hogy megteremtsék a feltételeket minderre. Bemutatásuk révén könnyebben megőrizhetővé, feleleveníthetővé válnak a népi hagyományok, nyelvek, nyelvjáráások, kézművesség, művészetek. A kulturális örökség védelmének részeként a történelmi helyszínek és építészeti örökségek helyreállítása és karbantartása is megvalósulhat, melyre a forrás megteremtése gyakran a turizmusból befolyt bevételből gazdálkodható ki. Összességében a turizmus okot és lehetőséget is ad a tárgyi és szellemi örökség népszerűsítésére és megőrzésére, miközben ösztönzi a művészetek, a kézművesség és más kreatív tevékenységek fejlődését (Lőrincz – Raffay, 2019; Rátz, 2014). A Turisztikai Világszervezet (World Tourism Organization, 2018) kulturális turizmust taglaló kiadványában úgy fogalmaz, a turisztikai célpontok vonzerejük nagy részét a kultúrának köszönhetik. A turizmus fejlődése során jelentős változásokat követhetünk végig, azonban az elmúlt évtizedekben állandósulni látszik az a jelenség, mely szerint a turizmus és a kultúra elválaszthatatlanul összefonódtak. A kultúra iránti érdeklődés az utazási motivációk között folyamatosan stabil helyet foglal el, a kulturális célú utazások aránya a globalizáció térnyerésével párhuzamosan növekedhetett.

Alapvetően az örökségek és a művészetek tekinthetők a kulturális turizmus fundamentumának, azonban megfigyelhető a kreatív ágazatok térnyerése is (Csapó–Matesz, 2007). Ezzel párhuzamosan új turisztikai trendek jelennek meg az egyedi, különleges, rendkívüli élményeket kereső turisták számára (Jászberény–Ásványi, 2019). A médián, filmekben, sorozatokon keresztül megismert elképzelt romantikus világhoz hasonló helyszínek felfedezése, távoli, egzotikus országok megismerése az utazók motivációjaként emelhető ki (Irimiás, 2009). Míg a legtöbben meglegszenek azzal, hogy a filmnézés vagy sorozatnézés ideje alatt az otthonuk kényelméből virtuális utazás keretei között képzelik magukat a karakterek, filmszereplők helyébe, mások számára a látott helyszínek meglátogatása jelent igazi kalandot (Irimiás et al., 2021). Egy-egy népszerű tévéfilm vagy sorozat forgatási helyszínének felkeresése igazi kuriózum, mely utazási motivációt jelent. Ugyan ezek a filmek és sorozatok nem azzal a céllal készültek, hogy felkeltsék a turisták érdeklődését a forgatási helyszín iránt, bizonyos művek nagy hatással vannak a készítésük helyszínének látogatottságára (Irimiás, 2012).

Azt a niche turisztikai terméket, mely a filmek világához való közelebb jutást, egy olyan desztináció vagy attrakció felkeresését helyezi a középpontba, mely korábban egy mozifilmben szerepelt,

filmturizmusnak nevezzük (Macionis, 2004; Zimmermann, 2003; Simon – Brent, 2006). Cardoso és szerzőtársai (2017) definíciója a filmindukált turizmus fogalmán belül nem csak a mozifilmekben, hanem a televíziós sorozatokban vagy promóciós videókban szereplő látványosságokhoz tett látogatást is érti. Kiss (2020) leszögezi, hogy a hagyományos turista is könnyedén filmturistává válhat oly módon, hogy utazása során felkeres egy filmturisztikai attrakciót, mely döntését a televíziós produkció motiválta. Így a tágabb értelmezés szerint a filmturizmus nem csak a film vagy sorozat elkészítése során vagy után megjelenő attrakciókat tartalmazza, hanem olyan látnivalókat is, melyek már korábban léteztek, de népszerűvé válásuk a mozifilm vagy televíziós sorozat ismertté válásával került a turisták reflektorfényébe.

Az érintett desztináció részletezésével Irimiás (2015) foglalkozik; a legfontosabb filmturisztikai célpontok lehetnek konkrét televíziós produkciók forgatási helyszínei (pl. Trónok harca: Dubrovnik, Málta, Girona stb.), filmstúdiók (pl. Warner Bros. Filmstúdió Hollywoodban), televíziós programokra épített tematikus parkok (pl. Disneyland), filmfesztiválok (pl. Cannes-i Filmfesztivál). Az utóbbi időben a felkapottá vált média produkciók forgatási helyszínei közül több élt a lehetőséggel, hogy tudatosan építse azt be a desztinációmarketing részévé, szerepeltesse turisztikai stratégiájában (Di Cesare et al., 2012; Croy, 2010; Volo – Irimiás, 2015; Saltik et al., 2011).

A hirtelen jött népszerűség azonban előfordulhat, hogy túlzott turistaáradat megjelenéséhez vezet, a helyszín pedig a túlzott turizmus jelenség áldozatául esik. A kétezres évektől kezdődően egyre több ilyen eset került a kutatók látóterébe. A thaiföldi a Phiphi-szigeteken található Maya-öböl népszerűségét a 2000-ben megjelenő „A part” című film generálta, melyben a főszerepet Leonardo DiCaprio játszotta. Az apró öblöt naponta mintegy 4000-5000 kiránduló látogatta meg, körülbelül 200 hajókirándulást szerveztek naponta a kicsi területre (Koh – Fakfare, 2020. Az érdekelt felek összefogása révén a területet ideiglenesen lezárták, a tervezett néhány hónap helyett végül több évig nem volt látogatható a turisták számára a helyszín (Pathak, 2024). Így a helyi ökoszisztéma újjáéledhetett, s az újra nyitást követően a látogatók számát korlátozták, valamint több innovatív megoldást is bevezettek a környezet védelme és a károk csökkentése érdekében (Wipatayotin, 2018). Egy másik jólismert eset a változatos tájképet nyújtó Új-Zéland, ahol többek között „A Narnia krónikái” és az „Avatar” műveket forgatták, de leginkább „A Gyűrűk Ura” trilógiának és „A Hobbit” trilógiának köszönheti filmturisztikai hírnevét. A filmekben látható Hobbitfalvát a forgatás után is megépítve hagyták, ami így könnyedén a figyelem középpontjába került. A falu eredetileg nem azzal a szándékkal épült, hogy népszerű turisztikai célponttá váljon, és a hirtelen beáramló látogatók jelentős terhet róttak a meglévő infrastruktúrára. A kétezres évek elején készült egyik felmérés szerint az Új-Zélandra utazók csaknem 10%-ánál volt szerepe az úti cél kiválasztásában annak, hogy „A Gyűrűk Ura” trilógia elkészítésének adott otthont az ország (Kiss, 2020).

Néhány nemzetközi példától eltekintve relatíve kevés tanulmány foglalkozik kifejezetten azzal, hogy a népszerű filmek és sorozatok milyen hatással vannak a helyszínek fenntarthatóságára és a helyi közösségekre. A filmek és sorozatok megjelenéséhez köthető túlzott turizmus egyedi veszélyforrást hordoz, hiszen kiszámíthatatlan módon jelenik meg, gyakran olyan helyszíneken koncentrálódik, amelyek eredetileg nem turisztikai célokra épültek, ezáltal fokozott infrastrukturális, gazdasági és társadalmi terhelést okozva. A témában született tanulmányok körének bővítése céljából három európai helyszínről készült – szakirodalmi és szekunder forrásokon alapuló – esettanulmánnyal igyekszünk bemutatni, hogy a filmek és sorozatok által generált turizmus milyen mértékben járul hozzá az adott térségek túlterheltségéhez.

Anyag és módszer

A kutatás szekunder adatokat felhasználó esettanulmányon alapuló megközelítést alkalmaz annak vizsgálatára, hogy a forgatási helyszíneken milyen változások voltak tapasztalhatók a turizmus fellendülésének köszönhetően a népszerű filmek, sorozatok megjelenése után. Ez a kvalitatív módszertan azonban nem zárja ki a kvantitatív adatok elemző bemutatását sem, hiszen azok felhasználása hozzájárul a tanulmány minőségének emeléséhez.

A kutatásban bemutatott három esettanulmány három célország tapasztalatain alapszik: a horvátországi Dubrovnik, az ausztriai Hallstatt, illetve a görögországi Szkiatosz és Szkopelosz. Az esetek kiválasztásánál fontos szempont volt, hogy olyan európai helyszínek kerüljenek a fókuszba, melyek között szerepel tengerparti és tengertől elzárt desztináció is, film- és sorozatturisztikai helyszín is, valamint kifejezetten olyan desztinációk kerültek a fókuszba, melyek esetében a túlzott mértékű turizmus egyes jelei egyértelműen jelen vannak. A választott helyszínek kiterjedésbeli különbségei ellenére az úti célokban közös az európai földrajzi fekvés, a televíziós produkciók megjelenést követő hirtelen jött népszerűség és a viszonylag alacsony népsűrűség, miközben a desztinációk egyidejűleg egyre több nemzetközi vendéget fogadnak. A turizmus a választott desztinációk gazdasági jólétében és társadalmi életében kulcsszerepet játszik. A túlzott turizmus, vagyis az „overtourism” jelensége azonban a közelmúltban feszültségekhez vezetett a lakosok és a területre érkező látogatók érdekei közötti egyensúlyhiány miatt. A három esettanulmány lehetővé teszi, hogy eltérő turisztikai kontextusokat vizsgáljunk – egy alpesi kisvárost, egy történelmi jelentőségű tengerparti várost és két mediterrán szigetet –, ezáltal átfogóbb képet nyújtva a film- és sorozatturizmus által kiváltott túlturizmus kihívásairól Európában.

A túlzott mértékű turizmus témakörét feldolgozó tanulmányok többsége a turizmusnak a nagy népsűrűségű célpontokra, különösen a nagyvárosokra, fővárosokra gyakorolt hatására összpontosít (Hospers, 2019; Koens et al., 2018; Amore et al., 2020). Ugyanakkor nem hívják fel a figyelmet arra, hogy a kisebb fogadóterületekre, például a természetközpontú vagy falusi desztinációkra gyakorolt hatás a teherbíró képességet tekintve egyensúlytalanságot eredményezhet (Lindberg – Seeler, 2021; Butler, 2020).

A kutatási kérdés, amellyel ez a tanulmány foglalkozik, a következő: Hogyan változott meg a gazdaság, és milyen társadalmi konfliktusok jelentek meg azokon a fogadóterületeken, amelyek a filmek okozta népszerűség miatt válhattak a túlzott turizmussal érintetté Európában?

A fókuszba olyan komplex esetek kerülnek, melyeket pusztán kvantitatív adatok áttekintésével nem lehetne kellőképpen bemutatni az esetek egységessége miatt, így a társadalomtudományok egyik leggyakrabban használt módszertana – az esettanulmánykészítés – alkalmazásával valósult meg. Az esettanulmányokra jellemző, hogy többféle adatgyűjtési technikát alkalmaznak azzal a céllal, hogy a vizsgált jelenséget megalapozott és objektív módon mutassák be (Priya, 2021). (Mayer, 2011). Az átfogó esettanulmány felépítése érdekében a kvalitatív jelleg mellett megjelent a kvantitatív módszertan is, hiszen a szerzők számos nemzetközi adatbázisból tájékozódtak, mindemellett más szerzők meglévő szakirodalmát is áttekintették.

A túlturizmus jelenségéhez kapcsolódóan rendszeresen használatos két turisztikai mutató, melyek segítségével a kutatók képesek felhívni a figyelmet a helyi lakosság érzékenységére. A turizmus sűrűségét és intenzitását többféle adat felhasználásával lehetséges mérni. Vanyúr (2021) a turisztikai sűrűséget a vendégéjszakaszám és a település területének hányadosaként határozza meg, míg a turisztikai intenzitást a vendégéjszakaszám és a település lakosságának hányadosaként. Az esettanulmányok mindegyikében kiszámításra kerültek ezek a származtatott mutatók.

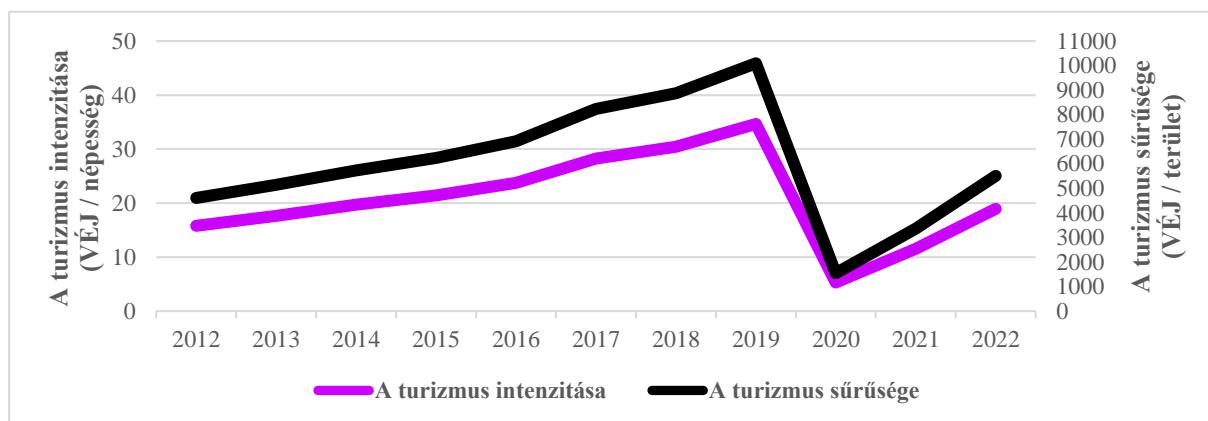
Eredmények

A szerzők olyan európai példákon keresztül mutatják be a túlzott mértékű turizmus felbukkanását, ahol a televíziós produkciókban való megjelenés generált jelentős turistaforgalmat.

Dubrovnik, Horvátország – Trónok harca

A Horvátország déli részén elhelyezkedő kikötőváros, Dubrovnik az ország egyik legismertebb turistacélpontja, Európa szinten is méltó helyet foglal el turistaérkezések számát tekintve. Dubrovnik történelmi belvárosi részét UNESCO keretén belül működő Világörökségi Bizottság a világörökségi helyszínek közé sorolta.

Dubrovnik város lakossága 2021-es adatok alapján 41 562 fő, területe 142,64 km² (CBS, 2024), melyhez jelentős turistaforgalom társult az elmúlt évtized időszaka alatt. A vendégéjszakák számának és a terület nagyságának, illetve a helyi lakosok számának vizsgálata során kiderült, hogy 2012-től 2019-ig évről évre növekedett a turizmus intenzitása és sűrűsége a dalmát városban (1. ábra). 2020-ban a világjárvány megjelenésének idején a turistaforgalom rendkívüli mértékben csökkent, majd 2021-től emelkedésnek indult.



1. ábra. Dubrovnik város turizmusának intenzitása és sűrűsége (2012–2022)

Forrás: saját számítás CBS (2024) és CNTB (2023) alapján

Egy 2019-ben – a COVID-19 világjárványt megelőző utolsó évben – készített felmérés alapján Dubrovnik volt a legrosszabb helyzetben az egy helyi lakosra jutó turistaszám alapján (36 turista lakosonként) az európai városok közül, a sorban következő Velence, Brugge és Rodosz volt (21 turista lakosonként) (Holidu, 2022).

Dubrovnik kikötővárosa speciális helyzetének köszönhetően fokozottan ki van téve a túlzott mértékű turizmus azon negatív hatásának, mely szerint a települést napközben ellepik a turisták, ami zsúfoltságához vezet (Pavlič, 2013; Stanchev, 2018; Horlacher, 2024). Ennek egyik kiemelt oka a tengerjáróhajó-forgalom, ami 2023-ban az azt megelőző évekhez képest növekedett, de még nem érte el a koronavírusjárvány előtti időszakban regisztrált számokat (MedCruise, 2024). Az óriási tengerjáróhajók utasai azért is jelentenek rendkívüli gondot a fogadóterület számára, mert azok legfeljebb öt órát tartózkodnak a kikötővárosban, és ezalatt az idő alatt főként a történelmi óvárost tekintik meg. Ehhez hozzáadódik még a szállodákban megszálló több ezer turista, akik szintén hasonló attrakciók megtekintésével töltik a napjaikat, mely a turisztikai tér korlátozódásával jár, valamint a tengerjáró hajó fedélzetén megszálló és étkező utasok igen keveset költenek a kikötővárosban, így több kárt okozva a városnak, mint hasznot (Abbasian et al., 2020).

A turisták átlagos tartózkodási ideje a tengerparti városban a világjárvány utáni években csökkenő tendenciát mutat: 2021-ben 3,6 nap volt, 2022-ben 3,4 nap, 2023-ban pedig már csak 3,1 nap (CBS, 2024). A tartózkodás rövidege más filmturisztikai helyszíneken is gondokat okoz, például a „Harry Potter” filmekből ismert yorkshire-i Goathland vasútállomás – mint „Roxmorts” –, ahol rendszerint csak néhány órát töltenek el a kirándulók, szinte csak a kötelező fotók elkészítésének idejét (Irimiás, 2015; Beeton, 2005).

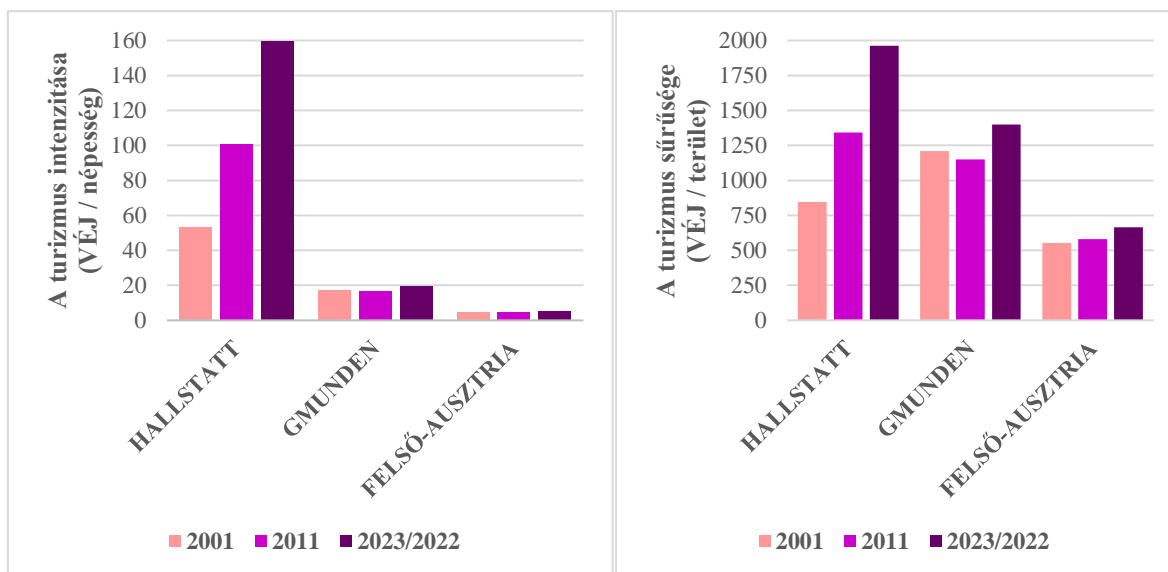
Dubrovnik esetében a turisták körében oly hatalmas népszerűséget az HBO szolgáltató által készített „Trónok harca” televíziós sorozat a második évadjában való feltűnés okozta 2011-ben. A lenyűgöző szépségű táj ezt követően a sorozat további évadjaiban is feltűnt, mint a Királyvár (a Hét Királyság fővárosa) (Kessel, 2017).

Tkalec és munkatársai (2017) tanulmányukban kiemelik, hogy a sorozat globális népszerűsége hozzájárult ahhoz, hogy Dubrovnik világhírű turisztikai célponttá vált, és ennek következtében a horvát város nemzetközi turisztikai vonzereje jelentősen megnőtt. Bemutatják, hogy a Dubrovnikba érkező turisták száma és a tévésorozat forgatása között erőteljes és pozitív kapcsolat fedezhető fel. A látogatószám és a gazdasági teljesítmény hosszú távú növekedése érzékelhető volt, a sorozat által generált figyelem és ismertség pedig tartós turisztikai vonzerőt eredményezett a fogadóterület számára (Contu – Pau, 2022). Dubrovnik esete Šegota (2018) felvetésének illusztrálására szolgál, miszerint egy sikeres sorozat új turisztikai értékű örökséget hozhat létre, amelyhez gazdasági, kulturális és társadalmi előnyök társulnak.

Néhány évvel a sorozatban való szereplését követően Dubrovnikot annyira elárasztották a turisták, hogy az UNESCO 2018-ban figyelmeztetést adott ki, miszerint a világörökség részét képező óváros nem tudja kezelni a naponta oda áramló emberek tömegét (Polyzogopoulou, 2023). Bár a COVID-19 járvány ideje alatt csendesedett a turizmus a városban, s azt követően a városvezetés igyekezett a mérsékelt turizmust bevezetni (Vukadin et al., 2023), később fokozatosan visszatértek a turisták, így ismét a leglátogatottabb települések között található meg Dubrovnik (Žemla, 2024).

Hallstatt, Ausztria – Spring Waltz, Jégvarázs

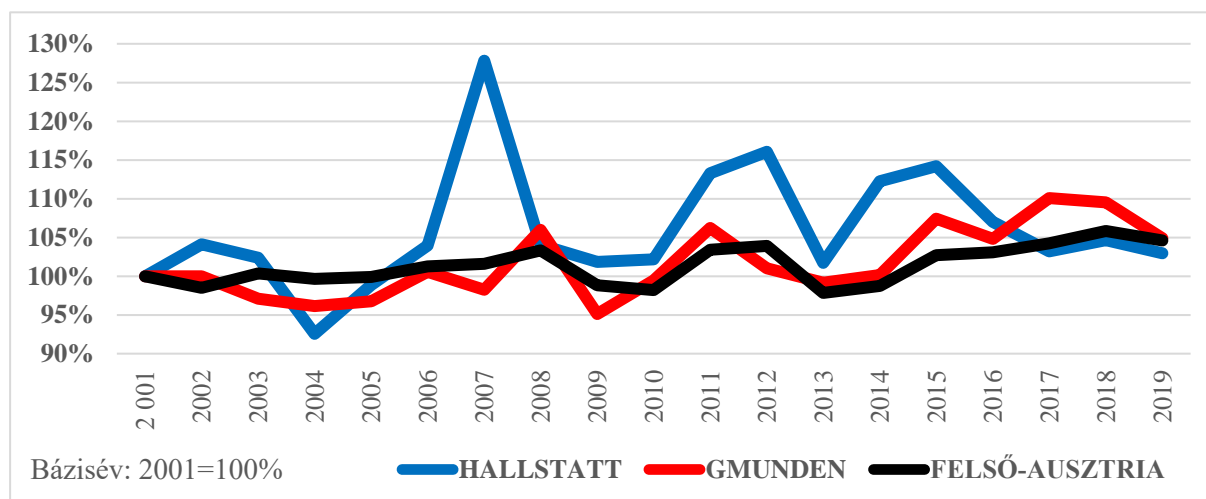
A Felső-Ausztria tartományban, Gmunden járásban található bájos falu – Hallstatt – szintén az UNESCO világörökségi helyszínek listáján szerepel. A falu lakossága 2006-ban 920 fő volt, 2016-ra 758 főre csökkent, melyet a legnagyobb arányú visszaesésként jegyeznek egész Felső-Ausztriában, s ezért sokan az életminőség romlását, vagyis az „overtourism” jelenség árnyoldalait okolják (Staticfiles, 2017; Bfhallstatt – Archiv, 2017). A turisták átlagos tartózkodási ideje Hallstatt esetében is gondot jelent, hiszen hozzávetőlegesen 2 napot töltenek csak ott a turisták a 2022-es adatok alapján (Statistik Austria, 2024). A turizmus intenzitásának és sűrűségének elemzésekor kiderül, hogy Hallstatt mindhárom vizsgált évben (2001; 2011; 2023/2022) jelentősen nagyobb terhelésnek volt kitéve, mint a járás vagy a tartomány egésze (2. ábra).



2. ábra. Hallstatt település, Gmunden járás és Felső-Ausztria tartomány város turizmusának intenzitása és sűrűsége (2001; 2011; 2023/2022)

Forrás: saját szerkesztés Statistik Austria (2024) alapján

Az osztrák település már azelőtt igen népszerű volt a turisták körében, hogy egy 2006-ban megjelenő dél-koreai szappanopera („Spring Waltz”) forgatási helyszíne lett, de azt követően Ázsiából érkező turisták tömege kereste fel a helyet (Marsden, 2021). Ez egy nagyobb ugrást eredményezett a településen realizált vendégéjszakák számában (3. ábra).



3. ábra. Hallstatt település, Gmunden járás és Felső-Ausztria tartomány vendégéjszaka-számainak alakulása 2001 és 2019 között (bázisév: 2001 = 100%)

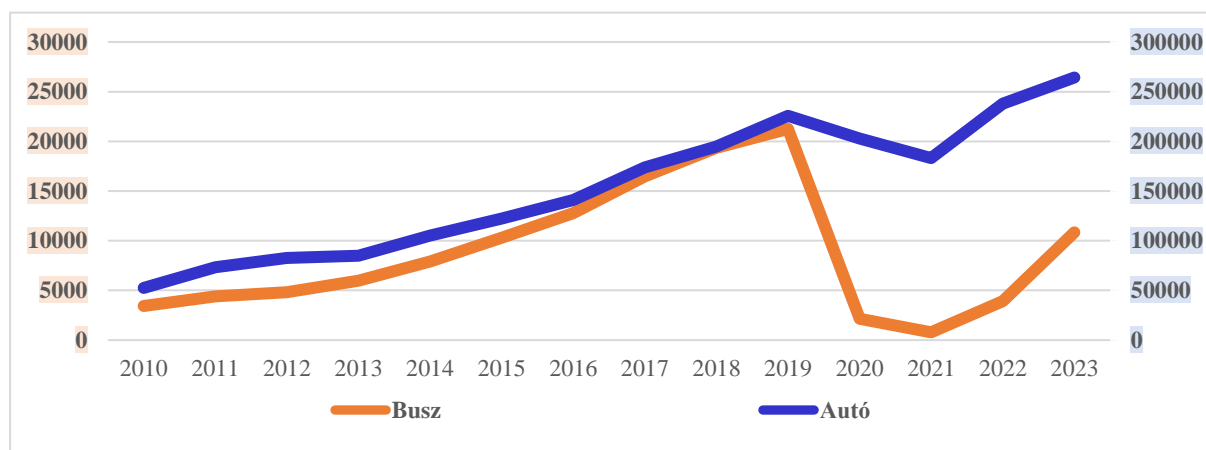
Forrás: saját szerkesztés Statistik Austria (2024) alapján

Mint mesterségesen létrehozott attrakció, hamarosan Kínában elkészítették Hallstatt replikáját, egy az eredetihez nagymértékben hasonló falut, melynek hivatalosan használt neve „Hallstatt See – Huizhou” (Wainwright, 2013). Kétségtelen, hogy a titokban (az eredeti Hallstatt város vezetésének vagy lakóinak tudta nélkül) létrehozott klóntelepülésnek van némi előnye, például az, hogy a Hallstatt iránt érdeklődő ázsiaiak egy része bizonyosan megelégszik a hozzájuk közelebbi hitelesen

reprodukált faluval, s így kisebb környezeti terhelés mellett kaphatnak ízelítőt az alpesi kultúrából, illetve az eredeti osztrák települést fenyegető túlzott turistajelenlét is enyhébbé válhat ezáltal. Azonban az osztrák Hallstatt lakóinak és vezetőinek megosztott a véleménye a beruházásról, mivel az építkezésről nem értesítették őket előzetesen, ami jogdíjakkal és szellemi tulajdonjogokkal kapcsolatos kérdéseket vetett fel (Iva, 2022).

Később elterjedt, hogy a 2013-ban bemutatott „Jégvarázs” animációs film elképzelt helyszínét – Arendelle királyságát – Hallstattról mintázták. A történet ugyan Hans Christian Andersen „A Hókirálynő” című meséje alapján készült, mely nem valószínű, hogy az osztrák falut ábrázolta, az utazók érdeklődése mégis egyre nagyobb lett a festői szépségű hely iránt, hiszen összekapcsolták azt az animációs filmben látottakkal.

A turistaforgalom nagyságát mutatja a településre érkező személygépjárművek és autóbuszok számának növekedése is (4. ábra). 2010-ban 52 533 autó és 3 440 busz érkezett Hallstattba, 2019-ben már 225 698 autóval és 21 254 busszal érkeztek a látogatók. 2020–2021-ben a pandémiának felróhatóan a tömegközlekedéssel érkezők száma drasztikusan, míg a személyautóval érkezők száma kissé csökkent. Ezen időszak alatt a településen a turizmusból származó zajszennyezés, zsúfoltság és környezeti terhelés rendkívüli módon lecsökkent, így a természeti környezet rövid időre visszanyerhette egyensúlyát (Zellmann, 2024).



4. ábra. Autóbuszforgalom és személygépjárműforgalom nagysága Hallstattban(2010–2023)

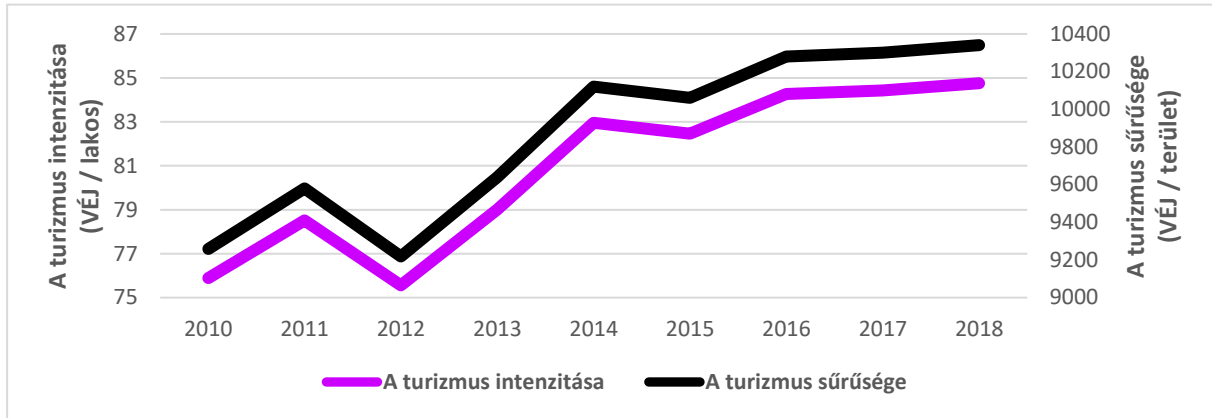
Forrás: saját szerkesztés Bfballstatt – Bus (2024) és Bfballstatt – Auto (2024) alapján

A helyi lakosság a tömegek érkezése elleni tiltakozásának hangot adva ellenzi a település lakóházaiknak illegális idegenforgalmi célú hasznosítását, követeléseik révén el kívánják érni, hogy hallstatti állandó lakóhellyel nem rendelkezők ne vásárolhassanak ott ingatlant kereskedelmi célú felhasználásra vagy nyaralóapartmanokká alakítás céljával. Azzal érvelnek, hogy ez a gyakorlat megfizethetlenné teszi a helyiek számára a lakásvásárlást és drasztikusan megemelte az ingatlanárakat (Bfhallstatt – Tourismus, 2024).

Szkopelosz és Szkiatosz, Görögország – Mamma Mia!

A Szporádok szigetcsoporthoz négy lakott sziget tartozik, köztük Szkopelosz és Szkiatosz. Szkopelosz 96,3 km² területtel és 4 960 fő lakossággal rendelkezik (Velissariou et al., 2021). Míg Szkiatosz területe 49,90 km², lakosainak száma 2011-ben 6 088 fő volt (Tavladorakis – Papadimitriou, 2019).

A kétezertizedes években a szigetek a gazdasági helyzet bizonytalansága ellenére viszonylag stabil turizmussal rendelkeztek. A vendégéjszakák alakulásáról idősoros adatok Szkopelosz esetében nem érhetőek el nyilvánosan, ellenben Szkiatoszról igen, így a sziget turizmusának intenzitása és sűrűsége is meghatározható a 2010 és 2018 közötti időszakra (5. ábra).



5. ábra. Szkiatosz turizmusának intenzitása és sűrűsége
 Forrás: saját szerkesztés Tavladorakis és Papadimitriou (2019) alapján

A „Mamma mia!” film megjelenése (2008) előtt a Szporádok szigeteit nyugodt, csendes, természetközeli helyekként tartották számon. Az Égei-tengeren fekvő Szkiathosz szigetének több homokos strandja és kikötője is szerepelt a film jeleneteiben. A mozifilm legtöbb kültéri jelenetét pedig Szkopelosz tengerpartjain és városaiban vették fel. A forgatás ideje alatt a két szigeten található szállodákban töltötték idejüket a televíziós műsor szereplői és a stáb, valamint a hírességek a helyi éttermekben is többször megfordultak (Regula, 2024). A nagysikerű film hatására a szigetek turistaforgalma gyors növekedésnek indult, a romantikus film témájához hasonlóan sokan a szigetekre szervezték meg saját esküvőjüket is (Smith, 2008). A hirtelen fokozódó érdeklődés a nemzetközi turisták részéről a helyi lakosságból ellenérzést váltott ki a tömeg és az élelmiszer-, valamint ingatlanáremelkedés miatt. Ahogyan más filmturisztikai helyszíneken is (Michalkó – Irimías, 2013), úgy a szigeteket meglátogató turisták is rendszerint csalódottságukat fejezik ki, hiszen az idilli, csendes helyszín, amit a filmben láthattak, a valóságban zsúfoltságtól, mely a látogatói élmény romlását okozza (Fryer, 2009; Jurić et al., 2015).

Köveztetések és javaslatok

Dubrovnik turizmusa jelentős változásokon esett át azóta, hogy a város számos jelenet helyszínéül szolgált a HBO „Trónok harca” című sorozatában. A sorozat iránt rajongók a világ minden tájáról érkeznek a horvátországi településre, közülük nagyarányú a tengerjáró hajóutakon résztvevő turista, valamint a látogatók legfőbb célja a történelmi óváros megtekintése. A hirtelen megnövekedett turistaforgalom számos kihívás elé állította a kikötővárost, melyek közül a legkiemelkedőbb a belvárost érintő zsúfoltság, az infrastruktúra leterheltsége, a hajós körutazáson résztvevők túlzott jelenléte és csekély költési hajlandósága a városban.

Hallstatt város népszerűségét több televíziós produkció is fokozta az elmúlt húsz évben: előbb a dél-koreai „Spring Waltz” szappanopera, majd a „Jégvarázs” animációs film. A dél-koreai sikersorozatban látott település iránti érdeklődés olyannyira megnövekedett az ázsiai régióban, hogy annak szinte pontos mását alkották meg Kínában. A replika elkészítésének előnyei közé tartozik az,

hogy így az osztrák kistelepülés turistaforgalma moderáltabbá vált, hiszen sok ázsiai utazó mondott le az európai Hallstatt megtekintéséről úgy, hogy az ahhoz rendkívül hasonló, de közelebbi mestersegesen létrehozott attrakció felkeresése vált lehetővé számukra. A világszerte ismertté vált festői osztrák kistelepülés lemásolása azonban jogvédelmi és etikai aggályokat vetett fel a kulturális örökség felhasználásával kapcsolatban, a helyiek a település autenticitásának megsértését is sérelmezik. Érdeemes megjegyezni azt is, hogy azon turisták, akik a kínai másolat felkeresése mellett voksoltak, s ízelítőt kaptak az osztrák építészet és kultúra világából, gyakran döntöttek úgy, hogy meglátogatják az eredeti, Felső-Ausztriában található települést is, így a kisváros iránti turisztikai érdeklődés újra növekedett. A túlzott mértékű turizmus negatív hatásai miatt a helyi lakosság egyrészt veszélyeztetettnek érzi a történelmi és kulturális örökséget, másrészt nagy gondot okoz számukra az ingatlanárak emelkedése ellen folytatott harc.

A korábban csendes, nyugodt Szkopelosz és Szkiatosz szigeteket a „Mamma mia!” című film forgatási helyszínékként ismerte meg a világ. A tévéfilm megjelenése előtt a helyi lakosok hétköznapi időtöltése tartalmazta a nyugodt kávézásokat a tavernákban, a kellemes és megfizethető étkezéseket a vendéglátóegységekben. Azonban azóta, hogy a szigetek világszerte ismert turisztikai célponttá váltak, s megjelentek a tehetős nemzetközi turisták, a tengerparti települések lakóinak komoly problémát okoz az élelmiszer-árszínvonal emelkedése, mely gátat szab a korábbi életmódjuknak. A fokozódó nemzetközi érdeklődés miatt az ingatlanok árának drasztikus növekedéséről is beszámoltak a Szporádok szigetein.

A bemutatott desztinációk esetei rámutatnak arra, hogy a kulturális turizmus fellendülése a tévéfilmek és sorozatok gyártását követően pozitívan hatott a forgatási helyszínek gazdaságra. A turizmus élénkülése révén a szállodai foglalások és az eltöltött vendégéjszakák száma növekedett, a gazdaságon belül a helyi turizmusból származó bevételek aránya is emelkedett. Nem csupán a szállodák, de a vendéglátóegységek, éttermek, kávézók, ajándékboltok és turisztikai szolgáltatók száma és szerepe is erősödött, a turizmus multiplikátor hatása révén számos munkahelyet teremtett és gazdasági fellendülést eredményezett. A turizmusból származó bevételek nagy mértékben járultak hozzá az infrastruktúra fejlesztéséhez is.

A turizmus és vendéglátás nagyfokú erősödése miatt azonban egyre inkább jellemzővé vált a gazdasági egyensúlytalanság. A turizmuságazat túlsúlya miatt a helyi gazdaságok nagymértékben függővé váltak a turizmusból származó bevételektől. Ez olyan esetekben okozhat komoly problémákat, megélhetési nehézségeket, amikor a turizmus valamilyen oknál fogva visszaesik (pl. gazdasági válság, járványhelyzet).

További gond, mely a túlzott turizmusnak róható fele túlterhelődő infrastruktúra. A vizsgálatba bevont települések mérete és kapacitása nem volt felkészülve arra, hogy ekkora mennyiségű turistát fogadjon, különösen a csúc szezonban. A tömegek jelenléte túlszűfoaltságot okozott, ami rontotta a látogatói élményt, egyeseknek csalódást okozott, a másik oldalról pedig a helyiek számára is zavaró volt.

Az érintett helyszínek a károk enyhítése végett különböző intézkedéseket vezettek be. Ezek közül az egyik legalapvetőbb a turisták számának korlátozása, hiszen a napi látogatások limitálása révén csökkenthető a zsúfoltság (Dodds – Butler, 2019). A tengerparti kikötővárosok esetében fontos lehet a hajóforgalom kontrollja is: a kikötési idő korlátozása és a hajók számának csökkentése is jellemző intézkedés (López, 2022). A közösségi terek, nyilvános helyek ellenőrzése kamerarendszerrel nem csak a látogatószám menedzselésében nyújt segítséget, de a bűnözés mértékének csökkentéséhez és biztonságérzet erősödéséhez is hozzájárul. Az infrastruktúra fejlesztésekor érdemes a fenntartható alternatívák irányvonalát követni elektromosautó töltőhálózat fejlesztésével, kerékpárutak és gyalogos zónák bővítésével. Az előzetes foglalási rendszer bevezetése és az online jegyértékesítés az innovatív megoldások között kiemelkedőnek számít. Nem csupán a látogatók

számára jelent kényelmesebb alternatívát az otthonról történő jegyvásárlás és a sorbaállás elkerülése, de a látogatószám menedzselését is egyszerűbbé és pontosabbá teszi.

A fent bemutatott film- és sorozatturisztikai helyszínek esetei újfent rávilágítanak arra, mennyire nélkülözhetetlen a fenntartható turizmus előmozdítása, a fenntartató desztinációmenedzsment eszközeinek felhasználása. Az érzékeny, törékeny természeti környezettel rendelkező helyszínek esetében a tömegturizmus okozta problémák kezelése elengedhetetlen.

Prokopiou és szerzőtársai (2013) szerint a megoldás a stratégiai tervezésben rejlik, a kereslet kiegyensúlyozásával és a jólszervezettséggel, mely a turisztikai termékkínálat kialakítása és biztosítása során éppúgy fontos, mint a helyiek jólétének fenntartásakor. Velissariou és kollégái (2021) hangsúlyozzák, hogy a társadalmi-kulturális, gazdasági és környezeti dimenziókban végzett kutatások, felmérések, előrejelzések és becslések nagymértékben hozzájárulhatnak a fenntartható turizmus stratégiájának kidolgozásához és tervezéséhez.

Összegzés

A túlzott mértékű turizmus jelensége számos okra vezethető vissza, például a szezonális mértékének növekedése, az attrakciók koncentrált elhelyezkedése vagy a 3S (sun, sea, sand – napsütés, tenger, homok) turizmus iránti igény erősödése. A jól ismert okok mellett több speciális terület is figyelmet igényel, melyek szintén nagymértékben járulhatnak hozzá a turizmus negatív hatásainak jelenlétéhez, a turisztikai zsúfoltságához. Jelen tanulmány egy olyan különleges területet helyezett a figyelem középpontjába, mely hozzájárulhat a turisták jelenlétéből adódó zsúfoltság érzékeléséhez. Napjainkban egyre nagyobb népszerűsége tettek szert azok a desztinációk, melyek híres sorozatok vagy filmek forgatási helyszíneiként kerültek be a köztudatba. A látványos jelenetekben szereplő természeti kincsek vagy az épített örökség részei olyan attrakciókká váltak, melyeket nem csak a film vagy sorozat iránt rajongó személyek keresnek fel előszeretettel, hanem azok is, akik akár egy-egy jelenetet, filmelőzetest, rövid videót, plakátot, reklámot láttak a műből.

A turizmusban résztvevők utazási motivációja ugyan eltérő lehet, az bizonyos, hogy a szabadidős turistákat a szabadidejük minőségi eltöltése vezérli, melyet az úti cél által okozott csalódottság, elégedetlenség nagy mértékben ronthat. A filmekben, sorozatokban látott jelenetek gyakran idilli képet tárnak a néző szeme elé, mely miatt a filmturista hasonló kellemes tapasztalatot vár el a forgatási helyszín felkeresésekor. Nem ritka azonban, hogy a valóságban a fogadóterület hangulata egészen eltér a televízióban látottaktól, hiszen a népszerű turistaparadicsommá váló helyszíneket ellepik a turisták, a romantikus csónakázás helyett gigantikus kompok szállítják az utasokat, a helyi lakosokat váró tavernák helyett nemzetközi turisták szórakoznak a vendéglátóhelyeken, a csendes és tiszta óvárosi utcák helyett a tereket a hangzavar és a szemét tölti meg.

A tanulmány olyan film- és sorozatturisztikai helyszínek vizsgálatát tartalmazza, melyek mind európai fogadóterületek, s népszerűségük az ott készített televíziós produkciók hatására igen nagy mértékben növekedett. Esettanulmányok mentén került bemutatásra három célországból több érintett terület, melyek mindegyikénél elégedetlenséget és konfliktusokat eredményezett a turisták hirtelen megnövekvő érdeklődése.

Dubrovnik a „Trónok harca” sorozat jelenetei miatt vált a korábbinál is felkapottabbá, mely tengerparti kikötőjének nagy forgalmával együtt óriási terhelést ró a város lakosságára. Hallstatt esetében nem csupán az Ázsiában népszerű szappanopera („Spring Waltz”), hanem a „Jégvarázs” című animációs film által generált hatások is érzékelhetők. Az osztrák kistelepülés esetében megfigyelhető, hogy bár a „Jégvarázs” nem kifejezetten Hallstattban játszódik, esetlegesen csak inspirá-

ciót jelenthetett a készítőik számára, azonban mivel a film látványvilága erősen emlékeztet a városkára, a rajongók körében igen nagy népszerűsége tett szert. Szkopeloszt és Szkiatoszt a „Mamma mia!” című film változtatta meg: a korábban zavartalan, háborítatlan szigetek a film debütálását követően hamar felkerültek a turisták bakancslistájára.

A filmturizmus pozitív hatásai közül a legjelentősebb, hogy a nyilvánvalóan megnövekedett turizmus jótékony a helyi gazdaságra nézve. Megfigyelhető a turizmus diverzifikációja, hiszen a helyszínekre érkezők nemcsak a természeti látnivalókat (pl. tengerpart, tó) tekintik meg előszeretettel, de a filmmel vagy sorozattal kapcsolatos kulturális attrakciók is felkeltik az érdeklődésüket, részt vesznek azokkal kapcsolatos tematikus utakon.

Mindhárom esettanulmány alapján elmondható, hogy a túlturizmus jelei közül több is megjelent a célterületeken. A turisták létszámából adódó zsúfoltság nem csak a turisták élményszerzését gátolja, de nagy terhet ró az infrastruktúrára, valamint a helyiek hétköznapi tevékenységeinek elvégzését is akadályozza (pl. közlekedés). A vizsgált helyszíneken jellemző, hogy a nemzetközi ismertség növekedésével együtt az ingatlanárak is emelkedtek, ami a helyi lakosság elégedetlenségét eredményezte. Az ingatlanhoz jutás nehézségein túl az élelmiszerárak emelkedése a szupermarketekben, illetve a szolgáltatások (pl. vendéglátás) árának emelkedése is bosszúságok okoz a lakosság számára.

A fenntartható turizmus területén végzett kutatások hasznossága megkérdőjelezhetetlen mind társadalmi, mind környezeti szempontból. Jelen kutatás eredményei hozzájárulhatnak az érdekelt felek együttműködésének erősítéséhez, a helyi lakosság jólétének javításához, a desztinációmenedzsment fejlesztéséhez. A bemutatott esetek mintája inspirációt és jó példát jelenthet más érintett települések számára is a fenntartható turizmusfejlesztéshez. Mindez hozzájárulhat a desztináció értékmegőrzéséhez, a helyi lakosság életszínvonalának emelkedéséhez, valamint a turisták minőségi élményszerzéséhez. Amellett, hogy a kutatás hozzájárul a film- és sorozatturizmus jelenségének mélyebb megértéséhez a túlzott mértékű turizmus kontextusában, rámutatva a turisztikai terhelés földrajzi és strukturális sajátosságaira, fontos említést tenni a vizsgálat korlátairól, melyek közé tartozik az adatok időbeli és térbeli korlátozottsága.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány a Kulturális és Innovációs Minisztérium ÚNKP-23-3-II. kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

Hivatkozott források

- Abbasian, S. – Onn, G. – Arnautovic, D. (2020): Overtourism in Dubrovnik in the eyes of local tourism employees: A qualitative study, *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1775944. <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1775944>
- Amore, A. – Falk, M. – Adie, B. A. (2020): One visitor too many: Assessing the degree of overtourism in established European urban destinations. *International Journal of Tourism Cities*, 6(1), 117–137. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Beeton, S. (2005): Film-induced Tourism. Multilingual Matters. In the series: *Aspects of Tourism*. <https://doi.org/10.21832/9781845410162>
- Bfhallstatt – Archiv (2017): Bürger für Hallstatt. Archiv Aktuelles. <https://www.bfhallstatt.at/archiv/archiv-aktuelles/>

- Bfhallstatt – Auto (2024): PKW-tourismus Zahlen & Fakten. Bürger für Hallstatt. <https://www.bfhallstatt.at/themen/pkw-tourismus-in-hallstatt/pkw-tourismus-hallstatt-zahlen-fakten/>
- Bfhallstatt – Bus (2024): Bustourismus Zahlen & Fakten. Bürger für Hallstatt. <https://www.bfhallstatt.at/themen/bustourismus-in-hallstatt/bustourismus-hallstatt-zahlen-fakten/>
- Bfhallstatt – Tourismus (2024): Lebt Hallstatt vom Tourismus? Bürger für Hallstatt . <https://www.bfhallstatt.at/themen/tourismus-hallstatt/>
- Butler, R. W. (2020). Overtourism in rural areas. Overtourism: Causes, implications and solutions. In: Séraphin, H. – Gladkikh, T. – Vo Thanh, T. (eds) *Overtourism*. Palgrave Macmillan, Cham., 27–43. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42458-9_3
- Cardoso, L. – Estêvão, C. – Fernandes, C. – Alves, H. (2017): Film-induced tourism: a systematic literature review. *Tourism & Management Studies*, 13(3), 23–30. <https://doi.org/10.18089/tms.2017.13303>
- CBS (2024): Croatian Bureau of Statistics. Table 1.9. Tourism Intensity in towns and municipalities.
- CNTB (2023): Croatian National Tourist Board. Number of overnight tourist arrivals in Dubrovnik, Croatia from 2012 to 2022 (in 1,000s). *Statista*. Statista Inc. <https://www.statista.com/statistics/886613/dubrovnik-tourist-arrivals/>
- Contu, G. – Pau, S. (2022): The impact of TV series on tourism performance: the case of Game of Thrones. *Empirical Economics*, 63(6), 3313–3341. <https://doi.org/10.1007/s00181-022-02228-2>
- Croy, W. G. (2010): Planning for film tourism: Active destination image management. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.1080/14790530903522598>
- Csapó, J. – Matesz, K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. *Földrajzi Értesítő*, 56(3–4), 291–301.
- Di Cesare, F. – La Salandra, A. A. – Craparotta, E. (2012): Films and Audiovisual Potentiality in Tourism Destination Promotion: A European Perspective. *Tourism Review International*; Putnam Valley Köt. 16, Kiad. 2.: 101–111. <https://doi.org/10.3727/154427212X13485031583867>
- Dodds, R., – Butler, R. (2019): The phenomena of overtourism: A review. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 519–528. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0090>
- Fryer, J. (2009): Mamma Mia! How the feelgood movie of 2008 has ruined the Greek paradise island of Skopelos. *MailOnline*. <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-1203536/Mamma-Mia-How-feelgood-movie-2008-ruined-Greek-paradise-island-Skopelos.html>
- Holidu (2022): Cities with highest number of tourists per inhabitant in Europe in 2019. *Statista*. Statista Inc. <https://www.statista.com/statistics/778687/overtourism-worst-european-cities/>
- Horlacher, P. (2024): Tourists Go Home: Stakeholder Attitudes in the Face of Overtourism The case of Dubrovnik, Croatia. In *ISCONTOUR 2024 Tourism Research Perspectives: Proceedings of the International Student Conference in Tourism Research* (p. 276). BoD–Books on Demand.
- Hospers, G. J. (2019): Overtourism in European cities: From challenges to coping strategies. *CE Sifo Forum*, 20(3), 20–24. München: ifo Institut–Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München.
- Husz, A. – Tolnai, E. (2022): A színház és a turizmus szinergiája – új lehetőség a kulturális turizmusban. *Turizmus Bulletin*, 22(4), 36–45. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n4.4>
- Irimiás, A. (2009): Az olasz filmek hatása a turisztikai desztináció kiválasztására: a kulturális turizmus új aspektusai/Influenza dei film italiani sulla scelta della destinazione turistica: nuovi aspetti nel turismo culturale. *Turizmus Bulletin*, 13(2), 32–38.

- Irimiás, A. (2012): Missing identity: relocation of Budapest in film-induced tourism. *Tourism Review International*, 16(2), 125–138. <https://doi.org/10.3727/154427212X13485031583902>
- Irimiás, A. (2015): Filmturizmus. *Akadémiai Kiadó*. ISBN 978 963 05 9621 3
- Irimiás, A. – Mitev, A. Z., – Michalkó, G. (2021). Narrative transportation and travel: The mediating role of escapism and immersion. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100793. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100793>
- Iva (2022): Chinese Hallstatt – a perfect replica. Hallstatt – Austria. <https://www.hallstattaustria.eu/chinese-hallstatt-a-perfect-replica>
- Jászberényi, M. – Ásványi, K. (2019): Turisztikai élménymegosztás budapesti múzeumok példáján keresztül= Sharing Tourist Experience Through the Example of Museums in Budapest. *Studia Mundi – Economica*, 6(1), 34–43. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2019.06.01.34-43>
- Jurič, B., Maloča, I., & Bodulić, R. (2015): Croatian image analysis through film industry as a macromarketing tool. *Responsibility and Sustainability, Socioeconomic, political and legal issues* (ISSN: 2340-5813) 3(1), 34-42.
- Káposzta, J. – Nagy, H., – Papp, I. C. (2017): A zöld turizmus fejlesztési kérdései Magyarországon. *Studia Mundi – Economica*, 4(3), 45–56. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2017.04.03.45-56>
- Kessel, I. (2017): Is Game Of Thrones Fueling Dubrovnik's Tourism? *Statista*. <https://www.statista.com/chart/10308/tourists-flock-to-dubrovnik/>
- Kiss, R. R. (2020): A film hatása a kulturális turizmusra. In: Jászberényi, M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634545224>
- Koens, K. – Postma, A., – Papp, B. (2018): Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Koh, E. – Fakfare, P. (2020): Overcoming “over-tourism”: the closure of Maya Bay. Emerald Publishing Limited. ISSN 2056-5607. *International Journal of Tourism Cities*, 6(2), 279–296. <https://doi.org/10.1108/IJTC-02-2019-0023>.
- Lindberg, F., – Seeler, S. (2021): Demarketing strategy as a tool to mitigate overtourism – An illusion? In A. Sharma – A. Hassan (eds.): *Overtourism as destination risk*. Emerald Publishing Limited, 129–149 <https://doi.org/10.1108/9781839097065>
- López, A. A. (2022): Venice Without Cruise Ships: Hard Facts or Fake News?. *Shima*, 16(1), 256–264. <https://doi.org/10.21463/shima.151>
- Lőrincz, K. – Raffay, Á. (2019): „Beyond, azaz túllépní saját magunkon”–a turizmus szerepe a Veszprém 2023 Európai Kulturális Főváros projektben. *Turisztikai és Vidékefejlesztési tanulmányok*, 4(2), 18–38. <https://doi.org/10.33538/TVT.190402.2>
- Macionis, N. (2004): Understanding the Film-Induced Tourist. In Frost, Warwick, Croy, Glen and Beeton, Sue (editors). *International Tourism and Media Conference Proceedings*. 24th–26th November 2004. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University, 86–97.
- Marsden, P. H. (2021): Location. Location. Location: From over-to undertourism in less than a year. Werner Kreisel – Peter H. Marsden – Tobias Reeh (Hg./Eds.) *Die Landschaft interpretieren: Interdisziplinäre Ansätze Interpreting Landscape: Interdisciplinary approaches*, 301.
- Mayer, P. (2011): Esettanulmány készítés módszertana. In: Kóródi M. (szerk.): *Turizmus kutatások módszertana*. Pécsi Tudományegyetem. ISBN: 978-963-642-431-2
- MedCruise (2024): Number of cruise passengers in Dubrovnik and Korcula, Croatia from 2009 to 2023 (in 1,000s) [Graph]. In *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/888969/dubrovnik-call-cruise-passenger-numbers/>

- Michalkó, G. – Irimiás, A. (2013): Vágyni, látni és kiábrándulni: avagy hogyan válhat a film az utazások csalódást generáló forrásává. *Turizmus bulletin*, 15(2), 43–50.
- Pathak, A. K. (2024): Prospective Tourism Boom and the Peril of Overtourism: What Lakshadweep Can Learn from Maya Bay. *Preprints*. <https://doi.org/10.20944/preprints202401.1341.v2>
- Pavlič, I. (2013): Cruise tourism demand forecasting-the case of Dubrovnik. *Tourism and hospitality management*, 19(1), 125–142. <https://doi.org/10.20867/thm.19.1.9>
- Péter, E. – Németh, K., – Lelkóné Tollár, I. (2018): Turizmusbiztonság, mint újonnan felmerülő fogyasztói igény. *Turizmus Bulletin*, 18(2), 30–37. <https://doi.org/10.14267/TUR-BULL.2018v18n2.4>
- Pinke-Sziva, I. – Smith, M. – Olt, G. – Berezvai, Z. (2019): Overtourism and the night-time economy: A case study of Budapest. *International Journal of Tourism Cities*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2018-0028>
- Polyzogopoulou, A. (2023): Film-Induced Tourism: The Case of Game of Thrones and Dubrovnik. *Arcadia*. <https://www.byarcadia.org/post/film-induced-tourism-the-case-of-game-of-thrones-and-dubrovnik>
- Priya, A. (2021): Case Study Methodology of Qualitative Research: Key Attributes and Navigating the Conundrums in Its Application. *Sociological Bulletin*, 70(1), 94–110, <https://doi.org/10.1177/0038022920970318>
- Prokopiou, D. G. – Tselentis, B. S. – Toanoglou, M. (2013): Carrying capacity assessment in tourism: the case of Northern Sporades islands. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 169, 115–123. <https://doi.org/10.2495/CP130101>
- Rátz, T. (2014): Az EKF-turizmus mint lehetséges niche termék: A kulturális turizmus egy különleges területének vizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 16(2), 24–33.
- Regula, D. (2024): 'Mamma Mia!' Filming Locations: The Complete Guide. *Tripsavvy*. <https://www.tripsavvy.com/mamma-mia-movie-locations-4165540>
- Saltik, I. A. – Cosar, Y., – Kozak, M. (2011): Film-induced tourism: Benefits and challenges for destination marketing. *European Journal of Tourism Research*, 4(1), 44–54. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v4i1.61>
- Šegota, T. (2018): Creating (extra) ordinary heritage through film-induced tourism: The case of Dubrovnik and Game of Thrones. In *Creating heritage for tourism*, Routledge, 115–126. <https://doi.org/10.4324/9780203701881-10>
- Simon, H., J. R. – Brent, R. (2006): Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387–396. <https://doi.org/10.1177/0047287506286720>
- Smith, H. (2008): 'Money, money, money for Greek island as Mamma Mia! draws tourist hordes tiny Skopelos's spectacular scenery brings in visitors wanting beach weddings', *The Guardian*. www.guardian.co.uk/film/2008/dec/20/mamma-mia-greek-island-money
- Szeberényi, A. – Varga-Nagy, A. (2017): Az ökoturizmus jövője – összehasonlító elemzés a gyönyösi diákok körében környezettudatossági aspektusból. *Studia Mundi – Economica*, 4(5), 73–82. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2017.04.05.73-82>
- Stanchev, R. (2018): The most affected European destinations by over-tourism. *Grau de Turisme. Memòria del Treball de Fi de Grau*.
- Staticfiles (2017): Veränderung des Bevölkerungsstands 2006–2016. <https://at.staticfiles.at/snippets/interaktiv/2017/04-heimfahrt-karte/>

- Statistik Austria (2024): Ein Blick auf die Gemeinde. Hallstatt. <https://www.statistik.at/atlas/blick/?gemnr=40709&gemnam=Hallstatt#>
- Tavladorakis, M. – Papadimitriou, P. (2019): In focus: Skiathos, Greece. *HVS Athens*.
- Tkalec, M. – Zilic, I., – Recher, V. (2017). The effect of film industry on tourism: Game of Thrones and Dubrovnik. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 705–714. <https://doi.org/10.1002/jtr.2142>
- Vanyúr, B. (2021): Az overtourism jelenségének vizsgálata Budapest példáján. *Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek*, 18(1), 134–142. <https://doi.org/10.32976/stratfuz.2021.27>
- Velissariou, E. – Poullos, T., – Amoiradis, C. (2021): The Observatory of Sustainable Tourism in the Northern Sporades Islands in Greece. *Journal of Tourism Research*, 25(2), 307. <https://www.jotr.eu/index.php/volume25-2/307-the-observatory-of-sustainable-tourism-in-the-northern-sporades-islands-in-greece>
- Volo, S. – Irimiás, A. (2015): Film Tourism and Post-Release Marketing Initiatives: A Longitudinal Case Study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(8), 1071–1087. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1094000>
- Vukadin, I. M. – Gjurašić, M., – Krešić, D. (2023): From over-tourism to under-tourism—an opportunity for tourism transformation in the City of Dubrovnik. In *Ethical and Responsible Tourism*, Routledge, 457–471. <https://doi.org/10.4324/9781003358688-40>
- Wainwright, O. (2013): Seeing double: what China's copycat culture means for architecture. *The Guardian*. Culture. <https://www.theguardian.com/artanddesign/architecture-design-blog/2013/jan/07/china-copycat-architecture-seeing-double>
- Wipatayotin, A. (2018): Rehabilitation plan set for Maya Bay. www.bangkokpost.com/news/general/1465970/rehabilitation-plan-set-for-maya-bay
- World Tourism Organization (2018): Tourism and Culture Synergies, UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>.
- Zellmann, P. (2024): Excursus: Overtourism in Austria Using the Example of Hallstatt. In *From Overtourism to Sustainability Governance*, Routledge, 61–62. <https://doi.org/10.4324/9781003365815-5>
- Žemla, M. (2024): European historic cities and overtourism—conflicts and development paths in the light of systematic literature review. *International Journal of Tourism Cities*, 10(1), 353–372. <https://doi.org/10.1108/ijtc-07-2023-0140>
- Zimmermann, S. (2003): „Reisen in den Film” – Filmtourismus in Nordafrika. Tourismus—Lösung oder Fluch, 75–83.

Szerző(k)

Szóllós-Tóth Andrea

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6342-4041>

PhD hallgató

Debreceni Egyetem, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

E-mail: toth.andrea@econ.unideb.hu

Bujdosó Zoltán

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5023-074X>

PhD, habil.

egyetemi tanár

Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem, Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet,
Turizmus-Vendéglátás Tanszék

E-mail: bujdosozoltan@uni-mate.hu

Csapóné Riskó Tünde

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7704-1159>

PhD

egyetemi docens

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Világgazdasági és Nemzetközi Kapcsolatok Intézet

E-mail: risko.tunde@econ.unideb.hu

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License. /

A műre a Creative Commons 4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik:

[CC-BY-NC-ND-4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

