

Irimiás Anna Rita

# Filmturizmus

Előszó

I. fejezet

A filmturizmus tudományterületi definiálása

1.1. Turizmuskutatás: egy akadémiai diszciplína

1.1.1. A nemzetközi turizmuskutatás rövid történeti áttekintése

1.1.2. A magyarországi turizmuskutatás platformjai és műhelyei

1.2. A filmturizmus definiálása: diszciplináris eltérések

1.3. A filmturizmus kutatásának fejlődése

1.4. Fenntarthatóság és filmturizmus

II. fejezet

A filmturizmus keresleti oldalának vizsgálata

2.1. A filmes turisztikai kereslet jellemzői

2.2. Az utazási motiváció összetevői

2.3. A filmturisták motivációinak elemzése

2.3.1. A helyszín (Place)

2.3.2. A cselekmény (Per/öt-mance)

2.3.3. A sztár (Personality)

2.4. Filmes hivatásturizmus

2.5. Az üzleti turizmus kapcsolódó szolgáltatásai

III. fejezet

A filmturizmus kínálati oldalának elemei

3.1. Filmturisztikai vonzerők

3.2. A filmturisztikai vonzerők geográfiai csoportosítása

3.2. Az elsődleges szuprastruktúra filmes tematikus szolgáltatásai

3.2.1. Szállodák a filmekben

3.2.2. Éttermek és vendéglátóipari létesítmények a filmekben

3.3. Filmes tematikus utak

3.4. A filmes üzleti turizmus: a forgatási helyszín kiválasztásában szerepet játszó tényezők

#### IV. fejezet

##### Filmes desztinációs marketing

- 4.1. Látni, vágyni és kiábrándulni - avagy hogyan válhat a film az utazások csalódást generáló forrásává
- 4.2. A turisztikai desztináció imázsa
- 4.3. Filmek lehetséges alkalmazása a településmarketingben
- 4.4. Helyszínmegjelenítés (Place Placement) filmekben
- 4.5. Desztinációs marketing a film bemutatását követően
- 4.5.1 A VisitBritain filmekre épülő marketingkampányai
- 4.5.2. A filmes desztinációk honlapja
- 4.5.3. A filmtérképek
- 4.5.4. Filmes mobil alkalmazások kidolgozása

#### V. fejezet

##### Együtműködés a filmipar és a turisztikai ágazat között

- 5.1. A filmipar és a turisztikai szektor együtműködésnek sikertényezői
- 5.2. A filmtanácsok megalakulása és feladatai
- 5.3. A sikeres együtműködés példái
- 5.4. Az együtműködés fázisai és a filmes desztinációs marketing kiépítése
- 5.4.1. Stratégiai partnerségek és desztináció pozicionálás
- 5.4.2. A filmforgatást megelőző együtműködés
- 5.4.3. A filmforgatás alatti együtműködés
- 5.4.4. A film moziba kerülése előtti együtműködés
- 5.4.5. A film bemutatását követő együtműködés

#### VI. fejezet

##### Helyek, szimbólumok és jelentések

- 6.1. A társadalmi, kulturális, politikai és természeti környezet tükröződése filmekben
- 6.2. Imázs a művészeti ágakban
- 6.3. A filmbéli táj
- 6.4. Szimbolikus városi helyek
- 6.5. A média szerepe a vallási helyszínek imázs formálásában
- 6.6. Az irodalmi turizmus

#### VII. fejezet

## Országok, városok és filmek kapcsolata

- 7.1. Megavárosok, nagyvárosi régiók és globális városok mint a filmes kreativitás terei
- 7.2. A filmgyártás földrajzi sajátosságai
- 7.3. Kreatív város és filmipar
- 7.4. Az UNESCO Kreatív Városok Hálózata
- 7.5. A filmgyártásra épülő városfejlesztés
- 7.6. Dél-Korea: a feltörekvő filmes hatalom

## VIII. fejezet

### Gasztroturizmus és gasztronómia a filmekben

- 8.1. A gasztroturizmus és a gasztrofilmek összefüggései
- 8.2. A média által befolyásolt fogyasztói szokások hatása az életminőségre
  - 8.2.1. Módszertan
  - 8.2.2. Fogyasztási szokások változása a gasztrofilmek és televíziós műsorok hatására
- 8.3. Az olasz gasztronómia filmekben
  - 8.3.1. Az olasz komédia és a jóízű étkezések a filmvászonon
  - 8.3.2. Gasztroturizmus Olaszországban

## IX. fejezet

### Filmstúdiók, tematikus parkok és filmmúzeumok

- 9.1. A filmstúdiók megalakulásának rövid története
- 9.2. A filmstúdiók térbeli elhelyezkedése és mérete
- 9.3. Filmes tematikus parkok
- 9.4. Az ázsiai filmes tematikus parkok
- 9.5. Film múzeumok

## X. fejezet

### A filmfesztiválok

- 10.1. A fesztiválokról általában
- 10.2. Az európai filmfesztiválok geográfiája
- 10.3. Szervezeti és fesztiválmenedzselési kérdések
  - 10.3.1. Cannes: A fesztiválok királynője
  - 10.3.2. Berlinale filmfesztivál a kettéosztott városban
  - 10.3.3. Karlovy Vary Nemzetközi Filmfesztivál

## Összegzés

A filmturizmus jövőbeni kutatási irányai

1. A multidiszciplinaritás szükségessége a tudományterület elméleti megalapozásában
2. A filmturizmus kutatásának földrajzi kiszélesítése
3. A technológiai, kommunikációs innováció és a turisztikai fogyasztás kutatása
4. Gyakorlati megfontolások a filmturizmus kiépítéséhez

## Filmográfia

## Felhasznált irodalom jegyzék