

A színház és a turizmus szinergiája – új lehetőség a kulturális turizmusban

The synergy of theatre and tourism – a new opportunity in cultural tourism

Szerzők: Husz Anikó¹ – Tolnai Edina²

Kutatásunkat két témakör köré csoportosítottuk. Először azt vizsgáltuk, hogy kimutathatóak-e a színház és a turizmus között kapcsolódási pontok. Mélyinterjút készítettünk a témában releváns szakemberekkel mind színházi, mind turisztikai oldalról, szekunder forrásként pedig a Szegedi Szabadtéri Játékok és Fesztiválszervező Nonprofit Kft. megbízásából készült felmérés adatait elemeztük. Ezután arra kerestük a választ, hogy van-e létjogosultsága kifejezetten színházi tematikájú utazások szervezésének, beszélhetünk-e a színházturisztikai utazásokról önálló, niche termékként. Kérdőíves módszerrel végeztünk felmérést a legjelentősebb hazai kulturális utaztató iroda törzsutasai között, illetve egy tematikus utakat szervező utazási iroda ügyvezetőjével készítettünk mélyinterjút. A színház és a turizmus kapcsolata, illetve annak vizsgálata, hogy milyen hatással vannak egymásra, még kiaknázatlan kutatási téma. Tanulmányunk arra tesz kísérletet, hogy rávilágítson e két dimenzió találkozási pontjaira, szinergiájára. Eredményeink szerint a színház és a turizmus között szignifikáns kapcsolat van. Mind szakmai szempontból, mind a fogyasztói visszajelzések alapján érdemes figyelmet fordítani a színház és a turizmus találkozására nyomán létrejövő turisztikai termékekre.

Our present research was based on two topics. Firstly, we examined whether points of connection between theatre and tourism can be detected. We conducted three in-depth interviews with experts relevant to the topic, both from the theatre and from the tourism, and as a secondary source, we scrutinized the data of a survey commissioned by the Szeged Outdoor Games and Festival Organizer Nonprofit Kft. Secondly, we sought to answer the question of whether there is a *raison d'être* to organize theatre-themed trips, whether we can talk about theatre tourism as an independent niche product. Using a questionnaire method, we conducted research among the frequent travellers of the most important Hungarian cultural travel agency, and, in addition, we in-depth interviewed the manager of a travel agency that organizes thematic trips. The relationship between theatre and tourism, and how they interact, is not an exploited area of research. Our study attempts to shed light on the meeting point of these two dimensions, and their synergies. According to our research results, there is a significant relationship between theatre and tourism. Both from a professional point of view and on the basis of consumer feedback, it is worth devoting more attention to the touristic products created as a result of the meeting of theatre and tourism.

Kulcsszavak: színház, turizmus, kulturális turizmus, színházturizmus.

Keywords: theatre, tourism, cultural tourism, theatre tourism.

1. Bevezetés

Napjaink az utóbbi években megváltoztak, szokásaink átalakultak és a kultúrához kötődő viszonyunk is átalakult. A kulturális szféra, a színházi appará-

tus a Covid19-járvány kitörésével válságba került, majd igyekezett megkeresni azokat a lehetőségeket – először digitális módon (online színházi közvetítés), majd fokozatos nyitással –, amelyekkel közelebb tud kerülni a nézőihez. 2022-re már helyreállt a helyzet, de a színházak még mindig keresik az utat, hogy a bennük rejlő potenciált, tehetséget, kreativitást a lehető legjobb módon *fogyasztóbaráttá* tudják tenni. Tanulmányunk ezen új irányok megtalálására szeretne alternatívát felvázolni, ami a

¹ egyetemi adjunktus, Széchenyi István Egyetem, husz.aniko@sze.hu

² színháztörténész, közgazdász, utazásszervező, Anima Travel, tolnai.edina@gmail.com

színházi előadások mellett a színházak épületére és a bennük folyó munkára is ráirányítja a figyelmet. Kutatásunk során a következő négy kérdés megválaszolásával kívánjuk bemutatni a téma létjogosultságát a kulturális turizmusban:

- Lehetséges-e a színházépületeket a turizmus szolgálatába állítani, vagyis elsődleges funkciójuk mellett, mely a kiművelt szórakoztatás, tekinthet-e rájuk a turizmus önálló vonzerőként?
- A színházépületeken, mint klasszikus színházi helyszíneken kívül, vannak-e olyan turisztikai célpontok, ahol a színház és a turizmus kapcsolata létrejön?
- Egy-egy színházi előadás jelent-e olyan vonzerőt, hogy ennek érdekében az egyén elhagyja állandó lakhelyét, és attól távol vendégéjszakát töltsön el?
- Jelenleg van-e létjogosultsága belföldi, illetve külföldi, kifejezetten színházi tematikájú utak szervezésének a magyar turisztikai piacon?

A színház nem a tömegigények kielégítését helyezi előtérbe, sokkal inkább réteggaléria, a művelt ember szórakozásának helyszíne. A színházépületeket általában kifinomult építészeti stílus jellemzi, belső tereikben pedig a világirodalom remekei kerülnek színpadra.

Ma már nem jelent elegendő vonzerőt a kulturális értékek megszokott módon való bemutatása, valami újra, másra van szükség, hiszen a turisták újszerű, alternatív élményekre vágyanak. A desztinációk ebben a kiélezett harcban azon dolgoznak, hogy innovatív és magas hírértékkel bíró ötletekkel tudjanak előállni és minél több turista érdeklődését tudják felkelteni. A kulcsszó, amely ezt a törekvést kifejezi, az *egyediség*.

A látogatók már nem elégednek meg azzal, hogy csak passzívan figyeljék a történéseket, aktívan kívánnak részt venni ezekben az élményekben. Az új típusú látogatói igényeket a koronavírus-járvány kitörése még inkább megváltoztatta, mivel az otthonaikba zárt emberek tömegei vágytak új élményekre a korlátozások feloldása után. A kulturális turizmust érintő új irányok már a járványhelyzet előtt megjelentek, és az elmúlt két évben még inkább felerősödtek (JÁSZBERÉNYI 2022).

Jelen kutatásunkat alapvetően két témakör köré csoportosítottuk. Az első kutatási munkarészben azt vizsgáltuk, hogy kimutathatóak-e a színház és a turizmus között kapcsolódási pontok. A tanulmány második részében arra kerestük a választ, hogy van-e létjogosultsága kifejezetten színházi tematikájú utazások szervezésének, beszélhetünk-e a színházturisztikai utazásokról önálló, niche turisztikai terméként.

2. Szakirodalmi háttér

A színház, a színházba járás a kulturális turizmus részét képezi. Célcsoportja általában az a középkorosztály, amely általános műveltsége alapján érdeklődik a kultúra iránt, és akik számára fontosak a minőségi szolgáltatások a szállás és az étkezés, valamint az emberi kapcsolatok terén.

A Magyar Turizmus Zrt. kulturális turizmus munkacsoportjának 2008-as kutatása bebizonyította, hogy a középkorú és idősebb párok, akiknek a gyerekei már kirepültek, aktívabban keresik az olyan kulturális ajánlatokat, mint például a színház, a mozi vagy a különféle előadások. A 40 év felettiekre jellemző még, hogy a kultúrához kötik a műveltség fogalmát és a gondolataik túllépnek az ország határain, az európai kultúrkörbe (GFK 2008).

A kulturális turizmus meghatározására a szakirodalomban nem található egységes definíció. Ennek egyik magyarázata a kultúra fogalmának nehezen meghatározható és folyamatosan változó jellegéből, az utazások eltérő kulturális intenzitásából fakad. Jászberényi meghatározása szerint a kulturális turizmus olyan utazás, amelyben a motiváció az új kultúrák megismerése, a kulturális eseményeken való részvétel, a kulturális attrakciók meglátogatása (JÁSZBERÉNYI 2014). Rátz a kulturális turizmus fogalmát egy tágabb és egy szűkebb értelmezésben is meghatározta. Tág értelemben a kulturális turizmus egy olyan turisztikai termék, amelynek központi eleme a turista legszélesebben értelmezett intellektuális igényeit kielégítő vonzerő. Szűk értelemben pedig olyan turisztikai termék, amelynek keretében a turista kifejezetten a kulturális motiváció miatt kel útra, és a kínálati oldal ennek a turistának az igényeit kívánja kielégíteni (RÁTZ 2011).

A WTO¹ és az ETC² a kulturális turizmust az alábbiak szerint határozták meg: „kulturális látogatók felkeresése a lakóhelyen kívüli városokban, amelynek célja új információk és élmények szerzése a kulturális szükségletek kielégítésére” (SULYOK 2005:18). A WTO és az ETC 2004-ben egy közös kutatást végzett az európai városok kulturális turizmusáról, amely során a kultúrát két nagy csoportra, az úgynevezett belső és külső körre osztották (SULYOK 2005). A kulturális turizmus belső köréhez az örökség és a művészetek tartoznak. Az örökség fogalma a műemlékekre és az épített örökségekre, a múlt alkotásaira terjed ki. A művészetekhez a képző- és előadóművészet különböző ágai tartoznak, mint például a festészet, a szobrászat, az irodalom, a kortárs építészet és természetesen a színház. A külső körbe a kulturális

¹ WTO: World Tourism Organization (Turisztikai Világszervezet)

² ETC: European Travel Commission (Európai Turisztikai Hivatal)

turizmus azon részei tartoznak, amelyek szorosan összekapcsolódnak a mindennapi élettel. Ilyen az életstílus (hagyományok, gasztronómia, folklór) és az úgynevezett kreatív iparágak, mint a divat, a design, a film- vagy a szórakoztatóipar. *A színház egy összekötő kapocs a két kultúrkör között, hiszen maga az épület a múlt örökségéhez tartozik – benne él a hely szelleme –, míg az ott folyó kreatív munka a jelen értékeit gazdagítja maradandó módon.*

Az 1. ábra alapján a kultúrkör magját a művészetek és a műemlékek, tehát a múlt jelenti. A külső körív a jelen, a mindennapi élet, amely azonban mindig magában hordozza a múlt értékeit is. Az élmény szóval kiegészítve az ábrát elmondhatjuk, hogy mindkét motivációs kör az élményre vágyik, azt keresi, csak másképpen épül be a tudatába (HUSZ 2018). A külső kör elemei az adott desztináció atmoszféráját, hangulatát és életérzéseit adják át, míg a belső kör a kultúra szorosabb értelmében vett elemeit alakítja kulturális élménnyé.

Az élménykeresés, az érzelmek, az autentikuság és a hangulat felértékelődését fogalmazza meg a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS2030 – Turizmus 2.0): *„az utazók egyre inkább élményeket keresnek a termékek helyett, és ezeket az élményeket nem előregyártott formában akarják átélni, hanem saját maguk is aktívan részt akarnak venni az előállításukban. Nem feltétlenül turistaként kívánnak viselkedni a desztinációban, hanem a helyi emberekhez hasonlóan megélni a történeteket és elmerülni a tevékenységekben. Ezért az úti céljukat nem egy-egy konkrét turisztikai attrakció alapján választják ki, hanem az úti cél hangulata, a desztináció által közvetített, megtapasztalható érzés alapján”* (MTÜ 2021:10).

Fontos tehát a kultúra és a kulturális élet tudatos fejlesztése, mely hosszútávon meghatározza egy desztináció egyediségét. A kulturális adottságok fejlesztésével, illetve bővítésével nem csupán a helyi lakosság életminősége javítható, hanem megfelelő menedzselés mellett jelentős gazdasági haszon is elérhető, elsődlegesen a kulturális attrakciók turisztikai népszerűségének köszönhetően (KUNDI 2013).

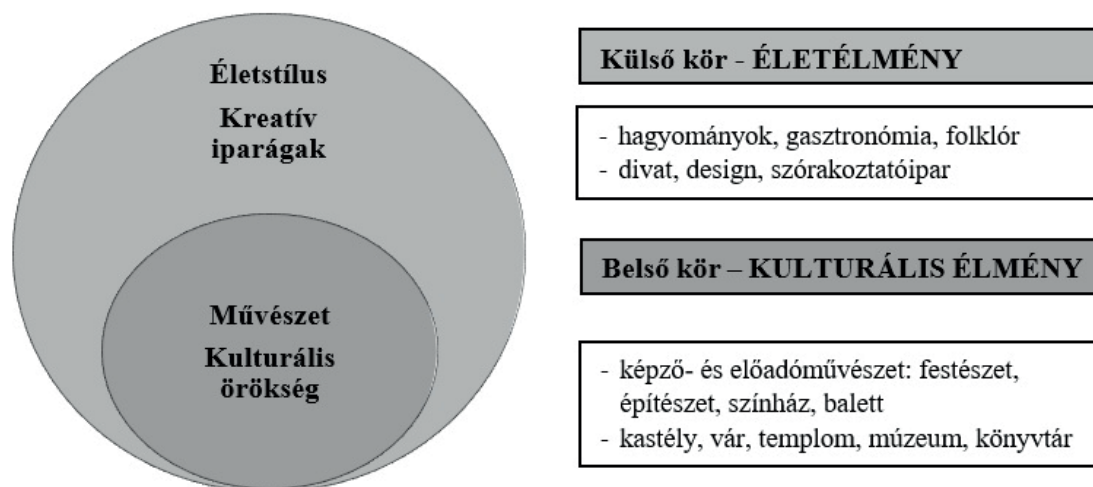
3. A kutatás módszertana

Jelen kutatás célja, hogy az általunk felvázolt kérdésekre adott válaszok segítségével rávilágítsunk a színház és a turizmus kapcsolatára, egymásra gyakorolt hatására, szinergiájára, valamint a kettő közt fennálló kapcsolat jelentőségére, aktualitására a kulturális turizmusban. Kutatásunkat két munkarészre osztottuk. Az első részben a színház és a turizmus kapcsolódási pontjait vettük górcső alá, a második munkafázisban pedig a kifejezetten színházi tematikájú utak szervezésének létjogosultságát vizsgáltuk. Kutatási módszerünk mindkét esetben két pilléren (mélyinterjúk és kérdőíves felmérések) nyugszik, melyek a két munkafázisban eltérő hangsúllyal vannak jelen.

A színház és turizmus kapcsolódási pontjainak vizsgálata során 2020 tavaszán két színházi szakemberrel, Cseke Péter színházigazgatóval (Kecskeméti Katona József Nemzeti Színház) és Oberfrank Pál színházigazgatóval (Veszprémi Petőfi Színház), illetve turisztikai oldalról Maráczki Ákossal, az Operavisit Kft. ügyvezetőjével készített mélyinterjúk kerültek elemzésre. A színházigaz-

1. ábra

A kulturális turizmus (élet- és kulturális élmény) megjelenési formái



Forrás: HUSZ (2018)

gatók tekintetében 6 célkérdésre adott releváns válaszok összegzésével dolgoztunk, míg a turisztikai szegmens irányából közelítő Marácz-interjú 7 részegységre tagolódt. A válaszadás különböző módokon történt: két interjú telefonon keresztül készült, így hangfelvételnél, további egy pedig írásos formában áll rendelkezésre. A strukturált interjúk nyitott kérdéseinek köszönhetően, a szakembereknek lehetőségük nyílt a saját gondolataik megfogalmazására, melyek tökéletesen integrálhatóak voltak a kutatási eredmények összegzésébe.

Az elemzés készítésénél szekunder forrásként felhasználásra kerültek továbbá a Ferwagner Péter Ákos által a Szegedi Szabadtéri Játékok és Fesztiválszervező Nonprofit Kft. részére, 2019. június 11. és augusztus 17. között, 619 véletlenszerűen kiválasztott válaszadó véleménye alapján készített felmérés adatai és az abból született Kutatási Jelentés (FERWAGNER 2019). A kutatás számunkra lényeges célterületei: a látogatók milyen területi-települési körből érkeznek, milyen szociokulturális jellemzőkkel bírnak, milyen látogatói motivációval rendelkeznek, a látogatásnak milyen formái (társas közege) vannak.

A második munkafázisban, a színházturisztikai utazások létjogosultságának vizsgálatánál, fő kutatási módszerként a kérdőíves felmérést választottuk. Kvótás mintavétellel végeztünk 216 fős mintán alapuló kérdőíves felmérést a kulturális utazások terén piacvezető Fehérvár Travel törzsutasainak körében. Az adatfelvétel 2020. április 5-6. között történt online kérdőív kitöltésével. Ezt egészítettük ki egy kifejezetten kulturális tematikájú utazásokat szervező utazási

iroda (Anima Travel) tulajdonosával, Békefi Annával, készített 8 célkérdést felölelő mélyinterjú során megfogalmazódott konklúziókkal. Az interjú írásos formában, elektronikus levelezés útján készült.

Fontosnak tartjuk kiemelni, hogy a jelen kutatás 2020 tavaszán, tehát a Covid19-járvány kiteljesedése előtt folyt, így a válaszokat még nem befolyásolták a pandémiához kötődő intézkedések.

4. A színház és a turizmus kapcsolódási pontjai

4.1 A SZÍNHÁZÉPÜLET MINT A TURIZMUS TÁRGYA

A színház, azon belül is a színházépület elsődleges funkciója a színházi előadások bemutatása az érdeklődő közönség számára. A színházépületek legtöbbje azonban mind hazai, mind nemzetközi viszonylatban érdemes arra, hogy önálló turisztikai vonzerőként tekintsenek rá. A teljesség igénye nélkül online kutatást végeztünk, és olyan külföldi színházi intézményeket vizsgáltunk, ahol elérhetőek színházi előadáson kívüli programok, úgynevezett *színházi túrák* vagy *operalátogatások* adatai is. Vizsgálódásunk fókuszpontjába az ilyen jellegű programok időtartama, árfekvése, idegennyelvűsége, tematikussága került, külön figyelmet fordítva arra, hogy a látogatások kizárólag az úgynevezett közönségforgalmi helyekre korlátozódnak-e, vagy esetleg lehetővé teszik a *backstage* látogatását is, illetve elérhetőek-e egyéb exkluzív túrák. Kutatásunk összegzését az 1. táblázat tartalmazza.

1. táblázat

Operalátogatások összehasonlító táblázata

Színház-épület	Túra indulási időpontok	Látogatás időtartama	Nyelvek	Ár (fő)	Tematikus túra	Backstage vagy Exkluzív túra
Milanoi Scala	16:00, 16:45 minden nap	45 perc	olasz, angol	25 EUR	nem	igen, háromféle
Garnier Opera	10:00 és 16:30 között minden nap	1 óra 20 perc	francia, angol, spanyol	17 EUR	igen (Operaház fantomja)	igen, kétféle + vezetés nélküli látogatás
Sydney Operaház	9:00 és 17:00 között minden nap	1 óra	angol, francia, német, spanyol, mandarin, japán, koreai	43 AUD	nem	igen + kétféle gasztronómiai opció
Magyar Állami Operaház	9:00, 15:00, 16:00 minden nap	45 perc	angol, spanyol, olasz, francia, német, magyar	10 EUR	nem	nincs

Forrás: saját szerkesztés a felsorolt intézmények honlapján elérhető adatok alapján, 2020¹

¹ <http://www.teatroallascala.org/en/index.html>, <https://www.operadeparis.fr/en/visits/palais-garnier>, <https://www.sydneyoperahouse.com/visit-us.html>, a Magyar Állami Operaház adatai Marácz Ákossal, az Operavisit Kft. ügyvezetőjével készített interjú alapján

Az 1. táblázat adatait összefoglalva megállapítható, hogy hazai és nemzetközi szinten is beszélhetünk a színházépületek turisztikai jellegű hasznosításáról. A vizsgált intézmények az év minden napján megtekinthetők, a látogatás időtartama és árfekvése viszont meglehetősen nagy különbségeket mutat. A vizsgált külföldi helyszínek mindegyikén felismerték már, hogy nem lehet elmenni a turisták azon igénye mellett, hogy akár felár ellenében is, de valamilyen módon bepillantást nyerhessenek a kulisszák mögé. Amellett, hogy a látogatók szakszerű vezetés keretein belül végigjárják a színház közönségforgalmi helyszíneit, igény, és ennek következtében szükség van olyan épületrészeket is bevonni a látogatásba, amelyek felfedezésére más módon nincs lehetőség (*backstage túrák*). Találunk példát továbbá a valamilyen téma köré felépített látogatásra, de gyakori a gasztronómiai programmal összekapcsolt kulináris-kulturális élménytúra is.

Vizsgálódásunk fókuszát a továbbiakban a hazai helyzet feltérképezésére irányítottuk. Strukturált mélyinterjúkat készítettünk a témában releváns ismeretekkel és tapasztalattal rendelkező szakemberekkel. A főváros tekintetében megkerestük Maráczi Ákost, az Operavisit Kft. ügyvezetőjét, a vidéki lehetőségekkel kapcsolatosan pedig Oberfrank Pál (Veszprémi Petőfi Színház) és Cseke Péter (Kecskeméti Katona József Nemzeti Színház) színházigazgatókkal készült mélyinterjúk kerültek elemzésre.

Jelentős múltra visszatekintő színházépület-látogatási program Magyarországon egyedül a Magyar Állami Operaházban működik. A Maráczi úrral készült interjú elsőként a színház és a turizmus Operaházon belüli összekapcsolódásának legsarkalatosabb pontjára világított rá, nevezetesen a kulturális intézmény mindennapjai és a turisztikai tevékenység épületen belüli összehangolásának jelentőségére. Mivel egy működő művészeti intézményről van szó, ahol sok esetben napközben is színpadi próbák, technikai beállítások folynak, az együttműködés napi egyeztetést kíván. A nívós turisztikai programok megvalósításához magasán képzett turisztikai szakemberek bevonása szükséges. Mind a marketingtevékenység, mind a szervezés, mind a túrák sikeres lebonyolításához elengedhetetlen a megfelelő színvonalú szaktudás. Az Operaházat látogató turisták fele egyéni látogató, akiket egyrészt a budapesti szállodák közvetítenek, másrészt a fővárosban működő számos buszos körutakat szervező céggel kötött gyümölcsöző megállapodásoknak köszönhetően érkeznek. A látogatók másik fele csoportosan szervezett vendég, lévén az Operavisit Kft. szinte az összes Magyarországra beutaztató utazási irodá-

val kapcsolatban áll, akik budapesti túráik során beépítik programjukba az Operaház látogatását.

Természetesen nem az Operaház épülete az egyetlen, önálló vonzerőnek tekinthető épület. Számptalan, többnyire a XIX. század második és a XX. század első felében épült hazai színházépület rendelkezik olyan építészeti-művészettörténeti értékkel, amelyeknek érdemes mérlegelni a turisztikai szempontú hasznosítását. A fővárosi és a vidéki színházak előadásokon kívüli látogathatóságára valamilyen formában szinte minden intézményben van lehetőség. Általánosságban elmondható, hogy a színházak évente néhány alkalommal (Múzeumok Éjszakája, Színházak Éjszakája, Színházi Világnap) tartanak nyílt napokat, melyek keretében backstage túrákat szerveznek. Részletes, turisztikai szempontok alapján kidolgozott működési elvet követve azonban hazánkban csak az Operaházban valósulnak meg ilyen jellegű állandó, napi szinten elérhető programok.

A fent említett két vidéki helyszínt vizsgálva megállapítottuk, hogy a színházi intézmények részéről mindkét esetben határozott érdeklődés mutatkozik a turisztikai szektorral való együttműködésre. Amíg azonban a Veszprémi Petőfi Színház évek óta együtt dolgozik a helyi tourinform irodával, illetve esetenként a szálláshely-szolgáltatókkal, addig ettől eltérően Kecskeméten a turizmus helyi képviselői nem nyitottak még a színház irányába, így itt a színház-turisztikai programok szervezése piaci résnek tekinthető. Cseke Péter kecskeméti színházigazgató ugyanakkor a következőképpen nyilatkozott a színház és a turizmus kapcsolatáról: „Azt gondolom, hogy remek dolog, ha a turistákat a kulturális tartalom-fogyasztás is motiválja egy-egy utazás kapcsán. Fontos feladata a művészeti marketingnek, hogy ne csak az adott város vagy megye lakosságát célozza meg, hanem tágabb közönséghez is elérjen. Ez igaz lehet az előadóművészetre, de akár múzeumokra, kiállítóhelyekre. Hasonlóan ahhoz, ahogyan a gasztronómiában a Michelin-csillagok száma jelzi, hogy egy-egy éttermet érdemes-e útba ejteni, ha arra járunk, vagy akár külön azért oda utazni, érdemes lenne a művészeti termékeket is így promótálni, hozzákapcsolva a város vagy a környék más nevezetességét. Szerencsés, ha van olyan vonzó egy-egy előadás, amire messzebből is eljönnek a nézők, összekötve egy vacsorával, kirándulással, esetleg egy-két ott töltött éjszakával.” Megállapíthatjuk tehát, hogy színházi oldalról az igény Kecskemét esetében is jelen van, a turisztikai szolgáltatókkal való együttműködés a színház részéről kívánatos lenne.

Általánosságban elmondható, hogy évente néhány alkalommal a művészeti intézmények

- többnyire országos rendezvénysorozatokhoz kapcsolódóan - megnyitják kapuikat az egyéni vendégek előtt, és számos saját szervezésű programmal várják az érdeklődőket, melyekre kifejezetten élénk kereslet mutatkozik. Veszprém esetében a helyi turinform irodával való együttműködésnek köszönhetően látogató csoportokról is beszélhetünk, ahol a látogatói aktivitás havi 2-3 csoportban realizálódik. Az érdeklődők általában diák- vagy nyugdíjas csoportok, az aktív korú felnőttek csoportos látogatás keretein belül kevésbé képviseltetik magukat.

Fentiekben hazai példát hoztunk egy elsősorban színházként funkcionáló épület turisztikai hasznosítására. Bizonyítást nyert, hogy az operalátogatások önálló turisztikai vonzerőnek minősülnek, a látogatásokat szervező turisztikai vállalkozás szinte az összes Magyarországra beutaztató céggel partneri kapcsolatban van. Az operaházi példa jól demonstrálja, hogy a színházépületek a turizmus szolgálatába állíthatóak, és önálló vonzerőként is megállják a helyüket. Valamilyen formában szinte az összes hazai színházépület látogatható, azonban ezek egyrészt nem állandó jellegű programok, másrészt amennyiben elérhetőek, egy-egy kivételtől eltekintve nélkülözik a turisztikai szakmai jelenlétet. A színházigazgatókkal készült interjúk elemzése során kiderült, hogy színházi oldalról lenne igény a turisztikai szolgáltatókkal való együttműködésre, azonban erre vonatkozóan még nem került kidolgozásra hatékony gyakorlat sem országos, sem regionális szinten. Az interjúk során az is nyilvánvalóvá vált, hogy turisztikai kereslet is mutatkozik a színházépületek látogatására, hiszen az évente egy-két alkalommal megrendezésre kerülő ilyen jellegű tematikus programok rendkívül népszerűek.

4.2 A SZÍNHÁZ MEGJELENÉSE A TURIZMUSBAN

Kutatásunk következő részében az épített környezet olyan hazai példáit vonultatjuk fel, ahol az épület elsősorban turisztikai látványosság, ugyanakkor színházi funkciót is betölt, bár többnyire ideiglenes jelleggel. A színház turizmusban való megjelenésére a legjellemzőbb példa a különböző várak színházi célú hasznosítása, ami azonban többnyire a nyári szezonra korlátozódik. A Gyulai Várszínház a '60-as évek végén nyitotta meg kapuit a Gyulai Várban (FICSOR 2013, GYULAI VÁRSZÍNHÁZ 2022), de nyári színház működik többek között a kőszegi (KŐSZEGI VÁRSZÍNHÁZ 2022), az egri (AGRIA NYÁRI JÁTÉKOK 2022), a siklósi várban is (SIKLÓSI VÁRSZÍNHÁZ 2021), és ide sorolhatók a Komáromi Erődrendszer részét képező Monostori Erődben megrendezett szín-

padi programok is (MONOSTORI ERŐD 2022). Színházi előadások rendezésére hazánk néhány kastélya is alkalmas. Számos ilyen jellegű program elérhető például a keszthelyi Festetics- (SZÍNHÁZ. HU 2015), vagy a gödöllői Grassalkovich-kastélyban (SZÉP MAGYARORSZÁG 2006). A Gödöllői Királyi Kastély európai és hazai viszonylatban is kiemelkedő jelentőségű színháztörténelmi emlékek birtoka, mely önmagában is turisztikai attrakciót jelent(hetne), hiszen itt található az ország egyetlen kulisszás-rendszerű, ma is működő barokk színházgépészete. Szintén példaértékkel bír az UNESCO Világörökség részét képező Fertőrákosi Kőfejtő Barlangszínháza is, mely 1970 óta ad ott-hont színházi produkcióknak (FERTŐRÁKOSI KŐFEJTŐ ÉS BARLANGSZÍNHÁZ 2022).

Unikumként említhetjük a napjainkban műzeumként működő Budavári Sziklakórházban a 2000-es évek első felében tartott színházi előadásokat, melyek az egykori Krétakör Színház nevéhez fűződnek (PROTON THEATRE 2022), illetve Bajor Gizi budai villájában az Országos Színháztörténelmi Múzeum és Intézet (ORSZÁGOS SZÍNHÁZTÖRTÉNELMI MÚZEUM ÉS INTÉZET 2020) szervezésében ma is megvalósuló tematikus villasétákat (BODNÁR et al. 2017).

Felsorolásunkban rávilágítottunk arra, hogy számos olyan épület, intézmény működik, melyek elsődlegesen turisztikai funkciót töltenek be, másodsorban azonban színházi célú hasznosításra is alkalmasak. Vizsgálatunk tehát határozottan bebizonyította, hogy van pozitív példa a színház és a turizmus egy épített örökségen belüli összefonódására.

4.3 A SZÍNHÁZI ELŐADÁS MINT ÖNÁLLÓ TURISZTIKAI ATTRAKCIÓ

Kutatásunk következő szakasza azt vizsgálta, hogy egy adott színházi előadás definiálható-e a turizmus tárgyaként. A vizsgálat során a Szegedi Szabadtéri Játékok és Fesztiválszervező Nonprofit Kft. megbízásából készült Kutatási Jelentés - mint szekunder forrás - által közölt, 2019-es évről vonatkozó, témánk szempontjából releváns adatok kerültek felhasználásra (FERWAGNER 2019).

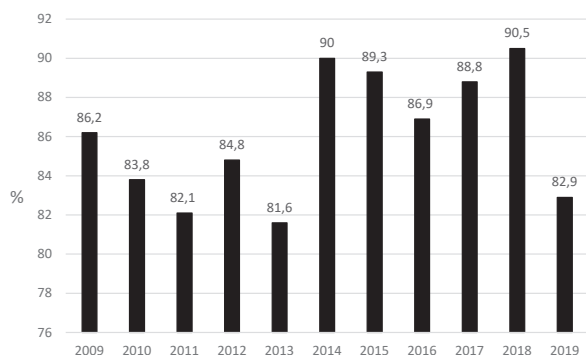
A Szabadtéri Játékok mai nézői a könnyű, zenés színházi műfajokat preferálják (HERCZEG 2009). Az opera népszerűsége nemcsak világszerte, hanem Szegeden is hanyatlóban van, egykori vezető szerepét a musical vette át (Mamma Mia, Sakk, Chicago - 2022). Míg egy évadban 3-4 musical kerül színpadra, addig az operaelőadások száma általában egy (Aida - 2019, La Traviata - 2021).

A Szegedi Szabadtéri Játékokat évadonként több, mint 70.000 fő látogatja, a vendégek aránya a

helyiekhez képest évek óta 50% feletti. A legtöbben Budapestről, illetve Pest megyéből, Csongrád-Csanád és Bács-Kiskun megyéből érkeznek. Megállapíthatjuk tehát, hogy a főváros, és a földrajzi közelségben található települések lakói látogatják legszívesebben az előadásokat. Az a tény, hogy a nézők 83%-a személyautóval érkezik, míg például autóbuszos szállítást mindössze 7% vesz igénybe, rávilágít arra a feltételezésre, hogy a látogatók egyénileg, nem pedig szervezett keretek között keresik fel az előadásokat. Ezt a tényt támasztják alá az utazás szervezésére irányuló kutatási eredmények is, melyek szerint a látogatók csupán 1%-a veszi igénybe utazási iroda közreműködését, 95% saját szervezésben valósítja meg az utazást. A nézők 44%-a nem éjszakázik Szegeden az előadás napján, 32%-uk pedig csak egy vendégéjszakát tölt el a városban. Már az utóbbi két adat is jól rávilágít arra, hogy az utazás célja a színházi előadás. Ezt a tényt erősíti meg a kifejezetten erre irányuló kérdésre adott válaszok összegzése (2. ábra).

2. ábra

Kifejezetten az előadás kedvéért érkezett látogatók aránya %-ban, 2009-2019



Forrás: FERWAGNER (2019)

Az alapos és évekre kiterjedő folyamatos adatgyűjtésnek köszönhetően bizonyítást nyert, hogy az elmúlt 10 évben a nézőközönség több, mint 80%-a az előadás kedvéért érkezett Szegedre.

Az eredményeket összegezve megállapítható, hogy egy színházi előadás alkalmas arra, hogy a turizmus tárgyát képezze, vagyis megállja a helyét önálló turisztikai vonzerőként. A kutatás korlátjaként azonban meg kell említeni, hogy ez a kijelentés csak a Szegedi Szabadtéri Játékok nézőire tett megállapítás, így nem tekinthető reprezentatív értékű kijelentésnek. Általános következtetések levonása a reprezentativitás hiányából kifolyólag nem lehetséges, a megkérdezés csak iránymutató jellegűnek tekinthető.

5. Színházi tematikájú utazások létjogosultsága

Kutatásunk második munkafázisában a színházi tematikájú utak létjogosultságát vizsgáltuk kérdőíves módszerrel. A mintavételi alapot egy a kulturális utazásokat szervező, hazánkban piacvezető utazási iroda zárt, törzsutas közösségi média (*social media*) csoportjának tagjai adták, tehát a használt minta nem reprezentatív, így kutatásunk eme munkafázisainak eredménye csak a válaszadókra fogalmazható meg. Az adatfelvétel 2020. április 5-e és 6-a között zajlott. A választott kutatási módszer eredményességét, illetve a megfelelő platform kiválasztását támasztotta alá, hogy rövid idő alatt nagyszámú visszajelzés érkezett, melyek közül 216 darab hibátlanul kitöltött kérdőív eredménye került elemzésre. A kutatás korlátjaként kell megemlíteni, hogy a megkérdezés csak ebben a megadott időszakban zajlott. Mivel ebben az időszakban a Covid19-járvány még nem befolyásolta a választást, egy a pandémia lecsengése utáni újabb megkérdezés megerősíthette vagy átírhatta volna a korábbi megállapításokat.

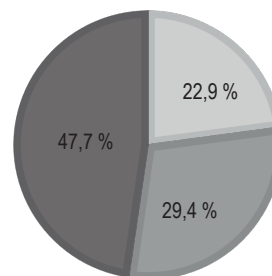
A válaszadók fele az 50 és 65 év közötti korosztályból került ki és 62%-uk felsőfokú végzettséggel rendelkezik. A megkérdezettek 69%-a évente többször utazik, kulturális utazáson 54%-uk vesz részt évente egyszer. Az egyéb kulturális fogyasztást vizsgálva kimutattuk, hogy a kérdőívet kitöltők 53%-a évente néhány alkalommal, 30%-a havonta látogat színházi előadásokat. Fenti adatokat összegezve megállapítható, hogy a felmérés résztvevőinek többsége színházba jár értelemiségi, akik kifejezetten szívesen vesznek részt kulturális utazásokon. A vizsgálatot tovább szűkítendő, egytől ötig számozott, úgynevezett minősítő skála mód-

3. ábra

Színházi tematikájú utak iránti igény

Nyitott lenne Ön színházi tematikájú utakon való részvételre?

■ Nem ■ Igen, de csak belföldön ■ Igen, akár külföldön is



Forrás: saját szerkesztés, 2020

szert alkalmazva – ahol az 1 az egyáltalán nem érdekel, az 5 pedig a nagyon érdekel megjegyzéssel került feltüntetésre –, irányított kérdést tettünk fel arra vonatkozóan, hogy mekkora igény mutatkozik a színházi tematikájú utazások iránt. A visszajelzéseket összesítve 3,7-es átlagot számoltunk, melyből arra következtethetünk, hogy a megkérdezettek szívesen vesznek részt tematikus színházi utazáson. A kutatásunk jelen munkafázisának legfontosabb célkérdésére adott válaszokat a 3. ábra foglalja össze.

A Fehérvár Travel törzsutasok zárt csoportjának körében végzett felmérés kiértékelésének több pontján bebizonyosodott, hogy a színház-turisztikai utazások iránt kifejezetten van kereslet. Arra is fény derült, hogy a kulturális utazások kedvelői nagy arányban színházkedvelők is, legtöbbször szívesen összekapcsolná a kettőt, és részt venne színházi tematikájú utazáson. A célkérdésre (3. ábra) a megkérdezettek 77%-a igennel felelt. Az utazási iroda nyilvánosan elérhető statisztikáit alapul véve (678 csoport – FEHÉRVÁR TRAVEL 2022), 35 fős átlagos csoportlétszámmal számolva ez több, mint 18.000 potenciális, színházi tematikájú utak iránt érdeklődő turistát jelentene. A kérdőíves kutatás eredményeit összegezve megállapítottuk, hogy leginkább azok a középkorú, alapvetően értelmiségi, többségében város lakó színházkedvelő válaszadók lennének nyitottak a színházi tematikájú utazásokra, akik az átlagosnál magasabb gyakorisággal utaznak, illetve vesznek részt kulturális utazásokon. Ebben a kontextusban kimutatható tehát a színház és a turizmus közötti szignifikáns kapcsolat, ezzel pedig bizonyítást nyert a színházi tematikájú utazások létjogosultsága.

Kutatásunk eredményét teljes mértékben alátámasztotta a Békefi Annával (ügyvezető igazgató, Anima Travel Kft.) a témában készült, szakmai szempontokat előtérbe helyező mélyinterjú. A magyar piacon egyedülálló, kulturális tematikájú emléktutak, többek között operautak szervezésében nagy gyakorlattal rendelkező szakembert idézve: „A kultúrákedvelő, értelmiségi utazók köre, és a színházat szerető köre között van átfedés, ezt érdemes a programalkotóknak kihasználni. A kulturális turizmuson belül foglalkozni ilyen termékek fejlesztésével, valamint belföldi utazásszervezésben hangsúlyt adni neki, bevezetni, ez teljességgel járható és indokolt is.”

6. Összegzés, következtetések

Kutatásunk konklúziójaként megállapíthatjuk, hogy a színház és a turizmus kapcsolata létező jelenség, e kettő hatással lehet/van egymásra, találkozásukból értékes, új szemléletű turisztikai termékek fej-

lesztése remélhető. Az operaházi példán keresztül bizonyítást nyert, hogy lehetséges a színházépületek turizmus szolgálatába való állítása. A színház-igazgatókkal készült interjúk rávilágítottak arra, hogy további helyszíneken is lenne igény ilyen jellegű programokra. A Szegedi Szabadtéri Játékok előadásai vizsgálatának során pozitív visszaigazolást nyert az a feltételezés, hogy az egyén számára elsődleges cél lehet lakóhelye elhagyására, ami által potenciális turistává válik, egy színházi előadás megtekintése. A Fehérvár Travel törzsutasai igazolták a színház-turisztikai tematikus utak szervezésének létjogosultságát.

Tanulmányunkban ismertettük a színház és a turizmus lehetséges kapcsolódási pontjait néhány *best practice* (jó gyakorlat) példát bemutatva. Összefoglalóan szeretnénk rávilágítani a színház-turizmus sikerességének lehetséges okaira:

- *egyediség*
- *szakmai irányítás*
- *valódi kapcsolat*
- *interaktivitás.*

Az *egyediség* a niche turizmus fő jellemzője (RÁTZ 2014, JÁSZBERÉNYI–MISKOLCZI 2020). Ez irányt mutat a színházak kreativitásának az előadóművészetén kívüli tevékenységeikben. Napjaink turistája kezd telítődni a tömegturizmus termékeivel, a jövő sikerreceptjének egyik összetevője az egyediség lehet. A fogyasztói attitűdváltozás következtében, melyet a pandémia még inkább felgyorsított, az élmény generálása válik a turisztikai attrakciók sikerének központi elemévé. Az innováció kulcsfontosságú, hiszen csakis folyamatos megújulás révén maradhatnak versenyben a turisztikai attrakciók (JÁSZBERÉNYI 2022).

A *szakmai irányítás* igénybevétele elengedhetetlen. Vizsgálódásaink során több ponton szembesültünk azzal, hogy bizonyos színház-turisztikai termékekre igenis van igény mind a keresleti oldalon, mind a színházi intézmények részéről. A turisztikai szakmai irányítás, szervezés azonban nincs jelen a jelenleg kínált programlehetőségekben.

Valódi kapcsolat létesítésére kell törekedni a színházi szereplők és a turisták között. Egyrészt a sikeres program létrehozásakor elengedhetetlen, hogy a látogatókat beengedjük a kulisszák mögé, hiszen a színház titkos világába való bepillantás jelenti a program egyediségét, másrészt be kell vonni a látogatásokba a színházi világ szereplőit is: színészt, operaénekest, színpadmestert, ügyelőt. Ez egy olyan sikertényező lehetne, ami valódi kapcsolatot teremt a szakma és az érdeklődők között.

A színházat napjainkban az üzleti turizmus rendezvényhelyszíneként is hasznosíthatjuk. Sokkal jobb például egy nagylétszámú konferencia célkö-

zönségében maradandó benyomást hagyni egy minőségi szórakoztató programmal, mint egy színvonalbeli elvárás alatti vacsorát kínálni. Egy-egy ilyen alkalomra a nagy presztízsű vállalatok kibérelhetnek egy neves színházat, ahol a színház sztárművészei egyéni programot adnak a résztvevőknek (ALLEN 2016). Ezután a színház előcsarnokában tartott exkluzív állófogadás teheti még emlékezetesebbé az eseményt. Növelheti a fogadás színvonalát, ha arra a színészek egy részét is meghívják.

Az *interaktivitás* egy színházzal kapcsolatos turisztikai programnak része kell, hogy legyen (szerepjáték, nyílt próbák, akár jelmezes színpadi jelenlét). Ettől válik a turista látogatóból a színház részévé, a program szereplőjévé. Lehetővé kell tenni valamilyen módon a turista számára, hogy bekapcsolódjon a színház intim miliójébe.

Erőteljes trend a személyre szabott, egyedi, aktív részvételi élményt biztosító alternatív turisztikai termékek iránti növekvő érdeklődés, ami fokozatosan csökkenti a turisták tömegtermékekkel célzó igényét. A desztinációk a pandémia után újrainduló versenyben előnyt szerezhetnek, ha a saját adottságaiknak megfelelő, több alternatív turisztikai terméket kínáló, intenzív marketingtevékenységgel kommunikáló úti céllá válnak (JÁSZBERÉNYI 2022).

Színházturisztikai kutatási munkánk záró akkordjaként szeretnénk megfogalmazni és bevezetni egy új definíciót, a színházturizmus fogalmát. *Színházturizmus alatt a kifejezetten olyan jellegű turisztikai attrakciók felkeresését értjük, ahol a színház épülete és a színházlátogatás különböző formái (színházbejárás, színházi előadások) turisztikai termékként definiálhatóak. Tehát a színház nem addicionális vonzerőként jelenik meg, hanem a kulturális turizmuson belül önállóan értelmezhető niche termék.*

Köszönetnyilvánítás

Jelen tanulmány szerzői köszönettel tartoznak Békefi Annának (Anima Travel Kft., ügyvezető igazgató), Marácz Ákosnak (Operavisit Kft., ügyvezető igazgató), Cseke Péternek (Kecskeméti Katona József Nemzeti Színház, igazgató), Oberfrank Pálnak (Veszprémi Petőfi Színház, igazgató), Dr. Herczeg Tamásnak (Szegedi Szabadtéri Játékok, igazgató) és Dr. Ferwagner Péter Ákosnak a tudományos kutatói tevékenységünket támogató munkájukért.

Felhasznált irodalom

ALLEN, J. (2016): *A rendezvényszervezés nagykönyve*. Akadémia Kiadó, Budapest. DOI: 10.1556/9789630597609

BODNÁR D. – JÁSZBERÉNYI M. – ÁSVÁNYI K. (2017): Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban. *Turizmus Bulletin*. 17(1-2). pp. 45–55.

FERWAGNER P. Á. (2019): *Kutatási Jelentés a 2019. év nyári szezonjában a Szabadtéri Játékok látogatói körében végzett szociológiai vizsgálat eredményéről*. Szegedi Szabadtéri Játékok és Fesztiválszervező Nonprofit Kft., Szeged. 2019. szeptember 17.

FICSOR B. (2013): Ötvenedik évadát ünnepli a Gyulai Várszínház, amely a nyár hat hetére az ország nemzeti teátruma. *Magyar Nemzet*. 76(196). p. 15.

GFK Hungária Piackutató Intézet (2008): Kultúra és turizmus: utazásra motiváló kulturális látványok és programok. *Turizmus Bulletin*. 12(3). pp. 20–28.

HERCZEG T. (2009): A Szegedi Szabadtéri Játékok turisztikai jelentősége és látogatóinak jellemzői. *Turizmus Bulletin*. 13(3). pp. 14–19.

HUSZ A. (2018): Egy magyar kistérség – Mosonmagyaróvár és környéke – természeti és kulturális erőforrásainak élményorientált hasznosítása. *„Sport-Gazdaság-Turizmus” Kautz Gyula Emlékkonferencia*. Konferenciakötet. Széchenyi Egyetem, Győr. pp. 1-13

JÁSZBERÉNYI M. (2014): A kulturális turizmus elméleti háttere. In: Jászberényi M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Akadémia Kiadó, Budapest.

JÁSZBERÉNYI M. (2022): Új perspektívák a kulturális turizmusban: az innovatív vonzerő-fejlesztés lehetőségei. In: Jászberényi M. – Boros K. – Miskolczi M. (szerk.): *Vonzerő-fejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>

JÁSZBERÉNYI M. – MISKOLCZI M. (2020): Danube cruise tourism as a niche product – An overview of the current supply and potential. *Sustainability*. 12(11). 4598. <https://doi.org/10.3390/su12114598>

KUNDI V. (2013): *Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemzése*. Doktori (PhD) értekezés. SZE Győr.

RÁTZ T. (2011): Kulturális Turizmus. In: Michalkó G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.

RÁTZ T. (2014): Az EKF-turizmus mint lehetséges niche termék. A kulturális turizmus egy különleges területének vizsgálata. *Turizmus Bulletin*. 14(2). pp. 24–32.

SULYOK J. (2005): Kulturális turizmus az európai városokban. *Turizmus Bulletin*. 9(3). pp. 18–29.

Internetes források

- AGRIA NYÁRI JÁTÉKOK (2022): Színházi előadások az Egri Várban. <http://agriajatekok.hu/>, Letöltve: 2022. február 16.
- FEHÉRVÁR TRAVEL UTAZÁSI IRODA (2022): Meghirdetett csoportok száma. <https://fehervartravel.hu/pages/ceginformacio/>, Letöltve: 2022. február 17.
- FERTŐRÁKOSI KŐFEJTŐ ÉS BARLANGSZÍNHÁZ (2022): <https://www.fertorakosikofejto.hu/hu/barlangszinhaz-galeria>, Letöltve: 2022. április 27.
- GYULAI VÁRSZÍNHÁZ (2022): Bemutakozás. <https://gyulaivarszinhaz.hu/bemutakozas/>, Letöltve: 2022. május 14.
- KŐSZEGI VÁRSZÍNHÁZ (2022): A Kőszegi Várszínházról. <https://koszegivarszinhaz.hu/hu/rolunk/>, Letöltve: 2022. február 16.
- MONOSTORI ERŐD (2022): Erőd programok. <https://erod.hu/>, Letöltve: 2022. február 16.
- MTÜ (Magyar Turisztikai Ügynökség) (2021): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0. https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf, Letöltve: 2022. június 30.
- ORSZÁGOS SZÍNHÁZTÖRTÉNETI MÚZEUM ÉS INTÉZET (2020): https://oszm.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=153&Itemid=685, Letöltve: 2020. április 27.
- PROTON THEATRE (2004): Krétakör Színház Niebelung-lakópark előadása. <https://proton-theatre.hu/hu/eloadas/nibelung-lakopark>, Letöltve: 2022. február 17.
- SIKLÓSI VÁRSZÍNHÁZ (2021): „Kinizsi, a nép fia!” előadás 2021-ben is a Siklósi Várban. <https://www.siklosivar.hu/hu/kinizsi-a-nep-fia-eloadas-2021-ben-is-a-siklosi-varban>, Letöltve: 2022. február 17.
- SZÉP MAGYARORSZÁG (2006): Barokk Kastélyszínház Gödöllőn. Szép Magyarország. 2006. 4. szám. https://www.szepmagyarorszag.hu/magyar/oldalak/barokk_godollo_kastelyszinhaz_grassalkovich/, Letöltve: 2020. április 3.
- SZÍNHÁZ.HU (2015): Nyári játékok a keszthelyi Festetics kastélyparkban. https://szinhaz.hu/2015/07/24/nyari_jatekok_a_keszthelyi_festetics_kastelyparkban_632, Letöltve: 2022. február 16.