

MAGYAR „BORAT”-OK: BUDAPEST ÉS MAGYARORSZÁG IMÁZSA A HOLLYWOODI FILMEKBEN

PAPP-VÁRY Árpád Ferenc, MARTHY Réka

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola
H-1148 Budapest, Nagy Lajos király útja 1-9.
e-mail: apappvary@bkf.hu

1. BEVEZETÉS

Az ausztrál „országimázs központ” éves büdzsájének 20 százalékával, hatmillió dollárral támogatta az „Ausztrália” című film kampányát. Boratot ellenben senki sem kérte Kazahsztán „népszerűsítésére”, sőt államelnökük egyenesen George Bushnál tiltakozott.

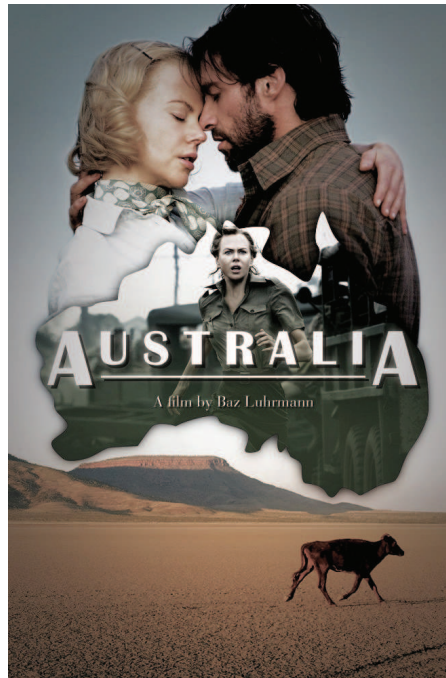
De mi van Budapesttel, Magyarországgal és a magyarokkal? Nem sokan foglalkoztak még ezzel a kérdéssel, pedig országcépkünkhöz, imázsunkhoz ez is jelentősen hozzájárul. E cikk kategóriákra bontva összeszedi azt, hogy milyen nagyobb nemzetközi filmekben és hogyan jelentünk meg és röviden értékeli azok hatását.

A tanulmány ezek után választ keres mindennek kiaknázására: egyrészt a „filmturisták” szintjén, másrészt a filmes befektetők szemszögéből. Végül választ ad a kérdésre: Mi szól Magyarország mint forgatási helyszín mellett?

2. VILÁGHÓDÍTÓ AUSZTRÁLIA

Közel hatszáz millió ember. Becslések szerint ennyi potenciális turistát találtak meg az „Ausztrália” című filmmel kapcsolatos újságcikkek, híradások és beszámolók. Jópár tízmillióan látták magát a filmet is: 2009 áprilisáig az összesen 211 millió dollár bevételt hozott, szemben a 130 millió dolláros forgatási költséggel (www.wikipedia.org). Persze napjaink legnagyobb nő-, illetve férfiideáljaival, Nicole Kidmannel és Hugh Jackmannel nem nagyon lehetett mellélőni. És bár a 165 perces hossz nem vált a sztori előnyére, annál nagyobb sikere volt a gyönyörű ausztrál tájak bemutatásának. Ahogy a film reklámjai is az ország imázsát építették, hiszen azokon az ország neve szerepelt, nagy betűkkel.

Nem véletlen, hogy az Ausztrál Turisztikai Hivatal évi 32 millió ausztrál dolláros költségvetéséből 6 milliót szánt a film népszerűsítésére. Nem titkolt céljuk, hogy annak segítségével turistákat vonzanak az országba, ahogy a Crocodil Dundee bemutatásának idején történt. Igaz, akkoriban ez még nem igazán volt tudatos. Most viszont előre elkészített filmes sablonokkal, papírokkal, képeslapokkal, meghívókkal és mappákkal segítették az Ausztráliával foglalkozó utazási irodákat, hogy azok ajánlataikat a filmmel összekötve reklámozzák. Szerencsétlenségükre a globális válság épp a bemutatókor köszöntött be, de a hosszú távú hatások még pozitívak lehetnek. Ezt jelzi, hogy 17 százalékkal növekedett az ország fő weboldala, az australia.com látogatóinak száma, és negyven nemzetközi újságírócsoport érkezett az országba azzal a céllal, hogy kifejezetten a mozifilm kapcsán mutassa be azt (GYÉMÁNT, 2009).



1. illusztráció: Az Australia legalább annyira országimázsfilm, mint eseménydús mozi

3. NEM KÍVÁNT ORSZÁGREKLÁM: BORAT ÉS BRÜNO

Az „Australia”-nál is nagyobb bevételt, 260 milliót produkált az a film, ami Kazahsztánra hívta fel a figyelmet – pedig a kazah kormány nemhogy nem támogatta, hanem kifejezetten ellenezte azt. A „Borat – Kazah nép nagy gyermeke menni művelődni Amerika” kétségtelenül nem festett jó képet az országról. Az egyik legendás mondat szerint: „Bár Kazahsztán nagy ország, problémái is vannak: gazdasági, szociális és zsidó”. A képek pedig egy alulfejlett, primitív helyet mutattak – e részeket egyébként Románia egyik eldugott falujában vették fel.

Így aztán, amikor az államelnök, Nurszultan Nazarbayev 2006 szeptemberében George Bush amerikai elnökkel találkozott, megbeszélésük egyik pontja állítólag az volt: „Kazahsztán imázsa Borat-után”. Mindezen felül egy több millió dolláros kampányba fogtak, melynek központi üzenete úgy hangzott: „Kazahsztán - Eurázsia szíve”. Később maguk is belátták – pletykák szerint az elnök lányának hatására -, hogy a film legalább annyira az USA, mint Kazahsztán paródiája, ráadásul segítségével olyanok is felfigyeltek az országra, akik még sosem hallottak róla korábban (PAPP-VÁRY, 2009).

A Boratot alakító Sasha Baron Cohen 2009-ben aztán egy újabb alakítással tért vissza: a Brüno című moziban egy meleg osztrák divattervezőt játszik. Nos aligha építi ezen ország imázsát az, hogy szerinte minden osztrák álma: „szerezni egy biztos állást, és építeni egy komfortos pincét, ahol végre családot alapíthat”.

4. MAGYARORSZÁG ÉS A MAGYAROK A HOLLYWOODI VÁSZNON

De mi van Budapesttel, Magyarországgal és a magyarokkal? Nem sokan foglalkoztak még ezzel a kérdéssel, pedig országképünkhöz, imázsunkhoz ez is jelentősen hozzájárul. E tanulmány a következőkben összeszedi azt, hogy milyen nagyobb nemzetközi filmekben és hogyan jelentünk meg, valamint röviden értékeli azok hatását. Összesen öt csoport alapján vizsgálódik:

1. Amikor bár a filmet itt forgatták, Budapest mégis Berlinként, Rómaként, Párizsként, Moszkvaként, Buenos Airesként jelenik meg. (Kémjátszma, München, Vörös zsarú, Evita, Hum Dil De Chuke Sanam)
2. Amikor a forgatás itthon történt és a film is Magyarországon játszódik (Én, a kém)

3. Amikor a filmben Magyarország jelenik meg, de a filmet nem itt forgatták. (MacGyver – A budapesti tolvaj, Szállító 3.)
4. Amikor az előző esetek egyike sem áll fent, de az egyik szereplő magyar. (Casablanca, Bérgyilkos a szomszédom, Vasember, Die Hard 3.)
5. Amikor magyarul beszélnek, de az egyfajta halandzsa nyelvként jelenik meg. (Szárnyas fejedelmű).

5. BUDAPEST MINT BERLIN, RÓMA, PÁRIZS, MOSZKVA, BUENOS AIRES DUBLŐRE

„Nyugat-Németország, 1976” – mondta a narrátor a 2001-ben készült Kémjátszma című filmben, mire egyszerre nevettek fel a magyar nézők. A kép ugyanis a Szabadság-hidat mutatta, rajta a sárga villamossal. Később Berlinként látható volt a Nyugati-pályaudvar, ahova Brad Pitt vonattal érkezett, majd megjelent a Duna-part, az Astoria és környéke, de egy távoli képen még a Szent István bazilika és a Budai Vár is. Az 56-osok tere (a korábbi Felvonulási tér) pedig a híres Checkpoint Charlie határátkelőként szerepelt a moziban.

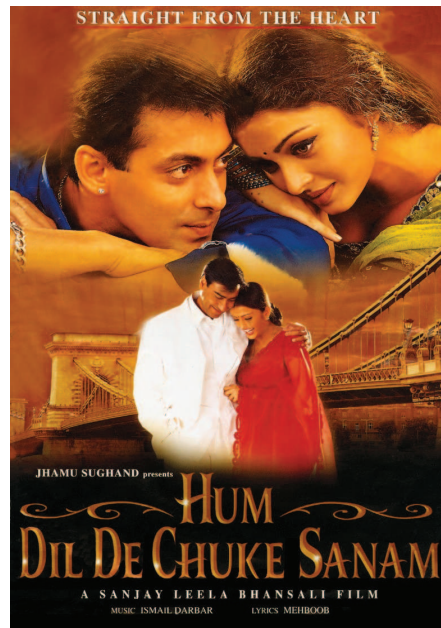
Egy szintén a hetvenes években játszódó másik filmben is főszerepet kapott Budapest: Steven Spielberg „München”-jében. Itt nem a címben szereplő város, hanem Róma volt az, amit Budapest helyettesített – itt likvidálják a 1972-es müncheni olimpia robbantóinak, a palesztin terroristáknak első tagját. Aztán a történet Párizsban folytatódik, de a valóságban megint Budapesten járunk, a Szabadság-tér melletti Aulich utcában, ahol a bosszúhadjárat részeként felrobbantják a következő terroristát.

A téli Budapest arra is alkalmas, hogy Moszkvaként funkcionáljon – legalábbis Arnold Schwarzenegger a „Vörös zsaruban” itt üldözte a gengsztereket, köztük Koncz Gábort és Növényi Norbertet. És itt ment be a moszkvai rendőrség a Nemzeti Galériában.

De szolgált már Budapest 1900-as évek elejei Buenos Airesként is, az „Evitá”-ban – igaz, az argentin zászlók és spanyol feliratok meglehetősen jól álcázták ezt. A tengerparti fővárost pálmákkal is érzékeltették, számos darabot helyeztek ki mind a Szabadság térre, mind az Alkotmány utcába.

A fenti filmek nem teljesítettek rosszul a jegypénztáraknál: a München 131, az Evita 142, a Kémjátszma pedig 143 millió dollárt hozott (www.wikipedia.org). Más kérdés, hogy a turisták száma emiatt (egyelőre) nem nőtt Budapesten – ahogy a 10. fejezet bemutatja, a filmturizmusban rejlő lehetőségeket itthon még közel sem sikerült kiaknázni. Ugyanakkor tény, hogy az itt készült filmek az újabb forgatásokhoz remek referenciát jelentettek – ld. erről a 11. fejezetet.

E kategóriába tartozóan még egy filmet érdemes megemlíteni, igaz nem hollywoodi, hanem bollywoodi alkotás. Az 1999-ben bemutatott indiai film, a Hum Dil De Chuke Sanam plakátján egyenesen a Lánchíd szerepel. Sőt, a mozi harmadik harmada (ami, indiai filmről lévén szó, meglehetősen hosszú, közel egy óra) teljesen Magyarországon játszódik. Van benne légifénykép a Citadelláról, a Parlamentről, a Széchenyi fürdőről, a Mátyás templomról, a Hősök teréről. A két főszereplő, egy indiai fiú és egy indiai lány, akik bejárják Budapestet: taxiznak a Lánchídon és a rakparton, utaznak sárga villamossal, ebédelnek a Columbus hajón, sőt egy igazi, cigányzenés mulatságon is részt vesznek. Mindeközben a helyiek magyarul beszélnek hozzájuk. Csakhogy maga a történet Olaszországban játszódik! Valószínűsíthető azonban, hogy ezt a „turpisságot” az indiai nézők nem vették észre.



2. illusztráció: A bollywoodi kasszasiker plakátján megjelent a Lánchíd és a film tele van magyar helyszínekkel – csakhogy a nézők úgy tudják, a sztori Olaszországban játszódik

6. A FŐSZEREPLŐ: BUDAPEST – FŐVÁROSUNK MEGJELENÉSE A HOLLYWOODI FILMEKBEN

A fentiek alapján akár azt is gondolhatnánk, hogy Budapest épp csak Budapestként nem jelent meg a hollywoodi filmekben, de azért erre is van példa. Az „Én, a kém” Owen Wilsonnal és Eddie Murphyvel a főváros legszebb helyein játszódik. Állítólag a producer, Andy Vajna álma volt, hogy minél több szépséget megmutasson Budapestből. Ez sikerült is: a Budai Vár, a Nemzeti Galéria, a Lánchíd, a sikló, a Gellért szálló és a fürdő mind-mind látható, némelyik éjszakai fényben is, amikor a város talán még szebb. Ezen kívül az egyik szereplő, Owen Wilson még néhány magyar mondatot (vagy inkább szót) is mond a filmben. És bár az „Én, a kém” maga bukás volt (a 70 milliós gyártási költséget sem hozta vissza), a hírek szerint a protokoll-vetítések után mindig rengeteg érdeklődő akadt, aki Budapestre kívánt utazni.



3. illusztráció: Eddie Murphy és Owen Wilson a Lánchíddal – Az „Én, a kém”-et nemcsak Budapesten forgatták, de a sztori is itt játszódik

7. MAGYARORSZÁG DUBLÓRJEI: KÜLFÖLDÖN FORGATOTT, MAGYARORSZÁGON JÁTSZÓDÓ FILMEK

Ha csak néhány stock kép erejéig is, de a nemrégiben bemutatott „Szállító 3”-ban is megjelenik Budapest látképe. A jeleneteket magukat azonban már láthatóan nem itt forgatták, és az egész helyszín némiképp a nyolcvanas éveket idézi. Ennél is többet mond azonban az a korábbi párbeszéd, amikor a Szállító, Jason Statham a GPS-be beüti a megbízójától kapott kódot. Amikor az kiírja: „Budapest”, Jason Statham azt kérdezi útitársától: „Mi van Budapesten?” Mire a válasz: „Gulyás és sör.” Igaz, ez még mindig szerencsésebb, mint amikor egy másik kód beütésekor a Bukarest célállomás jelenik meg, amire a lány közli: „A román bor nem olyan jó.”

8. MAGYARÁBRÁZOLÁS A HOLLYWOODI MOZIKBAN

Bár magyar Borat még nincsen, aligha állíthatnánk, hogy a magyarok túlzottan pozitív szereplőként jelennek meg a hollywoodi filmekben. Még az a szerencse, hogy a filmtörténet klasszikusa, a Casablanca adott egy pozitív magyar mintát: Victor Lászlót.

De térjünk vissza a mostanában kijött alkotásokra. Az elmúlt évek egyik legnagyobb kasszasikerében, a „Vasember” („Iron Man”) moziban a főszereplőt magyarok tartják fogva. Az emlékezetes jelenet szerint a terroristák így szólunk: „Mi folyik odabenn? Kezeket fel!” Erre a Vasember segítője: „He is speaking Hungarian!”, majd kiordítja: „Egy perc!”

A „Die Hard 3”-ban megjelenő Mathias Targo „szabadúszó terroristáról” nem csak azt tudjuk meg, hogy irániaknak dolgozott, hanem hogy szolgált a magyar hadseregben is. De van arra is példa, amikor nem Bruce Willis ellenfele, hanem ő maga magyar: a „Bérgyilkos a szomszédomban”-ban Jimmy Tulipán Tudeskit játssza, akit aligha lehet pozitív szereplőként aposztrofálni. A „Közönséges bűnözők”-ben pedig a magyar maffia kap kulcsszerepet, igaz a drogcsempészsben kevéssé ügyesek, és épp átvették őket.

Persze a magyarok ábrázolásának más útja is van. A „Rém rendes család”-ban Al azt mondja: „Elég, ha egy kicsit magyaros akcentussal beszélsz, máris elmehetsz jóvendómondónak.” A „Sorvajd el!” Stephen King film egyik jelenetében pedig egy cigánytábor látható, ahol mindenki magyarul beszél. A legendás MacGyver-sorozat 1985-ben forgatott „A budapesti tolvaj” epizódjából ugyanakkor azt is megtudhatjuk, hogy a fővárosban „annyi cigány van, mint kutyán a bolha. Nincs címük, nincs igazolványuk, változtatják a nevüket.”. Mi több, durván bebörtönzik őket (igaz, nem annyira a magyar rendőrfőnök, mint inkább orosz felettése miatt), így nem csoda, ha el akarnak szökni az országból. És ekkor jön minden idők legkülönösebb budapesti autósüldözési jelenete: MacGyver és a romák három Mini Morissal menekülnek, keresztül-kasul vágva a városon, majd egy hosszú alagút végére érve megérkeznek Ausztriába és mindenki szabad lesz. (A jelenetsor abban is különleges, hogy azt egy az egyben 1969-es „Olasz meló” című filmből vették át, vásárolták meg.)

9. MAGYARUL BESZÉLŐ FILM: AMIKOR HOLLYWOOD MAGYARRA VÁLT

Ritkán, de az is előfordul, amikor a szereplő nem magyar, ám hirtelen mégis így kezdenek beszélni. Ezek közül a legnagyobb klasszikus talán a „Szárnyas fejevadász” (Blade Runner), melyben Harrison Fordot magyar nyelven tartoztatják le: „Monsieur, azonnal kövessen engem, bitte!” Aztán egy ide nem leírható szó következik: „Ló..., nehogymá! Te vagy a Blade Runner!”)

10. SIKERFILM-TURIZMUS

Utóbbit persze a magyarokon kívül nemigen szűrik ki, így aligha van komoly hatása – valószínűleg a rendező inkább saját magát szórakoztatta. A korábbi kategóriák viszont, vagyis hogy a magyarokat hogyan ábrázolják ezekben a filmekben, és hogy Magyarország miként jelenik meg, nagy hatást gyakorolhatnak.

Egy kutatás egyenesen arra mutatott rá, hogy egy sikerfilm bemutatását követő négy évben átlagosan 54 százalékkal emelkedik a filmben szereplő helyszín idegenforgalma (VASS, 2008). Nem kell messzire mennünk: „A Da Vinci kód” elsősorban Párizs, míg az „Angyalok és démonok” Róma idegenforgalmát lendítette fel. Az Indiana Jones 3. része („Az utolsó kereszteslovag”) miatt sokan látogatják meg a jordániai Petrát vagy fizetnek külön azért, hogy végiglátogathassák azokat a velencei helyszíneket, ahol a professzor járt.

Egy 2004. évi felmérés szerint az Új-Zélandra látogatók közel 10%-ánál szerepet játszott az úticél kiválasztásában az, hogy a szigetországban forgatták a Gyűrűk ura egyes jeleneteit (GRICZ, 2008). Különösen Matamata-ra, a hobbitok lakhelyére lettek kíváncsiak. Érdekesség, hogy mindössze egy betűvel tér el ettől a tunéziai Matmata – itt pedig a Csillagok háborúja bizonyos jeleneteit vették fel, és ez is azóta vonzza a turistákat.

A jó mozi még válságidőszakban is segíthet: a 2001. szeptember 11-i terrortámadás után a „Szex és New York”-nak is nagy szerepe volt abban, hogy visszatérjenek a turisták. Ma már jó néhány utazásszervező cég a film karaktereinek kedvenc helyeit bejáró túrákat szervez. Az érdeklődés pedig hatalmas: még Japánból és Szingapúrból is érkeznek foglalások, pedig az utóbbi helyen a hatóságok betiltották a sorozat vetítését, annak túlzott szabadossága miatt (PAPP-VÁRY, 2009).

A filmturizmus mindazonáltal nem új keletű ága a turizmusnak. Sándor Tibor, a veszprémi Pannon Egyetem turizmus tanszékének docense szerint az ilyen irányú érdeklődés az 1950-es években indult Hollywoodból, amikor tudatosan kezdtek el európai helyszíneken forgatott filmeket gyártani – például az Egy amerikai Párizsban címűt. Az Európában forgatott filmek hatására pedig fokozatosan nőtt az érdeklődés a kontinens országai iránt (FARKAS, 2007).

De visszatérve a jelenre: ma már az internet is megkönnyíti a dolgunkat. A movie-locations.com weboldal lehetőséget ad arra, hogy a kíváncsi turisták megkeressék, hol forgatták kedvenc filmjüket. Magyarországra kattintva olyan filmek jönnek elő, mint a már említett Kémjátszma, illetve Evita, vagy a Cyrano de Bergerac, és a Navarone ágyú.

Ha pedig e vagy egy másik honlap alapján a filmturisták jönnének, már Magyarországon is létezik olyan vállalkozás (Road Movie Tour), amely kifejezetten ilyen túrákat szervez. Pontosabban csak szervezne, mert egyelőre igen kicsi az érdeklődés (FARKAS, 2007).

11. BEFEKTETŐK VONZÁSA

A turisták mellett azonban nem szabad megfeledkezni egy másik hatásról: a befektetők vonzásáról (PAPP-VÁRY, 2006). Mégpedig a filmes befektetőkről: ha az elkészült alkotások és a külföldi rendezők-producerek-színészek elmondása alapján értesülnek arról, hogy Magyarországon jók a szakmai és pénzügyi feltételek, és még a helyszínek is kiválóak, akkor újabb itteni forgatásokra van esély. A legjobb reklám az elégedett vevő, vagyis akik itt forgattak és pozitív tapasztalataikat továbbadják.

Mindezt látva, Csehországban például volt egy időszak, amikor több évre leállították a hazai filmgyártás támogatását annak érdekében, hogy a filmes infrastruktúrát fejleszteni tudják a bér munkák (tehát a külföldiek) számára (MARTHY, 2009). Prága így jópár évig nemcsak a turisták számára és költségében, hanem az ott forgatott filmek számára és minőségében is megelőzte fővárosunkat. Olyan szuperprodukciók készültek itt, mint az Amadeus (1984), a Mission Impossible (1996), az XXX (2002), a The Bourne Identity (2002), a Van Helsing (2004) vagy az Alien vs Predator (2004).

Budapest csak az elmúlt években lett a cseh főváros komoly versenytársa. Egyrészt a 2004. évi II. törvény (a mozgóképről) lehetővé tette a magyarországi gyártás költségeinek 20%-ának visszaigénylését – bármilyen nemzetbeli is a gyártó. Ezzel lényegesen olcsóbb lett itt forgatni, mint korábban. Másrészt a Mafilm budapesti, Róna utcai stúdiója és a fóti bázis mellé elkezdtek felépülni a nagy stúdiók. Etyeken a Korda Stúdió, melynek első

filmje a Hellboy 2 volt – ennek magyarországi forgatása körülbelül 7 milliárd forintot tett ki. Pomázon felépült a Stern Stúdió, ahol a Diótörő című balett-filmet forgatták Andrej Koncsalovszkij rendezésében. Végül Mogyoródon az Asztra stúdió.

Az „egymásra találás” egyébként két úton történhet: 1) a külföldi produkciós cégek lépnek kapcsolatba magyar partnerekkel, azzal a céllal, hogy Magyarországon szeretnék filmet forgatni. 2) magyar produkciós cégek (körülbelül 10-15), melyeknek erős külföldi kapcsolatai vannak, folyamatosan keresik azokat a produkciókat akár Hollywoodban, akár európai országokban, melyeket Magyarországon lehetne forgatni. Ezek az irodák specializáltak, általában kifejezetten 1-1 országgal tartják a kapcsolatot. Ennek értelmében van, aki Angliából, van, aki Amerikából, van, aki Franciaországból hozza a filmeket Magyarországra (MARTHY, 2009).

Az első csoporthoz tartozó esetben (vagyis amikor a külföldi cégnek inkább magától jut eszébe Magyarország, mint forgatási helyszín) segítséget nyújthatnak a tájékozódásban azok a honlapok, melyeket kifejezetten külföldi filmesek számára alkottak meg. A filmhungary.com így mutatja be magát: „Ha szívesen forgatna Magyarországon, de nem tudja, hova forduljon, honlapunkon minden szükséges információt meg fog találni.” A site felsorolja azokat a leghíresebb filmeket, melyeket Budapesten vagy egyéb magyarországi helyszínen forgattak. Egy másik oldalon, a budapestfilmoffice.hu-n számos forgatási helyszín között böngészhetnek az érdeklődők, amiket kategorizáltak: van köztük oktatási intézmény, közlekedési eszköz, város/belváros, stb.

A másik csoport esetére (vagyis amikor a magyar fél a kezdeményező) jó példa két nemrégiben történt külföldi „lobbiút”. 2008 szeptemberében a Korda stúdió szervezésében járt delegáció Hollywoodban. A kiutazás célja az volt, hogy 5-6 prezentáció megtartásával a külföldi filmes szakemberekkel megismertessék: miért kedvező a Magyarországon való forgatás. Az előadás sikeresnek bizonyult: a nagy stúdiók mindegyike képviseltette magát valamilyen formában (Warner, 20th Century Fox, Miramax, stb-), megközelítőleg 40-50 ember volt jelen a bemutatókon. Azok a produkciós cégek, melyek kifejezetten nagy projekteket akarnak gyártani (ez alatt a 1,5 milliárd forintot meghaladó magyarországi forgatási költséget kell érteni), folyamatosan jelentkeznek be filmtervekkel a Filmirodába. (MARTHY, 2009)

Ez évben, 2009. április 16. és 18. között pedig a Nemzetközi Filmbizottság (Association of Film Commissioners International) szervezett egy vásárt a filmforgatási helyszínekről Santa Monica-ban, az USA-ban, ahol Magyarország is részt vett kiállítóként.

Mindezzel együtt a „csillagok állása” mostanában kevésbé volt kedvező: 2008-ban a hollywoodi forgatókönyvírók és színészek sztrájkja, illetve az uniós támogatási rendszerről szóló moratórium nehezítette a helyzetet, most pedig a globális gazdasági válság (PAPP-VÁRY, 2009).

12. MI SZÓL MAGYARORSZÁG MELLETT?

Van ugyanakkor egy fontos érv még Magyarország mellett – melyet az előző fejezet ugyan nem, de a többi már bemutatott. Hogy kiváló külső forgatási helyszínekkel rendelkezünk.

Kiemelten kedvelt (és ezért több, korábban említett filmben megjelenik) a Budai Vár és a Nemzeti Galéria, a Duna-part, a Lánchíd, a Szabadság-tér és környéke, a Magyar Állami Operaház, valamint a Keleti-, illetve Nyugati pályaudvar. Érdekesség viszont, hogy a Parlament vagy a Hősök tere nemigen jelenik meg külföldi filmekben – talán túlságosan is jellegzetesek, Magyarországra jellemzőek.

A 19-20. század fordulóján épült budapesti klasszicista házak ugyanakkor kiválóan alkalmasak arra, hogy gyakorlatilag bármely európai várost helyettesítsék és még az évtized is viszonylag rugalmasan alakítható. Bécsben, Berlinben, Párizsban vagy Londonban játszódó film vagy jelenet is leforgatható a magyar fővárosban, csak a megfelelő utcákat kell kiválasztani hozzá. A trükk, amitől egy pesti utca londonivá válhat az, hogy milyen típusú autó látszik, milyen utcaképről van szó, milyen zászlók vannak kitéve, milyen transzparensok lógnak a házfalakon (MARTHY, 2009).

II. világháborús témájú filmekhez különösen alkalmas és egyben költséghatékony megoldás Magyarország választása. Egyrészt mert a VIII. és IX. kerületben még mindig rengeteg bontás előtti ház van, ami kiváló a romok megjelenítésére. Másrészt rendkívül jól karbantartott korabeli autókkal, teherautókkal rendelkezünk. Persze itt is

van egy kis trükk: egy autót 3 rendszámmal 5-ször el lehet adni egy filmben. Egy csapatszállító konvojban mindegyik jármű többször megfordul és visszaáll a sorba, hogy ezzel növelje annak hosszát (ELEK, 2009).

Végül pedig érv lehet Budapest mellett, hogy a magyar szellemi kapacitás magas színvonalú. Rendezők, operatőrök, illetve a stáb többi tagja (kameraman, világosító, díszletépítő, -tervező) is egyre magasabban képzett szakemberek. Közülük ráadásul sokan (a teljesség igénye nélkül: Szabó István, Koltai Lajos, Ragályi Elemér, Pados Gyula) külföldön dolgoznak. Most már a nyelvtudással is egyre kevesebb a probléma, a szakemberek egyre jobban beszélnek angolul. Bár a magyar filmes szakszókincs a németből ered, de az elmúlt húsz évben az amerikai dominancia hatására átalakult a hazai szaknyelv, és elkezdték az angol szavakat használni.

13. IRODALOM

- (1.) **Elek András** (2009): Interjú (Marthy Réka interjúja Elek Andrással, a Nemzeti Filmiroda Gyártás-ellenőrzési osztályvezetőjével)
- (2.) **Farkas Cintia** (2007): Sivatabba viszik a magyar Star Wars- rajongókat (http://www.fn.hu/utazas/20070717/sivatagba_viszik_magyar_star/, megjelenés: 2007. július 17.)
- (3.) **Gricz István** (2008): Filmes zarándokutak (<http://businessstraveller.turizmus.com/article.php?id=504&page=0>, megjelenés: 2008. május 16.)
- (4.) **Gyémánt Balázs** (2009): Mozi vagy országimázsfilm az Ausztrália? TTG 2009 április
- (5.) **Marthy Réka** (2009): Magyarország megjelenése a hollywoodi filmekben és ennek hatása az országképre és a turizmusra (Szakdolgozat, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola)
- (6.) **Papp-Váry Árpád Ferenc** (2006): Az országmárkázás elmélete és gyakorlata (RekláMérték, a Magyar Reklámszövetség kommunikációelméleti szaklapja, 2006 július-augusztus)
- (7.) **Papp-Váry Árpád Ferenc** (2009): Országimázs a moziban (Marketing&Media, http://www.fn.hu/media_print/20090506/orszagimazs_moziban/ megjelenés: 2009. május 12.)
- (8.) **Vass László** (2008): Indy nyomában 500 ezerért (<http://www.origo.hu/utazas/20080522-filmturizmus-filmes-utazasok-indiana-jones-szex-es-new-york-gyuruk.html>, megjelenés: 2008. május 22.)
- (9.) <http://www.budapestfilmoffice.hu/>
- (10.) <http://filminhungary.com/>
- (11.) <http://www.movie-locations.com/>
- (12.) <http://www.wikipedia.org>