

ECSETRE FEL! – MAGYAR FESTŐMŰVÉSZEK A TURIZMUSORIENTÁLT HELYMÁRKÁZÁSBAN

FARKAS MÁRTON – MICHALKÓ GÁBOR

HUNGARIAN PAINTERS IN TOURISM-ORIENTED PLACE BRANDING

Abstract

This study examines the potential role of Hungarian painters in place branding, within the theoretical framework of talent and tourism geography. While the relationship between an artist's oeuvre and site-specific cultural heritage has often been examined through architecture, the tourism potential of painting remains largely underexplored. This research investigates whether the life trajectories of highly recognized Hungarian painters—particularly their birthplaces, residences, and the landscapes depicted in their work—can contribute to enhancing the brand value of these locations and stimulating tourism demand. The analysis is based on two main datasets: one comprising deceased Kossuth Prize-winning painters, and the other, current members of the Hungarian Academy of Arts (MMA). The findings highlight Budapest's dominant role as a cultural hub, acting as both a magnet and a retaining force for artistic talent. Using case studies of three iconic painters—József Egry, József Koszta, and István Szőnyi—the paper demonstrates how artistic legacies can contribute to the place identity and cultural significance of Badacsony, Szentés, and Zebegény. Although the study found no evidence of large-scale tourist flows driven by these artists, their life and work have clearly enriched the cultural status of these locations. The results suggest that, while Hungarian painting may not serve as a traditional tourism driver, it plays a meaningful role in shaping national and regional identity. The professional branding of painters' legacies and the deliberate association of their works with specific locations offer new opportunities for cultural tourism development and destination marketing.

Keywords: tourism, talent geography, necro-branding, place branding, fine art

Bevezetés

Számos, tehetséggel megáldott festőművész része a nemzeti ikonográfiának, képeik a nemzeti identitás alkotóelemei, így élettörténetük és munkásságuk egyúttal az adott ország turisztikai kínálatának szerves komponensévé, a turisták számára kihagyhatatlan attrakcióvá vált. A teljesség igénye nélkül említjük *Leonardo da Vinci* (1452–1519), *Rembrandt van Rijn* (1606–1669), *Caspar David Friedrich* (1774–1840) *Claude Monet* (1840–1926), *Edvard Munch* (1863–1944) vagy éppen *Pablo Picasso* (1881–1973) nevét, akiknek remekművei egyrészt egy-egy stílusirányzat meghatározó alkotásai, másrészt szülőföldjük társadalmi kohézióját segítő összetevők, harmadrészt a globális turizmusipar mozgatórugói. Természetesen nem szabad megfeledkezni arról, hogy miként a festők élete, úgy képeik sorsa is gyakran kalandos volt, ezért előfordul, hogy az adott nemzet tudati panteonjában szereplő művész alkotásának megtekintéséért egy másik, olykor távoli ország múzeuma előtt kígyózik a hazai és a külföldi látogatók sora (vagy a kép egy ismeretlen műkedvelő magángyűjteményének éke). Amíg a mesterek élete – sorsuk felidézésével – önmagában is erősítheti a turisztikai desztináció vonzerejét, ez a hatás azon alkotásaik révén még inkább érvényesülhet, amelyek az adott településhez vagy annak környékéhez kötődő, viszonylag jól azonosítható természeti vagy kultúrtájakat ábrázolnak.

A tehetségek születési és lakóhelyének, valamint életük, alkotótevékenységük fontosabb mozzanataihoz kötődő települések térbeli elhelyezkedésével kapcsolatos mintázatok

feltárása a talentumföldrajz egyik központi témája (GYŐRI F. 2011a). MÁTYÁS SZ. (2021:5) a „rendkívüli képességű emberek földrajzi elterjedését és az ezzel összefüggő geográfiai törvényszerűségeket” tekinti a tehetségföldrajz vizsgálati tárgyának, monográfiájában alapvetően a tudomány nagyjaira fókuszál. Annak ellenére, hogy a tudósok kapcsán viszonylag megbízható információk állnak rendelkezésre tehetségük kibontakozásának gyümölcseiről, élt pályájuk mérőföldköveiről, elért eredményeikről, azok társadalmi, gazdasági hasznosulásáról, jókora nehézséget jelent a geográfiai elemzés tárgyául szolgáló adatbázis összeállítása. Magyarország Nemzeti Atlasza a tudósok mellett a művészeket és a sportolókat is igyekszik a tehetségföldrajz konstruálta hírességek csarnokába beilleszteni, azonban esetükben még élésebben rajzolódnak ki a beválogatás objektivitásának kihívásai (GYŐRI F. et al. 2024). Az ILYÉS GY. (1939) által egy nehéz történelmi korban felvetett „Ki a magyar?” problémakör a tehetségek azonosításánál is előkerül, BAZSA GY. (2025) például a „magyar” Nobel-díjasok kapcsán értekezik a származás és az emlékezet diszkrepanciáiról. A térbeliség mellett fontos kiemelni a talentumföldrajz művelésének másik Achilles-sarkát, az időbeliséget is, ugyanis nem mindegy, hogy az adott kor kontextusába helyezett teljesítmények vagy az elhalálozás révén lezárt teljes életművek alapján történik meg a besorolás. Kétségtelen, hogy a történelem nagyjainak jelentős része is rendelkezett kellő tehetséggel hivatása gyakorlásához, sőt egyesek a tudósok (*Teleki Pál* geográfus, az MTA tagja, 1920–1921 és 1939–1941 között magyar miniszterelnök), a művészek (*Winston Churchill* angol miniszterelnök ismert volt festőművészként is) vagy a sportolók (*V. Olaf* norvég király 1928-ban vitorlázóként aranyérmet nyert Amszterdamban a IX. nyári olimpián) között is helyt álltak, (el)ismertségüket, a társadalmi emlékezetben elfoglalt helyüket azonban hadvezérként, uralkodóként, államférfiként szereztek, így az ő életüket a történelem emelte turisztikai attrakcióvá.

A sikereket, társadalmi megbecsültséget hozó eredményeket elért, bámulatos alkotásokat létrehozó tehetségek leginkább földi pályafutásuk befejeztével váltak a tudomány, a kultúra vagy éppen a sport kanonizált, életművüket nemzeti vagy nemzetközi értékként megjelenítendő személyiségévé, életeseményeik szintere pedig turisztikailag hasznosuló zárandokhellyé. Az idővel ikonokká avanzsáló tehetségek – professzionális transzformációkon keresztül – a turizmusipart éltető attrakciókká váltak, így lett többek közt Stockholm *Alfred Nobel*, Figueres *Salvador Dali*, Louisville *Muhammad Ali* révén messze földön híres turisztikai desztinációvá. Sok esetben a tehetségek születési és/vagy lakóhelye, alkotóttere, teljesítményükhöz kötődő egyéb helyszín (pl. sportlétesítmény) a korszerű látogatómenedzsment eszköztárának felhasználásával múzeumként, kiállítóhelyként, emlékházként szolgálja a turizmust, de előfordul, hogy végső nyughelyük kerül a turisták érdeklődésének középpontjába (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2011). Az egykori tehetségek ikonizációjához a velük kapcsolatos turisztikai kínálat tudatos fejlesztése, professzionális marketingje és a kereslet igényeinek komplex kielégítése is hozzájárulhat. Hollywood népszerű attrakciója, a „Walk of fame” [Hírességek sétánya], illetve más USA-beli „Hall of fame”-ek [Hírességek csarnokai] sajátosan, üzleti megfontolásokat is előtérbe állítva, a múlt és a jelen tehetségeire emlékeztetik a látogatókat (LEPORI, G. M. 2021).

A tehetség- és a turizmusföldrajz szimbiózisa lehetőséget kínál egy eddig kevesebb figyelmet kapott probléma, a talentumukra alapozott teljesítményük társadalmi elismertsége révén híressé vált egyének emlékezte településmarketing célú hasznosításának vizsgálatára. Az úgynevezett „necro-branding” egy nemzetközi kitekintésben is újszerű elméleti megközelítés, ami „a néhai hírességek márkázása a híresség tehetségén, kulturális pozicionálásán, szertartások és rituális elemein, valamint a szereteten, a misztikus aurán, továbbá az örök jelenlétben alapuló érzelmek kiváltásán alapul” (BAUMANN, C. et al. 2024:2). A települések márkázása gazdag szakirodalmi háttérrel rendelkezik (KAVERATZIS,

M.–ASHWORTH, G. 2008; KOZMA, G. 2009; BUSKÓ T. L.–TÓZSA I. 2018; PAPP-VÁRY Á. F. 2021), azonban a néhai tehetségek alkotásainak a turisztikai kereslet élénkítésére gyakorolt hatását középpontba állító teoretizálás viszonylag újkeletű.

ASHWORTH, G. (2009:11) „Gaudi-sémának” nevezi Barcelona méltán világhírű építésének örökségére épülő városmarketinget. A világörökség részét képező *Sagrada familia*, vagy a mester otthonául is szolgáló *Güell park* fizikai valójukban, esztétikájukban és a hozzájuk fűződő történetek miatt váltak a „necro-branding” iskolapéldáivá. Amíg az építészet bővelkedik a tervező–alkotás–hely hármasságában globális ismertséget és UNESCO-védettséget is szerzett örökségturisztikai attrakciókban (például *Gustave Eiffel–Eiffel-torony–Párizs*; *Walter Gropius–Bauhaus Dessau Building–Dessau*; *Luis Barragán–Barragán Ház és Múterem–Mexikóváros*), addig a festőművészet esetében a szimbiózis megragadása már nem ennyire egyértelmű. Egy turisztikailag vonzó épület, illetve építmény a maga fizikai valójában az adott desztinációhoz kötött (eredendően ott áll, kivéve, ha egy másik helyen is reprodukálták, lásd Las Vegas), azonban a festmény – annak áthelyezhetősége okán – gyengébb kötődéseket generál. Az alkotó–mű–hely hármasságának festőművészeti iskolapéldája *Canaletto Velencét* ábrázoló „vedutái”, az észak-itáliai mester műhelyéből közel 600 kép kerülhetett a Grand Touron résztvevő angol nemesifjúk úticsomagjába (CONSTABLE, W. G. 1976). A Flatford Mill *John Constable*, a Mont Sainte-Victoire *Paul Cézanne*, Arles és a szomszédos Saint-Rémy de Provence *Vincent van Gogh* alkotásai révén kerültek fel a belföldi és a nemzetközi turizmus térképére. A festők születési és/vagy lakóhelye, illetve alkotókörnyezete meghatározó inspirációt jelenthetett remekműveik létrejöttében (DÜLL A. 2025).

A jelen tanulmány célja a festőművészek alkotásaiban rejlő településmarketing potenciál elméleti és gyakorlati vonatkozásainak tárgyalása. Az alkotó, a mű és a hely turizmusorientált kapcsolatát elismert magyar festőművészeket keresztül kívánjuk bemutatni, a néhai hírességek esetében a Kossuth-díj, a ma is aktívakat illetően a Magyar Művészeti Akadémia (MMA) tagság jelenti az elemzésbe vonás feltételét. Két idősík alkalmazására kerül sor, az egyik a múlt, ahol már lezárt életművek kapcsán mutatjuk be a turisztikai desztinációk vezetéses festőművészeinek alkotásai révén meg(nem)valósuló marketingkommunikációt, a másik a jelen, ahol az elismert tehetségek születési és lakóhelyére fókuszálva hangsúlyozzuk az alkotó–mű–hely nexusban meglévő, jövőbeli potenciált. A tanulmány ötvözi a tehetségföldrajz tradicionális és a turizmusföldrajz innovatív eszköztárának módszereit, előbbi az életút állomásaira, utóbbi az állomások inspiratív szerepére fókuszál, de mindkettő eredője a látogatók kellő mértékben ki nem használt vonzásában, a jó helyre találás (MICHALKÓ 2023) folyamatában testesül meg.

Elméleti háttér

A kreatív osztály mobilitása

A 20. század második felétől zajló gazdasági változások összességében véve a pénztőke jelentőségének csökkenése és az innováció felértékelődése irányába hatottak, a kreatív gazdaság éltre hívásával a szellemi tőke, így a szellemi elit szerepe felértékelődött (FLORIDA, R. 2019). A kreativitás lényege a divergens gondolkodásban, a folyamatok, jelenségek közti összefüggések meglátásában és az új utak keresésére való képességben ragadható meg, arról azonban már megoszlanak a vélemények, hogy öröklött-veleszületett, vagy megszerzhető és fejleszthető képességről van-e szó. A kreativitás tehát nem feleltethető meg teljesen a tehetség fogalmával, ami veleszületett és statikusan meglévő,

különleges adottságot takar. A kreativitás annyiban áll szimbiózisban az innovációval, hogy magában foglalja a folyamatos fejlesztésekre való nyitottságot (DERECSEI A. – HURTA H. 2008; KOPASZ, G.G.B. 2022, 2024).

A kreatív gazdaság kialakulása egy régi-új társadalmi réteg, a kreatív osztály megerősödésével párosult. A szakirodalom a tudomány, a művészetek, a szórakoztatóipar, a (műszaki) tervezés és az oktatás területén dolgozókat sorolja a kreatív osztályba, miközben az őket foglalkoztató kreatív gazdaságot két nagy részre tagolja (EGEDY T. et al. 2014; FLORIDA, R. 2019). Az egyik az ún. kreatív iparágakat (pl.: kulturális gazdaság, tartalomgyártás) jelenti (így értelemszerűen ide sorolható a tanulmány szűkebben vett témáját adó festészet, azaz minden, hozzá köthető gazdasági tevékenység is), a másik pedig az ún. tudásintenzív ágazatokat (pl.: jogi és üzleti tanácsadó & egyéb szolgáltatások, pénzügyek, K+F, IKT, felsőoktatás). A kreatív osztály mint napjaink kiemelkedő gazdasági erőforrása a stratégiai nyersanyagokhoz hasonlóan markánsan helyhez kötött, tehát a térbeliség a kreatív gazdaságnak is kulcsfontosságú tényezője. A kreativitás kibontakoztatásához sokféle körülmény szerencsés együttállására van szükség, aminek köszönhetően maguk a „kreatívak” viszonylag alacsony számú gazdasági erőcentrumban tömörülnek. A tömörülés helyeit alapvetően a városok jelentik, amelyek nyitott, befogadó társadalmi légkörűeknek és kulturális sokszínűségüknek köszönhetően nagyban elősegítik a kreativitás és a tehetség kibontakoztatását (FLORIDA, R. et al. 2015). A kreatív gazdaság meghonosításának és a kreatívak bevonzásának természetesen vannak objektív infrastrukturális és intézményi követelményei is (pl.: oktatási kínálat, induló vállalkozások inkubációs támogatása), de legalább ennyire fontos lehet a hely szellemének szerepe, vagyis annak az egyedi, szervesen fejlődött és formálódott atmoszférának a hatása, mely a kreatív iparban dolgozókat, köztük a festőművészeket képes megragadni és az adott településen való maradásra vagy az odaköltözésre sarkallni (JANKÓ F. 2002; PISKÓTI I. 2023). Bár a hely szellemének is vannak objektív, tárgyi és immateriális összetevői (természeti és épített környezet, kulturális örökség stb.), kialakulásához jelentősen hozzájárulnak az egyén szubjektív benyomásai is (BERKI M. 2015). A helyérzet nagyban meghatározza a környezetet megtapasztaló, abban élő emberek identitását, így kialakítva a helyhez való kötődést, mely helyben maradásra, letelepedésre, ismétlődő látogatásokra ösztönzi az egyént. Az erős, pozitív tartalmú helykötődés a települési identitást is nagyban megerősíti, hosszabb távon kialakítva azt a lokálpatrióta (elit)réteget, mely mélyen elkötelezetté válik otthonának jövője, fejlődése iránt (PISKÓTI I. 2021; GALLAMASO, J.D. 2023).

A helyi identitás megerősítése, az új lakók bevonzásának igénye és a kreatív osztály megnyeréséért is zajló városverseny élesedése hívta életre a településmarketing műfaját, amelynek legfontosabb célja a saját lakosság elkötelezettségének erősítése (KOZMA, G. 2009). A hatékony településmarketing általános alapvetése, hogy a magát sikerrel eladni kívánó településnek komparatív előnyei fejlesztésére és egyéni vonzerőire kell építenie, mindig szem előtt tartva, hogy egy jól működő városmárka sokkalta több az öt népszerűsítő reklámtevékenységnél (TÓZSA I. 2014; PAPP-VÁRY, Á.F. 2017; PISKÓTI I. 2021). Ebben a tekintetben igen jelentős erőforrás lehet például az adott településhez kötődő művész életművének hozzáadott értéke, azaz a „megnyert kreatívak” nem csak indirekt módon, a hely szellemét gazdagítva tehetnek lakóhelyük vonzerejének növeléséért, de a (turisztikai) településmarketing tervezett-szervezett tevékenységét is nagyban támogatják.

Egy település elitjének szerepe nem korlátozható csupán az országos elittel való kapcsolatteremtésre és az anyagi fejlesztési források ily módon történő becsatornázására. A helyi elitnek – kiváltképp a kisebb települések esetében – kulcsfontosságú közösségépítő szerepe van, így megtartása, megerősítése kiemelkedő fontosságú kérdés (BIRÓ A.Z. et

al. 2019). A „kreatívok” megtartása terén Magyarországon is markánsan kirajzolódnak a településhierarchia méretkülönbségei. A kreatív gazdaság területiségét tekintve egy, a 2010-es évek közepén készült kutatás a főváros még jelentősebb fölényét mutatta ki, ugyanakkor a népesebb Budapest-környéki települések, illetve általánosságban véve az agglomeráció északnyugati szektorának viszonylag jó teljesítményére is rámutatott. A legrosszabbul teljesítő, legcsekélyebb jelentőségű kreatív gazdasággal egyes alföldi mezővárosok és szocialista iparvárosok rendelkeztek, igaz, napjainkban a második otthonok megjelenése, a magasabb státuszúak nagyvárosokból kifelé irányuló migrációja újabb, korábban e téren igencsak hátrányos helyzetű térségeket is helyzetbe hozott (CSORDÁS L. 2022).

Tehetségföldrajz és helymarketing

A tehetség területi eloszlásával kapcsolatos vizsgálatok alapproblémája erősen kötődik a földrajzi determinizmus-posszibilizmus vitához. Ennek lényege, hogy bizonyos tájak – jellegükönél fogva – másokkal összehasonlítva több tehetséget emelnek fel és tartanak meg; egyes térségek vonzzák, mások pedig elvesztik tehetségeiket. A tehetség értelmezése a távoli múltba vezet vissza: *Voltaire* inkább a determinista álláspontot képviselte, azt vallotta, hogy a tehetség eleve adott, létrejött a társadalmi-fizikai környezet függvénye, *Arisztotelész*, *Rotterdami Erasmus* és *John Locke* szerint a tehetség forrása a tapasztalat, s megszerzésében mindenki tiszta lappal indul, véleményük szerint a környezet szerepe másodlagos (GYÓRI F. 2011b). A tehetségföldrajz determinista jellegű megközelítését erősíti az úgynevezett tehetséggócok aligha megkérdőjelezhető multiplikátor hatása, vagyis az a tény miszerint mindazon közösségek, melyek az átlagosnál nagyobb számú tehetséget termeltek ki, vélhetően további tagjaikat is képességeik magasabb szintű kibontakoztatására tudják ösztönözni (GYÓRI F. 2011a). A tehetségek településhez való kötődésének megnyerésében a kemény és puha életminőségi tényezőkön kívül a helymarketingnek is komoly szerepe lehet. A helymarketinget leginkább a turisták vagy éppen a gazdaság szereplőinek vonzását elősegítő tevékenységként értelmezik, holott elsődleges célközönsége a helyi, illetve a potenciálisan beköltöző lakosság. A helymarketing lényege az adott település erősségeinek, erőforrásainak feltárása (különös tekintettel a más településekhez viszonyított komparatív előnyökre), majd ezek kommunikálása a potenciális vevők, mindenekelőtt tehát a meglévő és reménybeli lakosok felé (TÓZSA I. 2014). A városmarketing a városidentitás építését is jelenti, s mint ilyen, ideális esetben elválaszthatatlan a hely szellemétől, annak pozitív elemeire határozottan épít. Ezen alkotóelemek azonban törekenyek, mivel a hely szelleme szervesen fejlődik, egy-egy drasztikusabb városfejlesztési beavatkozás, társadalmi-gazdasági krízishelyzet alapjain formálhatja át egy település karakterét és az abból eredő atmoszféráját (JANKÓ F. 2002; PISKÓTI I. 2021).

A helymarketing tehát a városverseny egyik eszköze, melynek célja, hogy a település iránt érdeklődők vagy azt bármilyen okból felkeresők mentális térképén a helyimázs mindkét komponense, a közvetetten szerzett információk és a személyes élmények egyaránt pozitív tartalommal kerüljenek megtöltésre, így az adott helységet a többihez képest sikeresebben pozícionálják (PAPP-VÁRY, Á.F. 2017). Ennek érdekében elengedhetetlen a település üzemeltetésében, fejlesztésében és eladásában közreműködő szereplők tevékenységének összehangolása, a köztük kialakuló rivalizálás lehetőség szerinti mérséklése és egy összetett, sokszintű városmárka felépítése, amelynek természetesen fontos részét képezi a vonzó vizuális környezet és a jelenkori marketingtrendek diktálta követelményeknek megfelelő logó, arculat, jelképrendszer kialakítása is (PISKÓTI I. 2014).

Módszertan

A vizsgálatunk alapkérdésének megválaszolásához, nevezetesen a tehetséges festőművészek alkotásainak helymarketingben játszott szerepének, valamint a társadalmi elismertséget élvező magyar festőművészek születési és lakóhelyük koordinátarendszerében észlelhető mobilitás sajátosságainak feltáráshoz szükséges helyzetfelmérés elengedhetlenné tette e nehezen felmérhető alapsokaságot egybefogó adatbázis összeállítását és vizsgálatát. Mindenekelőtt evidens módon merül fel a kérdés, kiket tekintünk tehetséges, illetve elismert festőművészeknek? A művészet területén általánosságban egyrészt az alkotás rangos helyen történő kiállítása, másrészt a tevékenység, az életmű díjazása (pl. kitüntetések, címek, oktatói kinevezések), harmadrészt a megbízásokért, festményekért megszerezhető jövedelem mértéke a mérvadó. Ha a mélyebb elemzéshez biztos alapot adó sokaságot szeretnénk megragadni, akkor valamilyen „hivatalos” adatbázist érdemes segítségül hívni. Jelen vizsgálatunkban részint a Kossuth-díjas festőművészeket, részint a Magyar Művészeti Akadémia (MMA) 336 tagját vettük górcső alá. Így viszonylag nagy számú művészi életpályát vizsgálhattunk, s valamiféle biztosítékunk lehetett arra nézvést is, hogy az említett művészek valóban a hazai kulturális élet befolyásos tagjai. A térbeli kötődések vizsgálatát nagyban egyszerűsítette, hogy a szervezet honlapján elérhető életrajzok számos MMA tag esetében nem csak a születési helyet, de a jelenlegi lakóhelyet is feltüntetik.

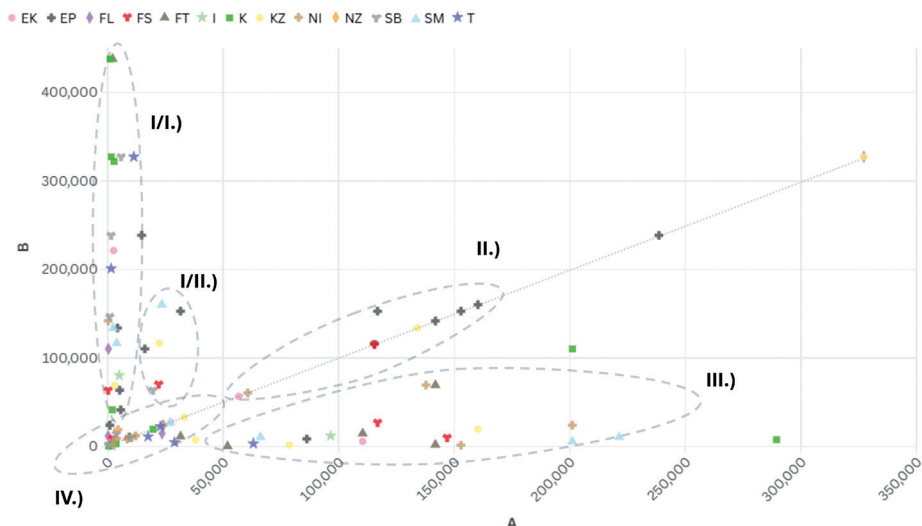
Az adatfelvétel során az MMA 2025 áprilisi tagnévkorához tartozó életrajzokat vontuk elemzés alá, minden művész esetében rögzítettük a születés helyét, a jelenlegi lakóhelyet és a művészeti területet, amelyhez az illető (elsődlegesen) kötődik. Azon művészek esetében, akiknél a lakóhely nem volt elérhető az MMA életrajzban, az interneten fellelhető információk vagy a közösségi média profilok alapján tettünk kísérletet annak meghatározására. Esetükben csak akkor került sor a lakóhely rögzítésére, ha arra egyértelmű és aktuális, a 2020-as évtizedben keletkezett utalást találtunk (a születési helyet 100%-ban, a lakóhelyet a tagok 88%-a esetében sikerült azonosítani). Az így kinyert adatokat térképen ábrázoltuk, az egyes művészeti ágakhoz kötődő tagokat különféle piktogramokkal jelenítettük meg. A kapott pontok alapján súlypontoszámításokat végeztünk, majd elemeztük a településhierarchia és a művészek térbeli eloszlása közti összefüggéseket, végezetül általánosan és osztályozó jelleggel jellemeztük a művészeknek otthont adó településeket. Az elemzés a festőművészek esetében kiegészült a születési helyek térbeli mintázatának vizsgálatával is.

Eredmények

A Magyar Művészeti Akadémia tagjainak életpálya-mobilitása

Az MMA-tagok teljes életpályáit jellemző térbeli mintázatok mélyreható elemzésére – egyrészt az adatok korlátozottságára visszavezethető mintavételi nehézségek, másrészt a vizsgálat célkitűzése miatt – nem került sor. Az adatbázisba vont információk kizárólag a tagok születési és jelenlegi lakóhelyére (feltételezhetően alkotóhelyére) vonatkoznak, mivel a tehetségföldrajz és a turisztikai desztináció menedzsment egyaránt e két életrajzi ténnyel operál. A születési és a lakó(alkotó)hely fontos mérőföldkő, mivel kijelöli, hogy a tehetségek honnan indultak és milyen földrajzi környezetben lettek sikeres, társadalmilag elismert művészek. Az elemzésnek köszönhetően képet alkothatunk arról, hogy

milyen miliőben zajlott képességeik kibontakozása, továbbá, hogy befutásukat követően – amikor a lakóhelyválasztás terén vélhetően kevesebb korláttal szembesültek – milyen településeket tartottak ideális, ihlető otthonnak, alkotókörnyezetnek.



1. ábra A nem budapesti kötődésű MMA-tagok általános életpálya-mobilitási mintázatai.

Tengelyek: A – születési hely lélekszáma, B – lakóhely lélekszáma
jellegzetes csoportok: I/I.) – nagyot ugrók, I/II.) – kisvárosból nagyvárosba, II.) – megtartó központok népe, III.) – visszavonulók, IV.) – stabilak

Művészeti ágak: EK – egyéb képzőművész, EP – építész, FL – filmrendező, filmes szakember, FS – festőművész, FT – fotóművész, I – író, K – költő, KZ – komolyzenei művész,

NI – népi iparművész, NZ – népzeneész, SB – szobrász, SM – színművész, T – tudós

Forrás: saját szerkesztés az MMA adatbázis felhasználásával, 2025

Figure 1 General career mobility patterns of MMA members not based in Budapest

Axes: A – population of birthplace, B – population of current place of residence

Characteristic groups: I/I.) – great jumpers, I/II.) – from tiny town to great city, II.) – inhabitants of pleasant centers, III.) – leaving the busy cities, IV.) – stables

artistic branches: EK – other visual artist, EP – architect, FL – film director and filmmaking expert,

FS – painter, FT – photographer, I – writer, K – poet, KZ – classical musician,

NI – traditional craftsman, NZ – folk musician, SB – sculptor, SM – actor, T – scientist

Source: Compiled by the author using data from the MMA database, 2025

Az MMA-tagok születési és lakóhelye közti mobilitást kéttengelyű koordináta rendszerben ábrázoltuk, ahol az x tengely a születési hely, az y tengely a lakóhely (jelenkori) lélekszámát jelöli (1. ábra). A születési helyükön élő művészek esetében a két koordináta értéke értelemszerűen megegyezik, az őket jelölő pontok a diagram főátlóján sorakoznak. A budapesti és a nem budapesti kötődésű művészeket a torzulások elkerülése érdekében külön-külön elemeztük.

Nem budapesti kötődésű művészek

A magyar fővároshoz nem kötődő művészek életút-mobilitásában sajátos csoportosulások, „klaszterek” azonosíthatók, melyek egyúttal tipikus térbeli mobilitási mintázatokat alkotnak. Az elemzés során az alábbi, Magyarország Nemzeti Atlaszában harmadik, társadalommal foglalkozó kötetének településállományra vonatkozó fejezetéből (BELUSZKY, P.–Kovács, Z. 2021) kölcsönzött, néhány ponton átalakított kategóriarendszert alkalmaztuk a települések lakosságszám szerinti osztályozására: törpefalu: 100 főnél kisebb

népesség, aprófalu: 100–500 fő, kisfalu: 500–1000 fő, középfalu: 1000–2000 fő, nagyfalu: 2000–5000 fő, óriásfalu: 5000–10 000 fő, kisváros: 10 000–20 000 fő, középváros: 20 000–50 000 fő, nagyváros: 50 000–100 000 fő, regionális központ: 100 000–500 000 fő

I. csoport: Felfelé migrálók

I/I.) – Nagyot ugrók

A csoport tagjai kis népességű, falusias vagy kisvárosias településeken születtek és napjainkra szülőhelyüknél sokkalta népesebb településekre migráltak. Lakóhelyük méretbeli szórása igencsak jelentős, a középvárosoktól a regionális központokig sokféle település megtalálható köztük. A csoport művészeti ágak szerinti összetétele igencsak heterogén, bár nagyobb számban találunk tagjai közt költőket, színművészeket, építészeket.

I/II.) – Kisvárosból nagyvárosba

A csoport tagjai esetében mindössze „egy méretkategóriányi” váltás figyelhető meg, ami arra utal, hogy az illető művészek kibontakozása szempontjából kis- és középvárosias szülőhelyük nem jelentett érdemi akadályozó tényezőt, azonban valamiféle vélelmezhető kulturális, szellemi többlet mégis lakóhelyükhöz hasonló karakterű, de kissé népesebb településekre vonzotta őket.

II. csoport: Megtartó központok népe

A csoportba mindenekelőtt azon nagyvárosban és regionális központokban született művészek értendők bele, akik jelenleg is születési helyükön élnek. (Tágabb értelemben ide sorolhatók mindazok, akik az említett méretű településeken születtek és bár napjainkra születési helyükről elköltöztek, lakóhelyük többé-kevésbé egy méretkategóriába esik születési helyükkel.) E települések általában már tágabb térségüket is szervezni képes nagyvárosok és regionális központok, amelyek figyelemre méltóan nagy számban tudták megtartani a csoport többségét adó művészeti ág, az építészeti képviselőit. A jelenség tehát vélhetően arra utal, hogy a nagyvárosok és regionális központok kínálta miliő és a társadalmi-gazdasági környezet egy teljes építészeti életpályához elegendő szakmai muníciót, kihívást és nem utolsósorban megrendelést képes biztosítani, akár a legkiemelkedőbb építészeket is az adott helyen tartva.

III. csoport: Visszavonulók

A csoport tagjai nagyvárosias környezetben született művészek, akik azonban napjainkban már kisebb településekre, akár falvakba költöztek. A fő motiváció minden bizonnyal a fokozott tempójú városi életritmustól való elszakadás, a nyugodt, természethez közeli alkotói környezet megtalálása, amit a csoporthoz tartozó képzőművészek (festők, fotográfusok, grafikusok, népi iparművészek) jelentősebb száma is mutat.

IV. csoport: Stabilmek

A csoport elnevezése az ide sorolt művészek viszonylag erős helykötődésére utal. A jelenségben főként kistelepülések és középvárosok művészei érintettek, akik, ha el is hagyták születési helyüket, napjainkban is ahhoz hasonló méretű településen élnek, s vélhetően szülőhelyük atmoszférája, gyermekkoruk miliője is komoly szerepet játszott jelenkori lakóhelyük kiválasztásában. E csoport a legnépesebb, épp ebből fakadóan kevésbé homogén, így érdemes a benne elkülöníthető alcsoportokat is bemutatni.

IV/I.) – Megtartó kisközösségek tagjai

A csoporthoz sorolható művészek kivétel nélkül 5000 főnél kisebb településeken születtek, s bár szülőhelyükről elvándoroltak, napjainkban is hasonló méretű, de általánosságban véve kissé népesebb településeken élnek. A csoport tagjai közt sokféle művészeti ág művelői képviseltetik magukat; a többséget összességében véve az irodalmárok és képzőművészek alkotják, de előadóművészeket is találunk

köztük, ami egyértelműen mutatja, hogy a falvak elméletben a kreatív osztály bármely szeletének megnyerésében képesek sikereket elérni.

IV/II.) – Léptékváltók

Az I. csoporttal („Nagyot ugrók”) rokonítható klaszterbe azon művészek sorolhatók, akik falvakban születtek, s bár szülőhelyüket elhagyták, nem elsősorban nagyvárosias, sokkal inkább kis- és középvárosias lakókörnyezetet kerestek. Művészeti ágak közti megoszlásuk igencsak heterogén; a képzőművészek enyhe túlsúlya jellemző körükben.

IV/III.) – Életképes kisvárosok lakói

A csoporthoz a kisvárosban született és szülőhelyükön megmaradó művészek sorolhatóak. Jellemző sajátosság, hogy a kiemelkedő művészeit megtartani képes kisvárosok nem a méretkategória felsőbb, középvárosokhoz közelebb álló hányadából, hanem a falvak világához közelebb álló 10 ezer fő körüli népességű települések közül kerülnek ki.

IV/IV.) – Változó vonzerők között

A csoport tagjai középvárosban született és többnyire ott megmaradó, illetve a középvárosok felől a kisebb települések felé mozduló művészek. Tagjainak művészeti ágak közti megoszlásában az előadóművészek, művészettudósok enyhe többsége érzékelhető.

Budapesti kötődésű művészek

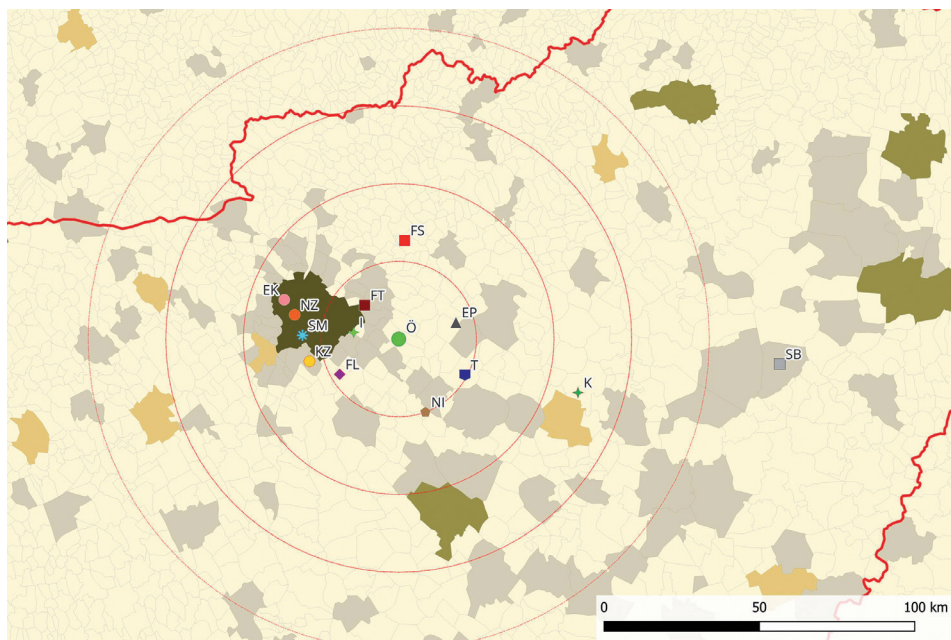
Az MMA-tagok között kiemelkedően magas (67,6%) a születési helyük és/vagy jelenkori lakóhelyük révén Budapesthez kötődők aránya. E kategórián belül a legnépesebb csoportot a Budapesten született és jelenleg is ott élő művészek alkotják, ami rávilágít a magyar főváros kiemelkedő tehetségtermelő és -megtartó képességére. A csoportban jóformán az összes művészeti ág képviselőit megtaláljuk, a legnagyobb arányban azonban a komolyzenei művészek képviseltetik magukat, ami a hazai klasszikus zenei élet erőteljes Budapest-központúságát sejteti. A Budapestre beköltözők születési helye szerinti megoszlás tekintetében a városok dominanciája a jellemző. A jelenség egyik magyarázata e települések kulturális életében rejlik, az érintett művészek karrierjét érintő, kibontakozási, tovább lépési korlátokra utalhat. A másik ok már a fővároshoz nem kötődő művészek esetében is kiütközött: a szülőhelyüket elhagyó művészek ritkán ugranak át több település-nagyságrendi kategóriát; általában inkább hasonló karakterű, de szülőhelyüknél valamivel népesebb településeket részesítenek előnyben, melyek az élénkebb kulturális élet mellett ifjúságuk miliőjéből is képesek visszaadni valamit. Itt kell arra is rámutatni, hogy a határon túli művészek esetében Budapest kínálja a legjobb lehetőséget a magyar és a nemzetközi kulturális élet vérkeringéséhez való kapcsolódásra; e tekintetben a hazai regionális központok nem számítanak igazán versenyképesnek.

A Budapestről kiköltözők esetében azonban – a klasszikus dezurbanizációs trendekkel egybevágó – fordított a helyzet: a Budapestet elhagyó művészek döntő többsége a vidékies környezetet keresi, főként a népesebb falvakat, kisebb városokat választja lakóhelyéül. A komolyzenei művészek esetében ugyanakkor a regionális központok felülreprezentáltak a Budapesten született, de onnan kiköltözők között. A jelenség hátterében vélhetően az állhat, hogy a komolyzenei művészeti ágban a fővárosi piac némiképp túltelített, s egy-egy népesebb vidéki centrum szimfonikus zenekarának, színházának zenei vezetői posztja vonzó karrierépítési lehetőséget, országosan is elismert pozíciót jelent.

A művészek lakó(alkotó)helyi súlypontjai

Az MMA-tagok lakóhelyének térbeliségében a Kárpát-medencét tekintve három térség-típus markáns, súlyponti szerepe azonosítható. Az első maga Budapest, melynek kiemelkedő jelentőségéről a fentiekben említést tettünk, és amely általános népesedési súlyát sok-

szorosan felülreprezentáló mértékben tömöríti a magyar művészeket. Budapest az egyetlen olyan település, amelyben kivétel nélkül minden művészeti ág képviselőinek lakóhelyével találkozhatunk. A másik kiemelkedő térségtípus a fővárosi agglomeráció, különösen annak északi, északnyugati fele, amely szintén igen nagyszámú és sokféle művészeti ághoz kötődő MMA-tag lakóhelyéül szolgál. Vonzerejét egyrészt a főváros közelsége, másrészt a természeti környezet, a szemet gyönyörködtető zöldterületek, harmadrészt az itt fekvő települések gazdag multikulturális (német, szerb, szlovák kisebbség) örökségére épülő organikus fejlődése adja (az első kiköltözők közössége multiplifikálta a helyi művésztsadalom megerősödését, amely hatott az érintett városok és falvak prosperálására (lásd Szentedre)). A harmadik kiemelkedő térségtípust a regionális központok jelentik. E települések – ide értve a határokon túliakat is – jelentős mértékben vonzották a művészeket, amely mögött a jobb életkörülmények, a pezsgő kulturális élet, a felsőoktatásba, különösen a művészeti képzésbe való bekapcsolódás lehetősége húzódik. Negyedik lakóhelyi gócként említhető a Balaton északi térsége, a Balaton-felvidék, amely azonban turisztikai vonzerejéhez, egyedülálló természeti környezetéhez, kulturális miliójához mérten meglehetősen alulteljesít az MMA-tagok között (idényszerűen, üdülési, pihenési, inspirálódási céllal vélhetően művészek sokasága keresi fel a térséget).



2. ábra Vizsgált MMA-tagok lakóhelyeinek térbeli súlypontja művészeti áganként.

Művészeti ágak: EK – egyéb képzőművészek, EP – építészek,
FL – filmrendezők és filmes szakemberek, FS – festőművészek, FT – fotóművészek, I – írók, K – költők,
KZ – komolyzenei művészek, NI – népi iparművészek, NZ – népzeneészek,
SB – szobrászok, SM – színművészek, T – tudósok, Ö – összes vizsgált művész

A térképen látható koncentrikus körök az összesített súlyponttól mért 25, 50 75 és 100 km-es távolságot szemléltetik.

Forrás: saját szerkesztés az MMA adatbázis felhasználásával, 2025

Figure 2 Mean centers of the place of residence of the MMA members surveyed by artistic branches

Artistic branches: EK – other visual artists, EP – architects, FL – film directors and filmmaking experts, FS – painters,

FT – photographers, I – writers, K – poets, KZ – classical musicians,

NI – traditional craftsmen, NZ – folk musicians, SB – sculptors, SM – actors, T – scientists, Ö – overall

Concentric circles seen on the map indicate the 25, 50, 75, and 100 km distances, measured from the overall mean center.

Source: Compiled by the author using data from the MMA database, 2025

Az egyes művészeti ágak képviselőinek lakóhelye által kirajzolt térbeli mintázatok bemutatása érdekében területi súlypontszámítást végeztünk (2. ábra). Az összes művész lakóhelyének koordinátaiból számított középpont az ország földrajzi középpontjától (Pusztavacs) valamelyest északabbra, Gomba község közigazgatási területén található. A nagyszámú művészt tömörítő Budapest torzító hatása jelentős, egyes művészeti ágak képviselői (kitüntetetten a színészek) esetében a súlypont egyenesen a magyar főváros közigazgatási területére esik. Budapest meghatározó jelentőségét és az MMA-tagok lakóhelyének művészeti áganként meglehetősen hasonló térbeli eloszlását mutatja, hogy a súlypontok közül mindössze két olyan van, amely az összesített súlypont 50 km-es körzetén kívül esik, az írók és a szobrászok esetében a nagyszámú, Erdélyben élő művész „tolja” keletebbre a térbeli eloszlás centrumát. A népi iparművészek lakóhelyi gócpontjának relatíve Budapest-közi elhelyezkedése mutatja a súlypontszámítás azon gyengeségét, miszerint az egyenletes eloszlás is „központosíthat”: a keramikusok, a fafaragók, a különböző textíliákkal és bőrrel dolgozók csoportjába tartozók kifejezetten nagy számban, az ország területét jól lefedve élnek vidékies karakterű, sajátos alkotótevékenységüknek megfelelő miliőt kínáló településeken, mégis a Budapest közelség lesz lakóhelyi gócuk eredője.

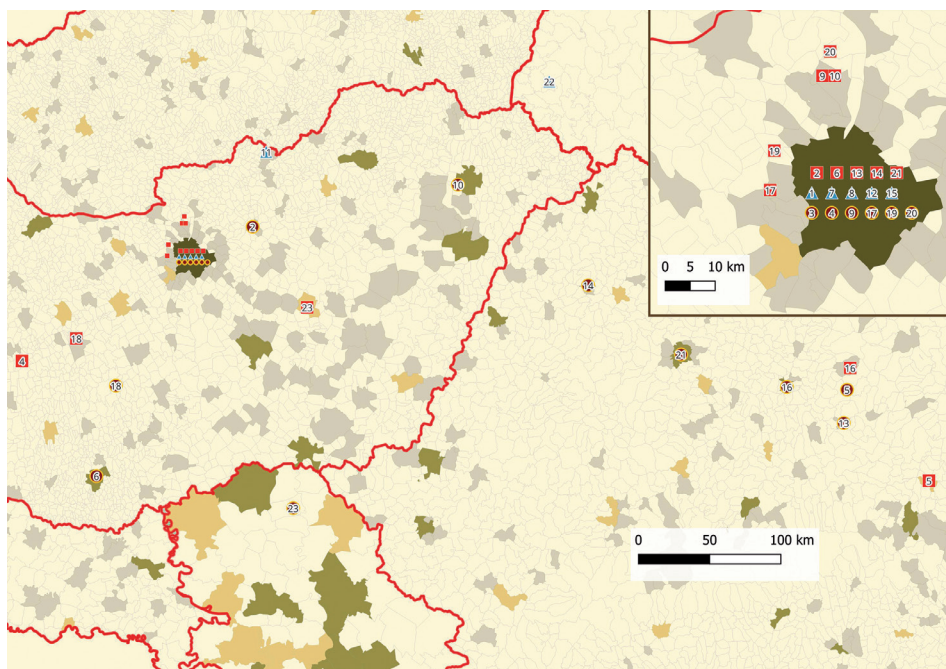
A festőművészek életpálya-mobilitása

Bár az MMA-tagok között a festőművészek mintája meglehetősen kicsi (23 fő), születési és lakóhelyük által kirajzolt életpálya-mobilitás lehetőséget kínál az általuk alkotott művészeti ág sajátosságainak feltárására. Esetükben minden tekintetben viszonylagos szórtságról beszélhetünk, mind a település földrajzi elhelyezkedése, mind a lakosság-szám alapján vizsgált kategóriákat tekintve (3. ábra). Erdély szerepe figyelemre méltó, az 1920-as trianoni békediktátummal elcsatolt térségből származó festőművészek száma vetekszik a magyar vidékkel, Erdély tehát a helyi kötődésű festők megtartására is képesnek bizonyult. A festőművészek kapcsán is Budapest és az agglomerációja számít leginkább vonzó lakóhelynek; a magyar főváros kitüntetett pozícióját mutatja, hogy azon települések közé tartozik, melyek képesek voltak szülőhelyükön megtartani a festőket. Miközben a Balaton-felvidéknek sikerült két festőművészt megnyernie, az ország többi térsége összességében véve jóformán teljesen elveszítette a helyi születésű alkotóit.

Magyar festők, akiknek a neve a tájjal egybe forrott

A tehetséggel összefüggő társadalmi elismerés kifejezésének egyik formája a díjazás. Magyarországon az 1948-ban alapított Kossuth-díj a kultúra művelésének és ápolásának elismeréséért járó legrangosabb állami kitüntetés. Eddig 80 festőművész részesült Kossuth-díjban, akik közül Egry Józsefet (1883-1951) a Balaton, Koszta Józsefet (1861-1949) az Alföld, Szőnyi Istvánt (1894-1960) a Dunakanyar festőjeként tartják számon. Érdekesség, hogy egyikőjük sem a saját szülőhelyén találta meg az alkotáshoz szükséges inspiratív atmoszférát, légvonalban Egry kb. 40 km-re, Koszta 220 km-re, Szőnyi 25 km-re. Tehát a napvilágot a mai Románia területén fekvő Brassóban meglátó és Szentesen letelepedő Kosztán kívül, a közelség és a táji kötődés hatása érvényesülhetett. A három tájképfestőt a tehetségüket visszaigazoló Kossuth-díjon kívül az teszi egyaránt megkülönböztetetté, hogy alkotóműhelyüknek otthont adó településen múzeum szolgálja emlékezetük megőrzését.

2019 a globális és a hazai turizmus rekordévének tekinthető, a Covid-19 világjárvány kitörését megelőző időszakban sorra dőltek meg a korábbi látogatószámok. Így például a kizárólag egy festőművész teljes életművére fókuszáló kulturális intézmények között az amszterdami Van Gogh Múzeum 2,1 millió látogatót fogadott, 16%-uk Hollandiából érke-



3. ábra Magyar festőművészek születési és lakóhelye

Szimbólumok jelentése: kör – festőművész születési helye, négyzet – festőművész jelenlegi lakóhelye, háromszög – születési helyén élő festőművész

Festőművészek: 1 – Bertalan György, 2 – Veress Sándor László, 3 – Lakner László, 4 – Somogyi Győző,

5 – Vinczeffő László, 6 – Szunyoghy András, 7 – Szemadám György, 8 – Véssey Gábor,

9 – Kárpáti Tamás, 10 – Aknay János, 11 – Földi Péter, 12 – Pataki Tibor, 13 – Eleki Károly, 14 – Jovian György,

15 – Barabás Márton, 16 – Kuti Dénes, 17 – Keresztes Dóra, 18 – Filep Sándor,

19 – Lajta Gábor, 20 – Baksai József, 21 – Szotyory László, 22 – Erfán Ferenc, 23 – Verebes György

Forrás: saját szerkesztés az MMA adatbázis felhasználásával, 2025

Figure 3 Birthplaces and places of residence of Hungarian painters

Symbols: circle – painter's birthplace, square – painter's current place of residence, triangle – painter currently living in her/his birthplace

Painters: 1 – György Bertalan, 2 – Sándor László Veress, 3 – László Lakner, 4 – Győző Somogyi,

5 – László Vinczeffő, 6 – András Szunyoghy, 7 – György Szemadám, 8 – Gábor Véssey,

9 – Tamás Kárpáti, 10 – János Aknay, 11 – Péter Földi, 12 – Tibor Pataki, 13 – Károly Eleki, 14 – György Jovian,

15 – Márton Barabás, 16 – Dénes Kuti, 17 – Dóra Keresztes, 18 – Sándor Filep,

19 – Gábor Lajta, 20 – József Baksai, 21 – László Szotyory, 22 – Ferenc Erfán, 23 – György Verebes

Source: compiled by the author using data from the MMA database, 2025

zett, 18%-uk pedig diák volt (Van Gogh Múzeum statisztikája, 2019). Ugyan Van Gogh alkotásai elsősorban az amúgy is rendkívül népszerű Amszterdam turizmusát élénkítik, szülővárosa, az Észak-Brabant tartománybeli Zundert a *Vincent van GoghHuis* kínálatával igyekszik a település márkáját és a turisztikai kereslet volumenét egyaránt erősíteni. Miközben 2019-ben az amszterdami Van Gogh Múzeumot naponta mintegy hatezren keresték fel, addig a világ egyik legismertebb magyar származású, pályája nagy részét Franciaországban töltő festőművészenek életművét bemutató állandó kiállításra, a pécsi Victor Vasarely Gyűjteményre mindössze 18 ezren voltak kíváncsiak, harmada diák, ötöde külföldi (*1. táblázat*). Megdöbbentően alacsony Egry, Koszta és Szonyi alkotásaihoz kötődő kiállítóhelyek látogatottsága is, az okok feltárása meghaladná a jelen értekezés kereteit, ezért itt csak annyit jegyzünk meg, hogy egyik település sem tudja megfelelően kihasználni az adott helységet, illetve tágabb környezetét egykor megfestő művész már-

kaépítési potenciálját. Se Badacsonytomaj, se Szentes hivatalos honlapjának nyitó oldalán nem találkozunk Kossuth-díjas hírességükre való utalással, Zebegény esetében azonban már az online kapuban fogad minket egy, a Szőnyi István Emlékmúzeumban megrendezésre kerülő program, de festmény itt sem képezi a marketingkommunikáció részét.

1. táblázat – Table 1

Festőművészeknek emléket állító múzeumok látogatottsága Magyarországon
a Covid-19 világjárványt megelőző turisztikai rekordévben (2019)
Visitor numbers at museums commemorating painters in Hungary in the record
tourist year preceding the Covid-19 pandemic (2019)

Megnevezés (település)	Látogatók száma összesen (fő)	Az összes látogatóból	
		Diák (fő)	Külföldi (fő)
Egry József Muzeális Kiállítóhely (Badacsonytomaj)	3320	419	25
Kosztá József Múzeum (Szentes)	8550	3992	158
Szőnyi István Emlékmúzeum (Zebegény)	5871	1089	92
Victor Vasarely Gyűjtemény – Janus Pannonius Múzeum (Pécs)	17 713	6767	2690
Magyar Nemzeti Galéria (Budapest)	400 122	72 314	160 049

Forrás: MuzeumStat

Az üdítő kivételek (pl. Uffizi Firenzében, MoMA New Yorkban, Ermitázs Szentpéterváron) ellenére az egyes nemzetek legnagyobb, gyakran világhírű festőművészeinek alkotásait bemutató múzeumok fővároscentrikusak és egy-egy korszakra vagy markáns stílusirányzatra koncentrálnak (pl. a párizsi Musée d’Orsay az impresszionistákra), illetve „összművészeti” (pl. madridi Museo del Prado, bécsi Österreichische Galerie Belvedere). Budapesten nem található olyan önálló intézmény, amelyet dedikáltak egy magyar vagy magyar származású festőművész állandó, a főváros turisztikai kínálatába integrált kiállításaként vagy emlékházaként értelmezhetnénk (A VII. kerületi Nefelejcs utcában működő Róth Miksa Emlékház és Gyűjtemény látogatói statisztikája hosszú ideje nem elérhető, és jelen kézirat összeállításakor, 2025 nyarán, a turisztikai főszezonban zárva tart; a Victor Vasarely életművét bemutató állandó kiállítást [Vasarely Múzeum] a Szépművészeti Múzeum gondozza a III. kerületi Szentlélek téren). Budapest leggazdagabb, külföldiek által is előszeretettel látogatott festménygyűjteménye a Magyar Nemzeti Galériában tekinthető meg, ahol Egry József, Koszta József és Szőnyi István életművének egy-egy alkotása is kiállításra került.

Egy magyar festőművész településhez való kötődésének eklatáns példája Egry József 1928-ban készült, „Kilátás a badacsonyi műteremből” című kompozíciója (4. ábra). Egry József 1918 és 1939 között élt a badacsonytomaji préházból átalakított nyaralóban (LÁNCZ S. 1994). A műterem ablakán kinézve látszanak a település házai, háttérben a Badacsony jellegzetes tanúhegy formája, és az éles szemű megfigyelő észreveheti a zongora tetején árválkodó kis képet, ami a művész szíve csücskét képező Balatont ábrázolja. Nincs arra vonatkozó bizonyíték, hogy Egry József munkássága direkt hatást váltott volna ki a Balatonra irányuló turizmus katalizálását illetően, ilyen szándéka valószínűleg magának a művésznek sem volt, azonban alkotásai jelentős mértékben hozzájárultak a Balaton nemzeti identitásba történő beépüléséhez, a térség imázsának és szélesen értelmezett

kulturális presztízsének növeléséhez, indirekt módon a badacsonyi táj turizmusban hasznosuló kultikus helyé válásához.



4. ábra Egry József festménye 1928-ból. Kilátás a badacsonytomaji műterméből

Forrás: Kieselbach Galéria és Akciósház engedélyével

Figure 4 Painting by József Egry from 1928. View from his studio in Badacsonytomaj

Source: Based on permission of Kieselbach Gallery and Auction House

Összefoglalás

A tanulmány a magyar festőművészek településmárkázásban betöltött, pontosabban betöltendő szerepét vizsgálta a talentum- és a turizmusföldrajz elméleti szintézisében. A művészi életművek és a helyhez kötött kulturális örökség kapcsolatát korábban elsősorban a turisztikai attrakcióként is funkcionáló építészeti alkotások kapcsán közelítették, míg a festőművészet turizmusformáló potenciálja kevesebb figyelmet kapott. A szerzők arra kérdésre keresték a választ, hogy a jelentős társadalmi elismertségnek örvendő magyar festők életpályája, kitüntetetten a születési és a lakóhelyük, valamint az életút mérföldkövei által inspirált alkotásaikban megjelenített tájak képesek-e hozzájárulni az érintett térségek márkaértékének növeléséhez és a turisztikai kereslet élénküléséhez. A tanulmány különös hangsúlyt fektetett az alkotó–mű–hely viszonyrendszer feltérképezésére. A vizsgálat két fő adatbázisra épült: egyrészt a néhai Kossuth-díjas festőművészekre, másrészt a Magyar Művészeti Akadémia (MMA) jelenlegi tagjaira. A szerzők az MMA-tagok születési és lakóhelyét térképes módszerrel elemezték, elsősorban az életpálya- mobilitás és a jelenlegi lakóhely eloszlás művészeti ággal meglévő kapcsolódásait vizsgálták. Megállapítást nyert, hogy Budapest – hasonlóképp a főváros agglomerációjának északnyugati szektorához és a 100 ezer főnél népesebb településekhez – a művészvilágban is központi szerepet tölt be, alapvetően a tehetségek megtartó

és vonzó gravitációs centruma. A szerzők három ikonikus magyar festő – Egry József, Koszta József és Szőnyi István – példáján keresztül rávilágítottak arra, miként válhat egy-egy település márkájának formálójává a művészeti életmű. Ugyan a vizsgálatba vont művészek esetében nem igazolható közvetlen, nagy volumenű turistaáramlás, életük és alkotásaik határozottan hozzájárultak Badacsony, Szentés és Zebegény kulturális pozíciójának megerősödéséhez. Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a magyar festészet, noha kevésbé tekinthető a turizmus katalizátorának, fontos szerepet tölt be a nemzeti és területi identitásképzésben, a nemzetközi példák alapján a jövőben képes lehet értékalapú, fenntartható turizmus megalapozására. A tanulmány implicit módon a településmarketing egy alulértékelt dimenziójára hívta fel a figyelmet: a művészi életművek nem csupán esztétikai, hanem térformáló erővel is bírnak. A festők emlékeztetének és alkotásainak professzionális márkázása és a helyszínekhez való tudatos kapcsolása új lehetőségeket kínál a turisztikai desztináció menedzsmentben tevékenykedőknek.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány elkészülését a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal OTKA K134877 pályázata támogatta. A szerzők e helyen mondanak köszönetet a HUN-REN CSFK Földrajztudományi Intézetnek, amely az általa meghirdetett tehetséggondozó program keretében lehetőséget biztosított Farkas Mártonnak kutatása megvalósítására.

FARKAS MÁRTON

ELTE Földtudományi Intézet, Budapest

HUN-REN CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest

farkasmgeo@student.elte.hu

MICHALKÓ GÁBOR

HUN-REN CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest

Pannon Egyetem, GTK, Veszprém

michalko.gabor@csfk.org

IRODALOM

- ASHWORTH, G. 2009: The instruments of place branding: How is it done? – *European Spatial Research and Policy* 16. 1. pp. 9–22.
- BAUMANN, C. – KNOWLES, J. – TIMMING, A. R. – PRICE, D. P. – DAHANA, W. D. – SHEN, Y. 2024: Necro-branding: Elvis Presley as a necro-celebrity. – *Celebrity Studies* pp. 1–28.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2024.2393804>
- BAZSA Gy. 2025: A magyar, a magyar születésű és a magyar származású Nobel-díjasok. – *Magyar Tudomány* 186. 1. pp. 109–127.
- BELUSZKY P. – KOVÁCS Z. 2021. Településállomány. In: Kocsis K. (főszerk.): *Magyarország Nemzeti Atlasza – Társadalom*. Budapest, CSFK Földrajztudományi Intézet. pp. 108–115.
- BERKI M. 2015: A térbeliség trialektikája. – *Tér és Társadalom* 29. 2. pp. 3–18.
- BIRÓ A. Z. – SÁROSI-BLÁGA Á. – SZÉKELY K. K. – SILLÓ Á. 2019: Helyi elitek szerepe a helyi fejlesztésben. – In: *Vidék és társadalom. Domus csoportos kutatási programok. Státus Kiadó, Madéfalva*. pp. 167–192.
- BUSKÓ T. L. – TÓZSA I. 2018: *Településmarketing*. – Dialóg Campus Kiadó, Budapest. 146 p.
- CONSTABLE, W. G. 1976: *Canaletto: Giovanni Antonio Canal 1697–1768*. – Oxford University Press, London.
- CSORDÁS L. 2022: A második otthon jelenség, mint térbeli és időbeli diffúziós folyamat és annak hatásai. – *Gradus* 9. 2. pp. 1–10.
- DERECSEI A. – HURTA H. 2008: Regionális kreativitás. – *Tér és Társadalom* 22(2) pp. 41–52.

- DÜLL A. 2025: Várostapasztalás: Környezetpszichológiai gondolatok a multiszenzoriális városról – In. Izsák É. – S. NAGY K. – DÜLL A. (szerk.): Város-változások. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest. pp. 154–172.
- EGEDY T. – KOVÁCS Z. – SZABÓ B. 2014: A kreatív gazdaság helyzete Magyarországon a globális válság időszakában. – In. TÓZSA I. (szerk.): Turizmus és Településmarketing. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Budapest. pp. 17–26.
- FLORIDA, R. 2019: The Rise of the Creative Class – Basic Books, New York. 512 p.
- FLORIDA, R. – MELLANDER, C. – ADLER, P. 2015: Creativity in the City. – In. JONES, C. – LORENZEN, M. – SAPSED, J. (szerk.): The Oxford Handbook of Creative Industries. Oxford University Press, Oxford. pp. 96–116.
- GALLAMASO, J.D. 2023: A Philosophy of Place: Place Attachment and the Dynamics of Change. – Ignatian 1. 1. pp. 1–13.
- GYÓRI F. – MÁTYÁS SZ. – MORVAI T. – KOCIS K. 2024: Magyar tehetségföldrajz. – In. Kocsis K. (főszerk.): Magyarország Nemzeti Atlasza – Állam és nemzet. HUN-REN CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest, pp. 168–181.
- GYÓRI F. 2011a: A tehetségterképektől a tehetségföldrajzig. – Tér és Társadalom 25(4) pp. 38–59.
<http://doi.org/10.17649/TET.25.4.1874>
- GYÓRI F. 2011b: Tehetségföldrajz: Magyarországi vizsgálatok. – Egyesület Közép-Európa Kutatására, Szeged-Pécs. 205 p.
- ILYÉS Gy. 1939: Ki a magyar? – Stádium Nyomda, Budapest, 32 p.
- JANKÓ F. 2002: A hely szelleme, a településimage és településmarketing. – Tér és Társadalom 16. 4. pp. 39–62.
- KAVARATZIS, M. – ASHWORTH, G. 2008: Place marketing: how did we get here and where are we going? – Journal of Place Management and Development 1. 2. pp. 150–165.
- KOPASZ G.G.B. 2022: A motiváció, mint a tehetség egyik összetevője és a tehetségszűrés egyik lehetséges tárgya. – OxIPO 4. 1. pp. 21–34.
- KOPASZ G.G.B. 2024: Kreativitás és tehetség – A kreativitás, mint a tehetség egyik komponense. – OxIPO 6. 3. pp. 45–58.
- KOZMA, G. 2009: Place marketing in Hungary: the case of debrecen. – European Spatial Research and Policy 16. 1. pp. 59–74.
- LÁNCZ S. 1994: Egy József – Gondolat, Budapest. 310 p.
- LEPORI, G. M. 2021: A nonrandom walk down Hollywood boulevard: Celebrity deaths and investor sentiment. – Financial Review 56(3) pp. 591–613.
- MÁTYÁS SZ. 2021: A Kárpát-medence táltumföldrajza. – Szerzői kiadás (Mátyás Szabolcs és Társa). Debrecen, 560 p.
- MICHALKÓ G. 2023: A jó hely – egy turizmusorientált koncepcióvázlat – Tér és Társadalom 37. 4. pp. 30–50.
- PAPP-VÁRY Á. F. 2021: Az influencer marketing növekvő szerepe a városmárkázásban-Inspiráló nemzetközi példák Kecskemét városának. – Gradus, 8(4) pp. 58–66.
- PAPP-VÁRY, Á.F. 2017: The role of logos in place marketing – with examples of Hungarian cities – Journal of International Education in Business 57. 5. pp. 198–208.
- PISKÓTI I. 2014: A települések marketingjének holisztikus modellje és jó megoldásai a turizmusban. – In. TÓZSA I. (szerk.): Turizmus és Településmarketing. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Budapest. pp. 7–16.
- PISKÓTI I. 2021: Az én városom – identitás – elégedettség – kötődés – márka és a belső városmarketing. – Gradus 8. 4. pp. 46–57.
- PISKÓTI I. 2023: Kisvárosmarketing megoldások – Identitás és közösségépítés a települési célok elérése, lakóhely-vonzóerő növelése érdekében. – In. HETESI E. (szerk.): Megváltozik-e a nonbusiness marketing szerepe a globális trendek hatásaira? Szegedi Tudományegyetem, Szeged. pp. 40–55.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2011: Az attrakciótól az élményig: a látogatóménedzsment módszerei – Akadémiai Kiadó, Budapest. 341 p.
- TÓZSA I. 2014: A településmarketing elmélete. – In. TÓZSA I. (szerk.): Turizmus és Településmarketing. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Budapest. pp. 129–158.
- Van Gogh Múzeum statisztikája, 2019. Letöltve: 2025. július 2. https://www.vangoghmuseum.nl/en/about/news-and-press/press-releases/van-gogh-museum-2019-number-of-dutch-visitors-continues-to-rise?utm_source=chatgpt.com