

Trónok harca: Sorozatnézésből utazási szándék⁴⁹

MITEV ARIEL ZOLTÁN

PhD, Budapesti Corvinus Egyetem, ariel.mitev@uni-corvinus.hu

IRIMIÁS ANNA

PhD, Università degli Studi di Trento, annarita.irimias@unitn.it

MICHALKÓ GÁBOR

MTA doktora, Budapesti Corvinus Egyetem, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet,
gabor.michalko@uni-corvinus.hu

Absztrakt

Kutatásunkban arra keressük a választ, hogy a Trónok harca sorozat nézése utazási szándékká, milyen lépcsők vezetnek ahhoz, hogy a TH-világába belépő nézőben megfogalmazódjon annak a szándéka, hogy a képernyőn látott helyszíneket válassza utazási célterületként. Menedzsment szempontból fontos kérdés, hogy elegendő-e növelni a sorozatnézés intenzitását és az automatikusan gerjeszti az utazási szándékot, vagy vannak közbenső lépések, ahol eredményesebben lehet beavatkozni a folyamatba? A hipotézisek bemutatásánál GEERIG (1993) narratív transzport elméletére építettünk. Az elemzéshez PLS-SEM modellt használtunk, amely megfelelő feltáró modellalkotásnál. Eredményeink rámutatnak arra, hogy az intenzív TH-nézés pozitívan hat az utazási szándékra, ugyanakkor ez a direkt hatás viszonylag gyenge. Az esképizmus és az elmerülés jelentős mértékben mediálja a TH-nézés és az utazási szándék közti kapcsolatot.

Kulcsszavak: Trónok harca, turizmus, narratív transzport, PLS-SEM

Abstract

The paper analyses the process on how the engagement in television series might lead to the actual travelling to the tv series locations. Managerial implications such as increasing the intensity of watching Game of Thrones (GoT) episodes are explored aiming to make viewers to become travellers. To form the research hypothesis Geering's (1993) narrative transport theory was applied. Partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) was deemed suitable to data analysis. Findings show that strong GoT engagement, although with weak direct impact, positively effects travel intentions. Escapism and involvement significantly influence the relation between GoT watching habits and travelling intentions.

Keywords: Game of Thrones, travel intention, narrative transport theory, PLS-SEM

⁴⁹ A kutatást az MTA Bolyai János Kutatási Ösztöndíj pályázata támogatta.

1. Trónok harca jelenség a turizmusban

A George R. R. Martin amerikai író és forgatókönyvíró nevéhez fűződő „Tűz és jég dala” című *fantasy* könyvsorozat-folyam nyitó kötetéről, a „Trónok harcáról”⁵⁰ elnevezett, 2011-ben debütált HBO filmprodukciónak jelenleg a 7. évadnál jár. Az évek során számos Emmy-díjat elnyert, évadonként tíz részből álló, epizódonként átlag 55 perc időtartamú filmsorozat hatalmas rajongótáborral rendelkezik, amelynek tagjai nem csupán a televízió képernyője előtt, hanem a legkülönbözőbb internetes közösségi fórumokon és filmes eseményeken követik, illetve generálják a mozival kapcsolatos híreket, fejleményeket. Több filmforgatási helyszín is a „Trónok harca” rajongók zarándokhelyévé vált, így a városi, a kulturális és filmturizmus-kutatók is felfigyeltek a jelenségre (BEETON, 2016). A *fantasy* irodalomra és az abból készült mozikra jellemző történelmi és földrajzi beágyazódás a „Trónok harca” filmsorozatban is jelen van, előbbi kapcsán alapvetően a XIV.–XV. század építészete, harcászata és életmódja, utóbbi vonatkozásában egyszerű geográfiai fogalmak és hozzájuk rendelt értékek, mint például a zord észak vagy a déli kígyófészek jelennek meg (MARSHALL, 2015). Miközben a filmsorozat a szerző és a dramaturg fantáziavilágának helyszínein játszódik, már a főcímben bemutatásra kerülő topográfiai kalauz is az ebben való eligazodást segíti, és a bemutatott tájak és városok utazásra motiválhatják a nézőket (MITEV et al. 2017). A hatalomért folyó küzdelem mögött meghúzódó igen kusza családtörténeti szálak kibogozását homloktérbe állító filmsorozat viszonylag egyszerű sémákkal operál, így az intrika, az erőszak, a szex és a harc képezik a történet legfontosabb pilléreit (STANTON, 2015).

1.1 Filmnézés mint utazás

A filmnézés is felfogható utazásként (utazás a történetben, a térben, időben, helyszínek között, egy új világba kalauzol el stb., utaznak a gondolatok, a képzelet). A forgatókönyv az útikönyv, a szereplők pedig az idegenvezetők, akik végigkísérnek a helyszíneken (BUSBY – KLUG, 2001). Az irodalmi élményeket vizsgálva GERRIG (1993) is arra jutott, hogy történet-befogadás az utazás élményéhez hasonlítható: az utazó ugyanis eltávolodik az egyik világtól (eredeti, kiinduló állapot, hétköznapi világ) egy másik világba (pl. *fantasy* világ, Trónok harca világa) bizonyos eszközök segítségével (pl. olvasással vagy filmnézéssel), és mire visszatér az eredeti kiindulási pontra, az út során valamelyest megváltozik. GERRIG (1993) erre a jelenségre a „transzport” és a „transzportálva lenni” kifejezéseket használja⁵¹, GREEN és BROCK (2000) azonban már transzportációról ír, amelynek során a történet befogadója áthelyeződik, „átszállítódik” a fikció világába, és átmenetileg inkább ott van jelen, mint a valódi környezetében (BÁLINT, 2015). Bár ez a folyamat többnyire automatikusan, első pillantásra különösebb erőfeszítés nélkül jön létre, azonban a transzportált állapotban a befogadót élénk képzeleti aktivitás valamint intenzíven átélt érzelmek jellemzik (GREEN, 2004).

2. Narratív transzport a Trónok harca nézőinél

Kutatási kérdésünk, hogy miként lehet a Trónok harca (TH) sorozat nézését utazási szándékká változtatni, milyen lépcsők vezetnek ahhoz, hogy a TH-világába belépő nézőben megfogalmazódjon annak a szándéka, hogy a sorozatban bemutatott helyszínekre induljon. Kérdésként merül fel, hogy menedzsment szempontból elegendő-e növelni a sorozatnézés

⁵⁰ A Trónok harcát a továbbiakban TH-nak rövidítjük.

⁵¹ Gerrig az olvasók által használt kifejezésekből indul ki, magyarul leginkább úgy lehet fordítani, hogy „magával ragadott” vagy „elsodort” a történet, esetleg „beszippantott” a film.

intenzitását és az automatikusan gerjeszti az utazási szándékot vagy vannak közbenső lépések, amelyekre jobban hatást lehet gyakorolni?

E kérdések megválaszolásához GEERIG (1993) narratív transzport-elméletét⁵² hívjuk segítségül, amit minek az alábbi elemei vannak:

1. valakit („az utazót”) elszállítják vagy inkább elragadják (az angol transport kifejezés mind a kettőnek megfelelő)
2. valamilyen szállítóeszközön
3. miközben aktív tevékenységeket végez
4. az utazó eltávolodik az eredeti világtól
5. emiatt az eredeti világ bizonyos összetevői hozzáférhetetlenek lesznek számára
6. az utazó visszatér az eredeti világra, de az utazás valamennyire megváltoztatta.

Ezek az elemek némileg összevonhatók és átstrukturálhatók az alábbiak alapján:

- *Az utazót valamilyen szállítóeszközön elszállítják (TH nézése)*

GIBSON (1980) szerint minden alkalommal, amikor egy új mű első oldalába lapozunk bele, egy új kalandba vágunk bele, amelynek során új emberek leszünk. Regények, anekdoták, vagy filmek kiváló narratív szállítóeszközök lehetnek. Emily Dickinson amerikai költőnő kifejezésével élve „Nincs olyan vitorlás, mint a könyv / mely messzi elragad”⁵³. A Trónok harca nagyszerű szállítóeszköznek bizonyul, amelyre évről évre egyre többen szeretnének felszállni.

Ám mindeközben az utazónak aktív tevékenységet kell végeznie. Bár az elszállítva kifejezés a közlekedésben passzivitást sugall (hiszen akit szállítanak, az tehetetlen), a narratíva csak úgy képes szállítani, ha a befogadó aktívan közreműködik ebben (GEERIG, 1993). A narratív transzport tehát olyan szállítás, ahol a befogadó a kormányos. A passzív és aktív aspektus egyszerre van jelen, hiszen egyrészt a befogadó hagyja magát elsodorni, másrészt ez aktív erőfeszítés nélkül nem működik.

BORDWELL (1996) vitatja, hogy a filmnézés passzív időtöltés lenne, hanem sokkal inkább egy komplex, jártasságot igénylő tevékenységként írható le, és a kerékpározáshoz hasonlóan (mely első pillantásra gondtalan szórakozásnak tűnik) számtalan begyakorolt műveletre épül. Ráadásul a TH sorozat nézésekor a nézők nem várják passzívan, hogy a sorozat elragadja őket, hanem tudatosan törekszenek arra, hogy ez megtörténjen.

- *Az utazó valamelyest eltávolodik eredeti világtól (Eszképizmus)*

A TH nézése közben a befogadó egyre inkább távolodik attól a világtól, ahonnan indul (vagyis a sorozatnézés előtti állapottól), miközben egyre inkább kiszakad a hétköznapi világtól, ami valójában eszkepizmus. Bár számos, a narratív világban uralkodó törvényszerűséget nem jelenít meg annak alkotója, ugyanakkor meglehetősen száraz és unalmas lenne, ha minden egyes szabály bemutatásra kerülne, emiatt csak a legfontosabb eltérésekre fókuszálnak az alkotók. Az „önmagunkhoz viszonyítás kritériuma” tehát ebben az esetben is működik, vagyis feltételezzük, hogy ami a mi világunkban (kultúránkban) működik, az igaz lesz a narratív világban is. A TH-ban fokozatosan vezetik be azokat a tényezőket, amelyek a mi világunktól eltérnek. Bár építenek némi történelmi ismeretekere (középkori lovagok, várak, királydrámák, csaták, boszorkányok, sárkánymítoszok), a varázslat bemutatása fokozatosan, kisebb adagokban történik.

⁵² GEERIG (1993) csupán a „transzport” kifejezést használja, azonban a „narratív transzport” kifejezés pontosabban fejezi ki a koncepció lényegét.

⁵³ Weöres Sándor fordítása.

RYAN (1980) a minimális eltávolodás elvéről (principle of minimal departure) ír, ami azt jelenti, hogy a fiktív világot úgy rekonstruáljuk, hogy az a lehető legközelebb legyen az általunk ismert világhoz. Ez annyit tesz, hogy valódi világunkból minden lehetséges tényezőt kivetítünk a narratív világba, és csupán azokat a kiigazításokat vagyunk hajlandók elvégezni, amelyek feltétlenül szükségesek. Minél nagyobb az eltávolodás a valódi világtól, annál jelentősebb kiigazításra van szükség, vagyis a befogadónak aktívan részt kell vennie a narratív világ konstruálásában. A TH középkori világábrázolása jól illeszkedik a forgatási helyszínek történelmi belvárosához, bár a más kontextus és némi számítógépes grafika a két világ összekapcsolását valamelyest megnehezíti.

- *Az eredeti világ néhány tényezője elérhetetlen lesz (Belemerülés)*

Amikor elhagyjuk eredeti helyünket, vitathatatlanul magunk mögött hagyunk néhány dolgot, egy világkörüli út során például kedvenc karosszékünket vagy a viszonylag megbízható időjárás-előrejelzést (GEERIG, 1993). A távolodással párhuzamosan vagy annak következtében az utazó egyre inkább belemerül a narratív világba, egyre inkább a narratív világ közege veszi körbe, és egyre kevesebb tényezőt visz magával az eredeti világból.

Érdekes, hogy a TH nézése közben magunkkal vihetünk néhány tényezőt a kedvenceink közül (például a kényelmes karosszéket vagy egy csészével a kedvenc teáinkból), míg másokat hátunk mögött hagyunk (pl. munkahelyi dokumentumok).

- *Az utazó visszatér eredeti világába, az utazás valamelyest megváltoztatta*

A narratívák többnyire megváltoztatják a mentális struktúrákat⁵⁴, melynek minimális szintje az, ha az elme dekódolni tudja a történet legfontosabb információit, és azt a memóriában raktározza egy ideig. Ez a típusú változás nem gyakorol minden esetben nagy hatást a befogadó addigi tudására és hitvilágára. A történetekből származó információk és üzenetek azonban sokkal erősebben is hathatnak az addigi tudásra és hitekre. A szerzők számos alkalommal ugyanis meglehetősen szorgalmasak a fiktív világok részleteinek feltalálásában, és bár elsőre talán abszurdnak hangzik, hogy egy nem létező világból származó információk befolyásoljanak bennünket, mégis ez történik (GEERIG, 1993). Turisztikai szempontból érdekes, hogy a TH befogadása után a néző milyen megváltozott attitűd és magatartási szándékkal tér vissza, különösen a filmben szereplő forgatási helyszínekkel kapcsolatosan, vagyis kialakul-e az utazási szándék. A TH ebben az esetben mint reklámfelület jelentkezik, ami nem agresszíven, hanem a történetbe ágyazva képes az adott desztináció hirdetésére.

A reklámszakma már jó ideje vizsgálja, hogy a reklámokban szereplő történetek milyen mértékben kapcsolhatók össze az attitűddel és a viselkedéssel. ESCALAS (2004) kutatása alapján a narratív reklámok feldolgozása pozitív kapcsolatban áll a márkával kapcsolatos attitűdökkel, valamint a magatartási szándékokkal. Ugyanakkor a TH sorozat elsődleges célja nem az, hogy különféle desztinációkat népszerűsítsen, azok funkciója alapvetően hangulatteremtő díszlet, ami jobban segíti a történet megértését.

⁵⁴ A reprezentáció a külvilág leképezése egyrészt az emberi elméjében, másrészt az ember által előállított alkotásokban (TRETYÉNI, 2014). Ha a reprezentáció belső, vagyis létrehozója és felhasználója egyazon személy, akkor *mentális reprezentációról* beszélünk (ilyen például az emlék, a vélekedés vagy a szándék). Ha azonban a reprezentáció létrehozója és felhasználója elkülönül egymástól, akkor *nyilvános reprezentációról* beszélünk (pl. olvasott szöveg vagy a filmnél, amit néznek (SPERBER, 2001).

1. táblázat:

A narratív transzport szakaszai a Trónok harca nézőinél

Narratív transzport szakaszai	Értelmezése a Trónok harca sorozatnál	Kutatás során vizsgált fogalom
Az utazót elszállítják (elragadják) valamilyen szállítóeszközzel, mindeközben aktív erőfeszítést végez	Néző a képernyő elé ül azzal a szándékkal és felfokozott várakozással, hogy a TH-t nézze, a történet pedig magával ragadja, beszippantja. A TH film történetvezetése a szállítóeszköz, melyre a befogadó „felül”.	Intenzív TH-nézés
Az utazó eltávolodik az eredeti világtól	A néző kiszakad a mindennapokból és eltávolodik az eredeti világtól	TH eszképzismus
Az eredeti világ bizonyos összetevői hozzáférhetetlenek lesznek számára	A néző teljesen belemerül a TH világába, amivel maga mögött hagyja az eredeti világ bizonyos aspektusait. Ez az érzés akár a sorozatnézési időn túl is tarthat	Belemerülés a TH világába
Az utazó visszatér az eredeti világba, de az utazás valamennyire megváltoztatta	A néző az egyes sorozatrészek után részben átalakul (gondolatok, attitűdök stb.). Turisztikai szempontból érdekes, hogy kialakul-e benne az utazási szándék.	Utazási szándék

Forrás: saját szerkesztés GEERIG (1993) tényezői alapján

A fent leírt folyamat alapján az alábbi hipotéziseket fogalmazhatjuk meg⁵⁵:

- H1a: Az intenzív TH-nézés pozitívan hat az eszképzizmusra
- H1b: Az intenzív TH-nézés pozitívan hat a TH világába való belemerülésre
- H1c: Az intenzív TH-nézés pozitívan hat az utazási szándékra
- H2a: Az eszképzizmus pozitívan hat a TH világába való belemerülésre
- H2b: Az eszképzizmus pozitívan hat az utazási szándékra
- H3a: A TH világába való belemerülés pozitívan hat az utazási szándékra

3. Adatgyűjtés és mintavétel

A kutatás során egy mélyinterjúval kombinált kérdőíves felmérést végeztünk, hólabda mintavétellel, egyetemi hallgatók bevonásával, akik a TH sorozat legalább egyik évadját végig követő ismerőseik körében töltették ki a kérdőívet és interjúztak. A felmérés értelemszerűen nem reprezentatív (bár a sorozat magyarországi nézőinek összetételét illetően nincs pontos adat az alapsokaságról), ezzel a módszerrel hatékonyan sikerült elérni a „Trónok harca” sorozat fiatalabb nézőit. Az adatfelvételre 2017 őszén került sor, és összesen 385 értékelhető kérdőívet kaptunk. A válaszadók 48,7%-a férfi, 50,3%-a nő, az életkor átlaga 26,1.

A modell tesztelésére a varianciaalapú strukturális egyenletek modelljének egyik típusát, a PLS-SEM-et használtunk, és az elemzést az Adanco szoftverrel (DIJKSTRA – HENSELER, 2015) végeztük el. A PLS-SEM használatát a kutatás feltáró jellege is indokoltá tette (lásd pl. HAIR et al. 2012).

⁵⁵ Az „a” jelű hipotézisek a feltételezett fontosabb hatásokat mutatják, a „b” és „c” jelűek pedig feltételezett másodrendű hatásokat jelenítenek meg.

4. A mérőeszközök és a mérési modell minőségi kritériumai

Nemzetközi skálák hiányában a kutatásban elsősorban saját fejlesztésű skálákat használtunk (ld. melléklet), amelyeket a korábbi Trónok harca kutatásaink során folytatott mélyinterjúk és fórumelemzések, valamint szakirodalmi elemzések alapján hoztunk létre. Mindegyik állítást 1-7-ig tartó Likert skálával mértük.

Az *intenzív TH-nézés* három állításból álló, saját fejlesztésű skála, amely azt méri, hogy a néző milyen mértékben tartja magát intenzív sorozatnézőnek. A skála megbízhatósága jó (Cronbach $\alpha = 0,85$).

A *TH-eszképizmus* SEMRAD és RIVERA (2016) alapján négy állításból álló, adaptált skála, ami azt méri, hogy a TH nézése közben az egyén mennyire hajlandó kiszakadni a hétköznapiokból. A skála megbízhatósága jó (Cronbach $\alpha = 0,86$).

Az *elmerülés a TH-világában* saját fejlesztésű skála, amely azt méri, hogy a néző milyen mértékben képes elmerülni a fantáziavilágban és mennyire érzi magát elválaszthatatlannak a sorozattól. A skála megbízhatósága jó (Cronbach $\alpha = 0,81$).

Az *elutazási szándék* SHANI et al. (2009) skálájának adaptált változata, amely a Trónok harca forgatási helyszínére történő elutazási (magatartási) szándékot méri három állítással. A skála megbízhatósága jó (Cronbach $\alpha = 0,82$).

A konvergencia érvényességek egyrészt a standardizált faktorsúlyok segítségével ellenőrizhetők, amelyeknek meg kell haladniuk a 0,5-ös (feltárási kutatásnál 0,4-es), de jobb, ha a 0,7-es értéket (HAIR et al. 2012). Az 1. melléklet a konstrukciók belső konzisztencia megbízhatósági mutatóját, a Dijkstra-Henseler-féle rho (ρ_A) értékeit is mutatja, ami mindenhol bőven felette van a kívánt 0,7-es értéknek (DIJKSTRA – HENSELER, 2015). A konvergencia érvényesség teljesülésére használt mutató az AVE (átlagos kivonatolt variancia), ahol a 0,5-ös értéket kell meghaladni minden egyes konstrukció esetében (HAIR et al. 2006). Az AVE az 1. táblázat diagonálisában található, az adatok az előírt kritériumoknak megfelelnek.

A diszkriminancia érvényességet FORNELL és LARCKER (1981) tesztje alapján mértük, mely szerint az AVE mutatónak minden esetben nagyobbak kell lennie, mint a konstrukciók közti korreláció négyzete. A 2. táblázatból látható, hogy ez a kritérium teljesül. Összességében elegendő statisztikai bizonyítékot találtunk a négy konstrukció létezésére, valamint arra, hogy a mért változók megfelelő indikátorai a hozzájuk tartozó faktoroknak.

**2. táblázat:
A Fornell-Larcker kritérium**

Konstrukció	TH-eszképizmus	Elmerülés a TH-ban	Intenzív TH-nézés	Utazási szándék
TH-eszképizmus	0,7011			
Elmerülés a TH-ban	0,4392	0,7208		
Intenzív TH-nézés	0,2053	0,2394	0,7738	
Utazási szándék	0,1084	0,1558	0,0755	0,7393

Megjegyzés: A diagonálisban az AVE értékei, a diagonális alatti értékek a konstrukciók közötti korrelációk négyzetei találhatóak.

Forrás: saját szerkesztés

5. A strukturális modell és az eredmények

A PLS modellezésben jelenleg egyetlen modell-illeszkedési mutatót használnak, az SRMR-t, amelynek küszöbértéke 0,08 (HU – BENTLER, 1999). Az általunk felrajzolt modell illeszkedése megfelelő, mivel az SRMR=0,070. Az eredmények alapján látható (3. táblázat és

1. ábra), hogy a hipotézisek közül mindegyiket el tudtuk fogadni (pontosabban nem tudtuk elvetni).

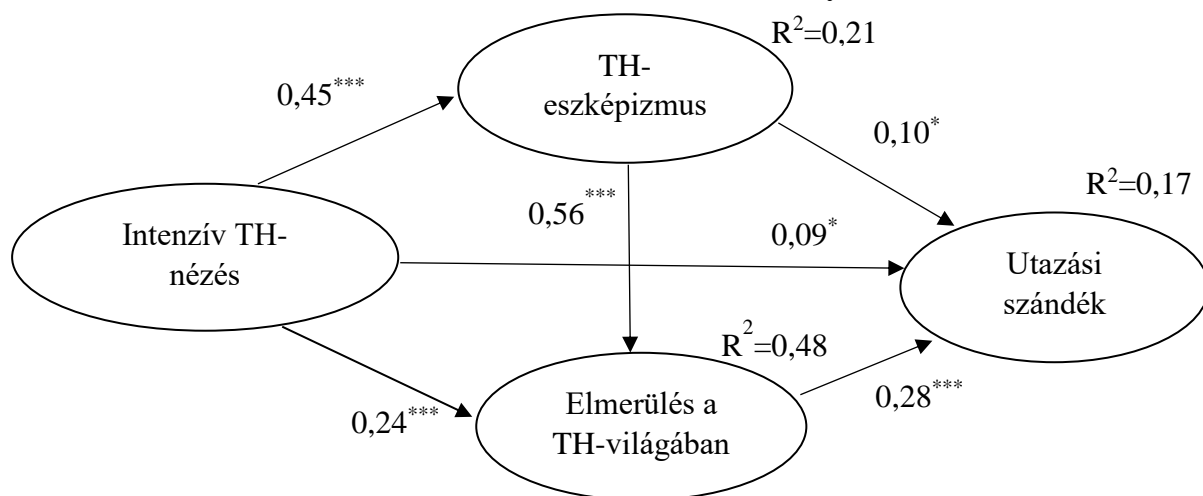
**3. táblázat:
Direkt hatások a modellben**

Direkt hatások	Együttható	t-érték	p-érték
Intenzív TH-nézés -> TH-eszképzés (H1a+)	0,4531	10,7462	0,0000
Intenzív TH-nézés -> Elmerülés a TH-ban (H1b+)	0,2377	6,1566	0,0000
Intenzív TH-nézés -> Utazási szándék (H1c+)	0,0905	2,1851	0,0291
TH-eszképzés -> Elmerülés a TH-ban (H2a+)	0,5550	14,9553	0,0000
TH-eszképzés -> Utazási szándék (H2b+)	0,0998	1,6810	0,0931
Elmerülés a TH-ban -> Utazási szándék (H3a+)	0,2842	4,2662	0,0000

Forrás: saját szerkesztés, Adanco szoftver alapján

Az intenzív TH-nézés pozitív direkt hatással van az eszképzésre ($\beta = 0,45$), valamint az elmerülésre a TH világában ($\beta = 0,24$). Vagyis minél intenzívebb a sorozatnézés, annál inkább képesek elszakadni eredeti világuktól és annál jobban képesek belemerülni a film által létrehozott világban (H1a és H1b hipotézis elfogadása). Ráadásul az intenzív TH-nézés nemcsak direkt, hanem indirekt módon (az eszképzésen keresztül) is hat a belemerülésre ($\beta = 0,26$), amely hatás szintén szignifikáns (t-érték = 8,60; p-érték = 0,000), ezzel a teljes hatás összesen: $\beta = 0,49$. Ez azt jelenti, hogy minél intenzívebb a sorozatnézés, annál inkább képes kiszakadni a néző eredeti környezetéből és annál inkább képes elmerülni a sorozat világában. Az intenzív TH-nézés pozitívan hat az utazási szándékre ($\beta = 0,09$), ugyanakkor ez a direkt hatás statisztikailag szignifikáns ugyan (H1c hipotézis elfogadása), mégsem túlzottan erős. Amennyiben a két konstrukció közti indirekt hatásokat is figyelembe vesszük ($\beta = 0,18$; t-érték = 6,43; p-érték = 0,000), akkor láthatjuk, hogy az eszképzés és az elmerülés jelentős mértékben mediálja a TH-nézés és az utazási szándék közti kapcsolatot. A várakozásoknak megfelelően TH-eszképzés erős pozitív hatással van az elmerülésre a TH világában ($\beta = 0,56$), és gyenge pozitív hatással van az utazási szándékre ($\beta = 0,10$) (H2a és H2b hipotézisek elfogadása). Ez utóbbi gyengébb hatást az indokolja, hogy az eszképzés a TH-filmhez kapcsolódik elsősorban és nem a TH forgatási helyszínehez. Végül a TH világába való elmerülés pozitív hatással van az utazási szándékre ($\beta = 0,28$), ami a H3a hipotézis elfogadását eredményezi.

1. ábra:
Strukturális modell és az eredmények



Megjegyzések: Az összes koefficiens standardizált (***) $p < 0,000$; *) $p < 0,05$).

Forrás: saját szerkesztés

6. Következtetések és javaslatok

A TH filmnézés valójában utazás, ahol a hétköznapi környezet fantáziavilágba vált át, a gondolatok, asszociációk és a képzelet szárnyra kap, és a filmben bemutatott világ vezeti az alanyt. A film után az egyén visszazökken a hétköznapi világába, de mivel sorozatról van szó, a folyamat minden alkalommal újratekődik és újra a kezdetben idegenül ható, de aztán egyre ismerősebbnek tűnő világba kalauzolja a nézőt.

A filmsorozat nézésekor a néző beleképzelem magát a sorozatba, hogy ott van, ami indirekt módon utazási szándéokra fordítható. A desztinációnak (vagy szolgáltatóknak) az a feladata, hogy hasznosítsa a sorozat legemlékezetesebb jeleneteit és emlékeztesse azokra a látogatókat, már a keresési folyamat során is (pl. interneten), továbbá a helyszínen is.

Ez a hatás azonban többlépcsős, vagyis először a néző kiszakad a hétköznapi világból, eltávolodik attól a világtól, amelyből indul, és ennek következtében belemerül a Trónok harca világába. Ez a belemerülés aztán utazási szándékká konvertálható abban az esetben, ha az előző lépések jól működnek. Természetesen a szándék nem egyenlő a tényleges utazással, ugyanakkor fontos lépés a tényleges magatartás kiváltására.

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

Melléklet A modell konstrukcióinak mérése és megbízhatósága

Konstrukció (Cronbach)	Állítás	Átlag	Szórás	Faktor- súlyok
Intenzív TH- nézés ($\rho_A = 0,891$)	Alig várom a sorozat következő részét	5,82	1,713	0,8991
	Képes vagyok együttő helyemben akár több részt is egymás után megnézni	6,17	1,442	0,8627
	Kizártnak tartom, hogy akár egyetlen részt is kihagyjak az adott évadban	5,9	1,857	0,8768
TH- eszképizmus ($\rho_A = 0,868$)	Amikor a Trónok harcát nézem, úgy érzem, mintha egy teljesen másik világban lennék	5,15	1,638	0,7781
	A Trónok harca segít kiszakadni a hétköznapiokból.	5,25	1,576	0,8163
	Ez a sorozat annyira magával ragad, hogy képes vagyok minden mást elfelejteni.	4,32	1,808	0,8702
	Mikor a Trónok harcát nézem, megfeledkezem magamról és teljesen elmélyedek benne.	4,52	1,775	0,8805
Elmerülés a TH-világában ($\rho_A = 0,814$)	Szeretek elmerülni a Trónok harca világában.	5,45	1,489	0,8512
	Szeretem, ha körbe vesz a Trónok harca világa.	4,27	1,775	0,8970
	Úgy érzem, elválaszthatatlan vagyok a Trónok harca világától.	2,52	1,619	0,7957
Utazási szándék ($\rho_A = 0,833$)	Gyakran megfordul a fejemben, hogy jó lenne elutazni a sorozat egyik helyszínére	2,98	1,805	0,8242
	Tervezem, hogy a közeljövőben el fogok utazni a sorozat egyik helyszínére	2,5	1,71	0,9121
	Nagyon valószínű, hogy a közeljövőben elutazom a Trónok harca valamelyik forgatási helyszínére	2,05	1,495	0,8405

Megjegyzés: Az összes tételt 7 fokozatú Likert skálán mértük, ahol az 1 = az egyáltalán nem jellemző, 7 = teljes mértékben jellemző.

Forrás: saját szerkesztés

Irodalomjegyzék

Bálint K. (2015): „Feldagad a film a fejemben” - a történetekbe való bevonódás élménye mint módosult tudatállapot. In: Dúll A. – Varga K. (szerk.): Rábeszélőtér: A szuggesztív kommunikáció környezetpszichológiája. L'Harmattan, Budapest, 465-488.

Beeton, S. (2016): Film-induced Tourism. 2nd ed. Channel View Publications, Clevedon.

Bordwell, D. (1996): Elbeszélés a játékfilmben. Magyar Filmintézet, Budapest.

Busby, G. – Klug, J. (2001): Movie induced tourism: the challenge of measurement and other issues. Journal of Vacation Marketing. 7 (4) 91-101.

Dijkstra, T. K. – Henseler, J. (2015): Consistent Partial Least Squares Path Modeling. MIS Quarterly. 39 (2) 297-316.

Dunai T. (2016): Videójáték és virtuális turizmus: A videójáték mint a virtuális turizmus terepe. Replika. (96-97) 163-170.

Escalas, J. E. (2004): Narrative processing: Building consumer connections to brands. Journal of Consumer Psychology. 14 (1) 168-180.

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

Gerrig, R. (1993): *Experiencing Narrative Worlds: On the Psychological Activities of Reading*. New Haven: Yale UP, 1-25.

Gibson, W. (1980) [1950]: *Authors, Speakers, Readers, and Mock Readers*. In: Tompkins, J. P. (ed.): *Reader Response Criticism*, Baltimore, 1-6.

Green, M. C. (2004): *Transportation Into Narrative Worlds: The Role of Prior Knowledge and Perceived Realism*. *Discourse Processes*. 38 (2) 247–266.

Green, M. C. – Brock, T. C. (2000): *The role of transportation in the persuasiveness of public narratives*. *Journal of Personality and Social Psychology*. 79 (5), 701–721.

Hair, J. F. – Sarstedt, M. – Ringle, C. M. – Mena, J. A. (2012): *An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research*. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 40 (3) 414–433.

Hu, L. T. – Bentler, P.M. (1999): *Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives*. *Structural Equation Modeling*. 6 (1) 1-55.

Mitev, A. – Irimiás, A. – Michalkó, G. – Franch, M. (2017): *„Mind the scenery!” Landscape depiction and the travel intentions of Game of Thrones fans: some in-sights for DMOs*. *Regional Statistics*. 7 (2) 1-17.

Ryan, ML. (1980): *Fiction, Non-factuals, and the Principle of Minimal Departure*. *Poetics* 9 (4), 403–422.

Semrad, K.J. - Rivera, M. (2018): *Advancing the 5E's in festival experience for the Gen Y framework in the context of eWOM*. *Journal of Destination Marketing & Management*. (7) 58-67.

Stanton, R. (2015): *Excessive and appropriate gifts: hospitality and violence in A Song of Ice and Fire*. *Critical Quarterly*. 57 (1), 49–60.