

Soproni Egyetem
Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

**A SÖTÉT TURIZMUS HELYZETE ÉS
LEHETŐSÉGEI MAGYARORSZÁGON:
A KERESLETI ÉS KÍNÁLATI OLDAL
VIZSGÁLATA**

Doktori (PhD) értekezés tézisei

Tevely Titanilla Virág

Sopron

2026

Doktori Iskola: Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Vezetője: Prof. Dr. Obádovics Csilla

Program: Marketing és turizmus

Témavezetők:

Dr. Papp-Váry Árpád Ferenc

Dr. Lukács Rita

.....

Témavezető aláírása

.....

Témavezető aláírása

Tartalomjegyzék

1.	A TÉMAVÁLASZTÁS INDOKLÁSA	1
2.	A KUTATÁS CÉLJAI ÉS HIPOTÉZISEI	4
3.	A KUTATÁS MÓDSZERTANA	7
4.	KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK	11
4.1.	A kutatás új és újszerű eredményei	11
4.2.	A kutatás fontosabb megállapításai és eredményei	13
4.3.	A kutatás folytatásának lehetőségei.....	16
FELHASZNÁLT IRODALOM.....		18
RELEVÁNS PUBLIKÁCIÓK		19

1. A TÉMAVÁLASZTÁS INDOKLÁSA

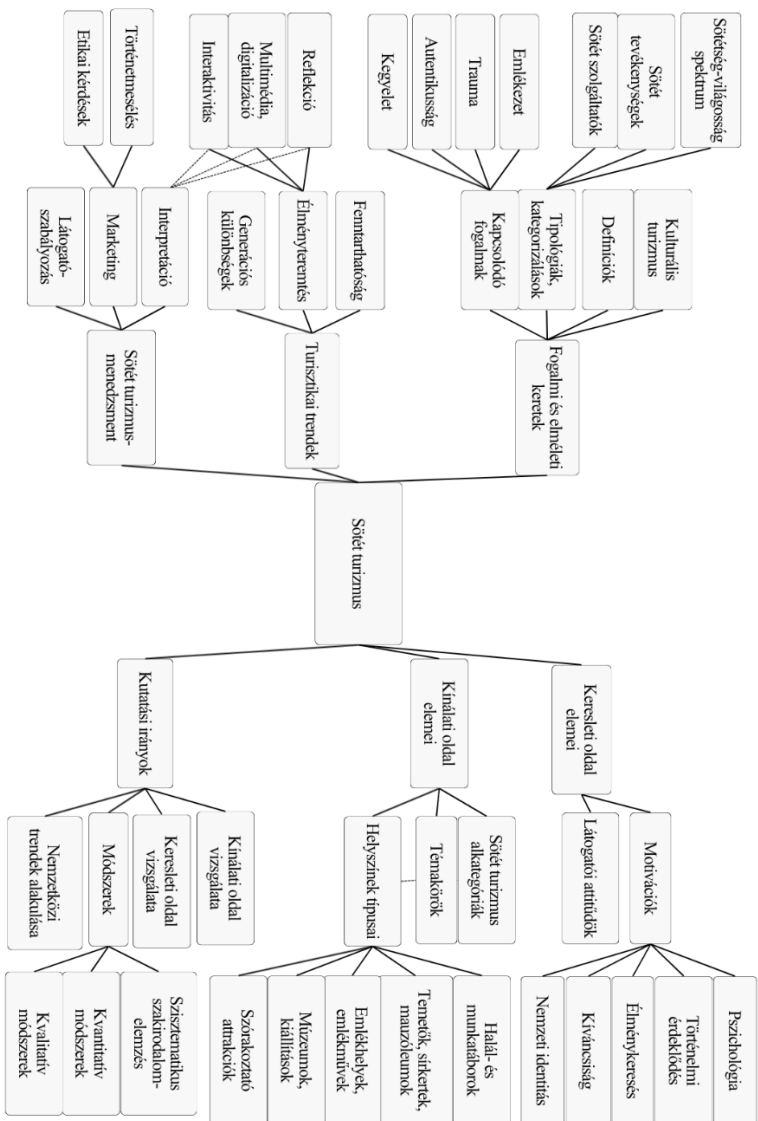
A témaválasztásomat a sötét turizmus témaköre iránti érdeklődésem motiválta, és az, hogy míg globálisan egyre több kutató vizsgálja a témát, magyarországi kötődésű vizsgálat kevesebb van. Maga a sötét turizmus egy komplex, több turisztikai ágazattal szorosan összefonódó, több alkategóriát tartalmazó jelenség, amelynek pontos lehatárolása mind a mai napig kihívást jelent. Többféle definíció mellett Stone (2006, 146. o.) egyik legtagabb értelmű definícióját használják leggyakrabban, amely szerint ez *„a halállal, szenvedéssel és a látszólag háborzongató dolgokkal kapcsolatos helyszínekre való utazás”*. A sötét turizmushoz kötődő különböző típusú attrakciók – akár fesztiválok vagy tematikus élmények is ide tartozhatnak – széles skálája indokoltá teszi a jelenség mélyebb, magyarországi vizsgálatát. Szükség van egy olyan átfogó elemzésre, amely segít tisztázni a sötét turizmus helyét és szerepét a turizmus rendszerében. A jelenségnek a jellemző irányvonalait az 1. ábra mutatja be.

A téma relevanciáját tovább erősíti, hogy a sötét turizmus globális jelenséggé vált, és egyre növekvő kereslet jellemzi. A látogatók világszerte érdeklődnek a tragédiákhoz, katasztrófákhoz és történelmi konfliktusokhoz kötődő helyszínek iránt, amelyek nemcsak ismeretszerzési lehetőséget kínálnak, hanem mélyebb reflexióra, empátiára, a történelem átélésére is készítenek. A jelenség dinamikus fejlődése és gazdasági jelentősége miatt indokolt annak vizsgálata,

hogy milyen tényezők befolyásolják a keresleti és kínálati oldalt, valamint milyen szerepet tölt be a modern, élményközpontú turizmusban.

Magyarországon ilyen átfogó elemzés még nem készült a sötét turizmusról, inkább annak bemutatása, egyes részterületek (pl. katasztrófaturizmus) vagy konkrét helyszínek (pl. Terror Háza) kerültek vizsgálatra (Hegyi, 2009; Palancsa, 2012; Remenyik & Dávid, 2020; Michalkó, 2020; Mészáros, 2023), vagy pedig a történelmi emlékhelyek, a kulturális turizmus és az örökségturisztikai helyszínek bemutatása során térnek ki arra is (Pusztai, 2017; Irimiás, 2018; Sulyok & Lőrincz, 2020).

Pedig a téma egyre népszerűbb a médiában, így a közösségi média bejegyzések, fényképek és videók mellett egyre több újságcikk (pl. A sötét turizmus útikalauza című magazin a Ringier Axel Springer Magyarországtól) és ismeretterjesztő előadás (pl. Átélni a történelmet: Miért vonzza az embereket a sötét turizmus? – interjú Nagy Ákossal az Óperencia című podcastban) jelenik meg a témában. Éppen ezért fontos foglalkozni ezzel a jelenséggel. A téma feldolgozása egy doktori disszertáció keretein belül hozzájárulhat a jelenség jobb megértéséhez, társadalmi elfogadottságának növeléséhez, valamint a benne rejlő turisztikai és gazdasági potenciál feltárásához.



1. ábra - A sötét turizmus témakörei
Forrás: saját modell, saját szerkesztés

2. A KUTATÁS CÉLJAI ÉS HIPOTÉZISEI

A fentiek alapján négy kutatási célt fogalmaztam meg, melyeket 6 kutatási kérdés és öt hipotézis által vizsgállok a kutatásom során. A kutatási célok a következők: (1) a sötét turizmus fogalmának, spektrumának és társadalmi elfogadottságának és jelentőségének feltárása; (2) a sötét turizmus keresleti és kínálati oldalának a bemutatása, a különböző helyszíntípusok által kiváltott élmények és reakciók ismertetése; (3) a sötét turizmusnak a hazai turizmusra gyakorolt hatásainak az elemzése, beleértve annak potenciálját, társadalmi megítélését és örökségtérlemezési szerepét; (4) a sötét turizmus hazai turisztikai marketingstratégiájában betöltött szerepének az értelmezése, illetve, hogy hogyan tud hozzájárulni az ilyen típusú helyszínek fejlesztéséhez, ismertségüknek és látogatottságuknak növeléséhez.

KK1: Miben különböztethető meg a sötét turizmus a turizmus más fajtáitól és ez a különbség miért jelentős marketingkommunikációs szempontból?

Az első kutatási kérdés kifejezetten a „sötét turizmus” jelenséget és kifejezést vizsgálja, annak érdekében, hogy megállapítsa, hogy milyen módon lehetne lehatárolni a jelenséget, illetve van-e ennek a lehatárolásnak jelentősége. Ezt a szekunder kutatás alapozza meg, és a szakértői mélyinterjúk eredményei által igazolom.

KK2: Milyen sötét turisztikai kínálati elemek találhatók Magyarországon?

A vizsgálat második kérdése kifejezetten a hazai sötét turisztikai attrakciókra fókuszál, azt igyekszik bemutatni, hogy léteznek-e Magyarországon ilyen típusú helyszínek, és ha igen, hogyan lehet őket kategorizálni, milyen közös jellemzőkkel rendelkeznek. Ennek érdekében a létező hazai szakirodalmat veszem alapul, illetve saját elemzés révén egy táblázatban foglalom össze a jelentősebb hazai helyszíneket.

KK3: Milyen típusú marketingkommunikációt alkalmaznak a Magyarországon ma létező sötét örökségi attrakciók, és az általuk használt eszközök közül melyik éri el a leghatékonyabban a potenciális látogatókat?

A kutatási kérdés a marketingkommunikációt állítja a középpontba, miszerint milyen lehetőségei vannak az hazai sötét turisztikai attrakcióknak a látogatók elérésére, és a vizsgált helyszínek milyen eszközökkel teszik ezt meg. A választ a helyszínek online tartomelemzése alapozza meg, s a helyszínek vezetőivel végzett mélyinterjúk egészítik ki. Ezt a helyszíni látogatói megkérdezés során ellenőrzöm.

KK4: Mennyire nyitottak, hogyan értelmezik és pozicionálják a sötét turizmust a hazai kínálati oldal szereplői?

H1a: A vizsgált szereplők ismerik a sötét turizmus fogalmát, azonban nem minden esetben vannak tisztában azzal, hogy a saját helyszínük is beletartozik e kategóriába.

H1b: A helyszínek vezetői a sötét turizmusként történő bemutatásuk lehetőségét a fogalmat körülvevő etikai dilemmák miatt inkább negatívan értékelik.

A negyedik kutatási kérdés a magyarországi kínálati oldal szereplőire, azon belül is az általam vizsgált öt dunántúli történelmi és nemzeti emlékhelyre fókuszál, és azt vizsgálja, hogy milyen az ő hozzáállásuk a sötét turizmushoz, illetve lenne-e hajlandóságuk építeni erre a jelenségre. A választ a velük készített mélyinterjúk adják meg.

KK5: Milyen érzelmi és motivációs tényezők jellemzik a sötét turisztikai helyszínek látogatóit a keresleti oldalon?

H2a: A látogatók többsége inkább pozitívnak számító, de ambivalens érzelmeket él meg, így nem kimondottan negatív élményként értelmezi a látottakat.

H2b: A tanulási lehetőség és a történelmi érdeklődés erősebb motivációt jelent, mint a pusztán kíváncsiság vagy izgalomkeresés, s ebben nem különböznek nem alapján a megkérdezettek.

H2c: A tanulási lehetőség és a történelmi érdeklődés erősebb motivációt jelent, mint a kíváncsiság, illetve izgalomkeresés, s ebben nem különböznek életkor alapján a megkérdezettek.

Az 5. kutatási kérdés és a megfogalmazott hipotézisek a magyarországi helyszínek vizsgálatára vonatkozik, azt kívánja azonosítani, hogy a sötét turisztikai attrakciókat fölkereső turisták miért látogatnak el oda, és milyen érzelmeket, élményeket élnek át. A helyszíni kérdőíves megkérdezés során kapott eredmények adják meg a választ rájuk.

KK6: Milyen szerepet játszhat a sötét turizmus a magyar turisztikai szektor jövőjében?

Az utolsó kutatási kérdés a sötét turizmus jövőjére vonatkozik, hogy hazai vonatkozásban milyen lehetőségei vannak ennek a turisztikai ágazatnak. Erre a turisztikai szakemberekkel készített mélyinterjú adja meg a választ.

3. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

A kutatás során többféle primer módszert alkalmaztam annak érdekében, hogy a sötét turizmus jelenségét mindenre kiterően, komplexen vizsgáljam. A kvalitatív és kvantitatív megközelítések kombinálását azért tartottam indokoltnak, mert így lehetőség nyílt

mind a témával kapcsolatos attitűdök és problémák feltárására, mind az eredmények számszerű elemzésére és összehasonlítására. A különböző módszerek együttes alkalmazása így hozzájárult az előbb bemutatott kutatási kérdések átfogó megválaszolásához.

A turizmust tanító egyetemi oktatókkal, turisztikai szakértőkkel készített mélyinterjúk kvalitatív módszerként a sötét turizmus fogalmi értelmezésének, megítélésének és jövőjének feltárását szolgálták, és lehetővé tette a turizmussal foglalkozók attitűdjeinek, véleményeinek és tapasztalatainak összehasonlítását.

A sötét turizmus vizsgálatára öt nemzeti és történelmi emlékhelyet választottam ki. Ez az alábbi szempontoknak megfelelően történt: (1) sötét nemzeti vagy történelmi emlékhely; (2) jelentős turisztikai attrakció; (3) turisztikai infrastruktúrával rendelkezik; (4) eltérő turisztikai attrakciótípusúak; (5) dunántúli elhelyezkedésűek. Ezek alapján a következőkre esett a választás:

- a) a komáromi erődrendszer – azon belül is a monostori erőd;
- b) a Mohácsi Nemzeti Emlékhely;
- c) a pákozdi Katonai Emlékpark;
- d) a nagycenki Széchényi-mauzóleum;
- e) és a szigetvári Zrínyi-vár.

A helyszíni megfigyelés módszerével közvetlen tapasztalatok alapján vizsgáltam a sötét turizmusba sorolható nemzeti és történelmi emlékhelyeinket, azoknak bemutatási módját, sötét turisztikai jellegét, és az oda látogatók viselkedését. Ez a strukturált, résztvevői

megfigyelés tette lehetővé. A sötét turisztikai kategorizálásukat Seaton (1996) és Stone (2006) tipologizálásának segítségével végeztem el.

Seaton (1996) öt alapvető kategóriát különít el a turisztikai célok alapján: (1) halál nyilvános bemutatását (pl. katasztrófa helyszínek, nyilvános kivégzések) célzó utazások; (2) tömeges vagy egyéni halálesetek (pl. koncentrációs táborok, gyilkossági helyszínek) helyszíneire való, az események megtörténte utáni utazások; (3) emlékhelyekre (pl. temetők, emlékművek) történő utazások; (4) a halál bizonyítékainak vagy szimbolikus reprezentációinak a helyszíneire (pl. múzeumok, kiállítások) történő utazások; valamint (5) a halál újrarájátszására (pl. vallási fesztiválok, történelmi csatajelenetek újrarájátszása) történő utazások.

Stone (2006) ezzel szemben kifejezetten a kínálati oldal attrakciótípusait kategorizálja: (1) sötét szórakoztató helyek, amelyeket kifejezetten a turisták kikapcsolódása érdekében hoztak létre (pl. horrorvidámparkok, horrorházak); (2) sötét kiállítások, amelyek „sötét” tematikus információkat közvetítenek a látogatók felé (pl. anatómiai kiállítások, csatákat bemutató tárlatok); (3) sötét fogdák, ahol az emberek megismerkedhetnek az igazságszolgáltatási rendszer fejlődésével, illetve a bűnözéssel és a büntetéssel (pl. igazságszolgáltatást bemutató múzeumok, börtönök); (4) sötét nyughelyek, amelyek jelentős személyiségekhez kapcsolódhatnak, vagy történelmi, kulturális jelentőségük van (pl. temetők, síremlékek); (5) sötét szentélyek, emlékművek, amelyeket tragikus eseményeknek

emeltek (pl. halálesetek és katasztrófák helyszíneire irányuló zárandoklatok); (6) sötét konfliktushelyszínek, ahol erőszakos események történtek (pl. háborúk és csaták helyszínei, politikai és ideológiai harcok színterei); valamint (7) a népirtások sötét helyszínei, ahol tömeges gyilkosságokat követtek el (pl. a haláltáborok vagy az ujburok elleni emberi jogi visszaélések színterei).

Ezen helyszínek online marketingkommunikációs tevékenységeit kvalitatív tartomelemzéssel, a PESO-modell keretében végeztem, amivel az egyes kommunikációs csatornák strukturált összehasonlítására volt lehetőség. Emellett azt vizsgáltam, hogy az online térben milyen felületeken milyen jellegű tartalmakat osztanak meg, hogyan kommunikálnak a látogatóik felé.

A kiválasztott helyszínek menedzsereivel készített mélyinterjúk célja a kínálati oldal működésének, döntési folyamatainak és dilemmáinak feltárása volt. A félig strukturált interjúk és a hermeneutikai elemzés alkalmazása lehetővé tette annak megértését, hogy az érintett szakemberek miként értelmezik a helyszínek szerepét a hazai turizmusban, hogyan viszonyulnak a sötét turizmushoz, valamint milyen kihívásokkal szembesülnek a helyszínek fenntartása és kommunikációja során.

Ezután a látogatók között kvantitatív kutatást végeztem kérdőíves formában. Így a látogatók motivációi, élményei és attitűdjei számszerűen is elemezhetővé váltak. A helyszíni lekérdezés biztosította, hogy a válaszok valós látogatói tapasztalatokon

alapuljanak, míg a statisztikai módszerek alkalmazása lehetővé tette az összefüggések feltárását és a hipotézisek statisztikai vizsgálatát.

4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

4.1. A kutatás új és újszerű eredményei

A doktori értekezésemben a sötét turizmus jelenségét vizsgáltam, magyarországi, azon belül is nyugat-dunántúli fókusszal. A kutatási téma újnak tekinthető, hiszen Magyarországon eddig még nem volt egy ilyen, több helyszínt átfogó, a magyarországi keresletre és kínálatra kiterjedő kutatás, de nemzetközi szinten is újszerűnek tekinthető.

A kutatás új eredményei:

- a) A magyarországi sötét turisztikai helyszíneknek kategorizálása mellett a hazai turizmust oktató, az emlékhelyeket menedzselő és a látogató személyek hozzáállását nem vizsgálták még, így, bár az eredmények összecsengenek a nemzetközi tendenciákkal, mégis újdonságként hat.
- b) Bizonyította, hogy van turisztikai potenciálja a sötét turizmusnak, hiszen ezek már alapból elemei a magyar kulturális turizmusnak, s bár a „sötét turizmus” kifejezést hanyagolják, egyre nagyobb a téma ismertsége a különböző

dokumentumfilmek, internetes cikkek és közösségi oldalak terjedésének köszönhetően.

- c) A szakértői mélyinterjúk alapján megfogalmazásra került a sötét turizmus, mely egy olyan speciális turisztikai forma, amely egyszerre borzongató, morbid és izgalmas, miközben olyan dolgokat mutat be, amiket nehéz feldolgozni, mint például az elmúlás, tragédia, veszteség, emberi gonoszság, és a múlttal való szembenézés kellemetlen feladata. Az ebben résztvevők érzelmi kielégülésre vágnak, s a turisztikai élmény átélése nagyban függ a látogatók egyéni értékrendjétől.

A vizsgálat újszerű eredményei:

- a) A sötét turizmus a nemzeti történelmi és emlékezeti jelentőségét hangsúlyozza, mivel hazánk történelme gazdag az olyan eseményekben, amelyek meghatározó szerepet játszanak a nemzeti identitás, és a kollektív emlékezet alakulásában. Az ilyen típusú helyszínek látogatása lehetőséget ad a múlt megértésére, annak jelenre ható következményeire.
- b) Kifejezetten fontos a sötét turizmus ismeretterjesztő szerepe, hiszen lehetőséget teremt arra, hogy a látogatók új keretezésen belül tanuljanak a történelemről, a halálról, az emberi elmúlásról, és a tettek, cselekedetek negatív következményeiről. A sötét turizmus erőssége, hogy

érzelmeket közvetít, a tragédiákat személyes módon mutatja be, úgy, hogy közel érezzük magunkhoz az áldozatok elmúlását.

- c) A sötét turisztikai helyszínek látogatói változatos motivációkkal látogatják meg a helyszíneket, melyek közül a tanulás iránti vágy, a történelmi érdeklődés, az érzelmi bevonódás meghatározó szerepet kap, a negatívan vett, kifejezetten a halál iránti érdeklődés nem jelenik meg az elsődleges motivációk között.
- d) Marketingkommunikációs szempontból kifejezetten fontos téma; a kifejezés sok esetben érzékeny és vitatott, de megfelelő alkalmazásával lehet rá építeni, mint bármilyen más üzenetre. Maga a kifejezés leíró jellegű, csak az egyénen múlik, hogy ehhez milyen képzetet társít hozzá. Arra kell ügyelni, hogy a kegyeleti szerepet ne csorbítsa, hanem erősítse, miközben a fiatalabb generációk elérésére fókuszálnak.

4.2. A kutatás fontosabb megállapításai és eredményei

A sötét turizmus Magyarországon még kevésbé ismert, de egyre inkább terjedő jelenség, amely a történelmi traumákhoz kötődő helyszínek látogatását jelenti. Lényegét nem pusztán a tragikus események bemutatása adja, hanem az ezekhez kapcsolódó érzelmi és

gondolati folyamatok. Az ilyen helyszínek sajátossága, hogy érzelmileg megterhelő, ugyanakkor hosszabb távon pozitív, gondolkodásra ösztönző élményt nyújtanak a látogatóknak. Az ő motivációik összetettek: az emberek nem elsősorban a halál vagy a tragédia miatt keresik fel ezeket a helyszíneket, hanem a különleges, élményszerű tapasztalat miatt. Emiatt a legtöbb látogató nem tekinthető kifejezetten „sötét turistának”.

Hazánkban leginkább egy sajátos értelmezési keretként jelenik meg, hiszen bár a hazai kínálat rendkívül sokszínű, és különböző típusú helyszínekből áll, amelyek a történelmi traumák eltérő formáit jelenítik meg (1. táblázat), a háborús emlékhelyektől a vallási vagy lokális tragédiákig, mégis, a sötét turisztikai értelmezésük egyelőre csak kutatói megközelítésből fakad. Ezek a helyszínek eltérő mértékben jelenítik meg a „sötétség” különböző fokozatait, és gyakran a nemzeti emlékezethez kapcsolódnak, miközben egyes esetekben a szórakoztatóbb, élményalapú megközelítések is megjelennek.

A kínálati oldal azonban nem egységes: a helyszínek kommunikációs gyakorlata, erőforrásai és stratégiai fókusza jelentősen eltér. Sok esetben a korlátozott pénzügyi és humán kapacitások akadályozzák a tudatos marketingtevékenységet, ami hozzájárul ahhoz, hogy a látogatók gyakran nem is találkoznak ezekkel az üzenetekkel.

1. táblázat - A vizsgált helyszínek sötét turisztikai kategóriái

Forrás: Saját szerkesztés a sötét turisztikai kategóriák elemzése alapján

Helyszín	Seatoni kategória	Stone-i kategória
Monostori erőd	A halál bizonyítékainak vagy szimbolikus reprezentációinak a helyszíneire való utazás; a halál újrajátszására történő utazás.	Sötét kiállítás; konfliktusok sötét helyszíne.
Mohácsi Nemzeti Emlékhely	Tömeges vagy egyéni halálesetek helyszíneire való utazás; emlékhelyekre történő utazás; a halál bizonyítékainak vagy szimbolikus reprezentációinak a helyszíneire utazás; a halál újrajátszására történő utazás.	Sötét kiállítás; sötét nyughely; konfliktusok sötét helyszíne.
Katonai Emlékpark	Emlékhelyekre történő utazás; a halál bizonyítékainak vagy szimbolikus reprezentációinak a helyszíneire utazás; a halál újrajátszására történő utazás.	Sötét kiállítás; konfliktusok sötét színhelye.
Széchenyi-mauzóleum	Emlékhelyekre történő utazás.	Sötét nyughely.
Zrínyi-vár	Tömeges vagy egyéni halálesetek helyszíneire való utazás; emlékhelyekre történő utazás; a halál bizonyítékainak vagy szimbolikus reprezentációinak a helyszíneire utazás; a halál újrajátszására történő utazás.	Sötét kiállítás; konfliktusok sötét helyszíne.

A nemzetközi trendek és az érdeklődés növekedése azt mutatja, hogy megfelelően célzott kommunikációval relevánssá válhat a kutatói kategorizáláson túl is. Ennek kezelésére olyan megoldások képzelhetők el, amelyek lehetővé teszik a jelenség bemutatását

anélkül, hogy az sértené a helyszínek identitását – például tematikus online platformok létrehozásával, amelyek segítik a tájékozódást és a nemzetközi közönség elérését. A modern turisztikai trendekben egyre nagyobb szerepet kap az élményszerű, digitális eszközökkel támogatott interpretáció, amely segíti a látogatókat a múlt mélyebb megértésében és az empátia kialakításában. Az autentikus, személyes történetek bemutatása kulcsfontosságú, mivel a látogatók nem pusztán információt, hanem mélyebb, emberközeli tapasztalatot keresnek, amely hozzájárulhat az együttérzés és a társadalmi felelősség erősítéséhez. A sötét turizmus Magyarországon jelenleg még alulpozicionált, ugyanakkor jelentős fejlődési potenciállal rendelkezik. A jövőben valószínűleg a kulturális turizmust kiegészítő, értékalapú kínálati elemként erősödhet meg, amely megfelelő fejlesztéssel és tudatos kommunikációval mind a hazai, mind a nemzetközi turizmusban nagyobb szerepet kaphat.

4.3. A kutatás folytatásának lehetőségei

A kutatás betekintést nyújtott a magyarországi sötét turizmus kínálati és keresleti sajátosságaiba, ugyanakkor a téma összetettsége és a módszertani korlátok miatt nem volt lehetőség annak teljes körű feltárására. Számos olyan területe van még a témának, ami további empirikus vizsgálatot igényel. A jövőbeni kutatások egyik iránya ezért a vizsgálat területi kiterjesztése lehet, amely magában foglalná az

ország teljes sötét turisztikai kínálatának feltérképezését, rendszerezését és tipológiájának kialakítását. Különösen indokolt lenne a kisebb, kevésbé ismert attrakciók elemzése is, amelyek alacsonyabb láthatóságuk ellenére fontos szerepet tölthetnek be a helyi turizmusban, és nagyobb rugalmassággal reagálhatnak a fejlesztési lehetőségekre.

További kutatási irányként a látogatói attitűdök mélyebb, nagyobb mintán alapuló kvantitatív vizsgálatát tudom meghatározni. Bár a jelen kutatás már feltárt bizonyos motivációs és érzelmi mintázatokat, egy reprezentatívabb adatfelvétel lehetővé tenné ezek általánosíthatóságát, valamint annak megértését, hogy a hazai trendek mennyiben hasonlítanak vagy térnek el a nemzetközi tapasztalatoktól.

Emellett kiemelt jelentőségű a marketingkommunikáció részletesebb vizsgálata is, különösen a digitális csatornák és a felhasználók által generált tartalmak szerepének elemzése. Az online tér egyre nagyobb hatással van a turisztikai döntéshozatalra és az előzetes elvárások alakulására, így annak feltárása, hogy ezek miként formálják a sötét turisztikai helyszínek megítélését, kulcsfontosságú lehet.

FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Hegyi, B. (2009). Sötétturizmus? Második világháborús temetők Magyarországon. In Aubert, A. & Berki, M. (Eds.), *Örökség és turizmus* (pp. 209–216). PTE Természettudományi Kar Földrajzi Intézet.
2. Irimiás, A. (2018). Az örökségturizmus menedzsmentje [Digitális kiadás]. Akadémiai Kiadó.
<https://doi.org/10.1556/9789634542285>
3. Mészáros, B. Á. (2023). Az információkerülés szerepe a sötét turizmus kínálati oldalának etikus döntéshozatalában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8(2), 67–81.
4. Michalkó, G. (2020). A bűn vonzásában – A sötét helyek turizmusa. In Michalkó G., Németh, J. & Ritecz, Gy. (Eds.), *Turizmusbiztonság* (pp. 59–72). Ludovika Egyetemi Kiadó.
5. Palancsa, A. (2012). Mi is az a katasztrófaturizmus? *Korunk*, 23(2), 22–29.
6. Pusztai, B. (2017). Ki a turista és mire jó nekünk? – A turistatipológiáktól a késő modern társadalomkritikáig. In Régi, T., Rátz, T. & Michalkó, G. (Eds.), *Turizmus és transzformáció* (pp. 11–27). Kodolányi János Főiskola.
7. Remenyik, B. & Dávid, L. D. (2020). A thanaturizmus fejlesztési lehetőségei Kelet-Közép-Európában. In Jászberényi, M. (Ed.). *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Akadémiai Kiadó.
<https://doi.org/10.1556/9789634545224>
8. Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark – From thanatopsis to thanatourism. *Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234–244.
9. Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum – Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2), 145–160.
10. Sulyok, J. & Lőrincz, K. (2020). A Balatont turisztikai céllal felkeresők – Fókuszban a vár és kastélylátogatók. In Wirth, G. & Köbli Á. (Eds.), *Huncastle II* (pp. 123–134). Edutus Egyetem.

RELEVÁNS PUBLIKÁCIÓK

1. Tevely, T. V. & Papp-Váry, Á. F. (2023). Serial Killer Tourism: Education and Entertainment!? In Rodrigues, M. A. & Carvalho, M. A. (Eds.), *Exploring niche tourism business models, marketing, and consumer experience* (pp. 239–268). IGI Global Scientific Publishing.
2. Tevely, T. V. (2025). Dark literary tourism in Hungary – The role of the *Eclipse of the crescent moon* in Eger’s city branding. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 17(4), 575–588.
<https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2025-0119>
3. Tevely, T. V. (2025). Dark tourism. In Timothy, D. J. & Smith, M. K. (Eds.), *Comprehensive foundations of tourism*.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-443-27698-9.00013-1>
4. Tevely, T. V. (2025). The dark attractions of literature in Europe - marketing communication of dark literary tourist attractions connected to the two World Wars and the Cold War. *Tourism and Heritage Journal*, 6, 101–119.
<https://doi.org/10.1344/THJ.2024.6.6>
5. Tevely, T. V., & Papp-Váry, Árpád. (2025). A történetmesélés hatalma a sötét irodalmi turizmusban: A látogatói elkötelezettség és a marketingstratégiák vegyes módszertani vizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 25(2), 4–12.
<https://doi.org/10.14267/TURBULL.2025v25n2.1>
6. Tevely, T. V., & Papp-Váry, Árpád F. (2024). Sötét irodalmi turizmus Európában: Világháborús és hidegháborús irodalmi művek, mint turisztikai vonzerő. *Gazdaság & Társadalom* 17(2), 67–90. <https://doi.org/10.21637/GT.2024.2.03>
7. Smith, M. K. & Tevely, T. V. (2023). Blurring the boundaries between fact and fiction: serial killers in the context of dark tourism. *Tourism and Heritage Journal*, 4, 53–75.
<https://doi.org/10.1344/THJ.2022.4.4>