

OTDK – DOLGOZAT

2015

„Holt költők” szelleme Budapest utcáin-

Budapest irodalmi miliójének a társadalmi jól-létre gyakorolt hatásai, a kulturális turizmus keretein belül

The Ghosts of "Dead Poets" in the Streets of Budapest-

The Impacts of Budapest's Literary Milieu on Social Well-being within the Framework of Cultural Tourism

Kézirat lezárva: 2014. nov. 9.

Tartalomjegyzék

Bevezetés	2
1. Problémafelvetés	5
1.1. „Irodalmi Budapest”	5
1.2. Az „irodalmi Budapest” pozitív hatásai a jólétre	6
2. Kutatási előzmények	7
2.1. Nemzetközi kitekintés	7
2.2. A turisztikai imázs	8
2.3. A jólét és a kulturális turizmus találkozása Budapestre vetítve	11
2.4. Örökifjú, vén Budapest – a miliő modell tükrében	13
2.5. Budapest kávéházai – mint a kultúra „jóléti” színterei	15
3. Kutatási módszertan	19
4. Kutatási eredmény	21
4.1. „Irodalmi miliő - tükör”	21
4.1.1. Budapest miliője a századforduló irodalmának tükrében	21
4.1.2. Budapest miliője a kortárs irodalom tükrében	30
4.2. Élő irodalom Budapesten – Holt, vagy nem is olyan holt költők szelleme	36
4.3. Budapest irodalmi imázsa	38
4.3.1. Kínálati tényező	38
4.3.2. A kávéház mint az irodalmi imázs modellje	39
5. Összefoglalás	43
Szakirodalom	44

- Előhang -

Városom

Döcög a vonat alattam,
órák hossza szaladok,
keresztül - kasul rohanok
erdőkön, völgyeken,
- zöld sávok a nagy kék folt alatt -
mígnem feldereng előttem a régi ismerős,
a szívem is dübörög a sínen döccenő
vonatkerekek ritmusán,
ahogy előbuknak,
végre!,
előbuknak a kémények a ködből,
és mosolyognom kell,
ahogy testet öltenek szürke alakjukkal.

Városról városra járva,
Budapest fényei,
kicsinke lidércei kacsintanak felém,
át- meg átderengve
sárga lámpásukkal vonzanak magukhoz,
mennyei szmog vesz körül,
és ahogy kiszállok,
lelépek a nedves betonra,
gyűrött pléhdoboz integet,
rám köszön egy öreg hajléktalan,
zsíros hamburger és hot-dog szag,
- ez a pályaudvar.

Ismerős graffitik jönnek szembe,
mellettem ezren rohannak el,
észrevétlen vagyok, de én látok mindent,
arcuk, meg lépteik,
hangjuk és illatuk,
érezem mind,
mind!,
magamban visszhangzani.

Elveszve utcák szaladnak a talpam alatt,
mindenhol vagyok és sehol,

a Duna csak kacsint,
- a vén kéjenc –
hízeleg, gyönyörködtet,
majd megkaparint,
miközben az élet,
vörösen lüktet
a málló vakolatok alatt.

A fák valami szebb világ után sóhajtoznak,
néha meg köhögnek kicsit,
és nyögnek a galambok súlya alatt,
- Ne sóhajtozzatok!,
mindjárt itt a tél,
eljön, hogy betakarja meztelen ágaitok,
a város pedig majd visszatükröződik
a rátok aggatott égők fehér fényeiben.

Szerelmesek, drogosok, tolvajok és
nyugdíjasok,
apák és anyák, gyerekek, üzletemberek,
mindre vár egy pad valahol egy parkban,
vagy egy korsó sör, tea, üdítő,
és ez így jó, így kell!,
színesen forgunk az éjszaka fényei alatt
a hatalmas körhintán,
néha egymásra pillantunk, majd tovább,
mindig tovább!

Hogy másnap elfeledve mindent,
egy új nap kezdetén,
kávét kortyolgatva a gangos ház
sötét konyháján,
a sült pirítóson olvadó vaj illata,
a szomszéd köhögése,
és a rohanó autók távolinak tetsző
zajába vegyülő rádió recsegő hangja,
mindez az enyém,
az egész világ – csak egy pont.

(Saját mű)

Bevezetés

A kutatási ötletet az az élmény inspirálta, melyet közel egy éve, egy tematikus budapesti irodalmi túra adott. Az Imagine Budapest által szervezett, „A poétika terei: így laktatok Ti”¹ címen akadtam rá erre az útra. Személy szerint mindig is érdekelt az irodalom világa, azonban nem kevés fenntartással indultam neki a túrának. Felrémlettek előttem a középiskolai irodalom órák, XY, született ekkor és itt, ilyen, olyan iskolába járt és így tovább. Valljuk be, merő unalom!

Egy szó, mint száz, nekiindultunk egy szombati reggelen a VIII. kerületnek, Bródy Sándor utca, Horánszky utca, Mária utca... Nem voltunk túl sokan, azonban mégiscsak többen jelentek meg, mint először számítottam rá. Három órán keresztül jártuk be a kerületnek ezt a piciny szeletét, és nem volt unalmas, sőt! Az idegenvezető hihetetlenül izgalmas „titkokba” avatott be minket. Ekkor kezdtem el azon morfondírozni, hogy az irodalmi élet régi és mai színtereit, színes szereplőinek életével összekapcsolva, talán megérné jobban előtérbe helyezni a főváros turizmusában.

A kulturális turizmus fogalmának szűkebb és tágabb jelentése is megtalálható a vonatkozó szakirodalomban. Szűkebb értelemben beszélünk olyan kulturális motivációjú utazásról, mely során a turista műemlékeket, múzeumokat, világörökségeket keres fel, vagy kulturális tematikájú programokra látogat el, mint például a Budapesti Tavaszi Fesztivál (Smith, 2003).² Tágabb értelemben azonban egy turisztikai termékről van szó, mely elsődleges célja a turista mindennemű intellektuális igényét kielégíteni (Michalkó, 2004).

Ha a kulturális turizmus tágabb értelmezését vesszük figyelembe, akkor az irodalmi turizmussal kapcsolatban is elengedhetjük kicsit a fantáziánkat. Az irodalmi turizmusban többféle lehetőség van, tárgyasult, illetve eszmei értéket is közvetíthet (Herbert, 1996). Nem csupán írók, költők szülőházai, lakhelyei, a velük kapcsolatos múzeumok lehetnek érdekesek, hanem sokkal több dimenziójú, összetettebb hatásokat fedezhetünk fel (Earl, 2008). Ha Budapestet mint irodalmi színteret nézzük, máris felállítható egy tematika. A város ilyen jellegű miliője (Michalkó – Rátz, 2005) eladható, de nehezen megfogható és kommunikálható vonzerőként funkcionál, hiszen nem egy célzottan épített és menedzselt attrakcióról van szó. A vonzerő lényege a város ódon hangulata, a régi-új, nem elsősorban turisztikai céllal épített, mégis turisztikai élmény-elemmé vált kávéházak, vagy az irodalmi művekben és filmekben

¹ <http://imaginebp.hu/turak/>

² <http://btf.hu/>

visszatükröződő benyomások, azaz olyan elemei a városnak, amelyek szoros kapcsolatban állnak a helyi lakossággal, ezáltal pedig a turisták Budapest egy otthonos, mégis minőségi oldalát ismerhetnék meg. Mivel az irodalmi örökségre, illetve az irodalomban megjelenő hangulatok, helyszínek, jelenségek megtapasztalására épülő városi turizmus olyan területe a kulturális turizmusnak, ahol a helyi lakosság élete és a városba érkezők turisztikai élményszerzése szorosan találkozik, a turisztikai irányú fejlesztések mindkét oldal életminőségére és ezáltal jólétére is hatnak.

Azért tartom fontosnak az irodalmi turizmus hagyományos fogalmának (lásd például Ridanpää, 2011) kibővítését, mert a „történelmi Budapest” érzést keresik a turisták, és ahogy bennünk is él bizonyos európai városokról egy kép, amit szinte elvárunk odaérkezésünkkor, úgy figyelembe kell vennünk, hogy ez a mi fővárosunkkal kapcsolatban is fennáll. A kutatás során a turizmuselméleti szakirodalom mellett jelentős mértékben támaszkodtam szépirodalmi forrásokra, azért alkalmazva ezt a multidiszciplináris jellegű megközelítést, mert úgy gondolom, a régi és a kortárs magyar irodalmon keresztül jól megismerhetjük Budapestnek azt az arcát, amely a köztudatban él, és amely jelentősen befolyásolja az ide látogatók és az itt élők elképzeléseit, elvárásait a város által kínált élményekkel, hangulattal kapcsolatban. Az is a célom továbbá, hogy feltárjam a turizmus és a kortárs művészetek kapcsolatát, amin keresztül talán fény derülhet ennek a kapcsolatnak a gyümölcsöző hatásaira is.

Fontos tisztában lennünk azzal, hogy Budapest milyen képet mutat magáról, hiszen ha ezt látjuk, akkor tudjuk, mely dolgokra érdemes hangsúlyt fektetni, kiemelni a marketingkommunikációban, és az esetleges megújulásra való elhatározást is megkönnyíti, illetve fel kell ismernünk azt, hogy a szépirodalomban megfogalmazódott városi miliő maradandó. Mert egy költő vagy író által leírt szavak megmaradnak az utókornak, ahogy mi is csemegézhetünk Krúdy, Jókai, Kosztolányi, Petőfi és még sok más művész alkotásából, hogy megismerhessük az akkor fővárost. Így lesz ez később is. Ha Budapestnek fontosak a kortárs művészek, a kultúra, amit megteremtenek, és energiát fektetünk abba, hogy a város kulturális turizmusa tovább bővítse palettáját, akkor a művészeknek is fontos lesz Budapest, megéneklük, rímbe foglalják, anekdotákat írnak róla, és mindez kihat majd a város emlékezetére is.

Elsősorban tehát az a kérdés merült fel bennem, hogy mennyire lehet az irodalmat kapcsolatba hozni a turizmussal. Ezen az úton indultam el, próbáltam azokat a területeket felfedezni, ahol a kettő összefésülhet. Azzal kezdődött, milyen izgalmas lenne megnézi az irodalmi művekben fellelhető Budapest képet, mivel úgy gondolom az írott szó magában rejt a köz véleményét is. Ehhez kapcsolódóan az a kérdés fogalmazódott meg bennem, hogy az

irodalmi művekből kirajzolódó városkép és Budapest mint turisztikai desztináció hivatalos marketingkommunikációjában megjelenő arculat milyen szinten találkozik, illeszkedik egymáshoz, visszaköszön-e a költők, írók által megénekelt város hangulata a turisztikai piacot befolyásolni szándékozó marketingüzenetekben. A következő lépés, ahol a turizmus és az irodalom kapcsolatát fel tudtam fedezni, az maga a kulturális turizmus irodalmi szeglete. Ennek a kínálati elemei Budapesten jelenleg kimerülnek a fentebb említett, egy alternatív városnéző sétákat kínáló vállalkozás által szervezett tematikus túrában, a Petőfi Irodalmi Múzeum kiállításaiban, bizonyos évfordulók alkalmából megrendezett interaktív programokban, néhány irodalmi vonatkozású köztéri műalkotásban, emléktáblában, illetve kávéházak, romkocsmák irodalmi estjeiben. Tulajdonképpen így felsorolva egészen gazdagnak tűnik a kínálat, azonban Budapesttel kapcsolatban az irodalmiság nem a legmeghatározóbb jelleg.

Ezt a két területet tudtam a turizmus és az irodalom kapcsolatából kiemelni, melyek izgalmasak lehetnek. Azonban hogyan kapcsoljam őket össze? Ez volt a következő lépés.

A turisztikai imázs, mint majd később részletesen kitérek rá, elengedhetetlen központi elem a desztináció turisztikai keresletének dinamizmusában. Úgy gondolom, hogy az *irodalmi miliő kérdése*, melyet a művekben található Budapest-képpel igazolok, illetve az adott – esetünkben niche terméknek minősülő – *irodalmi turisztikai kínálat* elemei mind az *imázs* meghatározó részei (amint azt például Sweet (2006) kimutatta Róma esetében). Vajon Budapestnek lehet-e, kell-e irodalmiságot tükröző képet állítania magáról, és ha igen, milyen mértékben?

1. Problémafelvetés

1.1. „Irodalmi Budapest”

Budapest jellegzetesen a városi turizmus színtere (Michalkó 1997): múzeumok, színházak, borfesztiválok, zenei fesztiválok és még sorolhatnánk, melyek azok a lehetőségek, amik a kedves érdeklődőt várják.³ A városi turizmus kedvelőit nem csupán a kulturális lehetőségek vonzzák, hanem az adott város arculata, meghatározó épületei, történelmi színterei, a városfejlődésnek makacsul ellenálló, a tömegturizmus által érintetlenül hagyott negyedek „romantikája”, vagy akár egy-egy utca meghatározó hangulata is jelentősen befolyásolja a leendő turista véleményét, visszatérési motivációját.

Az imázsépítés során és a marketingkommunikáció tervezésekor is fontos szempontnak kell lennie, hogy mindezek figyelembe vételével Budapest olyan oldalai is előtérbe kerüljenek, amelyek a város miliójét *hitelesen* közvetítik.

A jelenlegi irodalmi turizmus Budapesten a köztudatban egy tematikus túrát foglal magába, a Bevezetésben már szóba került, az Imagine Budapest által szervezett, „*A poétika terei: Így laktatok ti*” elnevezésű sétát, mely a XIX. és XX. századi költők, írók lakhelyein vezet keresztül, színes történeteken át, korabeli anekdotákkal mutatva be művészeink mindennapjait.

Nem egyszerű az irodalommal mint lehetséges kínálati tényezővel foglalkozni. Ha reálisan végiggondoljuk, el kell ismernünk, hogy a jelenlegi ifjabb generációnak – sőt, azok szülei generációjának – sem számít jelentős vonzerőnek az, hogy rég meghalt művészek lakhelyeit látogassák, főként, hogy több házba be sem engedi az érdeklődőket a lakóközösség. Az pedig, hogy újból és újból ellátogassanak a fővárosba ezen cél érdekében, pláne lehetetlennek tűnik. A másik probléma az, hogy a hazai művészeket a külföldi látogatók nem is ismerik, magyarán, ha ilyen jellegű irodalmi turizmusról beszélünk, az elsősorban csak a hazai közönség számára érdekes. Mindezeket figyelembe véve, nem csoda, hogy nincs előtérbe helyezve Budapest irodalmisága, nem találnak benne elég kiaknázható lehetőséget, és az imázs építéskor ugyancsak nem ez az oldala kerül előtérbe a városnak.

Ha az irodalmi turizmus tágabb értelmezését vesszük figyelembe (Earl, 2008), a kérdés, melyre a dolgozatban a választ keressük, az, hogy a városi miliő mint *turisztikai termék*, illetve *imázs-elem*, milyen mértékben hordozza magán az „irodalmi város” jelleget, azt a

³ <http://itthon.hu/budapesteskornyeke>

hangulatot, amit a századfordulóról ismerhetünk, és ami megállja a nemzetközi piacon is a helyét.

1.2. Az „irodalmi Budapest” pozitív hatásai a jólétre

Emellett úgy gondolom, hogy még egy megközelítésből érdemes a témával foglalkozni. A turizmus nem csupán egy ország gazdasági mutatóinak javításában játszik fontos szerepet, hanem meghatározhatja egy adott desztináció társadalmi összetételét, miliójét, javíthat az ott élők komfortérzetén is (Puczkó – Rácz, 1998). Mivel a turizmusban szerepet vállaló városnak – beszéljünk most csak városokról, hiszen a dolgozat központjában Budapest áll majd – folyamatosan megújulni, „tisztulni”, megfelelő infrastruktúrával rendelkezni szükséges, ezért a helyi lakosok „jólétéhez” bizony jelentősen hozzájárul, hogy a desztináció mennyire komolyan foglalkozik a nyújtott szolgáltatások minőségével, mennyire tartja rendben a lakóházakat, utcákat, milyen mértékben foglalkozik a megfelelő közlekedési lehetőségekkel – és még sorolhatnánk hosszasan, mi mindent befolyásul az a tény, hogy a város, amiről szó van, milyen mértékben szeretné tartani magát az európai színvonalhoz (Sulyok, 2005).

Amit érdemes megérteni, és fontos lenne megértetni, hogy a jelen kortárs művészei igenis szerepet játszhatnak abban, hogy egy desztináció turisztikailag is érdekes, vonzó legyen. A helyi lakosok életminőségén, a város miliójén ugyancsak változtathat, ha a kulturális turizmus jobban kitágul, mer jelentős lépéseket tenni. Az a budapesti miliő, melyet az irodalmon keresztül megismerhetünk, valójában közösségek sztereotip képéhez nyújt tápanyagot, így nem szabad szó nélkül elmennünk mellette, hiszen az, hogy az elvárt és az átélt élmény mennyire illeszkedik, jelentősen befolyásolhatja egy teljes utazás eredményességét, ezáltal a látogató igényeinek kielégítését is, ami a jólét-érzet rongálódásához vezethet (Gilbert – Abdullah, 2002). Nem szabad elfeledkezni arról sem, hogy a kulturális turizmus ezen területének milyen társadalomépítő hatásai is vannak, hiszen fokozottan képes az egyének intellektuális igényeit kielégíteni, a közösségi identitás építéséhez is hozzájárul (Picton, 2010), legfőképp talán azokon a szolgáltatókon keresztül, ahol több szükséglet is kielégítésre kerülhet, ahol jelentős mértékben találkozik a vendéglátás, a közösségben való szocializálódás és a kulturális turizmus (Hall, 2008). A kávéházakat értem ezalatt, amelyek a magyar fővárosban egy külön kultúrát reprezentálnak, és amelyek elsősorban nem vendéglátóegységként, hanem az irodalmi Budapest képviselőiként jelennek meg a visszaemlékezésekben (Kosztolányi, 1914).

A dolgozat multidiszciplináris jellegét emiatt is szeretném hangsúlyozni, mert úgy gondolom, érdekes és izgalmas feltérképezési technika lehet, hogy Budapest további lehetőségeit a kulturális turizmus területén XIX. századi, illetve kortárs irodalmon keresztül próbáljuk megismerni. Ennek segítségével fel lehetne építeni a város *irodalmi imázsát*, és egy olyan niche dimenzióval lehetne bővíteni a város jelenlegi kínálatát, amely elsősorban a művelt, kulturálisan igényes látogatók mentális térképén erősítené meg a magyar főváros jelenlegi pozícióját.

2. Kutatási előzmények

2.1. Nemzetközi kitekintés

Érdekes kicsit kitekinteni, mit is jelent külföldön az irodalmi turizmus, milyen komponensekből épül fel a turisztikai termék és milyen kommunikációs üzeneteken keresztül közvetítik azt a kereslet felé. Leginkább Anglia, Írország és Skócia kínálatát hoznám fel, mivel az ő turizmusukban jelenik meg dominánsan az irodalmi kultúra (Herbert, 2003). Ennek oka talán elsősorban az angol nyelv globális voltából adódik, hiszen ha irodalomról beszélünk, nem mehetünk el szó nélkül a nyelvi adottságok mellett: azok az országok, amelyek nyelve zárt közösséget alkot, mint a miénk is, lényegesen kevésbé képesek intenzíven jelen lenni a nemzetközi irodalmi turisztikai piacon.

Az Egyesült Királyságban természetesen más a helyzet, illetve Franciaország és Németország is rendelkezik jelentősebb nemzetközi keresettel irodalmi turizmus terén, bár hozzá kell tennem, ez mindenképpen niche terméknek minősül, azaz viszonylag szűk keresleti réteg számára jelent utazásra ösztönző vonzerőt (Hall, 2003). Azonban a világirodalom nagyjaként a köztudatban élő írók és költők, illetve műveik megjelennek a turisztikai desztinációk kínálataiban.

A kulturális turizmus irodalmi területén belül beszélhetünk szülőházakról, lakhelyekről, a művész halálának színhelyéről, alkotói terekről, irodalmi művekben fellelhető helyekről, múzeumokról, kiállításokról, magángyűjteményekről, könyvtárakról, színházakról, illetve interaktív programokról (Squire, 1996; Smith, 2003).

Az angol, ír és skót példákon láthatjuk, hogy kint is találkozhatunk elsősorban belföldi turistáknak kínált programokkal, tematikus túrákkal, azonban globális kínálatukban ugyanúgy megtalálhatjuk az irodalmi túrákat, helyeket, melyeket felkeresésre ajánlanak.

Londonban jelenleg elsősorban Harry Potter tarol (Lee, 2012), de rajta kívül Sherlock Holmes, Dickens, Shakespeare, és Jane Austin nevével is gyakran találkozunk. ⁴

Egy tematikus túrákat szervező oldal, mely már az ingyencebbeknek szól, egy 12 napos túrát kínál, csupa irodalmi színtér felkeresésével, Angliában. ⁵

Írorszában James Joyce az, akit elsősorban kiemel a főváros, Skóciában pedig Walter Scott a fő „attrakció”. E két országban nagyon interaktívan szerveznek tematikus túrákat, a skót Literary Pub Tour folyamán például színészek és kortárs szerzők adják elő a klasszikus szerzők műveinek részleteit. ⁶

Azt mindenképpen le lehet szűrni, hogy az ilyen niche terméknél, mint az irodalmi turizmus, nagyon fontos a jó kommunikáció, az aktuális és pontos információnyújtás. Ezt a célt szolgálja például a Literary Tourist irodalmi blog, mely összefoglalja az irodalmi turizmus kínálatát több angol városban, hihetetlenül megkönnyítve az érdeklődőknek a keresést, ami a mai versenyhelyzetben elengedhetetlen. ⁷

Az említett városok imázsába beépül az irodalmi dimenzió is, de ez elsősorban azon múlik, hogy milyen hangsúllyal, sőt egyáltalán megjelenik-e az irodalmi turizmus a kínálatban.

2.2. A turisztikai imázs

A turisztikai imázs egy nagyon komplex fogalom. Hat rá a politikai, gazdasági, természeti, kulturális, technikai és társadalmi környezet, hiszen nem függetleníthető ezeknek hatása attól az összképtől, mely tulajdonképpen azokat a benyomásokat foglalja magába, melyek az imázs részei (Lengyel, 1994) (1. ábra).

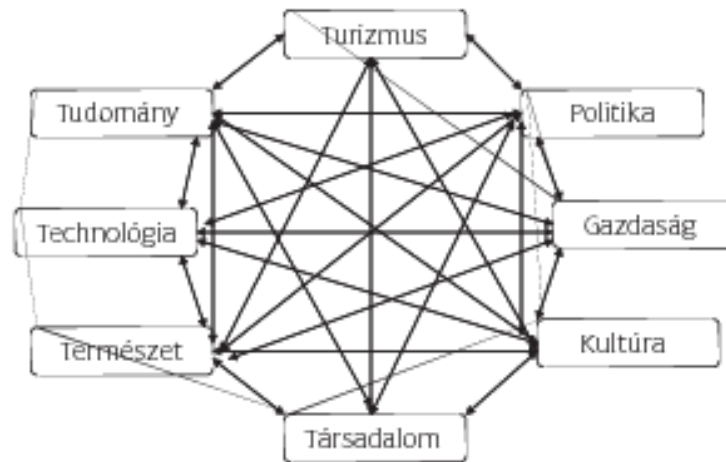
⁴ <http://bookriot.com/2014/07/20/literary-tourism-london/>

⁵ http://www.sovereigntourism.com/a_literary_tour_of_england

⁶ <http://www.dublinpubcrawl.com/>, <http://www.edinburghliterarypubtour.co.uk/>

⁷ <http://literarytourist.com/browse.php>

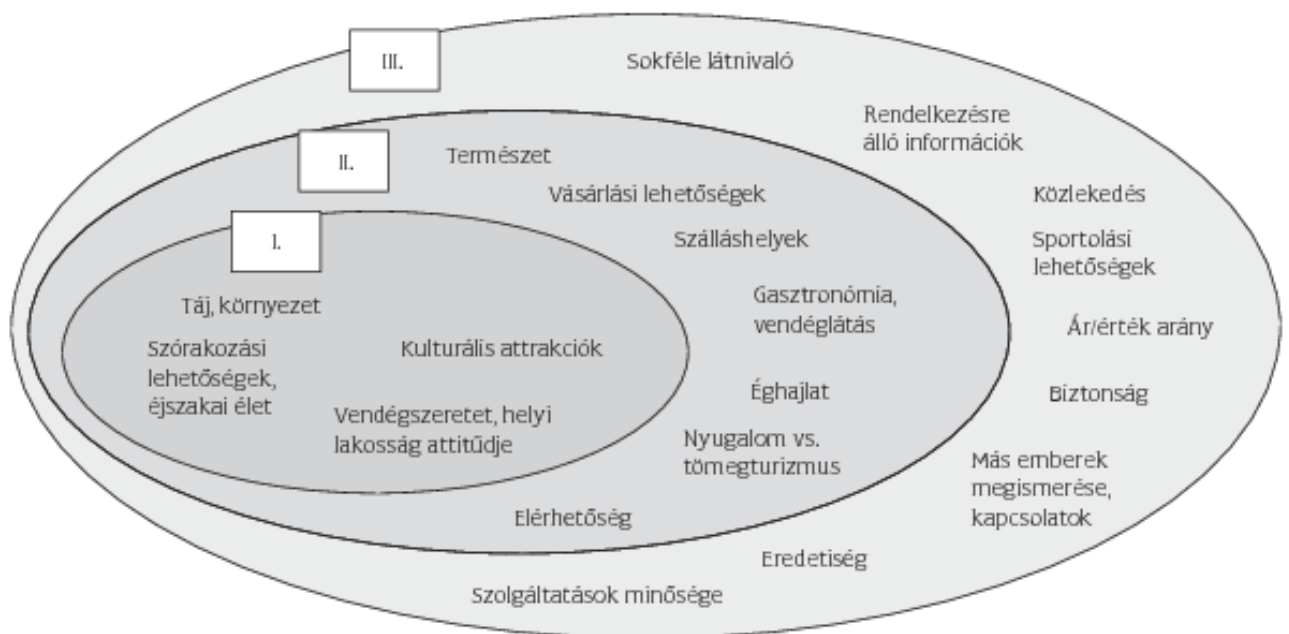
**Általános országekép – turisztikai imázs:
A turizmus környezete**



1. ábra: Lengyel, 1994

Ezek mellett az imázst befolyásolják természetesen a kulturális attrakciók, a vendégszeretet, a helyi lakosok attitűdje és a szórakozási lehetőségek is. Érdeemes kiemelni, hogy mint a 2. ábrán láthatjuk, a turisztikai miliő és az adott kínálati elemek nem vonatkoztathatóak el a turisztikai imázstól (Mazanec, 1995, idézi Sulyok, 2006). Ha az irodalmat szeretnénk behelyezni a 2. ábrába, akkor a kulturális attrakcióhoz, a rendelkezésre álló információkhoz, és az eredetiséghez nyúlhatunk.

A turisztikai imázs főbb elemei Mazanec szerint*



2. ábra: Mazanec 1995, idézi Sulyok, 2006

Rendszeresen találkozhatunk turisztikai imázs filmekkel a Magyar Turizmus Zrt. jóvoltából, ahogy Magyarországról, úgy Budapestről is. A kisfilmeken rendszerint a Szépművészeti Múzeum, a Hősök tere, a Vajdahunyad vára, a Duna, a Parlament, a Budai Vár, a Lánchíd és a Gellérthegy szerepel, ha általánosan nézzük. Ezen kívül a város sokszínűsége miatt különböző tematikájú imázs filmek is készülnek, a sport – túrák, a fürdők, fogaskerekű, a kultúra, vagy az éjszakai élet területén. Jelen esetben minket a kultúra érdekel, ezzel kapcsolatban leginkább a múzeumok és az opera, illetve tánckultúra jelenik meg. Ezek a tematikus kisfilmek bemutatják, hogy érdemes a Budapest adta lehetőségeket reklámozni. Azonban az említett imázsfilmek elsősorban a külföldi keresletnek szólnak, és általában jellemző, hogy míg a kinti vélemények pozitívak róluk, itthon sokkal kritikusabb a közönség – ennek nagyszerű példája az idei „*Think Hungary – More than expected*” film.⁸

Mindenesetre irodalmi kultúránkkal nemigen találkozhatunk ezekben a filmekben. Amit azonban érdemes megemlíteni, hogy mind a kulturális, mind a romantikus város imázs bemutatása során elegáns kávéházakat láthatunk. Az idei, fent említett filmben a nyitó kép a New York kávéház. Az tehát, ha Budapest mint turisztikai desztináció fejlesztésében célzottabban jelenne meg az irodalmi turizmus (főként a belföldi piacon), annak elsődleges helyszíneként pedig hangsúlyos szerepet kapnának az irodalmi élethez kapcsolódó kávéházak, az ugyancsak pozitív hatást keltene a kulturális turizmust kereső külföldiek szemében is, hiszen az irodalmi turizmusban megjelenik a történelmi örökség-hangulat, amely a külföldi vendégek szemében vonzó jelenség. Ha pedig az irodalmi turizmus megjelenik köztereken is, akkor annak egy szellemisége, miliője egy bizonyos fokig átérezhető a külföldi turisták számára is.

Budapest régen a kávéházak városa volt, jelentős tere a kultúrának, művészeteknek, mindennapoknak. Akkor, a századfordulón, ez volt Budapest imázsa a külföldiek szemében is (Szentés – Hargittay, 1998). Az idei imázsfilm 'Romantic Culture' címszava alatt neves kávéházunkat választották színtérül. Annak ellenére, hogy a külföldiek szemében természetesen nem vonzerő egy irodalmi est például, vagy nem tudják, kiknek a nevei vannak felsorolva a falakon, mégis ha felületesen és átfogóan belecsempészik a kommunikált imázsba a tradicionális irodalmi élet hangulatát, miliőjét, az a kulturális turizmus kedvelői számára vonzó lehet.

⁸ <https://www.youtube.com/channel/UCwJS6YtUOWMqptYCmyWge4A>

2.3. A jólét és a kulturális turizmus találkozása Budapestre vetítve

Mit is takar pontosan a jólét fogalma? Beszélhetünk vele kapcsolatban jóléti társadalmak jelentéséről, szociális hálóról, munkanélküliség és túlnépesedés hatásairól, érintheti a kisebbségpolitikát, az oktatáspolitikát, egészségpolitikát, és még sorolhatnánk, mi egyebet.⁹ Azonban a jólét az egyének szubjektív életminőségéhez is köthető. A jólét nem csupán az ember anyagi szükségleteinek kielégülését jelenti, hanem a szellemi is (Michalkó – Kiss – Kovács, 2009). Megállapították már, hogy az utazás növeli az életminőséget, az elégedettséget, hozzájárul az emberek regenerálódásához, ami felettébb fontos, hogy munkájukban eredményesek legyenek (Puczkó – Rácz, 1998).

Az utazás során azonban mindenképp jelentős a pozitív visszacsatolás, hiszen csak akkor lesz „eredményes”, akkor járul hozzá a turista jólétéhez. Így aztán jelentős szerepet kap a helyi miliője, hiszen mondhatjuk, hogy az első benyomását az utazó azon keresztül kapja. A helyi életmód, életszínvonal, életstílus mind tükrözi a lakosság jólétét, ami kihat a turisták későbbi élményeire (Michalkó – Rácz, 2013). Így aztán sokszor nem is érdemes különválasztani a turista és a helyi lakosság jólétének kérdését, mindenképp hatnak egymásra, kölcsönösen ösztönzőek lehetnek, és kölcsönösen javíthatnak egymás elégedettségi szintjén, hiszen a helyi lakosság életminősége javulhat azért, hogy a turisták által kedvelt, frekvenciát helyen élnek, míg a turisták élményei pozitívabbak lehetnek, akár az általános segítőkészség a helyiek részéről, a jó vendég-vendéglátós kapcsolat révén. Mindez pedig hozzájárul az érintettek pszichológiai jólétéhez (Gébert, 2012).

Az egyén szubjektív jólétére sok minden hatással van, mint például a szabadidő eltöltésének lehetőségei, a mindennapi ingerek – milyen állapotúak az utcák, milyen a közlekedés, milyen jellegű/állapotú épületek veszik körül. Az is fontos, hogy milyen sűrűn helyezkednek el lakóhelyéhez, szálláshelyéhez kikapcsolódási lehetőségeket nyújtó szórakozóhelyek, éttermek, bárók, kocsmák, kávéházak, múzeumok, parkok, bevásárló egységek, hiszen mindez más-más közönséget vonz, más-más típusú közösségekkel kell bizonyos szinten kapcsolatot teremtenie (Csíkszentmihályi, 1998). Mindezek a hatások egy összetett érzelmi visszahatást érnek el, amelyek vagy pozitívan vagy negatívan járulnak hozzá az egyén elégedettségéhez, jóléti szintjéhez (Michalkó – Rácz, 2013).

Ezért is nem mindegy, hogy milyen jellegű szolgáltatásokat, hol alakítanak ki, és milyen koncentráltságban. Azt is figyelembe kell venni, hogy az egyes szolgáltatások, a fent felsorolt tényezőkben hol helyezkednek el, milyen vonzatuk van.

⁹ <http://mkweb.uni-pannon.hu/tudastar/ff/07-szociologia/szociologia.xhtml#d6e27>

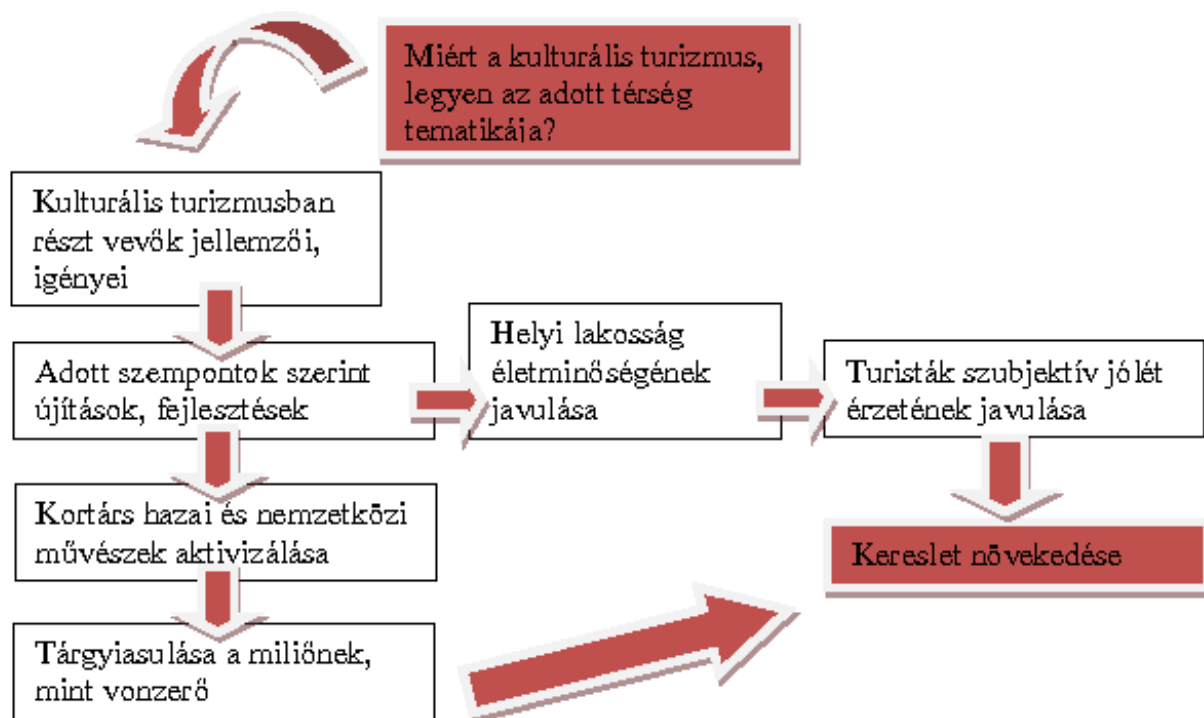
A Budapesten élők, a várost látogató turisták jólétének mértéke függ attól, hogy a főváros hogyan tölti be funkcióját, mennyire disszonáns a milió a kommunikált arculattal, a nyújtott szolgáltatásokkal (Michalkó – Rátz, 2005). Tulajdonképpen a város elsődleges adottsága, mely mindkét félnek – a helyi lakosság és a turisták számára is – vonzó, az a komplex jellege. A szolgáltatások színes skálája, melyek könnyen elérhetők, és tartalmas élményeket nyújtanak (Michalkó, 1999).

Az egyes turizmus fajták befolyásolják adott környezetüket. Emiatt érdemes foglalkozni az adott kereslet összetételével. 2009-ben készült kulturális turizmussal kapcsolatos kutatás eredményei által megismerhetjük a kereslet összetételét, jellemzőit. A kifejezetten kulturális céllal utazókról elmondhatjuk, hogy többségében nők, magas iskolai végzettségűek, magas jövedelemmel rendelkeznek, Észak és Nyugat-Európából érkeznek hozzánk, kevés szabadidővel rendelkeznek, ezért minél rövidebb idő alatt szeretnének minél több élményt szerezni. Megállapították azt is, hogy az iskolai végzettség növekedésével nő a kulturális célú utazások felé az érdeklődés. Ez is hozzájárul ahhoz, hogy a kulturális turizmus jelentős szerepet vállal az életminőség alakulásában (Kulturális Fejlesztési Stratégia, 2009-2013).

Tehát megállapíthatjuk, hogy az egyén szellemi, intellektuális elégedettségéhez, jólétéhez a kulturális élmények hozzájárulnak. Emellett minél nagyobb komplexitással képes az egyén ez irányú vágyát kielégíteni, a hatás annál pozitívabb lesz. Ezért is érdekesek azok a szolgáltatások, melyek összetett jellegükből fakadóan több lehetőséget kínálnak. Remek példa erre a kávéházak tematikus rendszere, de ezzel majd később foglalkozunk (Puczkó – Rátz, 2002).

Azt is megállapították, hogy a kulturális turizmusban részt vevőknek magas elvárásai vannak a szolgáltatás színterével, környezetével kapcsolatban is, mint például a mellékhelységek minősége, az épületek karbantartottsága, a vendéglátóegységek rendezettsége (Kulturális Fejlesztési Stratégia, 2009-2013). Mindezt figyelembe véve tudunk felfedezni egy visszacsatolási lehetőséget a helyi lakossággal. Ha egy adott területen a kulturális turizmust helyezzük előtérbe, hogy frekvenciált legyen, ahhoz figyelembe kell venni a kereslet elvárásait, és annak tudatában fejleszteni a környezetet, hozzájárulva ezzel az életminőség javulásához, és a lakosság komfortérzetéhez, jólétéhez. Mindezt a 3. ábrán összegeztem.

3. ábra: Összefüggések, saját szerkesztés



2.4. Örökifjú, vén Budapest – a milió modell tükrében

Egy adott desztináció miliője a turizmus láthatatlan terébe tartozik. Nem kézzelfogható, nehezen mérhető, azonban jelentős befolyással bír a keresletre. A milió elemeinek jellegzetességeit a marketingkommunikáció során fel lehet használni, épp ezért fontos tisztában lenünk az adott térség miliójével (Michalkó – Rátz, 2005). A desztináció arculatának alakításakor, ugyancsak figyelembe kell venni a milió adta jellemzőket, hiszen nem lehet elválasztani a kettőt, a milió mindenképp hat a lekommunikált arculatra, akár pozitívan, mikor az egyik alátámasztja a másikat, akár negatívan, mikor a kettő eltérései a turisták számára visszatetsző élményt jelent (Szeles, 2001).

A milió összetett fogalmat takar, melyet nehéz definiálni. Talán egyik legfontosabb jellemzője a szubjektivitás, hiszen az adott desztináció társadalmi, földrajzi és kulturális környezetének nem csupán a jellemzőit fedi le, hanem az egyén sajátos benyomását is (Michalkó – Rátz, 2005). Azért fontos a dolgozat témájához, hogy pontosan lássuk Budapest miliójét, mert csupán ezt elemezve vonhatjuk le a végső konklúziót, miszerint van-e tere az irodalmi turizmusnak, illetve a 19. – 20. századi Budapest megismerésével felfedezhetjük, milyen változások történtek a város miliójében.

A miliő hatással van mind a lakosok komfortjára, mind a turisták benyomására, visszatérési szándékára. Sokszor apróságnak tűnnek egyes elemek – például egy új múzeum nyitásához, vagy egy műemlék felújításához képest – pedig ugyanolyan befolyásoló erővel bírnak. Egy-egy kitisztult városnegyed, rendben tartott, kellemes hangulatú utcák, a köztisztaság, közbiztonság, parkolási lehetőségek, mind-mind a turisták komfortérzetére hatnak, mely döntő fontosságú a kialakuló emlékekben, melyek a későbbiekben meghatározzák az újbóli látogatást (Michalkó, 1999).

Ezen kívül a helyi lakosokra is hatással van a miliő, a városon belüli „vándorlásra”, ettől is lehetnek egy-egy területek divatosak, míg mások nem annyira keresettek. A köztudatban élő jellegzetességek meghatározhatják a lakosság összetételét, mely kihat a jövőbeli igényességre fejlesztések terén, amivel újfent visszakanyarodunk a turizmusra, hiszen a helyi lakosság igyekvése a frekvenciák elérése érdekében kihat a turisztikai keresletre.¹⁰

A miliő tehát hatással van „közönsége” hangulati élményeire, komfort érzetére, biztonság érzetére, mindazon tényezőkre, melyek alatt az egyén jólétét értjük, mely hatással van utazási élményére, visszatérési szándékára.

A turisztikai miliő kaleidoszkópikus felépítése



4. ábra: Michalkó – Rátz, 2005, Turisztikai miliő modell

¹⁰ http://bfl.archivportal.hu/id-767-wellner_istvan_budapest_1982.html

A 4. ábra szemlélteti a turisztikai miliő elemeit, kiemelve azok kapcsolati pontjait (Michalkó – Rátz, 2005). Ha először összességében nézzük az ábrát, azonnal megfogalmazódik bennünk a miliő komplexitása, átfogó jellege, szubjektivitása, illetve hogy bizonyos elemek változtathatók, míg bizonyosak egyáltalán nem, vagy nehézségek és torzulások által manipulálhatók. Nem is az a cél, hogy változtassunk a desztináció miliőjén, hanem, hogy azt értékelve rájöjjünk, mely területeket lehetne fejlesztésekkel tematizálni.

Nem térek ki minden elemre, csupán azokra, melyek a Budapestről szóló szépirodalom segítségével elemezhetők, hiszen a dolgozat célja, bemutatni városunk azon oldalát, irodalmiságát, mely nyomokban ma is fellelhető, azonban fejlesztésre szorul, és amely hatással van mind a turizmusban résztvevők, mind a helyi lakosság komfortérzetére.

Összességében Budapest miliője a XIX. század óta nemigen változott. Természetesen fejlődött a közlekedési hálózat, új, modern üvegpalotákat is építettek, azonban a város arányait tekintve ezek a változások mind be tudtak simulni a budapesti „hangulatba”. A régi építmények korhű felújítási hulláma pedig szintén azt sugallja, hogy a régi város fényét visszahozni, mely a világ szemében újra ismerős lehet, megtérülő vállalkozásnak tűnik. A régi Várkert Bazár felújítása, visszaszorítása az autóutaknak és előtérbe helyezése a gyalogos forgalomnak a vár környezetében,¹¹ a Margit híd felújítása,¹² a Rudas fürdő rendbehozatala, a most induló Múzeumi Negyed kialakítása és ehhez kapcsolódóan a Szépművészeti Múzeumban történő restaurálási munkálatok mind hozzátesznek ahhoz, hogy Budapest jó minőségű, mégis egyedi hangulatot visszatükröző szolgáltatásokat, élményeket tudjon nyújtani.

2.5. Budapest kávéházai – mint a kultúra „jóléti” színterei

Minél jobban beleástam magam Budapest irodalmi miliőjébe, annál inkább egy bizonyos színtér üdvözölt újra és újra, később már majdhogynem unottan köszönt velem szembe, talán azon morfondírozva, mikor ébredek rá, hogy nélküle bizony nem beszélhetünk irodalom és turizmus találkozásáról. Természetesen a kávéházra gondolok.

Ez az egyszerre szenttelenül szertelen és méltóságteljesen kényelmes „úriember” nem hagyta, hogy keresztülnézsek rajta. Megadva magam, el kell ismernem, hogy valóban, ha

¹¹ <http://www.varfejlesztes.hu/varfejlesztes>

¹² <http://palyazatok.org/muemleki-helyreallitas-es-kozlekedesfejlesztes-is-lesz-a-margit-hidon/>

Budapest irodalmi világához köthető, mégis sokszínű látogatót vonzó és a helyi lakosság mindennapjaira kiható szolgáltatáshalmazt keresünk, a legkézenfekvőbb lehetőség a kávéház.

A kávéház az elsődleges szuprastruktúra jelentős szereplője, aki az adott desztinációtól függően, mint turisztikai vonzerő is létezhet. Számunkra azonban most inkább az fontos, hogy milyen szerepet vállalt és vállal ma a kávéház a város turisztikai életében, illetve képes-e alakítani - ha igen, hogyan – Budapest miliójét (Michalkó, 2004).

Arról már volt szó, hogy egy adott milió, milyen hatással lehet a helybéliek illetve a turisták komfort érzetére, utazásuk, élőhelyük minőségére, az érintettek jó-létére. A kávéház, mint fontos társadalmi színtér, mindenképp jelentős szerepet játszik ezekben a kérdésekben (Saly, 2001).

Talán a legfontosabb, hogy ne csupán átfogóan és tényszerűen beszéljünk az adott desztináció miliójéről, hanem bátran merjünk „elaprózódni”, keresni a jelentős részleteket, melyek meghatározók lehetnek, amelyeken keresztül a jelent továbbgondolhatjuk.

A város motivációs jegyei játszanak ebben az esetben fontos szerepet, hiszen a városi turizmus fő mozgatórugója a szolgáltatások komplexitása, mely tétel elismerésével elfogadjuk a sokszínű skálán elhelyezkedő infrastruktúra, elsődleges és másodlagos szuprastruktúra, vagy maga a tárgyiasult termék egymásra gyakorolt jelentős mértékű kölcsönhatását (Michalkó, 1999). Azon felül, hogy egymásra hatással vannak a turizmus ezen tényezői, azt is észre kell vennünk, hogy jellegüket, minőségüket, formájukat a kereslet ugyancsak alakítja, illetve, hogy rajtuk keresztül mi is alakíthatunk a keresleten. Magyarán, ha a szolgáltatás halmazt úgy alakítja az adott desztináció turizmusért felelős szervezete, hogy példának okáért megpróbál egy adott tematikára építkezni, annak hatásai érezhetők lesznek a kereslet összetételén, a város arculatának változásán is (Puczkó – Rátz, 1998).

Mindehhez hogyan kapcsolódik a kávéház?

A kávéház, mondhatni, akárcsak maga a város, önmagában is vonzerőt képvisel. Színtere a kulturális turizmusnak, hiszen különböző jellegű esteknek, kiállításoknak adhat otthont, emellett kulináris értékkel rendelkezik, és az adott ország történelmi korait tükrözheti vissza. Mindezekkel a turisták részére jelentős vonzerővel bír. Azonban ha csupán a kávéház legegyszerűbb funkcióját vesszük figyelembe, mégpedig egy csésze kávé elfogyasztását ebéd után, rá kell jönnünk, hogy legprózaibb szerepe ugyancsak a turisták által keresett szolgáltatások közé tartozik. Az emberi szükséglet hierarchikus ábrázolásán a fizikai szükségletek kielégítése az alappillér, a turistáknak igényük van az ilyen irányú szükségleteik

kielégítését lehetővé tevő vendéglátóegységekre (Maslow, 2003). Így megállapíthatjuk, hogy a kávéház a városba érkezők számára több lehetőséget kínál szabadidejük eltöltésében.

A külföldi sajtóban is találkozhatunk kávéházaink neveivel, például a német Deutschen Bahn a New York kávéházról ír egy dicsérő hangvétellű cikket¹³, illetve ha megnézzük, top Cafés in Budapest cím alatt, mik találhatók, a New York vezet, de megtalálhatjuk a Centrál, a Gerbeaud, a Ruszwurm, a Múzeum és a Hadik kávéház neveit is.¹⁴

A történelmi Budapest – Historic Budapest – kifejezés külön fogalomként él a külföldiek szemében, ez a történelmiség, a régi korok visszatükröződése vonzerőként funkcionál, és érdemes a városnak ezt az oldalát előtérbe helyezni. A kávéházak a kulturális turizmus részét képezik, ahol ez a bizonyos történelmiség sokkal kézzelfoghatóbban jelen van, ahol a hozzánk érkezők, leülve egy csésze kávéra, könnyebben átélhetik a budapesti légkört, mint akár egy múzeum folyosóit róva – a kettő természetesen nem áll szemben egymással, csupán érdemes lenne mindkettő fontosságát egyformán elismerni.

A helyi lakosok részére ugyancsak bír a fent felsorolt tényezőkkel, azonban ezeken túl a város társadalmi életének is lételeme. Nem csupán a romantikusoknál tanult „Pilvax-szindrómára” kell gondolnunk – értem ezalatt a 19. századi fiatalság szabadságért való küzdelmeinek színterét -, nem. A kávéházak fontos találkozóponatok. Olyan helyek, ahol az emberek megosztják egymással a mindennapjaikat, ahol a művészek alkotnak, ahol üzletek születnek, egyszóval egy olvasztótégely, mely magába foglalja mindent, ami maga a városi élet.

A szocializálódásnak ezek a lehetőségei jelentős erővel bírnak az egyéni ember, vagy akár csoportok szokásaira. Kávéházban kulturált viselkedés dívik, józan keretek között nyújt vendégeinek kapcsolódási lehetőségeket. Ha egy városban, vagy bizonyos területein a kávéházi életet helyezzük előtérbe, amely magába foglalja a kulturális programokat, színvonalas időtöltést, akkor az az adott város, vagy városrész miliójén, arculatán is érződik. Ily módon befolyásolható a kereslet összetétele is (Puczkó – Rátz, 2000). A kávéházakat kereső, kedvelő, a kulturális programok résztvevői élhető diszkrecionális jövedelemmel rendelkeznek, melyekre lehet építeni. Természetesen ezt nem lehet ennyire leegyszerűsíteni, hiszen egy –egy típusú kínálat nagyon is sokféle keresletet vonzhat be, azonban ami lényeges, hogy olyanokat is, akiknek a költési biztonsága nagyobb.

A kávéházi élet tehát egy külön fogalom.

¹³ <http://mobil.deutschebahn.com/uncategorized/das-suse-leben/>

¹⁴ <http://www.tripwolf.com/de/guide/list/4277/Ungarn/Budapest?group=8&type=26>

Milyen társadalmi hatása van az élénk kávéházi életnek? Milyen hatása van arra, hogy Budapest „minőségi” képet mutasson a külföldi illetve hazai látogatóknak, amely nem elválasztható a jóléttől?

Hadd idézzek Szentes és Hargittay kávéházakkal foglalkozó művéből; *„A társadalom él, lélegzik a kávéházi miliőben, magánügy, közügy egymásba téved, az irodalom fogantatása és befogadása egyidejűleg megy végbe, s mindezt átlengi és magasrendűvé avatja egyfajta könnyedség és önfeledt derű.”* (Szentes – Hargittay, 1998, 5.o).

Amiről ugyancsak nem szabad elfeledkezni, ha kávéházakról van szó az, hogy nem az írók, hanem a társadalom igényei tartják fenn ezt a típusú vendéglátó egységet (Szentes – Hargittay, 1998). A dolgozat multidiszciplináris jellegére ezúton újfent felhívnom a figyelmet, kiemelve, hogy Budapest irodalmi miliője, mely hatással van a hozzánk látogató turisták komfort érzetére is - ami jelentős szempont a kereslet mértékének befolyásolásakor -, a kávéházakra terjedő *igény* jellegén nyomon követhetjük a kulturális érdeklődés mértékét, illetve a város fejlődésének vonalát.

Nem mennék bele hosszan a kávéházak történetébe, csupán pár momentumról írnék, melyek feltárása segít abban, hogy betekintést nyerjünk Budapest jelenlegi kávéházi életébe. Virágkorukat a kávéházak a 19. században, és a századfordulón élték. A millennium évében, 1896-ban, 591 kávéház működött, mint azt olvashatjuk Szentes – Hargittay művében, ekkoriban kapta Budapest a „kávéváros” elnevezést. Abban az időszakban sokkal inkább voltak a kávéházak közösségi színterek, dívott a közös játék, legyen szó táblás, vagy kártyajátékokról, illetve az írók asztalánál gyakorta folyó szójátékokról, melyekbe bárki becsatlakozhatott. A kávéház akkoriban élte azt a szociális funkcióját, melyet ma nemigen lehet megtapasztalni. Vajon a társadalmi igények változtak, vagy csupán nem tudjuk újra feltámasztani a régi hagyományt? A második világháború után megszűntek a szabadszellemiséget, polgáris életvitelt képviselő kávéházak.

Ma próbálják visszahozni a régi szellemiséget, többek között a Centrál kávéházban,¹⁵ vagy a Hadikban¹⁶ komolyan próbálnak háttérrel adni a kávéház kulturális szerepének is, azonban főleg a Centrál vagy a New York olyan árkategóriát képvisel, melyet lássuk be, nem könnyű megfizetni. Ha a régi időkben is ezt a kategóriát képviselték volna, nem büszkélkedhetnének ma költőink, íróink neveivel. Mindenesetre mindenképpen pozitív törekvéseket tesznek ezek a nagynevű kávéházak a minőségi szórakoztatás terén.

¹⁵ <http://www.centralkavehaz.hu/programok>

¹⁶ <http://hadikkavehaz.blog.hu/tags/p%3Airodalom>

A hatodik, hetedik kerületben, a Király utca és a Zsinagóga környékén elképesztő ütemben sikerült megváltoztatni a környezetet. Ma rengeteg étterem, romkocsmá, galéria, szórakozóhely található ezen a területen, éjjel nappal számos turista fordul meg erre felé, keresi és használja ki a lehetőségeket. Mindezen felbuzdulva lehetne teret adni hasonló koncentrációban, a kulturális turizmus, szórakozási lehetőségekkel összekötött színhelyének, a kávéházaknak. Akár a Ferenciek terénél, az Astoria környékén, a Bródy Sándor utca felé, az ötödik, nyolcadik kerületek pereménél egy ilyen jellegű tematizálás úgy gondolom, hogy jótékony hatással lenne nem csupán a turisztikai kereslet növelésére, hanem az utcák, terek fejlődésére is. Mindez hozzájárulna Budapest egy újabb szegletének felvirágoztatásához, növelve az átkelő forgalmat, és az igényt a folyamatos karbantartáshoz – legyen szó házakról, közterületekről – , így járulva hozzá a helyi lakosság jólétéhez is.



5. ábra: <http://www.konyvtar.elte.hu/regi/ikonok/foto/bpterkkep.jpg>

3. Kutatási módszertan

Kutatásom során abból az előfeltevésből indultam ki, miszerint lehetséges, hogy az irodalmi műveken keresztül megismert budapesti milió lehet olyan turisztikai vonzerő, mely jótékony hatással van a jólétre. A kutatási probléma jellegéből adódóan tartalomelemzést alkalmaztam az irodalmi művekből kirajzolódó Budapest-kép vizsgálatára. A tartalomelemzés olyan módszer, amelynek során „közlemények, üzenetek törvényszerűen visszatérő sajátosságai alapján módszeres és objektív eljárással olyan következtetéseket vonunk le, amelyek a

közleményekben nyíltan kimondva nincsenek, de az üzenet megszerkesztettségének, azaz kódolásának a módjából kiolvashatók” (Antal, 1976, idézi Móré, 2010, p. 50.). Ennek alapján a tartalomelemzés mint módszer különösen alkalmas szépirodalmi szövegek tanulmányozására, hiszen ezen művek esetében meghatározó szerepe van a többértelműségnek, a leírt szavak mögötti jelentéstöbbletnek, az üzenet művészi jellegű kódolásának.

A tartalomelemzés során századfordulós, illetve kortárs művészek írásaihoz, emlékeihez fordulok, és keresek olyan leírásokat Budapestről, melyek segítségével a kapott képet a miliő modell szempontrendszerével elemezni tudom. Szerencsére számos író érezte fontosnak, hogy akár versben, akár anekdota formájában megemlékezzen a fővárosról. Az is kérdés, hogy miért volt ez akkoriban sokkal személyesebb és természetesebb jelenség, mint ma. Ha erre a kérdésre választ kapunk, talán azt is megérthetjük, hogy milyen irányú a mai társadalom érdeklődése, mit lát fontosnak, mi az, mely alapján megállapíthatjuk az életminőségük, elégedettségük arányait, és kapcsolatát az irodalom által feltárt turisztikai élményeikkel.

Aki talán a legtöbbet publikált Budapesttel, a fővárosi élettel kapcsolatban, az *Krúdy Gyula*. Számos könyvében találkozhatunk novella, tárcza vagy cikk formájában testet ölteni Budapestet. A *Pesti szalon*, a *Pest-Budai hangulatok*, többek között mind megörökítik a főváros miliójét.

Heltai Jenő Századelő című munkája ugyancsak érdekes képet fest, hiszen már az alcímet elemezve - Tudósítás a Duna-parti Párizsból - is sok mindent megtudhatunk az akkori Budapest hangulatáról, szerepéről, jellegéről.

Sokszor nehéz egy-egy versből, vagy novellából kihámozni azokat a pontosan leírt, hivatkozható részeket, melyek valóban konkrét tényeket foglalnának magukba. Gyakran az adott műben még csak a „Budapest” szó sem szerepel, nincsenek adott utalások, jelzők, melyeket a miliő modellhez köthetnénk, mégis a teljes mű hangulatával, vagy épp kiragadott pillanatképeivel közli a valóságot.

Mert ez a lényege ennek a kutatásnak. Feltárni, hogy a művészetben megjelenő „Budapest hangulat” pontosan milyen képet ábrázol, mely alapján a közönségben, a leendő turistákban, vagy a helyi lakosságban egy asszociáció alakul ki. Hogy ennek az elvárásnak megfeleljen a kínált szolgáltatás, kihat az elégedettségi szintre is. Nagyon fontos ezekkel az előzetes, mondhatni álomszerű, berögződött képekkel foglalkozni, hiszen ismeretük nagyban hozzájárul a desztináció sikerességéhez.

Molnár Ferenc Pesti naplójában ugyancsak nagyon realisztikus képet kapunk nem csupán Budapestről, hanem a város szokásairól, a városlakók egyediségéről is.

Továbbá egy-egy vers is terítékre kerül Kosztolányitól, lesz szó Adyról, akinek szokásain keresztül nyílik meg előttünk ez a világ.

A kortársakkal kapcsolatban a poet.hu¹⁷ internetes oldal segítségével, illetve a *Költői Budapest, Budapest költői* című antológia segítségével tudok bemutatni bizonyos gondolatvilágokat, budapesti életérzést, mit is jelent mai szemmel a főváros, mit látnak benne, és ez mennyiben találkozik a századfordulós költők városával.

Azért a 19. század végét és a 20. század elejét választottam meghatározó iránynak, mert valamilyen oknál fogva – talán az általános és középiskolai tanmenet miatt – ezeknek a szerzőknek a Budapestje áll legközelebb a nosztalgikus, „történelmi Budapest” fogalmához.

Azokat a műveket, vagy mű részleteit emelem ki, melyek a legletisztultabban, összefoglalóan hivatkoznak azokra a jellegekre, melyek a modellben is fellelhetők. Fő szempontom, hogy a miliő modell elemeit megtalálva egy-egy műben, egy képet fessek Budapestről, előtérbe helyezve azokat az elemeket, melyek hangsúlyosan jelennek meg, hiszen azokat az adott marketingkommunikáció, illetve városfejlesztések során előtérbe lehet helyezni. Elsősorban a vendég-vendéglátó kapcsolat, a lokális társadalom interakciója, a vizualitás, zajok, a történelmi kor visszatükröződése, illetve a domináns tájélem részeket próbáltam elsősorban keresni, azonban meg kellett lepődnöm ezek fontossági sorrendjén, illetve azon, hogy más elemek ugyancsak gyakorta tűntek fel.

4. Kutatási eredmény

4.1. „Irodalmi miliő - tükör”

4.1.1. Budapest miliője a századforduló irodalmának tükrében

Szépirodalmi tanulmányaim során azt tapasztaltam, hogy versben legtöbbször azokkal az elemekkel foglalkoznak, amelyek a leginkább képszerűsíthetők. Ez a folyamat oda-vissza játszható. Ha a város önmagáról szeretne valamit hangsúlyozni, érdemes azokhoz a lehetőségekhez nyúlni, melyek egyéb – akár – művészeti ágakban is leírhatóak, ezáltal szélesebb körben is felhívható rá a figyelem. Mint a dolgozat folyamán többször is említésre került, az a kép marad meg Budapestről, mely visszaköszön a szigorúan vett turisztikai téren kívül is, ezáltal magát a turizmus dimenzióit is bővíti.

¹⁷ <http://www.poet.hu/cimke/budapest>

Ma Budapest a fürdők, a fesztiválok, és a romkocsmák hazája, leghangsúlyosabb látványi elemei, melyek kiemelkednek a városban, a Parlament, a Margitsziget, a Halászbástya, a Budai Vár, a Gellérthegy, a Lánchíd, a Szent István bazilika, az Andrássy út és a Hősök tere (Puczkó – Rátz – Smith, 2007).

Nem látogatottságuk, vagy a köztudatban élő fontosságuk alapján írtam ezt a listát. Ha elképzeljük azonban ezt a kört, melyet alkotnak, ahogy kirajzolódik általuk a köztük megbúvó, világháborús sérüléseket magukénak tudható házakkal teli, franciásan szűk utcák, forgalmas csomópontok, éttermek, kávézók, sörözők, színházak, majdhogynem *érezzük*, mit is jelent Budapest szívében létezni. Mindezek között pedig ott kanyarog és csillog a Duna, mely a város elengedhetetlen része, és amely összefonódik Budapest lényegével.

Mint **domináns tájelem**, a Duna a legfontosabb. Természetesen jellegzetes még a pesti síkság és a budai dombság, többek között Jókai is előszeretettel hangoztatja a különbséget, azonban a legjelentősebb, és legtöbb hangsúlyt kapó tájelem mégiscsak a Duna. Budapest szívét ő határozza meg, hiszen a város építkezésekor mindig figyelembe került. Később is, az 1838-as árvíz miatt, a Duna újabb értelmet nyert, újfent fogalommal vált, és egy soha nem mellőzhető képpé.

Kosztolányi, A hídon című versének fő szereplője. A Duna többféleképp is megjelenik egy-egy versben, több alakját megmutatja. A rengeteg híd miatt, és mint természeti jelenség, mely köré egy egész város épült, a turisták számára nagyon meghatározó elem, a költészetben ugyancsak gyakran szerepel.

„... És én megálltam álmodozva
A lüktető mélység felett,
... Szellő bujálkodott a habbal,
Beszélt a víz susogva, halkal,
Titokzatos, bús volt az éj,
S a selymes és szagos víz árja
Hullámos, tiszta, mély.”

Azért ezt a részletet vettem ki a versből, mert ebben majdhogynem az összes, általánosan a költészetben a Dunával kapcsolatos jelző és kép szerepel. A Duna, mint Budapest domináns tájeleme, egészen vad-romantikus hangulatot ad a városnak, főleg éjszaka, mikor a kivilágított hidak, a Vár és a Parlament, valamint a folyami hajók olyan fénybe vonják, amely partja mellett ki ne akarna kellemes időben sétálni. Majd a későbbiekben látni fogjuk, hogy Budapestet a századfordulón, és néhol a későbbiekben is, szerették párhuzamba állítani

Párizssal, ahol a Szajna, mint a város folyója, ugyancsak hasonló szerepet tölt be, mint nálunk a Duna.

Petőfi Sándor, a Dunán című művében ugyancsak érzelmes párhuzamot köt az emberi szenvedély és a folyót megtörő hajók között.

Azonban folyónknak nem csupán csöndes, nyugodt oldalát foglalják versbe. *Ady Endre, A Duna vallomása* című művében egész más megszemélyesítést alkalmaz.

„Megtudtam, hogy titkokat rejteget

A mi Dunánk, ez a vén róka”

Kezdi versét ezekkel a sorokkal. Nem szeretnék hosszadalmas verselemzéseket folytatni, hiszen minket elsősorban az érdekel, milyen szinten illeszkedik be a költészetben felvázolt kép Budapest miliójébe, kialakíthatunk-e egy egyedies íz világú modellt, mely közelebb hozza a város turizmusához a köztudatban élő asszociációkat. Hiszen ami a költészetben, a festészetben, a különböző újságcikkekben megjelenő képek a városról valójában magukban hordozzák a közvéleményt is, hatnak rá, alakítanak rajta.

„Tavasza volt és ő csacska-részeg.

Táncolt, dalolt, kurjongatott, mesélt,

Budapestre fitymálva nézett

S gúnyos nótákat füttyörészett.”

A legtöbbet használt jelző, mely a Dunával kapcsolatban megfogalmazódik, az a vén. Mert közvetíthet többféle érzelmeket, kiemelhetik a hajóit, hajóit, nyáron, télen, tavasszal, azonban az időt, a történelem folyását, mindig magába foglalja. Adynak ez a verse teljes egészében a Duna sokat látott „szemére” épül, miszerint maga a várost átszelő folyó egy élő szereplője a történelem visszatükröződésének.

Ezzel el is érkeztünk egy következő elemhez, mely hangsúlyosságát tekintve szintén az élvonalba tartozik, mégpedig a **történelmi korok visszatükröződéséhez**.

Előzetesen fel szeretném hívni a figyelmet arra, hogy ha irodalmi művekben, vagy egyéb művészeti ágakban keressük valami egyébként racionális, hétköznapi letükröződését, azt nem lehet egyszerűen „fiókokba osztani”. Több elem is feltűnhet egy-egy versben, összefonódva olyannyira, hogy nem lehet őket különválasztani. Ez már a fenti, Dunával kapcsolatos bemutatásban is érzékelhető volt, hiszen a vizualitás, mint elem, ugyancsak összekapcsolódik a folyóval. Azonban igyekeztem inkább az elemek hangsúlyozottságával foglalkozni, ezért is ez a felépítése a kutatásnak, hogy nem túlzottan elkülönítve építem fel az egyes részeket, hanem csak jelzésértékűen elválasztva, ezzel is erősítve a köztük fennálló kapcsolatot.

A történelem visszatükröződését ugyancsak egy Kosztolányi vers érzékelteti legegyszerűbben. Rengeteg verset felsorakoztathatnék itt, azonban igyekeztem olyanokat kiválasztani, melyek a legkézzelfoghatóbb képeket használják.

Kosztolányi Budai idill című versében több elem is megjelenik, úgyhogy a dolgozatban a későbbiekben ugyancsak hivatkozni fogok rá. Azonban most csupán azt a részletet emelném ki, ahol a költő, történelmi korainkkal foglalkozik.

„... Hisz e sziklás, büszke vén föld

Ezredéves bús regét költ.

... Vén pasák fürödtek itten

A világos, lanyha vízben

S látta Mátyást a hegy orma.”

A versben két meghatározó turisztikai elem is szerepel, utalás a város fürdőire, melyet, mint tudjuk a Turizmus Zrt. a főváros kommunikációs kampányaiban is gyakorta hangsúlyoz,¹⁸ illetve egyik a köztudatban máig élénken élő királyunk neve, melyhez a Mátyás templom köthető. A későbbiekben is láthatjuk majd, hogy nincs jelentős eltérés a ma fontos helyszínei és a századforduló jelentős helyszínei között Budapesten. Ezért is érdemes ebben az irányban tovább fejleszteni a várost, támpontnak hívva a történelmi Budapestet, hiszen máig annak maradványaiból él nagyrészt a város turizmusa.

Kosztolányi másik versében, a *Budapest* című művében ugyancsak előbukkannak utalások a város történelmi hangulatára.

„... Itt minden ifjú s mégis emlék,

itt minden új s máris erő;

partokon nézhette seregét

Mátyás király, a Bécs-verő,

ott a lépcsőfal, ősi csarnok,

hol a lázas tömeg kavargott...”

Újfent Mátyás jelenik meg, illetve kihangsúlyoznám az „*Itt minden ifjú s mégis emlék*” sort. Ebben benne van Budapest ma is legmeghatározóbb jegye, miszerint a fiatal dinamizmusa a városnak és a régi, ódon hangulata a házaknak, utcáknak. Megint csak vissza kell térni a Dunára, hiszen az is, mint meghatározó része a városképnek, magába foglalja az ősiség, fiatalság misztériumát. Mindezek azért érdekesek, mert Budapest marketingkommunikációjában érdemes és kifizetődő lenne azokra a dolgokra támaszkodni,

¹⁸ <http://egeszsegturizmus.itthon.hu/budapest-furdovaros>

melyek amúgy is adottak, értéket csinálni olyan dolgokból, melyek magukban hordozzák a lehetőséget. A város romantikája, melyhez az itt felsorolt miliő elemek hozzájárulnak, önmagában vonzerőként funkcionál (Puckó – Rátz, 2000).

Legtöbbet reklámozott, leginkább a köztudatban forgó nevezetességeink, mind a régmúltról szólnak, hiszen a Vár, a Lánchíd, az Alagút, a Gellérthegy, a Bazilika, a Zsinagóga, a Vajdahunyad vára, régi fürdőink, mind a történelmünket magukban hordozó nevezetességek. Már *Krúdy* is a *Pest-Budai hangulatokban* így összegzi Budapest legmeghatározóbb attrakcióit, mondhatni jelképeit; „... *Pestet palotasoraival, a fenséges Várat, a titokzatos jánoshegyi tornyot, a Gellérthegyen csúszkáló szerelmeseket, az ódon Rudast, a fiatalságunkra emlékeztető bástyasétányt, hegynek járó utcákat, a Császárfürdő felől csengő katonai zenére..., a lánchídi néma oroszlánok...*” (*Krúdy, 1921, 18. – 19.o*)

A történelmi korok hangulatai tehát meghatározó elemei városunk miliójének, az a pár, megmaradt kávéházunk, illetve egy-kettő az újak közül szintén hozzá akar tenni Budapest ezen ódon hangulatához.

Ha már kávéházak, akkor bizony eljutottunk a harmadig legmeghatározóbb elemhez, mely nem is egy konkrét részlet, hanem pont, hogy a **komplexitás** elve. Az előző két elem sokkal inkább különálló, hiszen igazság szerint vagy van domináns tájelem, vagy nincs, akár tárgyasultságát, akár lényegességét tekintve. A történelmi korok, hogy mennyire tükröződnek vissza, úgyszintén meghatározza maga a város történelme – milyen szinten sérült a háborúkban, mennyire restaurálták, vagy egy teljesen új város született, mely kicsit sem emlékeztet a régire – illetve játszik –e bármilyen szerepet az attrakciók milyenségében, vonzerőnek számít-e.

Ahogy egyre mélyebben ástam bele magam Budapest irodalmi vonatkozásaiba, annál inkább éreztem úgy, hogy elsősorban az elemek vegyítése az, amely meghatározza irodalmi miliójét, ezek az elemek, melyek itt bemutatásra kerülnek, adják vissza a költői Budapestet, melyek a turizmusra, illetve a turisták és a helyi lakosok életminőségére hatással vannak.

A kávéházi élet a századfordulóban remekül prezentálja a vendég-vendéglátós kapcsolatot, a lokális társadalom interakcióját, az akkori társadalmi szokásokat Budapesten, mely kihat a szállásolási szokásoktól kezdve az árszínvonalon át az olyan átható, és állandó momentumokra, mint a szagok, a zajok az ízek és a vizualitás. Talán most lesz igazán nehéz elemezni a felsorolt elemeket, hiszen mind hatnak egymásra, az egyik beépül a másikba. Mindenesre megpróbálom némileg különválasztani őket, azonban azt is fontos tudatosítani,

hogy a millió elemei milyen szinten hálózják be a teljes várost, milyen szinten befolyásolják mint vonzerőt, az összetettségét, a felépítését, mely remélem magának a kutatási eredménynek formáján és felépítésén is visszatükröződik.

A **társadalom** jellemzői, szokásai, viszonyai mind meghatározóak az adott desztináció miliójében, a városba érkezők benyomásában, és végeredményében abban, hogyan tudnak részesei lenni a teljes légkörnek. Befolyásoló hatással vannak a helyi lakosság szokásai a turisták élményeire, illetve az egész város ritmusára. Ez az az egyetlen pont, ahol a régi és mai Budapest szétválík. Az eltérések egyértelműek, tisztán érzékelhetők, azonban itt is vannak részletek, melyek változatlanok.

A városi élet a századfordulón olyan mértékben a kávézóknak testesült meg, hogy majdhogynem lehetetlen különválasztani. Nem tudok ellenállni, és muszáj hoznom itt egy hosszabb idézetet *Molnár Ferenc*től, aki *Pesti napló* című kötetében nagyon frappánsan megfogalmazza a kávéházi élet lényegét, és ezzel a teljes budapesti lakosság szokásait, és mely munkát Saly Noémi – aki részletesen foglalkozik a kávéházi világgal - szintén felhasznált munkáihoz.

„... Pesten mindennap délután kettőtől éjjelig zsúr van, amelyen néhány százezer ember vesz részt, aki informálva van az ellenzéki és kormánypárti lapok állásfoglalásáról, ellenőrzi az egyik lapból a másikat, röviden: aki mindent tud.

... A premier után következő napon itt az egész város pontosan tudja, mit ér a darab, a közítelet kialakul tizenkét óra alatt. Ez a kávéházak érdeme, érdem azért, mert nemcsak színházzal vagyunk így, de politikával, gazdasággal és erkölcsiekkel is.” (Molnár, 1993, 98 – 99.o)

Ezekből az idézetekből levonható az a következtetés, miszerint a helyi társadalom hihetetlenül aktív mindennapokat élt, folyamatosan kommunikáltak egymással, mely kommunikációnak a kávéház volt a színtere. Azt is megtudhatjuk, miért, és ezzel már egy újabb elemet vonunk be, az **árszínvonalét**.

„... Drága a tisztességes lakás, a jó bútor, a kedélyes otthon, s ezzel szemben fűtött márványpalotában lehet ülni húsz krajcárért egész délután...

... Ebből a szempontból a kávéház egy hajléktalanok menhelye a burzsoázia számára, amely, mivel az angol bőrfotelben ülni jó, de ezzel szemben az angol bőrfotel kétszáz koronába kerül, inkább elmegy az új kávéházakba, amelyek már teljes klubkényelemmel vannak berendezve, amire ezen a széles nagy világon sehol sincs példa.

... A szegény középosztály csak aludni jár haza. Otthont senki sem csinál magának. ... A kávéház vígasztal, ápol és eltakar.” (Molnár, 1993, 99.o)

Kemény szavak, azonban sok mindenre rávilágítanak. Arra például, hogy miért nem lehet ma ugyanazt a szerepet visszaállítani a kávéházaknak. Azonban nem is az a cél, hogy ugyanazt visszahozzuk, hanem, hogy részévé tegyük múltbéli szerepüket a jelenkor turizmusának.

Ebből az idézetből az derül ki, hogy a szegényedő középosztály, hogy fenntartsa társadalmi helyének legalábbis látszatát és jóléti érzetét, talált magának egy olyan helyet, ahol mindez megvalósulhat.¹⁹

Nem csupán művészek használták a kávéházat „második otthonnak”, hanem a kereskedők, az iparosok, az orvosok, egyszóval minden réteg, minden szereplője a lokális társadalomnak megtalálta a maga „márványszalát”.²⁰ (Molnár, 1993)

Az akkori vendéglátósok pedig nagyon is tisztában voltak azzal, hogy ők adnak teret ennek a jelenségnek, mely egész Budapesten uralkodott. Ezért is hallunk „legendás” főpincérekről, pincérekről, tulajdonosokról, akik fejet hajtva, azonban fontosságuk és mellőzhetetlenségük teljes tudatában uralták a városi életet. (Tóth, 1986) Ez hatott a **vendég és vendéglátós kapcsolatra** is. A vendéglátósok lekötelezettjeiké tették tulajdonképpen a vendégeket, így létrejött egy érdekes függési viszony, ami a teljes századforduló Budapestjét meghatározta. Ezen felül az akkori turisták, külföldi és belföldi utazók a helyi lakossággal egész más dimenzióban találkoztak. A rengeteg törzsasztal, állandó társaságok, egész más háttérrel adtak a Budapestet megismerni vágyók élményének.

Heltai Jenő, Utazás enmagam körül című munkájában van erre vonatkozóan egy kedves részlet.

„... Hogyan szövődnek ezek az érthetetlen, furcsa barátságok vendég és pincér között? Hány ilyen barátom volt a párizsi Fernand-tól a Fiume kávéház és az Otthon bölcs Gyulájáig, a Nem York és a magyar irodalom halhatatlan Gyulájáig, az éjjeli mulató ravasz és furcsa kis Ödönéig! Mennyi okosságot, kedvességet, gyöngédséget kaptam tőlük mint édes habot és dupla adag cukrot ingyen ráadásnak a feketekávéhoz! ...” (Heltai, 1998, 133 – 135.o)

Azonban nem csupán a vendéglátóhelyek voltak berendezkedve erre a nagymértékű ingadozásra az otthon és a közösségi szociális terek között, hanem a szálláshelyek is. Ady

¹⁹ http://bfl.archivportal.hu/id-299-gyani_gabor_kozeposztalyi_fogyasztasi.html

²⁰ http://bfl.archivportal.hu/id-443-herman_lipot_muveszasztal.html

Endrével kapcsolatos anekdotákból, írásokból megtudhatjuk, hogy a költő, mivel szeretett első lenni mindenhol, és nem tűrte, hogy hanyagolják, ezért olcsóbb szállodákat keresett, ahol még borravalót is tudott adni. Elkerülte a fényűzőbb szállodákat. (Bölöni, 1974)

Az akkoriban élők életszínvonala, igényei, különböztek a maiaktól, pedig ugyanúgy fontos volt a pénz értéke, sok versben olvasható is Budapest drágasága, melyet hol elnézően, hol vádlón örökítenek meg.

*„... de Pest, szép ideálom,
bár megtör is majd aggkorom,
te majd felismersz akkoron
s engem megejt a régi álom.*

Itthagytam lelkem, pénzemet:

elég ok, hogy szeresselek.,

(Kosztolányi- Budapest)

Írja Kosztolányi, ellentétben Heltaival, aki sokkal tragikusabban éli meg a városi árakat.

„... Keress lakást, olcsót, de szépet,

A villamoshoz jó közel,

Előkelő vidéken, honnan

Gonosz szomszédság nem űz el.

... A két szoba, mit megtekinték,

Poloskák, patkányok hona,

Az ára volt csak budapesti,

Az ára nyolcszáz korona. ...”

(Heltai- Nyári lakás)

Az utolsó részlet, mellyel még nemigen foglalkoztunk, a **szagok, zajok, vizualitás** elemei. Velük a legnehezebb, hiszen egyszerre vannak jelen mindenhol az irodalomban, azonban ritkán testesülnek meg mégis egyedülállóként, legtöbbször jelzői alakjuk az adott tájelemnek, vagy történelmi kornak. Mégis, *Kosztolányi* két, már fentebb említett verseiben nagyon hangsúlyosan, és érzékletesen jelennek meg.

Budai idill című versében, egy óbudai lakás érzetével foglalkozik.

„... Gyenge doh-bűz, kis csiriz-szag,

Otkolon és szappan-illat,

Csendbe foly egymásba által,

Mint ó parfüm illatával

A konyhába fojtva fővő

Káposztának illata”

Az utolsó versszak pedig olyannyira tele van ezeknek az elemeknek a jelzőivel, hogy szinte megtestesül előttünk egész Pest, mely ma is ugyanezt a hangulatot képviseli.

*„... A közelbe s mégis messze,
A folyón túl zajba veszve,
Fénybe, ködbe, kéjbe, könnybe,
Küzdve, nyögve és hörögve
Rongyselyembe kárhozottan
Hadd vergődjön, sírjon ottan
Háborogva, zúgva Pest.”*

Elképesztően erős képek, ahol egyszerre ott vannak a milliónek azok az elemei, melyek meghatározzák egy város, ez esetben városrész hangulatát, arculatát, színességét, jellegét, mindent, amellyel az utazó, a városba lépve találkozik. Ezzel a területtel érdemes foglalkozni, ezzel a képpel, hiszen ez az, mely arcul csapja, és emlékeket hagy a látogatóban.

*„... Ott, ahol a vén Dunának
Hullámai muzsikálnak,
Hol a székek, padok állnak,
De a villamos szalad,
Hol az aszfalt sose porzó,
Ott virít a szívét-orzó,
Mámorító déli korzó
Félig kopasz fák alatt. ...”*

Kezdi *Korzó* című versét ezzel a versszakkal *Heltai*, ahol szintén megjelennek olyan beszédes elemek, mint a muzsikáló hullámok, a szaladó villamos, vagy a félig kopasz fák. *Kosztolányi Budapest* című versében ugyancsak megjelennek az aszfaltba nőtt fák, a városi por és utcakő, hajósíp, tört némettel beszélő fiatalok, a népes korzó lármája, a város zajai, füstje, hője, nyekergő hegedű, a csörgő villamos. Annyi kép van, annyi jelző és a milió elemeinek olyan sokszínű megjelenési formáit tartalmazza, hogy a teljes verset idemácsolhatnám, a lényeg ugyanaz maradna.

Az irodalmi művek nemes egyszerűséggel tükröi a város miliójének.

4.1.2. Budapest miliője a kortárs irodalom tükrében

Elsősorban olyan fiatal, kevésbé ismert költő-palánták műveit veszem itt elő, akik korunk gyermekei. Bár a versek nem mindig annyira irodalmiak, mint azok, melyekkel eddig foglalkoztunk, azonban szintén tükrözik a város miliójét, nagyon aktuális módon.

Nem annyira részletezném most az egyes elemek fontosságát, összefüggéseit, arról már volt szó elég, hanem a századfordulóval kapcsolatos hasonlóságokra illetve különbségekre tenném a hangsúlyt.

Meglepő volt, hogy ezekben a versekben sokkal realisztikusabban jelennek meg a miliő elemek, kevésbé misztifikáltak.

Szabóné Horváth Anna verse, Budapest címmel tökéletes példája annak, hogy a történelmi kor visszatükröződése mennyire meghatározó Budapest miliójében. Konkrétan a teljes vers erről szól, ezért csak nyomatékosabb sorokat idézek.

„... *Ősi múltjáról emlékek regélnek*
Korok, kultúrák munkái mesélnek
... Fürdők, templomok díszes építészte
Korok, népek, divatok ékessége
Múzeumok, terek és intézmények
Festmények, korhű ruhák, beszéljete!
Útnak indul a sokarcú Budapest
Művelődés, kultúra szemét nyitja..”

A versek nagy része valójában Budapest turisztikai szerepéről szól, mindig említésre kerülnek a „látnivalók”, a Margit sziget, a történelmi helyeink. A Duna ugyancsak gyakran megjelenik, mint domináns tájelen.

Kristóf Eliza, Illúzió; „Felkelt a Hold, a lusta éji lámpás
Ezüstös árnyat vetve a hűs dunai habokra...
Török Attila, Pesti elégia; „... szebb napjaid zaja
a Duna-ködbe vész..

Török Levente, Pest 1838; „... Odalent egy-egy villanó árnyék, a bús lámpasor,
S meztelen inognak a bordák, a Duna zöld vizén...”

Itt megállnék egy pillanatra példák felsorolásában – úgysem lenne annyi hely a dolgozatban, hogy az összes verset, mely említést tesz a Dunáról, és kutatásom során találtam, itt bemutassam. Azonban – végre – nem csupán romantikus lelkületet hallhatunk Török Levente versében megszólalni, hanem a nagy pesti árvíz kapcsán egy kevésbé bájos kép

fest. Igazság szerint a Budapestet megtestesítő műveket két kategóriába lehet sorolni. Vannak versek, melyek áldják a várost, azzal együtt is, hogy bemutatják negatív oldalait, illetve vannak – kevesebb számban csöppet sem hízelgő, vagy legalábbis kritikusabb hangvételű versek. A kortárs művekre pedig a sokkal realisztikusabb, naturalistább leírások jellemzőek, ezekben olyan jelenségekkel is találkozunk, melyekkel a régiókban nem igazán.

Tehát megállapíthatjuk, hogy nem csupán a város általános miliőjét ismerhetjük meg emberközeli módon, hanem a városban történő esetleges változásokra is fény derül, a helyi társadalom szokásainak alakulása, életminősége is lekövethető – például azon, hogy milyen megvilágításban látják ma a várost.

Kristóf Eliza, Illúzió című versében, melyből már idéztem fentebb, egy hajléktalan a főszereplő.

*„... A koldus kicsavarja kalapját,
feláll és eltűnik a pesti forgatagban.
... Köszönti őket a Hold, a visszatérő vendég,
lesütött szemmel keresi öreg barátját.”*

Amit érdemes megemlíteni, hogy a vers nem negatív, vagy ítélő hangvételű. Inkább szomorkás. Ez is gyakori, hogy olyan jelenségeket, melyekkel kapcsolatban gyakran a közvélemény negatívan csatol vissza, a költészetben semleges, vagy pozitív visszacsatolást kap. A századforduló műveiben is vehettünk észre ilyen jelenséget, bár ott kevésbé drasztikusan az eltérő nyelvi szokások miatt. Emlékezzünk vissza Kosztolányi versére, melyben Pestet épp azért szereti, mert „ellopja” minden pénzét. Valószínű a helyi lakosság, vagy az utazók kevésbé értékelték a város drágaságát.

Ezért is nehéz, és vigyázni kell, ha bármilyen művészeti alkotáson keresztül szeretnénk megismerni valamit, mert gyakran találkoznak az ellentétek - prózai egyszerűséggel, gyakran azért jó valami, mert rossz, és fordítva.

A hajléktalanok, a graffitik, a modern építkezési vonal, vagy épp a vulgáris kifejezések - ezek mind olyan részletek, melyekkel a régebbi korok verseiben nem találkozunk. Ez nem jelenti azt, hogy akkoriban ezek a dolgok nem léteztek volna bizonyos formában, azonban mások volt az önkifejezési szokások. Ha ezt vesszük figyelembe, akkor kijelenthetjük, hogy végeredményben minél inkább előrehalad az idő, annál inkább nyújt naturális, valóságghű képet a költészet Budapestről, miközben ezeknek a realisztikus képeknek a megítélése máig gyakorta nem egyezik a közvéleményével. Egyszerűen azt érdemes figyelembe venni, hogy pontosan mik jelennek meg a versben, és nem azt, hogy milyen hangvételben.

Haut Zoltán, Budapesti séta... című verse tiltakozás a modern építészet ellen, mely az antik városképet megbontja.

„... Öklöm sújtana le,
Úgy ti reátok, mint
Ódon épületre
Bontó kalapácstok!
... Elég már a kárból,
Amit okozatok!
Antik városképet
Vissza nem hozátok...”

Ezt is gyakorta visszahallani. A modern üvegpaloták, mint a Bálna, vagy az Andrássy úton a volt ING székház, melyeknek tervezője ugyanaz a holland építész munkája²¹, vagy a Kálvin téren szintén nagy port keverő Kálvin center esztétikájával kapcsolatos ellenérzések nagyon is élő jelenség, bár ma már a temérdek modern jellegű épületek miatt ez is Budapest részévé vált. Régebben is voltak gondjai a közvéleménynek a más stílusban felújított házakkal. Ma már Budapest sokszínű építkezése beépült a város arculatába.

Csak, hogy további példákat hozzak fel a város újabb arculatának előtérbe kerülésére, íme *Jabronka Richárd, Csak a hiány miatt... (Budapest)* című verséből pár részlet.

„hiányzik belőled
ezért szeretlek
nem a stressz miatt
vagy a hidak alatti
mocskos herointelepeken
burjánzó harag az
ami tetszik benned
nem is a kérő kéz
vagy köpő száj...”

Amiben jelentősebb eltérés van, az a vizualitás. A kortárs versekben, mint fentebb is olvashatjuk, megjelenik a nyomor képe. Mindez a helyi lakosság és az utazók szempontjából

²¹ <http://hazai.kozep.bme.hu/hu/az-ing-bank-szekhaza-paulay-edu-utca-budapest/>

a szagok, a köztisztaság, a közbiztonság érzetére is hat, a versekben azonban a vizualitáson keresztül, az asszociációban jelentkezik a többi elem hatása.

A városi nyomor jelensége nem új keletű, azonban a vulgárisabb megfogalmazás miatt súlyosabbnak érezhetjük. Az életminőség kérdésére ezek a dolgok hatnak a legközvetlenebbül, hiszen az utcán járva ezek az ingerek érik leghamarabb.

Budapest sokkal vadabb képet fest magáról a költészetben, a kevésbé elismert és a számon tartott költők műveiben is.

Pár olyan kortárs verset is szeretnék hozni, melyek az 1950 és 2000 –es évek között íródtak, olyanoktól, akik a szakmában ismertebbek, és akiknek műveivel megint csak nehezebb dolgunk van, mivel kevésbé kézzelfoghatóan fogalmaznak.

Balázs Tibor, Budapest, célállomás című művében, a fővárost játékosan ugyancsak párhuzamba hozza Párizssal. „*S lám, már itt vagyunk mind a ketten
e Szajna-parti Budapesten.*”

A Szajna Párizsban ugyanolyan jelentős, meghatározó tájelem, mint nekünk a Duna, ezért is hozzák olyan szeretettel párhuzamba a kettőt, azonban a századforduló verseivel ellentétben, itt gúnyos a hangvétel, a Párizs-Budapest hasonlat inkább ironikus, tehát csöppet sem magasztaló.

Érdekes kettőség figyelhető meg ezekben a versekben is, ahogy már fentebb is említettem, sokkal hangsúlyosabban, mint az 1800-as évek végi művekben. Vannak, akik „szeretett városukról” írnak, és vannak, akik majdhogynem megvetik. Ez a kettőség szintén tükrözi a nagyvárosi életről általánosságban alkotott sokszínű véleményeket. Azonban azt is hozzá kell tenni, hogy bár a különbségek a naturalista kifejezések, képek miatt, vagy az adott témát tekintve szintén erősebbek, aki Budapest szépségéről ír, nem annyira érzelgősen, mint inkább tárgyyszerűen fogalmaz.

Pozsgai György, Pesti mozaikok;

„... Még gyöngyöt hullatnak a

sugárúti fák;

... A mellékutcákban

Velence víziója sejlik...

Gondolák helyett

mormoló autók

hajtanak álmosan.

*... Friss zsömlék illata
kanyarog az úton –
... s a liget csendjébe még
szunnyad a gőzölgő tó.”*

Őszintén szólva abban az antológiában, mely kifejezetten ennek a kornak Budapest verseit gyűjtötte össze, alig találtam olyat, mely ne kritikus hangvételű lenne. Érdekes, hogy amíg az amatőr költők milyen csodálattal tudtak írni a városról, addig ez a korosztály, az irodalmi életben tulajdonképpen ismert, jelenlévő művészek sokkal negatívabb hangvételt ütnek meg.

Kiss Judit Ágnes, *Bédekker* című művében hangsúlyosan érezhetjük azt a negatív aurát, mellyel a kötetben szereplő többi szerző ugyancsak felruházta Budapestet.

*„még fölnevelt – bár koszban és szemétkben,
...de úgy mesélt és ringatott, ha féltem,
hogyan elhitette: minden az enyém.
aztán lassacskán rászitált a téboly,
... foghíjas utcáit vigyorra húzta,
... és útnak indult: drága rizs a száján,
habár alóla szennyes ár csorog,
vörös boát viselve aszott vállán
most Európa sarkán ácsorog.
... akár egy ócska horrorfilmben, látom
város-anyámat szörnyé mállani.”*

Falusi Márton verséből idézni sem kell ahhoz, hogy érezzük ugyanezt a negatív hangot, a címe; *Budapest eddig sem létezett*.

Másik érdekes változás, hogy ma már nem csupán nagy, történelmi alakjaink jelennek meg Budapesttel kapcsolatban egy-egy versben, hanem azok a költők is, melyekről többek között ebben a dolgozatban is szó volt.

A már idézett Balázs Tibor versében Ady jelenik meg. Bozók Ferencnél Babits, József Attila és Somlyó, Madár János versében szintén József Attila, Szauer Ágostonnál Krúdy.

A miliő elemek kicsit más, kevésbé pozitív hangulatot kapnak, sokkal erőteljesebb jelzők jellemzőek, és valahogy Budapest is sokkal realisztikusabbá válik.

A turizmus is, mint jelenség olvasható a versekben, és a város látnivalói újabb megvilágításba kerülnek.

Véghelyi Balázs, Budapest verse így kezdődik:

„Itt a város, vagyunk lakói...

Tócsák tükrében turisták arca,

idegenül néznek háború-

sebzette, sötét bérházfalakra.”

A folytatás ugyancsak meglepően aktuális, ha a város turizmusát nézzük.

„Látják a romkocsmák árnyait” – Hozzátenném, a vers 1983-ban íródott.

„... Nem tudják, Ady Endre hol ült

mámoros, merengő, bús éjszakán” – Irodalmi alak tűnik fel.

„... Lehet-e még benne otthonunk,

és lesz-e benne még lakóhelyünk?”

A vers végére még a helyi lakosság és a turisták kapcsolata is burkolva benne van. Ez a vers teljesen jól példázza azokat a jelenkori problémákat, melyek eltérőek a régiektől.

Ugyancsak érdekes, hogy ha a város látványosságai kerülnek szóba, szintén találkozhatunk pár új jelzővel, példázza Koppány Zsolt verse.

„... Tombol a Parlament”,

„...a Halászbástya,

penészből nőtt neki szakálla”,

a Margit szigeten pedig a szerelmesek „természetesen”

„... szerelmes bolondok

bordái mögött sebzett szívek.”

Az árszínvonal, mint probléma ugyancsak felmerül ebben a generációban.

Koppány Zsolt fenti versében – Budapest címmel – beszédes részlet;

„... Budapest! Te álom, te minden!

Mi adóznánk, de nincs adó,

nincs pénz amellyel nyitható

a titkod. Ragyogj drága isten!”

Hát ennél jobb példa nem is kell. Ott a probléma, ami ugyanaz, mint ami az előző fejezetben felmerült, de teljesen más hangulatú a körítés! Elképesztő, és ez egy 1955-ös vers. Időben nem voltak nagy ugrások, azonban mégis, annyi minden változott a történelem

sodrásában, hogy így megugrott az irodalom, mely tulajdonképpen a közvélemény letükröződése.

Emlékszem, egyszer részt vettem egy idegenvezetői túrán, mely a budapesti zsidó negyedben kalauzolt végig minket. Egy izraeli házaspár, a túra végén, a híres budapesti piacról kérdezett minket, hogy merre található. Először azt hittük, hogy a Vásárcsarnokra gondolnak, de kiderült, hogy az antikvitas terén ismert Ecseri piacot keresik, mert hallották, hogy milyen híres, és nagy kínálattal rendelkezik. Enyhén szólva aggódni kezdtünk értük, és próbáltuk őket lebeszélni, mindenesetre felhívni a figyelmüket arra, hogy óvatosan és vigyázva látogassák meg a kilencedik kerületi piacot, mert az már a „vad Budapest”- hez tartozik.

Ahogy telik az idő, úgy nő és színesedik a város. Azonban minél inkább a kulturális turizmusra, a kulturális szórakozásra és a történelmi Budapest kiemelésére helyezzük a hangsúlyt, annál inkább javítjuk az életminőséget is. Milyen jó lenne, ha nem kéne óva intenünk a turistákat az Ecseri piactól, miközben valóban szép antik piac lehetne.

Minderre azért tértem ki, mert a „történelmi Budapest” mellett él és létezik a kortárs költészetben a „wild Budapest” fogalma is, tehát a költészet máig, sőt ma már egyre inkább aktuális fórumnak tekinthető.

4.2. Élő irodalom Budapesten – Holt, vagy nem is olyan holt költők szelleme

Eddig tehát megtudtuk, hogy az irodalomban megjelenített budapesti miliő tulajdonképpen mely elemekben él leginkább, és levonhattuk azt a következtetést, hogy komplex jellegük miatt és hatásuk mélységei végett, ha a kulturális turizmusra kellene levetíteni, hasonlóan komplex vonzerőről beszélhetünk.

Van, ami változott a városban, megítélésében, van, ami nem, azonban ahogy akkor, úgy ma, az irodalmi turizmusnak élő színtere a kávéház maradt. Természetesen változott a kávéházak mai szociális szerepe, és az irodalomban képviselt helye is, azonban mégiscsak ő jelenti máig azt a színteret, ahol nagyon személyesen, „élőn” találkozik a kultúra és az utazó, vagy a helyi lakosság. A kávéházakban egy olyan irodalmi világ nyílik meg, ahol a kulturális turizmus kölcsönös, interaktív viszonyba kerül az érdeklődővel, valamint vendéglátó szerepe miatt a helyi lakosság életének is szerves része.

Ráadásul a budapesti kávéházi élet fokozatos fellendülésével hangsúlyos szerepet kapna a történelmiség, az az elem, mely a leghangsúlyosabban jelenik meg, és rajtuk keresztül nyomon követhetjük a helyi lakosság és a turizmusban részt vevők kapcsolódási viszonyát is, kölcsönös hatásait.

A címben kiemelttem a „holt és nem is olyan holt” költők szellemét. Ennek oka, hogy a mai irodalmi élet, mely a kávéházak által vonzerővé nőheti ki magát, áll a régi és kortárs írok tevékenységéből is, megcáfolandó az állítást, miszerint; „Egy rendes költő legyen halott”, ahogy azt Agócs Sándor írja versében.

Az irodalmi programok, legyen szó író-olvasó találkozóról, felolvasó estről, a fiatalság körében elterjedt slam poetry estekről, vagy visszaemlékezésekről neves íróinkra, mind olyan kulturális vonzerőt rejtenek magukba, mely még nem kapott elég figyelmet.

A Centrál Kávéházban rendszeresen rendeznek az utóbbi időben zenés irodalmi esteket a „múlt nagyjairól”. Én is voltam egyen nemrég, az éppen Weöres Sándor szerelmi költészetéről szólt. Meghívtak egy irodalomtörténészt, aki mesélt egy kicsit az íróról, majd a Sebő együttes lépett fel, és adott elő megzenésített Weöres verseket, illetve Sebő Ferenc, aki még ismerte a művészt, szórakoztatta a közönséget sírós-nevetős anekdotáival. Tele volt a kávéház. Tényleg, tele. Meglepődtem, mert naivan nem is gondolnánk, hogy egy ilyen jellegű rendezvény ennyi embert vonzhat. Talán a televízió kétes kínálata, vagy a köztudatban forgó téveszmék miatt, miszerint a „fiatalokat csak a számítógép érdekli”, nem tudom, nem is számít. A lényeg, hogy ha valaki az irodalmat is könnyen befogadhatóvá teszi, akkor van rá kereslet.

Minél interaktívabb, érdekesebb, komplexebb egy ilyen est, tartalmában, terjedelmében igazodva a jelenkor emberének elvárásaihoz, annál inkább erősödik vonzerőként.

Persze nem egyszerű, hiszen a mai költészet kicsit mást takar, mint a tizenkilencedik vagy huszadik századi. Ma a minimalizmus és a szabadversek világa dívik, ami – a neoavantgárd költészeti irányról nem is beszélve – idegen a klasszikus, romantikus verseken felnőtt, elsősorban azokat tanult társadalomnak. Jelen dolgozat keretei között nincs lehetőség annak a tárgyalására, hogy milyen módon lenne érdemes kibővíteni az általános tanmenetet, változtatni a tanítási módszeren, hiszen nem ez a dolgozat témája, azonban mindenképp említést kell tenni erről a jelenségről is, hiszen a elzárkózás a kortársak alkotóktól, az ismeret hiánya egyaránt hozzájárul a kulturális turizmus fejlődésének lassú üteméhez, illetve az intellektuális igény kielégülésének elégtelen ritmusához, ami az életminőség meghatározója - mint azt levezettem a kutatási előzményeket összefoglaló fejezetben.

Emiatt is értékes jelenség a slam poetry divattá válása, hiszen közelebb hozza az irodalmat, és ezáltal a kulturális turizmus érdekességeit a fiatalság számára.

A New York, a Petőfi Irodalmi Múzeum, a Centrál kávéház, a Hadik, a Nyitott Műhely, az Írószövetség rendezvényei, és a kevésbé ismert, kis kávézók, sőt, romkocsmák mind megtalálják a maguk irodalmi témáját, kínálatát, közönségét. Ez is az irodalmi turizmus előnye. Ha egyszer valakit elkezd érdekelni a téma, szinte bárhol szívesen utána jár, és bár megvan mindenkinek a maga ízlése, mégis ezzel a maga nemében, bizonyos szempontból homogén érdeklődéssel, a különböző fórumokat közelebb hozza egymáshoz. A New York tart egy estét Ady Endréről... eközben egy romkocsmában Ady művészetére reflektál egy csoport fiatal, kortárs szerző. Mindkettő érdekes. Mindkettő Ady. Csupán a körítés más.

Már csak össze kéne kapcsolni őket.

4.3. Budapest irodalmi imázsa

4.3.1. Kínálati tényező

Budapesten az irodalmi turizmus elsősorban emlékházakat, kiállításokat, szobrokat, tematikus túrákat és irodalmi programokat foglal magába. Többször előfordul, hogy időszakonként valami összetettebb és interaktívabb eseményt szerveznek, mely az irodalommal kapcsolatos, és ami erősebb vonzerőnek tűnik, azonban a kommunikáció hiánya, vagy a program jellege miatt előbb – utóbb a feledés homályába vész.

A Nyugat Itthon rendezvénysorozat az Újnyugat irodalmi kör és a Turizmus Zrt. közös projektje volt, mely során minden turisztikai régiót irodalmi szemüvegen keresztül mutattak be. Sikeres, azonban sajnos lezárult programsorozatról beszélhettünk.²²

Rendszeresen szerveznek irodalmi esteket a New York kávéházban, illetve a Centrálban, nagyon interaktív és sokszínű programokon lehet részt venni.

Ezek azonban be kell látnunk, kevésbé válnak elsődleges vonzerővé, még a belföldi turisták szemében is. Budapest irodalmi világának élénksége inkább már a városban tartózkodók lehetőségének bővítésére szolgál. Minél komplexebb szolgáltatásokat képes a desztináció nyújtani, annál dominánsabban lesz a városi turizmus képviselője. Ha Budapest imázsában ez a komplex jelleg erősödne, erre a célra az irodalmi turizmus, mint egy „ízés”

²² <http://www.goutazas.hu/site/archivum/hirek/nyugat-itthon-irodalmi-utazas-nem-csak-beavatottaknak>

szeglete a teljes képnek, vonzóbbá teszi a célpontot. Csupán azért mert azt sugallja, „Gyertek, erre is van nálunk lehetőség!”.

Ami inkább nagyobb probléma, az az, hogy hiányzik egy összefoglaló portál – turizmus és irodalom terén – , melyen minden, ami Budapest irodalmi turizmusa, megtalálható, és már csupán egy ilyen portál létrehozásával lehetne erősíteni a város ezen vonzerőit, nagyobb anyagi vagy tárgyi hozzájárulás nélkül. Ráadásul a 2014. évi országos marketingstratégiában kiemelésre került az online kommunikáció dinamikus fejlődése, egyre meghatározóbb szerepe. A vendégházak, a kiállítóhelyek aktuális kiállításokkal, a programok helye, ideje feltüntetésre kerülhetne, akár az itthon.hu keretein belül is. Ugyanis ha például nincs a köztudatban, hogy a Centrál Kávéház irodalmi esteket szervez rendszeresen, akkor nincs is lehetőség ezeket megtalálni, hiszen az információ a kávéház honlapján kívül legfeljebb egy-egy cikkben olvasható.

Tanulsága a külföldi példáknak az volt, hogy ott olyan bloggal találkozhat az ember, melyen minden aktualitás megtalálható. Itthon is vannak ilyen irányú kezdeményezések,²³ azonban hiányzik a turizmussal való összekapcsolás. Az itthon.hu-n szintén nincs szó Budapest kulturális turizmusán belül a város irodalmi életéről, pedig ha csupán azoknak az internetes portáloknak az elérhetőségét feltennék, már azzal segítséget nyújtanának.

Az, hogy a 2014-es imázs filmben, melyről már fentebb is tettem említést, a New York kávéház megjelenik, nagyon pozitívan hat, és elismerésül szolgál annak, hogy a kávéház a kulturális turizmusban szerepet játszik.

4.3.2. A kávéház mint az irodalmi imázs modellje

A kutatási előzményben kitértem a kávéházi élet jelentőségére, mint a szocializálódás színterére, a jól-lét érzetben játszott szerepére, illetve párhuzamba állítottam kínálatának komplex jellege miatt vonzerőként magával a városi turizmussal.

Ezt kicsit tovább fűzve érdekes kísérlet a kávéházat mint modellt felállítani, amelyen lehet vezetni az irodalmi imázs mibenlétét.

A fentiekben szó volt Budapest irodalmi kínálatáról átfogóan, illetve az előző fejezetek során kifejtettem, hogy az irodalmi miliő mit is takar a várossal kapcsolatban, melyet az irodalmi műveken keresztül támasztottam alá. Ennek a két tényezőnek a felhasználásával az alábbiakban bemutatom, hogy az irodalmi imázs milyen formában képes manifesztálódni a

²³ <http://kulter.hu/category/litkult/>

gyakorlatban. Mivel a város átfogó pozícionálása nem épülhet az irodalmiságra, ezért kiválasztottam egy teret, melyben ez megvalósulhat, és amely emiatt hitelesebb modellként szolgálhat. Ez a kávéház.

A kávéházban megjelenik az a miliő, melytől nem idegen az irodalmiság, magában hordozza azt a polgári hangulatot, mely a századfordulóra annyira jellemző volt. Ha elegancia és romantika, akkor kávéház. Színház után egy pohár bor, délutáni találkozók, reggeli újságolvasás, fárasztó városnézés után egy frissítő, mindezt jelenti a kereslet számára. Esténként a kultúra színtere, és ezt a jelleget magán viseli azok számára is, akik nem vesznek részt az adott programon, mégis, a kávéház imázsában benne van.

Itt is láthatjuk, hogy a *miliő* és a *kínálati elemek* mennyire összeolvadnak. Ennek a kettőnek kifelé fordulása az imázs, ennek a kettőnek együttesen megteremtett benyomása az, mely befolyásolóan hat a keresletre.

Magyarán, ha irodalmi imázsról beszélünk, ebben a kettőben, a kínálati elemekben és a miliőben kell meghatározóvá tenni az irodalmiságot. A miliőben adott, a belföldi turisták számára a már említett századfordulós, aktív kávéházi élet végett megmaradt az a láthatatlan összefüggés irodalom és kávéház között, melyre a kommunikáció során támaszkodni lehet. Ráadásul, ha ez a belső elrendezéssel, plusz eszközökkel – mint pár könyv a falon, mely egyre több fiatal kávéházban jellemző, még hangsúlyt kap, akkor erőteljesebb lehet az ilyen irányú kommunikáció.

A kulturális turizmus iránt érdeklődők részére vonzó egy ilyen arculat, és már előző fejezetek során kifejtettem, miért pozitív egy desztináció számára, ha a kulturális turisták egy meghatározó célcsoportja. A kínálati elemek pedig természetesen az estek, vagy kiállítások, melyek az irodalomhoz köthetők.

Sok ilyen kávéház van Budapesten, még nagyobb kávéház láncok, mint a Starbucks is elhelyeznek némely üzletükben könyvespolcot, vagy a Frei lánc, mely eleve a Libri könyvesházakban nyílt meg elsősorban.

Ha Budapest kommunikációjában fektetnének némi hangsúlyt a kávéházi világra, már kijelenthetnénk, hogy egy réteg számára, akit a kultúra vonz, színesíti a kínálatot, és ad a városnak egy irodalmiságot hangsúlyozó imázst is, hiszen megtekintve az adott kávéház honlapját, kínálatát, ott látja, hogy aktív irodalmi élet van jelen, akkor benyomásában hozzá fogja csatolni a színteret magához a tevékenységhez, tehát a kávéházat az irodalomhoz, és máris kijelenthetjük, hogy a kávéház imázsában az irodalmiság is jelen van.

Példának vegyük a New Yorkot és a Centrált, mivel ennek a kettőnek eleve irodalmi múltja van, mindkettő megjelenik előkelő helyen a nemzetközi, Budapesttel kapcsolatos oldalakon, illetve a belföldi turisták számára is az esetleges programok mellett plusz vonzerőt jelent a fent nevezett kávéházakat látogatni, múltjuk és mondhatni arisztokratikus megjelenésük miatt.

A New York kávéház honlapján külön fel vannak tüntetve az aktuális programok, melyek nagyon színesen próbálják felkelteni az érdeklődést. Művész Páholy elnevezésű programsorozatuk során kerülnek megrendezésre irodalmi, festészeti, zenei, fotóművészeti estjeik. Direkt egy olyan estet választottam ide, melyen a kortárs művészet egyik legérdekesebb szeglete jelenik meg, a különböző művészeti ágak együttes megmozdulása.²⁴

Facebookos oldala is van a kávéháznak, melyen nem csupán az általa rendezett események vannak dokumentálva, hanem a vele kapcsolatosak is, egy példa; a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum „Vendéget látni, vendégnek lenni” kiállítását reklámozták, mivel a kiállított tárgyak között egy régi New York kávéházi asztal is van, melyre korabeli költők, írók karikatúrája van rajzolva. Tehát az az arculat, melyet a kávéház kommunikálni szeretni, és melyet aktuálisan igyekszik is részletekbe menően reklámozni magáról, mindenképp a kultúra színterét jelenti, melynek szerves része az irodalmi világ éltetése is.²⁵



6. ábra: <http://www.newyorkcafe.hu/bemutatkozas?lang=hu>

²⁴ <http://www.newyorkcafe.hu/bemutatkozas?lang=hu>

²⁵ <https://www.facebook.com/NewYorkCafeBudapest?fref=ts>

Újfent hadd hivatkozzam a 2014-es Magyarország imázsfilmjére a Turizmus Zrt.-nek, ahol a New York képviseli a romantika, a kultúra, az elegancia fogalmát.

A Centrál Kávéház hasonló kínálattal rendelkezik, és a patinás belső építésze, berendezése ugyancsak hasonló, valamint nagy büszkeséggel hirdeti régmúlt nagyjainak nevét – Kosztolányi, Ady, Szabó, és még sokan mások nevével egyetemben. A honlapon szintén külön fel vannak tüntetve az aktuális irodalmi események, és a közösségi médiában is híven követik az érdeklődők a programokat.²⁶



7. ábra: <http://www.centralkavehaz.hu/programok>

Láthatjuk, hogy maga a kávéház Budapest irodalmi imázsának egyik alkotóeleme és befolyásoló tényezője lehetne. Természetesen csupán egy réteg számára, még a kulturális turizmusban résztvevőkön belül is, azonban minimális erőfeszítésekkel lehetne színesíteni a kulturális kínálatot, és a kávéházaknak, mint Budapest irodalmi színtereinek több hangsúlyt adni a marketingkommunikáció során. Már az nagy lépés lenne, ha a Turizmus Zrt. honlapján, az ithon.hu-n a kulturális rovaton belül fel lennének tüntetve azok a kávézók, melyek folyamatos kulturális, irodalmi programokat kínálnak. Nagyon sok van egyébként, most csupán kettő, történelmi példát hoztam fel, de számos kisebb kávéház próbálja a keresletét fellendíteni kulturális programokkal. A legnagyobb probléma mégiscsak egy olyan szervezeti rendszer, mely akár a határon túli magyarok részére is komplex kulturális lehetőségeket kínál,

²⁶ <http://www.centralkavehaz.hu/programok>, <https://www.facebook.com/centralkavehaz?fref=ts>

hiszen turisztikai küldőpiacainkon esetükben nem merülnek fel az irodalmi élmények befogadásával kapcsolatban nyelvi nehézségek.

5. Összefoglalás

A dolgozat célja elsősorban az volt, hogy bemutassa egy olyan szegletét Budapest turisztikai kínálatának, mely kevésbé kap szerepet, és melynek hatásai kiterjednek a jól-létre, a városi miliő egy rétegére, a kulturális turizmus keresletének igényei kielégítésére, és mindezen komplex tulajdonságok miatt alkalmas egy réteg számára imázsként funkcionálni.

A dolgozat folyamán próbáltam lépésről lépésre felépíteni az imázs két eleme – a kínálat, a miliő és annak hatásai segítségével azt a lehetséges fórumot – a kávéház képében, mely a kommunikált város-képben az irodalmi imázst képviselhetné.

Tulajdonképpen a kávéházak jelentőségére a város irodalmiságában igazolást kaptunk, mind Budapest jelenlegi irodalmi kínálatának elemzésekor, mind a város irodalmi miliőjének meghatározásakor, és arra is próbáltam hangsúlyt fektetni, hogy a kulturális turizmus részeként, milyen jótékony hatásai vannak a jól-létre, épp ennek a hatásnak okán lenne mégis érdemes még annak a vékony réget számára, minimális erőfeszítésekkel, kicsit jobban előtérbe helyezni az irodalmi imázst.

A miliő-elemzés során tartalomelemzéssel századfordulós és kortárs szépirodalmi művek segítségével támasztottam alá Budapest jelenlétét az irodalomban, egyáltalán emiatt a jelenlét miatt beszélhetünk irodalmi miliőről a város kapcsán. A kávéházakban élő aktív irodalmi élet – estek, programok, kiállítások – segítségével pedig arra igyekeztem rávilágítani, hogy az irodalom is jelen van Budapest életében, és ez a kölcsönös viszony pedig felhasználható a turizmus területén, bizonyos szinten.

Ez a kölcsönös viszony nem csupán a város imázsának színesítésében, kínálatának megfelelő kommunikációval bővítésében, hanem az esetleges asszociációkból fakadó ütközések elkerülésében is előnyös.

Kihasztnálatlan területnek érzem a határon túli magyarok számára az irodalmi turizmus kínálatát, hiszen egy olyan keresletet képviselnek, mely érdekelt lehet a témában, főleg, hogy a kortárs határon túli magyar szerzők fénykorukat élik Magyarországon is.

Ami azonban a legnagyobb probléma a téren, hogy az irodalmi imázs némi teret kaphasson, az a turizmus és az irodalmi élet aktív szereplői közötti kapcsolat hiánya.

Szakirodalom

- Ady Endre versei: <http://mek.oszk.hu/00500/00588/html/vers0201.htm>
- Bozók, F. (szerk.) (2013): *Költői Budapest, Budapest költői*, Antológia kiadó, Budapest
- Bölöni, Gy. (1974): *Az igazi Ady*, Magyar Helikon, Budapest
- Csíkszentmihályi, M. (1998): *És addig éltek, amíg meg nem haltak: a mindennapok minősége*, Kulturtrade, Budapest
- Earl, B. (2008): Literary Tourism: Constructions of Value, Celebrity and Distinction. *International Journal of Cultural Studies*, 11. évf. 4. sz., pp. 401-417.
- Gébert, J. (2012): A jólét mérésének elméleti alapjai és problémái, *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*, Szeged, 303 – 317. o.
- Gilbert, D. – Abdullah, J. (2002): A Study of the Impact of the Expectation of a Holiday on an Individual's Sense of Well-being. *Journal of Vacation Marketing*, 8. év. 4. sz., pp. 352-361.
- Győrei, Zs. (szerk.) (2007): *Te pajkos, kis kokott – Heltai Jenő Budapestje*, Papirusz Book, Budapest
- Hall, C.M. (2008): Servicescapes, Designsapes, Branding, and the Creation of Place-Identity: South of Litchfield, Christchurch. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25. évf. 3-4. sz., pp. 233-250.
- Hall, D. (2003): Niche Tourism in Question: Keynote. In: Macleod, D.V.L. (Ed.): *Niche Tourism in Question*. University of Glasgow Crichton Publications, Glasgow, pp. 17-26.
- Heltai, J. (1998): *Utazás enmagam körül*, Papirusz book
- Herbert, D.T. (2003): Literary Places and Tourism. In: Macleod, D.V.L. (Ed.): *Niche Tourism in Question*. University of Glasgow Crichton Publications, Glasgow, pp. 53-69.
- Herbert, D.T. (1996): Artistic and Literary Places in France as Tourist Attractions. *Tourism Management*, 17. évf. 2. sz., pp. 77-85.
- Kosztolányi, D. (1914): Budapest, a kávéváros. A Hét, 1914. március 15. Megjelent a Budapesti Negyed „Budapest, a kávéváros” tematikus számában, 4. évf. 2-3. sz., <http://epa.oszk.hu/00000/00003/00011/kave.htm> (letöltve: 2014. 10.25.)
- Kosztolányi Dezső versei: <http://mek.oszk.hu/00700/00753/html/versek01.htm>
- Krúdy, Gy. (1995): *Pesti szalon*, Pesti szalon, Budapest
- Krúdy, Gy. (2013): *Pest – Budai hangulatok*, Alinea, Budapest
- Kulturális Fejlesztési Stratégia, 2009-2013

- Lee, C. (2012): 'Have Magic, Will Travel': Tourism and Harry Potter's United (Magical) Kingdom. *Tourist Studies*, 12. évf. 1. sz., pp. 52-69.
- Lengyel, M. (1994): *A turizmus általános elmélete*, Budapest
- Magyar Turizmus Zrt. (2013): Marketingterv 2014 – Stratégia, Magyar Turizmus Zrt., Budapest.
- Maslow, A. (2003): *A lét pszichológiája felé*, Ursus Libris, Budapest
- Michalkó, G. (2004): *A turizmuselmélet alapjai*, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár
- Michalkó, G. (1999): *A városi turizmus elmélete és gyakorlata*, MTA Földrajztudományi Kutató Intézet, Budapest
- Michalkó, G. (1997): Budapest mint a nagyvárosi turizmus színtere. *Földrajzi Közlemények*, 45. évf. 3-4 sz., pp. 201-218.
- Michalkó, G. – Kiss, K. – Kovács, B. (2009): Boldogító utazás: A turizmus hatása a magyar lakosság szubjektív életminőségére, *Tér és társadalom*, 23.
- Michalkó, G. – Rázt, T. (szerk.) (2013): *Jó(l)lét és turizmus: utazók, termékek és desztinációk a boldogság és a boldogulás kontextusában*, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár
- Michalkó, G. – Rázt, T. (2005): A mediterrán turisztikai miliő. *Turizmus Bulletin*, 9. évf. 2. sz., pp. 28-35.
- Molnár, F. (1993): *Pesti napló*, Századvég, Budapest
- Móré, M. (2010): A tartomelemzés, mint a szakdolgozatírásban alkalmazható kutatási módszer. In: Kovácsné Bakos, É. (szerk.): *Társadalomtudományi tanulmányok III.* DEGYFK, Debrecen, pp. 47-65.
- Picton, O. J. (2010): Usage of the Concept of Culture and Heritage in the United Arab Emirates – An Analysis of the Sharjah Heritage Area. *Journal of Heritage Tourism*, 5. évf. 1. sz., pp. 69-84.
- Puczkó, L. – Rázt, T. (1998): *A turizmus hatásai*, Aula – KJF, Budapest
- Puczkó, L. – Rázt, T. (2000): *Az attrakciótól az élményig, A látogatómenedzsment módszerei*, Geomédia, Budapest
- Puczkó, L. – Rázt, T. (2002): Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában, avagy kulturális utak a turizmusban, *Turizmus Bulletin* 2002/3.
- Puczkó, L. – Rázt, T. – Smith, M. (2007): Old City, New Image: Perception, Positioning and Promotion of Budapest. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 22. évf. 3-4. sz., pp. 21-34.
- Ridanpää, J. (2011): Pajala as a Literary Place: in the Readings and Footsteps of Mikael Niemi. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9. évf. 2. sz., pp. 103-117.

- Saly, N. (2001): Itt élt és halt, mert másképp nem lehetett, *Budapesti Negyed*, 34.
- Smith, K.A. (2003): Literary Enthusiasts as Visitors and Volunteers. *International Journal of Tourism Research*, 5. évf. 2. sz., pp. 83-95.
- Smith, M. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge, London, p. 272.
- Squire, S.J. (1996): Literary Tourism and Sustainable Tourism: Promoting ‘Anne of Green Gables’ in Prince Edward Island. *Journal of Sustainable Tourism*, 4. évf. 3. sz., pp. 119-134.
- Sulyok, J. (2005): Kulturális turizmus az európai városokban, *Turizmus Bulletin*, 2005/3, 18 – 29. o.
- Sulyok, J. (2006): A turisztikai imázs, *Turizmus Bulletin*, X. évf. 4. sz., 55-62
- Sweet, R. (2006): Rome and its Reception: British Reactions to Rome in the 18th Century. Paper presented at the Eighth International Conference on Urban History “Urban Europe in Comparative Perspective”, European Association for Urban History, Stockholm, 30th August – 2nd September.
- Szeles, P. (2001): *Arculatelmélet – A hírnév ereje*, Alapítvány a PR fejlesztéséért, Budapest
- Szentes, É. – Hargittay, E. (1998): *Irodalmi kávéházak Pesten és Budán*, Universitas, Budapest
- Tóth, B. (1986): *A magyar anekdotakincs*, Saxum, Budapest
- Tőkés, T. (2013): *A francia és a magyar területfejlesztés összehasonlító vizsgálata*, Debreceni Egyetem, Földtudományok Doktori Iskola

Internetes források:

<http://hazai.kozep.bme.hu/hu/az-ing-bank-szekhaza-paulay-edu-utca-budapest/>

letöltve: 2014. szept. 15.

http://bfl.archivportal.hu/id-443-herman_lipot_muveszasztal.html

letöltve: 2014. szept. 15.

http://bfl.archivportal.hu/id-299-gyani_gabor_kozeposztalyi_fogyasztasi.html

letöltve: 2014. szept. 15.

<http://egeszsegutizmus.itthon.hu/budapest-furdovaros>

letöltve: 2014. szept. 15.

<http://www.poet.hu/cimke/budapest>

letöltve: 2014. szept. 24.

<http://hadikkavehaz.blog.hu/tags/p%3Airodalom>

letöltve: 2014. szept. 24.

<http://www.centralkavehaz.hu/programok>

letöltve: 2014. szept. 24.

<http://www.tripwolf.com/de/guide/list/4277/Ungarn/Budapest?group=8&type=26>

letöltve: 2014. szept. 27.

<http://mobil.deutschebahn.com/uncategorized/das-suse-leben/>

letöltve: 2014. szept. 27.

<http://palyazatok.org/muemleki-helyreallitas-es-kozlekedesfejlesztes-is-lesz-a-margit-hidon/>

letöltve: 2014. szept. 27.

<http://www.varfejlesztes.hu/varfejlesztes>

letöltve: 2014. szept. 27.

http://bfl.archivportal.hu/id-767-wellner_istvan_budapest_1982.html

letöltve: 2014. szept. 27.

<http://mkweb.uni-pannon.hu/tudastar/ff/07-szociologia/szociologia.xhtml#d6e27>

letöltve: 2014. okt. 5.

<http://itthon.hu/budapesteskornyeke>

letöltve: 2014. okt. 5

<http://imaginebp.hu/turak/>

letöltve: 2014. okt. 5.

<http://btf.hu/>

letöltve: 2014. okt. 5.

<http://bookriot.com/2014/07/20/literary-tourism-london/>

letöltve: 2014. okt. 5.

http://www.sovereigntourism.com/a_literary_tour_of_england

letöltve: 2014. okt. 7.

<http://www.dublinpubcrawl.com/>

letöltve: 2014. okt. 7.

<http://www.edinburghliterarypubtour.co.uk/>

letöltve: 2014. okt. 7.

<http://literarytourist.com/browse.php>

letöltve: 2014. okt. 10.

<https://www.youtube.com/channel/UCwJS6YtUOWMqptYCmyWge4A>

letöltve: 2014. okt. 10.

<http://www.goutazas.hu/site/archivum/hirek/nyugat-itthon-irodalmi-utazas-nem-csak-beavatottaknak>

letöltve: 2014. okt. 10.

<http://kulter.hu/category/litkult/>

letöltve: 2014. nov. 2.

<http://www.newyorkcafe.hu/bemutakozas?lang=hu>

letöltve: 2014. nov. 3.

<https://www.facebook.com/NewYorkCafeBudapest?fref=ts>

letöltve: 2014. nov. 3.

<http://www.centraalkavehaz.hu/programok>

letöltve: 2014. nov. 3.

<https://www.facebook.com/centraalkavehaz?fref=ts>

letöltve: 2014. nov. 3.