

„Én a várossal akarom Önt megismertetni.
Azt hiszem, a házak az igazán lényegesek.
De talán nem is a házak:
az utcák egymásra hajló erotikája,
melyben néha erő fejeződik ki, és olykor grácia,
a forgalmak hőfoka talán,
a közterek és szobrok éghajlati viszonyai,
az autóbusszszámokkal kapcsolatos irodalmi asszociációk.
Vagy valami ilyesmi.”

/Szerb Antal: Budapesti kalauz marslakók számára, 1935/

Hello Turiszt!

gyaLOG IN BUDAPEST

Klaniczay János
Neptun: gnxr58
Tudományos Diákköri Konferencia 2014
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Építészmérnöki kar
Urbanisztika tanszék
Településkutató szekció

Konzulens: Kádár Bálint

Bevezetés

Amikor sétálunk, akkor nem igazán figyelünk lépéseinkre, lábaink csak automatikusan visznek tovább, a tekintet felszabadul és időnk lesz figyelni a világra. Ez a világ életünk során szép fokozatosan tárul fel előttünk: kiskoromban végigsétáltam egy utcán és minden egyes autót kellett tüzetesen megnézni, de később a városoknak más aspektusait is észrevettem. Egyetemi éveim alatt pedig még újabb arcai mutatkoztak meg az épületeknek, utcáknak, tereknek, városoknak, laikus nézelődőből építészhallgató lettem. Hogyan érdemes megnézni egy várost, ahol még sosem jártam? És Budapestet? Én itt nőttem fel, de mit kéne és mit lehet belőle bemutatni az erre tévedő külföldi ismerősöknek korlátos időn belül? És ha valaki hosszabb időre jön, vagy már ismeri valamelyest a várost, akkor mivel hívhatom fel a figyelmét annak további értékeire? Egyáltalán, én ismerem ezt a várost teljességében?

TDK dolgozatom során a városnéző sétatúrákat vizsgálom (urban guided walking tours). A településkutatás területén a turizmus megfigyelése és elemzése központi szerepet játszik. Ez az írás a városi sétákat vizsgálva mutatja be a városok idegenforgalmának egy szegmensét. A sétálásra már külön tudományág épült promenadológia néven (Burckhardt 1980; Meggyesi 2013), a turizmus kutatáson belül pedig a városok fogyaszthatósága (Miles and Miles, 2004), és ennek mérése (Kádár, 2014) az egyik legaktuálisabb téma. A városnéző túrákra Budapesten az elmúlt években robbanásszerű kereslet jött létre, és sorra nyitnak az újabb cégek új, alternatív, tematikus sétáikkal, míg az Egyesült Államokban már sokkal korábban divatossá vált a városnézésnek ez a formája. Felvetésem szerint nem minden városban azonos mértékű a kereslet a walking tour-okra, ennek oka pedig a város mint termék, fogyaszthatóságában keresendő. Míg a történelmi maggal rendelkező városok értelmezése könnyebb, addig a modernkori amerikai városok megértéséhez szükségesebb lehet egy helyismerő vezető. Budapest ebből a szempontból különleges pozíciót foglal el a turista célpontok palettáján, ugyanis könnyen és logikusan végig lehet nézni a fő attrakciókat, azok jól be vannak mutatva. A másodlagos látványosságok azonban alig vannak kihasználva, fogyaszthatóvá téve. A város még rengeteg potenciállal rendelkezik, ami nincs kihasználva.

Metodológia

A városnéző sétatúrák vizsgálatához először a sétálás folyamatát kell meghatározni, amivel többek között a promenadológia foglalkozik (Meggyesi, 2013). Ezután a vezetett túrákra és az idegenvezetés történetére fontos kitérni (Walton, 2005). A turista személyének meghatározása a turizmus kutatás egyik legaktuálisabb kérdése (McCabe, 2004; Kádár, 2014), mely a városnéző túrák célcsoportjainak meghatározásához szintén fontos. Végül a mai elméleteknek megfelelően a városok fogyaszthatóságát is vizsgálom (Miles and Miles, 2004). Dolgozatom tudományos alapját a vonatkozó szakirodalom adja. A séták kategóriákba osztásához az interneten általam

végzett piacfelismerésre támaszkodtam és három népszerű budapesti sétaszervező céggel (Hosszúlépés, Bupap, Imagine Budapest) beszélgettem a sétáikról, sétálóikról, tapasztalataikról és Budapestről. Emellett személyes tapasztalatom, budapesti és külföldi városnéző túráim alatt szerzett megfigyeléseim is segítettek a kutatásban.

Városban sétálni helyiek és turisták egyaránt szoktak. Előbbiek általában valamilyen konkrét céllal, így nagy sietségükben nem is néznek körül, hogy merre is járnak, hol is laknak, és hogy esetleg van más része is a városnak, ami rejthet számukra újdonságot. A turisták azonban többnyire céltudatosan a városok jelentős igazodási pontjait (landmarks) keresik, és azok között sétálnak egy bizonyos útvonalat bejárva. Ezt az útvonalat sok esetben térképek jelölik ki, útikönyvek, utcai táblák és manapság már mobilos appok is segítik. Két ilyen célpont között megtett útvonal alatt a nézelődés alábbhagy a nagy attrakció hiánya miatt, erre tökéletes példa Budapesten a Deák Ferenc tér és a Hősök tere között nyúló Andrássy út turistái, akik rendszerint a kirakatok magasságánál feljebb nem néznek, és nem veszik észre a látnivalókat. Ennek az elkerülése végett hasznos egy jó helyismerő vezető, aki végigkalauzol minket az ismeretlenen, aki felhívja a figyelmünket azokra a részletekre, amik hiányosan vannak bemutatva, vagy amiket magunktól lusták voltunk kikeresni a túlrészletezett, és nem pont a folyamatosságra törekvő kézikönyvünkéből. Azon fontos elemeit a városnak, amitől elnyeri saját karakterét, legyen az építészeti, történelmi, helytörténeti, szociokulturális, gasztronómiai vagy egyéb részlet.

Kutatásom célja egyrészt a Budapesten az elmúlt időben egyre népszerűbbé váló sétatúrák megismerése, kategorizálása és Budapest jelenlegi építészeti bemutatásának vizsgálata. Másrészt a turizmus kutatás területén belül a városnéző túrák mélyebb kontextusba helyezése.

Promenadológia

Városokat megnézni általában gyalog szoktunk. Sétálva lehetőségünk van megállni a kiszemelt célpontnál és részletesebben megnézni azt. Sétálás során lehet személyesen felfedezni a városi tereket, a lépésről lépésre változó utca-arculatokat. A városi térrendszerek ilyen fajta felfedezését tanulmányozza a promenadológia (strollology, Spaziergangswissenschaft). Az új tanulmányágat Lucius Burckhardt nevezte el és dolgozta ki az 1980-as években, szerinte a gyaloglás újrafelfedezésére már csak azért is szükség van, mert a mai világban a „sebesség fala” akadályozza a tér és táj megtapasztalását, és *„mert aki gyalog jár, kozmikusán többet lát”*.

„Színház az egész világ, és színész benne minden férfi és nő”, emeli ki Meggyesi (2009, 2013) Shakespeare híres idézetét. A városokban azonban a színházakkal ellentétben a nézőnek kell mozognia a térben. A lineáris látványelemzés fontosságát már az 1960-as években Gordon Cullen angol építész is hangsúlyozta *Townscape* (1960) c. könyvében. Az utcaképek szekvenciális elemzése a városi tér újabb spektrumait mutatja meg. A helyzetváltoztatástól a rálátásunk is más lesz az épületekre, és az épületek

által közbezárt teret is máshogyan érzékeljük messziről, a pereméről, vagy a közepén állva. Ezt a relatíve új tudományágot még elég kevesen ismerik, és még nincs a komplexitásának megfelelő metodológiája (Meggyesi, 2013). A két pont közötti séta során érzékelhető dinamikus nézet leképzésére jó ötlet videókkal kísérletezni, de a városi élmény teljességét ez nem tudja visszaadni. Mint azt Meggyesi (2013) is írja:

A videó nagyszerű eszköz, de az sem pótolhatja a sétát, a személyes jelenlétet, amikor nem csak a szemünk, hanem a halló izlelő és tapintó szerveink, sőt: a lelkünk és a személyiségünk is részt vesznek a környezet érzékelésében.

A városnéző sétatúrák viszont a promenadológiával ellentétben nem feltétlenül a folyamatosságra törekszenek, „holt szakaszok jelennek meg a séták során. A promenadológia célja nem egyszerűen a látványelemek felfűzése egy sétavonalra, hanem a folytonosság (Meggyesi, 2013).

Persze tudtán kívül promenadológiát művel minden turista egy új városban, amikor sétál, és a látványossághoz közeledve újabb és újabb szemszögekből lát rá az attrakcióra, és készíti sorban a fotóit. De a tér feltárlásán kívül sétálás közben sok többletinformációhoz nem juthatunk, hacsak nem készültünk fel részletesen előre. Az útikönyv olvasásához, és értelmezéséhez, befogadásához meg kell állni, célszerűen az adott látványosságnál.

Városnéző sétatúrák – történeti áttekintés

A városokba egyedül érkező turisták sokszor sétálnak magukban (én is sokszor teszem). A városok „hiteles” megismeréséhez sokan inkább maguk szeretik felfedezni a városokat (erre a későbbiekben részletesebben is kitérek). De ha nem egyedül, akkor csoportosan megyünk, és tapasztalatom szerint majd’ minden csoportban van legalább egy ember, aki előre utánanéz a látnivalóknak, vagy ő olvassa sétálás közben a bédekkert, esetleg már alpból rendelkezik némi helyismerettel, és képes, sőt szándékában áll társainak némi többletinformációt adni a helyről, épületről, és vezetni őket. És meg is született a „tour guide”, az idegenvezető, akinek fenn kell tartania a már fáradó családtagok, barátok érdeklődését, és a látnivalókat egy logikus útvonalra felfűzni. De mi történik, ha egyedül érkezünk valahova, nem volt időnk olvasni a városról semmit, vagy olyan helyekre akarunk menni, amiket amatőr vezetőnk magától nem találhatott meg, olyan információkat akarunk hallani, amik nincsenek benne a kis könyvünkben? Erre találták ki a vezetett túrákat, képzett, jó helyismerő idegenvezetőkkal, aki a bizonyos útvonalra felfűzött sétát végigkísérik, és lefordítják számunkra, amit látunk. Minden olyan városi sétálás, amin több, mint két személy vesz részt, és ebből az egyik (a jobb helyismerő) magyaráz a többinek hívható „guided tour”-nak, történjen az laikus vagy professzionális módon.

Professzionális idegenvezetők már az Augustus császár kori Római Birodalomban is megjelentek (Walton, 2005). Mivel a fizikai munkák és egyéb teendők java részét rabszolgák végezték, ezért a köznépnak bőven akadt ideje utazni, kikapcsolódni, szórakozni. Az utazások főbb állomásai az Itáliai félsziget déli részén kezdődtek, onnan tovább az antik Görögország városai, majd Kis-Ázsia területe (Ilion vára, és a hellén kultúra miatt), végül, és nem utolsósorban Egyiptom voltak. A világ hét csodája¹, mely Kr.e. 3. században lett a hellenisztikus kultúra része, jól mutatja a korabeli preferenciákat a nagy látványosságok iránt a természeti kincsekkel szemben. A fő érdeklődés a már elmúlt, idealizált időszak megmaradt monumentális emlékei felé irányult, a városokban a fő látványosság az antik görög és római templom volt.

A városi turizmus is virágzott a korban. Nyaranta az akkor egymillió lakosú Róma erősen vonzotta a turistákat, akik, mint a rómaiak, eljártak a fürdőkhöz, gladiátor viadalokra, görög vendéglőkbe, a rabszolga piacra. A Rómába érkezők a kulturális örökség és az új grandiózus épületek, fórumok miatt utaztak a városba.

Bár akadt útleíró könyv (az egyik legnépszerűbb Pausanias görög útikönyve volt²), azok kézzel voltak írva papiruszra, ezért nem lehetett csak úgy zsebre vágni őket. Baedekerek hiányában a turisták kénytelenek voltak idegenvezetőket fogadni, ami nem okozott különösebb nehézséget, mivel a városba érkező idegeneket konkrétan a guide-ok szólították meg. Valahogy úgy működött a rendszer, mint ma a hiéna taxisokkal, vagy azokkal a szórólapozókkal, akik utána kérdés nélkül 10 percet beszélnek az emberhez. Plutarkhosz leírja egy Delphibe utazó csoport kapcsán, hogy az idegenvezetők, ha egyszer elkezdtek beszélni, akkor semmi tekintettel nem voltak a hallgatóságra, hanem a jól betanult szöveget ledarálták. Egy korabeli szatirista írásban is megjelenik egy imádság: „Zeusz, védj meg az idegenvezetőidől Olympiánál, és te, Athéné, a tieidől Athénban” (Varro, Nonius idézetében, Walton 2005). Mivel a Római Birodalmon belül az emberek kultúrköre nagyjából azonos volt, ezért Cohen (1985) különbségtétele az információ és a fordítás/értelmezés (information and interpretation) között ebben a korban fontossá válik, mert az idegenvezetőknek csupán narratív módon kellett magyarázniuk a helyszínekről (Walton, 2005), elég volt az „urban legend”-et elmondani a peripterosz templom körül, nem kellett az triglifek és metopék rendszerét bemutatni. A vezetők ezért főleg történetmesélő szerepben jelentek meg, és történeteiket gyakran nem kizárólag az igazságra építették.

A történelem során a „régiről” iránti érdeklődés újra és újra felbukkant, a reneszánsz embere az antikvitást kutatta, a XVII.sz-ban az ifjú angol arisztokratáknak szinte kötelező jelleggel kellett a Grand Tourt végigjárva megnézni a reneszánsz alkotásokat, és így tovább. A múltat nosztalgikusan visszatekinteni a mai napig divat, a városoknak sok esetben a legnagyobb vonzerejük a történelmi városmagjuk, vagy egy-egy monumentális történelmi épület.

¹ Alexandriai világítótorony, Rodoszi Kolosszus, Halikarnasszoszi mauzóleum, Pheidias Zeusz szobra, Ephesosi Artemisz templom, Szemirámisz függőkertje, Gízai nagy piramisok

² Kr.u. 2.sz

Egy városban azonban rengeteg információval találkozunk egyszerre, a tömeg- és személyközlekedés által keltett zűrzavarban sokkal nehezebb kiszűrni a részleteket, mint a hegy tetején idilli napsütésben a katedrális szépségét. A látványosságok gyakran a városszövetbe beágyazva rejtve maradnak előttünk. Az utcák sokasága még sokszor a helyi lakosoknak is újabb és újabb rejtett helyekkel szolgálhat, hogy is várhatjuk el egy turistától, hogy magától megtalálja mindent, ráadásul gyakran egy számára részint idegen kultúrközegben. Városi sétákról az esernyős néni jut eszünkbe aki a jobbra-balra fotózó nyugdíjas és kínai turista csoportot próbálja továbbindulásra biztatni, pedig nem csak ilyen sztereotíp túrák léteznek. És a közönség sem ennyire általánosítható.

A turista személyének meghatározása

Abban az esetben, ha egy újpesti lakos részt vesz a Palotanegyedbe szervezett egyik túrán, akkor bizonyos mértékben és ideig turistává válik a saját városában. A városi sétatúrák mindig turistáknak szólnak, de két igen könnyen elkülöníthető csoportnak: a klasszikus értelemben vett külföldi turistának, aki még nem ismeri behatóan az adott várost; és a „hazai turistáknak”, akik jobban, vagy más szempontból szeretnék megismerni városukat. A turizmus fogalmának meghatározására az egyik első definíciót Hunziker és Krapf (1941) adták, miszerint:

„A turizmus az emberek lakóhelyükön kívüli utazásából és tartózkodásából eredő kapcsolatok és jelenségek összessége, amennyiben az utazást és tartózkodást nem letelepedési szándék, illetve jövedelemszerző tevékenység motiválta.”

Ez a definíció az elmúlt 70 évben számos pontosításon esett keresztül, (például a jövedelemszerző tevékenység általi motiváció már nem kizáró ok) de a mai napig hivatkozási alap. A külföldi turizmust sokrétűsége miatt nehezen, de két csoportba lehet felosztani. A konferenciákra érkező üzletemberek, a kiállításokra érkező szakma, tehát a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek együttesét hívjuk hivatásturizmusnak. A szabadidős turizmus pedig a nevéből is könnyen kitalálhatóan az ember szabad idejében végzett szabadon választott tevékenységek összessége, melyet a változatosság-igényünk motivál. A „turista élmény”-nyel rengeteg írás foglalkozik, melyek megpróbálják a turizmus fajtáit kategorizálni. McCabe (2005) „*Who is a tourist?*” c. írásában részletesen áttekinti a turizmuskutatás történetét. Cohen (1972; McCabe, 2005) négy csoportot állapított meg: szervezett tömegturista (organized mass tourist), egyéni tömegturista (individual mass tourist), felfedező (explorer), és a csavargó (drifter). Ezeket a kategóriákat később maga Cohen (1979; McCabe, 2005) bírálta felül. A turizmus fő motivációja szerinte a mindennapi közegből való kilépés vágya, és ezekszerint öt kategóriába osztotta fel újra a turizmust: rekreációs

(recreational), elterelő (diversionary), tapasztalati (experiential), kísérleti (experimental) és egzisztenciális (existential) turizmust különített el.

Mint azt McCabe (2005) is írja a turizmus jelenségének létezését nem lehet letagadni, de a „turista” személyének meghatározása már bonyolultabb feladat. A mai általános szóhasználatban a „turista” kifejezés szinte mindig negatív konnotációval jelenik meg. Az emberek menekülnek a turisták által elárasztott helyről. A turizmust végzők között létrejönnek az „antituristák”, akik egy adott hely autenticitását a turisták számával fordítottan arányos módon határozzák meg (Jacobsen, 2000; McCabe 2005). Tehát minél kevesebb egy helyen a turista, annál jobb a hely. Ezt a teóriát McCabe (2005) kibővíti minden turistára, ugyanis szerinte a saját élményét mindenki autentikusnak ítéli meg. A „turista” szó pejoratív használatával szemben létrejött az „utazó” (traveller) kifejezés. Az „utazók” magukat a „turistákkal” szemben úgy azonosítják be, hogy ők nem a nagy látványosságokat bámulják értetlenül, hanem a hely identitását, lokális kulturális szokásait törekszenek megismerni. A legtöbb ember ebbe a második kategóriába szeretné magát besorolni, még akkor is, ha egyes városokban azért ő is megnézi a főbb attrakciókat. A „turista tevékenységek” pontos meghatározására, definiálására több kísérlet is volt az elmúlt évtizedekben, de McCabe (2005) pont a teljesség hiányára hívja fel a figyelmet írásában.

A városnézés a városi turizmus minden kategóriájában (hivatásturizmus, rekreációs turizmus, „utazók”, antituristák, stb) központi szerepet tölt be. Mindenkinek az a célja, hogy a városokat, ahova érkezik egy általa kijelölt szempont szerint minél jobban megismerje. A építészeti konferenciára érkező embereket érdekelheti a város kortárs építésze. Az egy hét szabadságát külföldön töltő amerikai család többet akarhat látni a fő látványosságokon kívül. Az „utazók” meg akarják találni a helyiek által kedvelt gyorséttermeket, kocsmákat. A városi séták őnekik is szólnak, nem csak a McDonald’sban ebédelő, később vadul fotózó, sztereotíp, és sokak által megvetett turistáknak.

És mi a helyzet a helyi lakosokkal? Minél nagyobb egy város, annál nehezebben lehet különbséget tenni az ottlakók, és az átutazók igényei és motivációi között. Budapesten a Várbazárt a magyarok is előszeretettel látogatják megnyitásuk óta, a romkocsmák pedig a helyi lakosok mellett a külföldieknek is esti célpontként szolgálnak.³ Viszont nincs olyan városlakó (tisztelet a kivételnek), akinek ne lehetne újat mutatni a városáról. Sőt, a legtöbb ember a legalapvetőbb információkon kívül nem tud többet elmondani lakhelyéről. Pedig a helyieknek illik, de legalábbis érdemes többet tudni az alapoknál. Az érdeklődő helyi emberek (és az antituristák) igényeinek kielégítésére rengeteg városi séta létezik, kifejezetten belterjes információkkal, tematikákkal, az eldugott városrész(let)ekre specializáltan.

A várost használók megkülönböztetésére fontos különbséget lehet tenni a városban eltöltött idő szerint (Kádár, 2014). A városba csak 24 órára érkező kiránduló (excursionist) csak a fő attrakciókat nézi meg. A hosszabb időre érkező turisták, a várost már részben ismerő visszatérő turisták, és az

³ A romkocsmákban azóta lecserélődtek a „felhasználók”, undergroundból mainstream lett, az antituristák már kerülnek a helyet, és az összes útikönyvben kötelező látnivalóként vannak említve. De ennek a turisztifikációnak a kutatása egy újabb TDK dolgozat témája lenne.

ideiglenes városlakók (például az Erasmus ösztöndíjasok) viszont már máshogyan használják a várost, ezeknek a látogatóknak (visitors) már céljukban áll úgy élni, mint egy helyi.

Általánosságban tehát a városi séták minden embernek szólnak. Mégis meg lehet figyelni a séták között különböző kategóriákat, átfogóbb tematikákat, melyek bizonyos szűkebb célcsoportokat céloznak. Ezeket a főbb kategóriákat mutatom be a következő részben.

Séták kategóriái

A vezetett városi séták sztereotípiája egyértelműen az „esernyős néni túra”. Erre a fajta **hagyományos túrára** mindig is lesz igény a külföldre látogató turisták között. A városok főbb látványosságai között ingázó csoportoknak az idegenvezető elmondja a lényegesebb információkat az attrakciónál, majd kisebb fénykép szünet után továbbindulnak. Ilyen túra minden nagyobb városban létezik, minden „turistasabb” helyen ott vannak a rikító színű kabátos szórólaposok, a reptereken nagy plakátok hirdetik az „Essential Tour”-okat, és az utazási irodák is ezeket ajánlják a legtöbbször. Ezeket a túrákat egy útikönyv kézbevételevel, vagy egy kisebb internetes kereséssel önállóan is végigjárhatnánk. Valószínűleg kevés olyan városlakó van, aki ne hallhatna ezeken a sétákon valami újat (Szemerey, 2012), mégis ezekre a sétákra főként a legáltalánosabb értelemben vett külföldi turistacsoportok jelentkeznek. A nagy turisztikai cégeken kívül a kisebb, alternatív sétákat kínáló cégek is vezetnek külföldi csoportot, akik a főbb attrakciókra kíváncsiak. Ilyenkor az idegenvezetők próbálnak, a profiljukba illően nem csak az egyértelmű, önerőből is felkutatható információkra koncentrálni, hanem inkább a kisebb érdekes történetekre, urban legendákra, végső soron ezért keresték meg őket, és nem egy nagyobb céget.

A város legtriviálisabb látnivalóin túlmutató sétákból rengeteg létezik, a legkülönbözőbb tematikákra felfűzve. Ezeknél a **tematikus sétáknál** már elmosódik a külföldről érkező turisták és a helyi lakosok közötti ellentét. Ilyen séták során már a jó városismerő is nagy eséllyel hallhat újabb információkat ismertnek hitt városáról. Ami pedig a külföldieket illeti „olyan nincs, hogy külföldi” – a hosszúlépéses Dudás Dóra szerint – nem lehet egy nagy csoportként kezelni őket, ugyanis minden csoportnak más igényei, érdeklődési körei vannak (holland egyetemisták, zsidó konferenciára érkező szakmabeliek, vietnámi turistacsoport stb). A tematikus séták ezáltal egyaránt vonzanak külföldieket és helyi lakosokat. Rengeteg témát lehet minden városban találni, mégis van egy-két általánosabbnak mondható tematika a séták között.

A város **történelmi** hagyatékát bemutató tematikus séták egy meghatározó, a városképben is még látszó történelmi eseményre fűzik fel az útvonalat. Ilyen például Budapesten az '56-os események helyszíneit rendre bejáró séta, amit nagyobb és kisebb cégek egyaránt szerveznek.

A **szociokulturális séták** általában a városok egy adott rétegére, egy kerületre, egy társadalmi csoportra fókuszálnak, és azt ismertetik részletesebben az érdeklődőkkel. Budapesten erre rengeteg jó példa akad a VIII. kerületből (Beyond Budapest).

Mint az a Szerb Antal idézetben is olvasható („Azt hiszem, a házak az igazán lényegesek”) a városokban az építészet nagyon fontos szerepet játszik, a különböző korstílusok minden városban hagytak valamilyen lenyomatot. Az **építészeti séták** a városokra legjellemzőbb, de sokszor elrejtett építészeti stílusokat markánsan bemutató épületekre vannak kihegyezve, azokat csoportosítják úgy, hogy egy ésszerű útvonalon be lehessen járni őket, esetleg az épület belsejébe is betekintést nyújtva az érdeklődőknek. Chicago posztmodernista épületeit magától az ember nehezen találja meg (Chicago Architecture Foundation). Barcelonában Gaudi épületeit lehet külön végigjárni, vagy a kevésbé ismert katalán modernizmus hagyatékát végignézni. Budapesten a szecessziót és a bauhaust bemutató séták a leggyakoribbak.

A városoknak egyik fontos vonzereje, és emberek sokaságának szíve csücske a gasztronómia. Helyi konyhai specialitásokat bemutató **gasztró séták** manapság nagyon népszerűek. A város elitétterméit bemutató séták mellett a különböző etnikumok (kínai, vietnámi, kóser, olasz, stb.) konyhájára is mindig akad érdeklődő, illetve a „streetfood” is népszerű téma. Az éttermek mellett a másik fő érdeklődés a helyi bor- és sörkultúrát övezi, mely séták során a legtöbb városban jó borászatok képviselői, és a kis kézműves söröket árusító helyek az állomások.

Néhány város esetében a fő vonzerő az alkohol kedvező árából fakad, így sajnos Budapesten is, elég elterjedtek a **kocsmatúrák**, ahol a helyi éjszakai élet különböző állomásain haladnak végig a sétálók. Ennek persze meg lehet találni a kultúrális módját és apropóját is, Budapest romkocsmakultúrája például kifejezetten érdekes szociokulturális és egyben építészeti jelenség (Lugosi, 2008).

Ezen kívül még meg kell említeni a nem állandóan ismétlődő sétákat, amik valamilyen egyszeri esemény (fesztivál) köré szerveződnek, vagy egy bizonyos épületbe egyszeri belépést nyújthatnak. Ezek a **különleges séták** a legkülönbözőbb témákat érinthetik. A zsidó újév keretén belül a Hosszúlépés szervezett különleges túrákat, az október 23-ai nemzeti ünnep apropóján pedig színházi játékos kísérleti sétát szervez a Dinamó Budapest független színházi csoport. A négyes metró építkezésének látogatását több alkalommal megszervező Kortárs Építész Központ sétái is ilyen alkalmi attrakcióval szolgáltak, amíg meg nem nyitották a metró a nagyközönség előtt.

Az említett nagyobb kategóriák mellett még persze rengeteg különböző tematika létezik. Az **irodalmi séták** („az autóbusszszámokkal kapcsolatos irodalmi asszociációk”, Szerb Antal) a város történetét szubjektív írói szemszögből mutatják be. Az írók és költők írásait ihlető terek felkutatása, életeiknek színterei a városok egy újabb oldalát mutatják meg a résztvevőknek (Imagine Budapest – „Így írtok ti...”)

Egyebek mellett pedig vannak séták amik a kisebbségekre koncentrálnak, például az LMBTQ közösségre koncentráló **gender séták**. Léteznek séták az etnikumok bemutatására, a street art alkotások végigjárására, köztéri szobrok bemutatására, épületdíszek üzenetének elemzésére, a városban játszótó filmek bemutatására, és még sorolhatnám.

Illetve léteznek **személyre szabott magán séták**, melyet a legtöbb iroda előre egyeztetve elvállal, ha megbízzák őket. Ezek a séták a csoport

speciális igényeire szabva terveznek meg külön egy sétát, amit aztán meg is lehet ismételni, ha mások által is van rá kereslet. Ilyen sétákat kérnek gyakran a konferenciák vagy céges nyaralások szervezői, a szakmai igények kielégítésére. Létezik ezáltal jogi-, orvosi-, politikai-, szociológiai- és egyéb séta, meg természetesen építészeti szakmai séta is.

Hogyan tervezzünk sétát? – a város bemutatásának nehézségei

Több alkalommal is megesett már, hogy tanácsot kértek tőlem ismerőseim, hogy merre vigyék el a külföldi barátait, akik néhány napra jöttek Budapestre, néhány esetben egyenesen felkértek túravezetésre. Amikor számomra még ismeretlen városba megyek, akkor pedig rendszerint előre felkészülök a látnivalókból, és előre eltervezem, hogy milyen sorrendben látogassam meg a számomra érdekes épületeket, múzeumokat, városrészeket. Előbbi egyértelműen nehezebb feladat, mert nem ismeri az ember az adott társaság érdeklődési területét, műveltségét, sétabíróképességét, motiváltságát. Egy igényes, megismételhető (esetleg piacra is vihető) séta megtervezése, megszervezése nagyon komplex feladat, melyet több irányból is meg lehet közelíteni.

A sétaszervező cégeknél általában egy rendszeres „brainstorming” alatt leül a szervező csapat, és elkezdenek dobálózni az ötletekkel, amiket aztán átszűrnek egy rostán, és kitalálják, hogy melyikeket is kell/lehet megszervezni.

Ha megvan a téma a brainstorming után, vagy egy megrendelésre, ami köré a séta szerveződni fog akkor fel kell mérni, hogy mit is lehet bemutatni az adott városban az adott tematikában. Kell egy felmérést csinálni, hogy van-e annyi bemutatandó része a tematikának, ami köré egy sétát lehet szervezni, és hogy ezek az attrakciók a térbeli elhelyezkedése nem okoz-e problémát egy sétálós túra során. Túl nagy távolságokat nem lehet megtenni sétálva, abban az esetben már érdemes buszos túrát szervezni inkább, például Budapest lakótelepeit bemutató túrákhoz. Ebben a fázisban kell felhalmozni minden tudást, amit aztán logikus sorrendbe kell helyezni. Ezt lehet önerőből is csinálni részletes kutatómunkával. A tematikus séták előkészítésénél és vezetésénél viszont egyaránt lehetséges és sokszor szükséges külsős szakembert bevonni a folyamatba. Szakmailag színvonalas építész túrát egy építész nélkül nehéz megcsinálni. Vagy például ki értene jobban egy gasztró séta vezetéséhez, mint egy gasztroblogger (a Hosszúlépés! egyik túráját például Fűszeres Eszter gasztroblogger vezeti).

Fontos a séták szervezésekor eldönteni annak céljait. Mit akarunk a résztvevőknek mondani az egész sétával, és mivel fognak többet tudni a séta végére? A Bupapnál például kimondottan cél a budapesti lakosok misszió szerű oktatása, a tudás terjesztése. Egy bauhausos túra után a résztvevő már értelmezni és ezáltal akár kritizálni is tudja az épületeket a stílusjegyeik önálló beazonosítása után, és a város „kockaépületei” hirtelen értelmet nyernek. Az Imagine Budapestnél léteznek séták, amik kifejezetten a gyerekek városi életbe való bevonására törekszenek.

Akár első lépésnek is lehet venni a célcsoportok meghatározását. Persze ha innen indulunk ki, akkor érdemes egy szondázást csinálni, hogy milyen sétákra van kereslet. Ez a kérdés privát túrák esetén adott, és akkor a szakmai és személyes preferenciák szerint tervezhetjük meg sétánkat, egy általánosabb séta során azonban célszerű felmérni nagyjából az igényeket, bár az Imagine Budapestes Káldi Emese szerint minden sétának lehet piacot teremteni. Ha a séta terve már megvan, még akkor is érdemes utólag célcsoportot megállapítani. Egy séta szervezésekor például nagyon fontos szerepet játszik, hogy külföldi turistáknak, vagy hazai turistáknak szervezzük. A Hosszúlépéses Dudás Dórával való beszélgetésem során kiderült, hogy az angol nyelvű sétákra való felkészülés sokkal komplexebb feladat, mint a magyar nyelvűekre. Ez amiatt van, mert a külföldi turistáknak általában másfajta információkat kell adni, mint a „hazai turistáknak”, mivel nincs még alapvető tudásuk a városról, nem ismerik a háttérinformációkat, a kulturális utalások sokszor nem mondanak nekik többet. Szakmai csoportok szintén problémásak lehetnek ilyen szempontból, megkövetelnek egy többletfelkészülést, hogy színvonalas séta legyen. Az, hogy kinek szervezünk túrát a felkészülést alapvetően megváltoztatja, még akár ugyanazon túrán belül is.

A városnéző túrákra az emberek gyakran azért is jelentkeznek, hogy olyan helyekre jussanak be, ahova egyébként magánszemélyként bonyolult lenne. A lebontásra váró épületek, elhagyatott ipari csarnokok, bezárt kórházak és hasonló státuszú épületek látogatására mindig nagy igény van. A rejtett városi helyek (javarészt illegális) felfedezésére az urbex (urban exploration) kifejezést szokás használni, ez a városnéző sétáknak egy extrém verziója. De a szervezett túrák keretén belül is nagy érdeklődés övezi az ilyen helyek látogatását. Ezért is fontos kiemelni, hogy egy séta megszervezése során az állomásoknál a legtöbb élményt a zárt kapuk kinyitása adhatja. Az épületekbe való bejutás megszervezése sokszor nagyon nehéz feladat, a bérházépületek közösképviselői gyakran nehezen működnek együtt, az elhagyatott épületek üzemeltetőivel bonyolult a kapcsolatfelvétel. A mai budapesti „sétaboom” (a városnéző séták hirtelen divattá válása) miatt viszont az egyes épületek már inkább presztízsnak tekintik, ha egy séta során órájuk esik a választás.

Nagyon fontos egy városi sétán belül a kommunikációs közeg megtervezése, az információ átadásának módja. Természetesen a legtöbb információt az idegenvezető adja át résztvevőknek, amikor megáll valahol és elkezd beszélni. Egy erősen zajterhelt városban azonban a sétavezető hangszálait kímélve érdemes rádiós fülhallgatókat adni a sétálóknak (Chicago Architecture Foundation). Nem árt, ha a séták alatti tájékozódást térképek segítik, mellettük egy kisebb füzet is kiadható az egyes állomások rövid ismertetésével. A séták témájától függően különféle illusztrációkat (archív fényképek, alaprajzok, idézetek, stb.) szokás a prezentáció közben mutatni. A mai technikai újításokat is fel lehet használni, így például a Hosszúlépés túráin tableteken nyújtanak plusz információt egy Prezi kíséretében. Az anyag összeállítása néha pont a sétálók segítségével is készül, a lelkesebb sétálók a legtöbb sétát kiegészítik kisebb történetekkel, esetleg saját archív fényképeikkel a helyszínről.

Amikor kész a séta, akkor azt általában először egy próbaközönségen is érdemes kipróbálni. Egy séta megszervezéséhez olyan logisztikai problémákkal is szembe kell nézni, amiket csak a helyszínen lehet kipróbálni. Az állomásoknál nagyon fontos előre megnézni, hogy lesz-e elég hely egy 20-25 fős csoportnak megállni a (gyalogos)forgalom korlátozása nélkül. Kánikula esetére az árnyékos helyek felmérése lehet hasznos, esős időre pedig a gyors menekülési útvonal megtervezése.

A sétálók visszajelzése nagyon fontos a séták folyamatos fejlesztésében, javításában, és az eljövendő séták megszervezéséhez is sok támpontot adhatnak. A Hosszúlépés sétáit követően egy kérdőív kitöltésére kérik fel a résztvevőket, amiben a sétát kell értékelniük bizonyos szempontokból egy 1-7-ig tartó skálán. A szondázás nem csak a kritikai visszajelzés miatt fontos, hanem nagyon jó statisztikákat is ki lehet belőlük olvasni, a Hosszúlépésnél például 30-70%-os a férfi és női sétálók aránya. A kérdőívek segítségével ki lehet deríteni az elképzelt célcsoport helyetti valós közönséget is. És persze mindig fenn áll a lehetősége, hogy új sétaötletek, igények, érdeklődési területek derülnek ki a szondázásból.

Mint azt ennek a fejezetnek a hossza is érzékelteti, egy séta szakszerű megtervezése és megszervezése korántsem egyszerű feladat. A Hosszúlépés saját statisztikái szerint 21-48 nap kell hozzá, de az első gondolatoktól a konkrét sétáig akár 2-3 hónapnyi idő is eltelhet.

Városok fogyaszthatósága

A városkutatáson belül az egyik legaktuálisabb téma a 20.sz. második felére kialakult fogyasztói társadalom hatása a városokra. A fogyasztás életünk meghatározó része lett.

A fogyasztói társadalomban a városok a fogyasztás tárgyává válnak. A fogyasztás egyik formája a kultúra fogyasztásában nyilvánul meg. Ez lokális szinten működik, kultúra alatt itt a művészetet, a művészscénát lehet érteni. Egy másik formája a fogyasztásnak a turizmus. Érdekes felvetés, hogy a kultúra-fogyasztó turizmus megváltoztatja-e a helyi kultúrát, a város pedig egy „emberállatkertté” (human zoo) változik (Miles and Miles, 2004). Ez a turisztifikációs folyamat zajlik híres művésznegyedekben világszerte (New York, London, Berlin), és hasonló folyamat figyelhető meg a budapesti romkocsmá kultúrában is.

Európai városok a Kulturális Főváros címért versengenek (Miles and Miles, 2004), sok helyen alakítanak ki kulturális központot (Rotterdam Kulturális háromszög, Bécsi múzeumnegyed, Budapest Liget). Ez egy területen belülrre csatornázza be a turistákat. Mindenki akar magának egy jól megfogható városterméket találni, amivel eladhatóvá teszi a várost, és amiben különbözik a hasonló potenciállal rendelkező szomszéd városoktól. Ezt a stratégiát hívják „brandingnek”. Egy jól reklámozott, jól eladott várost a turisták ez alapján tudják beazonosítani a többihez képest, illetve a helyi lakosoknak is ad egy identitást. A terméknek (városnak) van logója, van egy jó szlogenje, reklámozva van, stb. A mai egyik legkeresettebb városimázs,

városidentitás az „élhető város”, de ilyen városbrand Rómának az antikvitás, Prágának a középkor és Chicagónak a felhőkarcolók is.

A turizmus területén a város jó eladhatósága nagyon fontos. A legtöbb európai nagyváros rendelkezik történelmi maggal, a monumentális régi épületek, városrészek a városi turizmus legfőbb mozgatórugói (mint az már a rómaiaknál is megnyilvánult). A kortárs turista tekintet (tourist gaze) főleg az útjelzőket keresi, amik beazonosíthatóvá teszik a figyelmükre méltó helyeket és épületeket (Miles and Miles, 2004). A fő látványosságok ilyen módon történő megjelölése a turistákat egy meglehetősen limitált területre szorítja be. A városnéző séták ezt a területet bővítik ki a másodlagos attrakciók bemutatásával.

A városok fogyaszthatósága a látványosságok bemutatásával, értelmezhetőségével is szoros összefüggésben van. Lyonban a történelmi városmag híresebb középkori lakóházait a falukra szerelt fémtáblába karcolt rövid leírás mutatja be jobban, illetve a megjelölt lakóházak udvarába is szabadon be lehet nyitni. Budapesten a vár középkori épületeinek megnyitása, és ilyen módon történő rövid ismertetése komoly előrelépés lenne.

Városnéző túrák minden nagyobb városban léteznek, de keresettségük különbözik. A történelmi városmaggal rendelkező európai városok legtöbbje a turisták számára könnyen értelmezhető. A baedekker leírása alapján gyorsan lehet tájékozódni a város látnivalóiról. A központibb helyeken útbaigazító táblák jelölik ki az irányt a következő attrakcióhoz. Az európai kulturális közegből nem kell kilépni, értjük, de legalábbis sejtjük annak elemeit. Az antikvitás, a középkor, a reneszánsz, a barokk és a 19.sz. mind értelmezhető, és könnyen befogadható. A római Colosseum, a prágai Károly híd, a párizsi Notre Dame, a velencei dózsepalota, a Sagrada Familia, és hasonló épületek mind befogadhatóak a turisták számára. A történelmi városok szerkezete ráadásul sokszor elősegíti a tájékozódást a fontos látnivalók között.

Két külföldi példa

Két szélsőséges példa Velence és Chicago. Velence halmazos városszerkezete nem segíti a tájékozódást, a városba először érkező ember egy labirintusban érzi magát. A reneszánsz városkép azonban mindenkinek annyira befogadhatóvá teszi az egészet, hogy sokaknak kifejezetten céljuk elveszni a városban, valahol ez adja a varázsát. Mivel a városnak minden részlete könnyen fogyasztható, ezért Velence nem a sétatúráiról híres. Visszatérő turistáknál már más lehet a helyzet, és a turisták által elárasztott utcákon természetesen a hagyományos városnéző csoportok is feltűnnek.

Chicago az USA egyik legnagyobb idegenforgalmat lebonyolító városa. A város identitását meghatározzák a felhőkarcolók, ugyanis itt épült 1885-ben az első magasépület (Home Insurance Building). A 19.sz-ban alapított város az 1871-es tűzvész alatt szinte teljesen megsemmisült, de ez teret adott a modern városépítészetnek. Az építészet történetében a modern városszerkezet mintájának lehet tekinteni Chicagót. A hálós szerkesztésű modern városok monotonitásában hasonlóan könnyen eltéved az ember,

mint Velencében. A kulturális közeg viszont teljesen idegen a látogatók számára. Chicagóban az építészet nagyon fontos szerepet tölt be a városimázsban, városidentitásban. Az első felhőkarcolók mellett magukénak tudhatják Frank L. Wright lakóházait, a Chicagói iskola számos épületét, Mies Van der Rohe által tervezett IIT kampuszt, számos rekordtartó felhőkarcolót (Willis Tower) és sztárépítészek épületeinek sokaságát. A 20.sz. modernizmusa azonban városi léptékben is pont annyira idegen az embereknek, mint épületek szintjén. Egy 600m magas felhőkarcolót meg lehet nézni, de az üvegekocka megértéséhez, megmagyarázásához, a saját kultúrközegbe való lefordításához segítségre van szükség. A város központjában működő Chicago Architecture Foundation (CAF) által szervezett építészeti túrák pont ezt a feladatot töltik be. A sétákat lelkes chicagói városlakók vezetik, akik meg akarják értetni a látogatókkal a várost.

Jómagam a szervezett városnéző túrák ellenzője voltam, amikor megérkeztem Chicagóba, mindig is szkeptikusan tekintettem a sétáló csoportokra. Azonban a rengeteg felhőkarcoló között, a végtelen egyenes utcák "labirintusában" még a látogatásomat megelőző felkészülésem se tette könnyebbé a város megértését. A CAF túráit ajánlotta rögtön minden guidebook. Az első séta után még 3-ra jelentkeztem a tartózkodásom alatt. Chicago megértéséhez, fogyaszthatóvá tételéhez ugyanis nélkülözhetetlen a látszólagosan (magasságukon kívül) semmi különöset nem nyújtó épületek körüli történetek, legendák ismerete.

A városok turisztikai fogyaszthatósága összefüggésben van a városok térszerkezetével, meghatározó építészeti stílusával és a város kínálta lehetőségek bemutatásával. Városnéző túrák mindenhol kialakulnak, mivel a helyi lakosok szeretik megismerni városaikat, és mint arról már korábban szó volt a visszatérő turisták, ideiglenes lakosok és más hosszabb időtartamot a városban töltő turisták igényei, motivációi, térhasználata hasonlóak a helyiekéhez (Kádár, 2014). Városnéző (tematikus) sétákra a várost csak rövid időtartamra⁴ használó látogatók között akkor alakul ki nagyobb léptékű kereslet, ha a várost nem tudják könnyen lefordítani a saját kultúrkörnyezetükbe, nem találnak a városon „fogást”, ha a város számukra nem fogyasztható. Ez igaz többek között az Európába látogató ázsiaikra, az amerikai nagyvárosokat látogató európaiakra, a Párizsba látogató texasi családokra és a Chicagóba látogató budapesti diákra.

Budapest

Budapest a világ egyik leglátogatottabb városa (2011-es adatok szerint a világon a 25.), és a külföldi internetes lapok is rendre a legjobban ajánlott célpontok közé sorolják. A közép-kelet európai régióban az egyik legnépesebb város, mely turisták millióit fogadja évente. A város története egészen a Római Birodalom koráig nyúlik vissza. Az első budai várat IV. Béla építtette 1241-ben a tatárjárás idején, és a város ezt követően kezdett el fejlődni. A 15.sz-ban Buda a magyar reneszánsz központja lesz Mátyás

⁴ A turizmus szakirodalom ezt az időtartamot 24 órában állapítja meg (Kádár, 2014), de a városnéző túrák vizsgálása szempontjából relevánsabb képet kapunk, ha 3-4 nappal számolunk.

uralkodása alatt, majd 1541-1686-ig török kézre kerül, akik több mecsetet és fürdőt is építenek. A város visszaszerzése során Buda és Pest is szinte teljesen elpusztul. A 18.sz-i újraépítés során több barokk templom is épül a városban. A 19.sz-ban volt a legnagyobb léptékű a városfejlesztés. A párizsi mintára történő újraszabása az utcáknak, jelentősebb közintézmények épületei, az első átfogó városrendezési koncepciók, és az infrastruktúra fejlesztése a mai napig Budapest meghatározó képének a részét adják. Az 1867-es Kiegyezést követően beindul egy soha nem látott polgári fejlődés, 1873-ban Pest, Buda és Óbuda egyesül, Világkiállítást rendezünk a Honfoglalás milleniumára, és Budapest belvárosának mai épületállománya nagy részt felépül. A szecesszió és a modernizmus ideje alatt Budapest világszínvonalon teljesített. De a sokkal borúsabb 20.sz. is meghagyta a nyomát a városban, a második világháborús és 1956-os rombolásnak még ma is láthatóak jelei. A szocializmus időszaka is komolyabb változásokat hozott a városszerkezetben, a motorizáció, a lakásprogramok nagyrészt elhibázott programjai, és a műemléki épületek elhanyagolása a mai napig meghatározó a városképben. A Rendszerváltástól napjainkig Budapest még mindig próbál talpra állni, egyre nagyobb sikerrel.

A rövid és felületes történeti áttekintésből is jól látszik, hogy Budapest története régre visszanyúl, és a épített öröksége számtalan különböző korból mutat fel példát. Budapestben a rövidebb időre érkező turisták könnyen végig tudják nézni a főbb látványosságokat, azok a városszövetben logikusan és legtöbbször elérhető távolságban helyezkednek el, jól vannak bemutatva. Budapest „kötelező látni- és tennivalói” közé tartozik: a Budai Vár végigjárása; a Parlament impozáns épületének meglátogatása; a zsidó negyed és benne a romkocsmakultúra megnézése; fürdők kipróbálása; a dunaparti korzón sétálás; a Hősök tere és a Városliget, benne a Fővárosi Állatkert; a Szt. István bazilika, az Opera, a Vásárcsarnok és a Dohány utcai Zsinagóga; a Citadella.

Ezek a fontosabb látnivalók a város hivatalos honlapján is fel vannak sorolva, és számos városnéző túrának képzik az alapját. Ilyen túrákkal foglalkozik többek között a Free Walking Tours, az Absolute Walking Tours és a Free Budapest Tours, de a többi budapesti cég is vállal megkeresésre általánosabb városnézést.

Budapest azonban rengeteg másodlagos attrakcióval bír. Ha már csak az építészet szintjén nézzük, akkor is számos a város által kevésbé jól bemutatott, ámde kifejezetten potenciális példát találhatunk. Az Andrassy út épületei megélnének egy külön dolgozatnyi elemzést, de kapjuk nincs nyitva, és az emberek (turisták és helyiek egyaránt) a Hősök tere és Deák Ferenc tér között sétálva nem nézik meg az épületeket. Budapest tele van szecessziós épületekkel, de a hivatalos Budapest honlapon ez meg se jelenik. Bauhaus stílusban is rengeteg ház épült a városban, de a stílust a helyiek a szocialista időkkel azonosítják, a külföldiek pedig észre sem veszik. Újlipótváros és a Józsefvárosba nem járnak turisták (pedig nincs messzebb, mint a Városliget), pedig mindkét városrész lakóépületei között vannak gyönyörű műemlékek. És még számos hasonló kiaknázatlan építészeti potenciál rejtőzik a városban.

Az elmúlt 10 év során számos budapesti tematikus gyalogos városnéző túrákat szervező cég alakult Budapesten. A cégek többsége a másodlagos attrakciókat mutatja be. Célközönségük nehezen meghatározható, a Hosszúlépésnél például eredetileg a közép- és felsőközép osztálybeli budapesti értelmiségi fiatalok voltak megcélözva, végül ennél sokkal nagyobb társadalmi réteg érkezik hozzájuk, főleg 30 év feletti, de a friss nyugdíjasok is nagyon érdeklődők. Emellett nem csak a magyarokat célozzák, hanem az érdeklődő turistákat is, például a jövő nyáron élesben is elinduló stringbike túráikkal. Az Imagine Budapest 7 éve az egyik első városnéző túrákat szervező cég volt, akkor a város iránt elkötelezett, a műfajra kiéhezett társaság volt a fő érdeklődő kör, de a mai napra már divat lett a sétálás, így a közönség is sokkal szélesebb lett. A Bupap missziója a városlakók (6-99⁵ éves korig) oktatása a saját környezetükről, kritikai, kérdés-válasz stílusban megszerkesztett sétákkal, ezt a mottójuk is tükrözi: „*Ha érdekel a saját életed, tarts velünk, kifordítjuk neked a várost. Légy helyben turista!*”.

A budapesti séták tárában minden kategóriából lehet válogatni. Szocio-kulturális sétákra koncentrál a Behind Budapest Sightseeing csapata a VIII. kerületben, irodalmi sétákat szervez például az Imagine Budapest, gasztro sétákra külön szekciója van a Hosszúlépésnek a programfüzetükben.

Építészeti sétát többen is csinálnak. A bauhaus bemutatására például ott van a Bupap „a Bauhaus apropóján” sétája:

A Napraforgó utcai kísérleti lakótelep, melyet az 1930-as évek elején adtak át, a hazai Bauhaus-stílusú építészet egyik kiemelkedő emléke. Sétánkon nemcsak a lakótelep épületeit vizsgáljuk, hanem felidézzük azokat is, akik tervezték, építették, és akik belakták a Napraforgó utca házait. Milyen volt a korszak lakáshelyzete? Mit jelentett akkoriban a közmunka? Milyen volt a korszak általános építészeti divatja, és ehhez képest milyen újításokat hozott a Bauhaus?

Kik voltak a telep házait tervező magyar építészek, akik beírták nevüket a 20. század nemzetközi építészeti nagykönyvébe? Hogy fogadta a közvélemény az újszerű gondolkodás- és látásmódot képviselő Napraforgó utcai lakótelep házait? Sétánkon felkutatjuk a modern építészeti gondolkodás és a Bauhaus-eszmény hatását az egyházi építészetben, s az is kiderül, vannak-e közös „Bauhaus” jegyei a szociális kislakásoknak és a tőlük csak pár utcányira fekvő villáknak.

A szecessziót a Hosszúlépés „A tegnap virágai” c. túrája vizsgálja:

“Az én secessióm a haladás harca a vaskalap ellen.” (Ady Endre)

A szecesszió nem csupán egy látványos stílus, hanem egész mozgalom. Hol túl indus volt, hol túl zsidó, túl haladó. Maga Ferenc József pedig nyíltan gyűlölte az „új stílust” amely később már túl burzsoá volt, túl giccses, a proletár és kommunista eszmével össze nem egyeztethető.

⁵ A street artot bemutató egyik sétájukon például volt, hogy csak nyugdíjasok vettek részt, és két sarokkal arrébb már boldogan felismerték az alkotó egy újabb rajzát.

A sétán felfedezzük a homlokzatok mögött húzódo feszültségeket és ellentéteket, mindazt, ami itt van előttünk kőbe zárva, csak meg kell tanulni olvasni. A századfordulón fejlődő világváros kihívásait, a szobakonyhák fullasztó nyomorát, a kőrengetegben elveszett, lassan kiszoruló természet utáni vágyakozást, az átalakuló városi társadalom problémáit és az asszimilálódó zsidóság útkeresését. Megidézzük a millenium környékének nemzetépítő és múltkereső lázas igyekezetét, az átalakuló női szerepeket, a kiüresedett eklektika és akadémikus merevség elleni fáradhatatlan harcot és, hogy mennyi ellenérzést váltott ki mindez. Sétáljunk át egy évszázadon, és fedezzük fel, hogy miről suttognak a falak a Budapest szívében!

A legtöbb alternatív, tematikus városi sétákat szervező cég kínálatában található építészeti tematikájú sétákat. A Kortárs Építész Központ (KÉK) is rendez városnéző túrákat. Az ő általuk szervezett séták csak alkalmiak voltak, és egy ideiglenesen kinyitott épületbe, építkezésre, elhagyatott, bontásra váró épületbe kalauzolták a sétálókat. Emellett megalakították az „artúr” felületét, mely a budapesti kortárs építészeti sétákat kínáló honlap volt, de városnéző túrákat erre nem szerveztek. Emellett megrendelésre bármelyik cég elvállal tematikus építészeti séta szervezését.

Kellő mértékű kutatómunka után, és szakemberek bevonásával lehet szakmailag megfelelő építészeti túrát csinálni, szakmabelieknek és laikusoknak egyaránt. Budapest építészeti potenciálja nagyon magas színvonalú, a be nem mutatott, elhanyagolt, és meg nem értett épületek megismerése/megismertetése egyértelmű célja kéne, hogy legyen a turizmusnak. Bár, mint azt a példák is mutatják, akad bőven hiteles építészeti túrákat szervező cég, de Budapest épületeit átfogó módon, a tematikus turák közül elsősorban az építészetre koncentrááló sétacég (mint a Chicago Architecture Foundation) jelenleg nem létezik.

A turizmus a városok gazdasági bevételeinek fontos tényezője, így a városok fogyaszthatóvá tétele, egy városimázs, városbrand kialakítása minden városnak szükséges. A turizmus kutatása egy relatíve fiatal tudományág, ráadásul a vizsgált terület tendenciái folyamatosan változnak. A turisták szokásait, motivációit, igényeit vizsgálva jobb, egységesebb városfejlesztési stratégiát lehet megfogalmazni. A városnéző túrák vizsgálása ennek a tudományterületnek egy részét képezi.

A kortárs turizmus világában a városnéző sétatúrák aranykorukat élik. Budapest még most is folyamatosan fejlődésben van, még nem találta meg teljesen identitását, és a város bemutatása is még gyerekcipőben jár. Építészhallgatóként kifejezetten fontosnak tartom szülővárosom építészetét másoknak is fogyaszthatóvá tenni, a még kiaknázatlan területeket bemutatni.

Kutatásom Budapest jobb bemutatására és fogyaszthatóbbá tételére adhat alapot. A promenadológia és a turizmus közös területének vizsgálatával egy jövőbeni kutatáshoz munkám jó kiindulási alapot nyújthat.

Budapest, 2014.10.27

Források:

Szemerey, Anna. *Nagyvárosi séták*. Diplomamunka [ELTE Informatikai Kar Térképtudományi és Geoinformatikai Tanszék], 2012

http://lazarus.elte.hu/hun/digkonyv/szakdolgozat/szemerey_anna-2012.pdf

First International Research Forum on Guided Tours – Proceedings [Gothenburg Research Institute] 2010, Edited by Anette Hallin & Rolf Solli

https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/21822/1/gupea_2077_21822_1.pdf

3rd International Research Forum on Guided Tours – Conference Proceedings [Breda University of Applied Sciences] 2013, Edited by Dineke Koerts & Phil Smith

http://www.academia.edu/3227290/The_contribution_of_tour_guides_to_destination_understanding_and_image._The_case_of_Haiti_via_an_analysis_of_Bonjour_blanc_a_journey_through_Haiti

Veverka, John A. *Planning interpretive walking tours for communities and related historic districts*

https://portal.uni-freiburg.de/interpreteurope/service/publications/recommended-publications/veverka_planning-interpretive-walkingtours.pdf

www.wikipedia.hu

Cohen, E. (1972) 'Toward a Sociology of International Tourism', *Social Research* 39: 164–89.

Cohen, Erik. "The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role." *Annals of Tourism Research* 12, no. 1 (1985): 5-29.

Török, András. *Budapest könyv, avagy Simplicissimus szerint a világ*. Park Könyvkiadó, 2012.

dr. Fekete, Máttyás. *Hétköznapi turizmus: A turizmuselmélettől a gyakorlatig*, 2009

McCabe, Scott: „Who is a Tourist?: A critical review” *Tourist Studies*, 2005, 85-106.

Walton, John K., ed. *Histories of tourism: Representation, identity and conflict*. Vol. 6. Channel View Publications, 2005.

Jacobsen, J. K. S. (2000) 'Anti-tourist Attitudes: Mediterranean Charter Tourism', *Annals of Tourism Research* 27(2): 284–300.

Meggyesi, Tamás. „Promenadology: Chapters to the Theory of Linear Sight Analysis” Akadémiai Kiadó, 2013

Meggyesi, Tamás. “Városépítészeti alaktan”, Terc, 2009

Kádár, Bálint. „Tourist space usage of European historic cities
- the development of the tourist system in Budapest”, 2014

Miles, Malcolm and Miles, Steven. „Consuming Cities”, Palgrave Macmillan, 2004

Budapesti városnéző sétákat szervező cégek, és honlapjaik:

Free Wiking Tours <http://www.triptobudapest.hu/>

Absolute Walking Tours <http://www.absolutetours.com/>

Free Budapest Tours <http://www.freebudapesttours.hu/>

Budapest UnderGuide <http://underguide.com/>

Unique Hungary <http://www.uniquebudapest.com/>

Budapest Beyond Sightseeing <http://www.beyondbudapest.hu/>

Fabulous Budapest <http://www.fabulousbudapest.com/>

Hosszúlépés, Járunk? <http://www.hosszulepes.org>

Imagine Budapest <http://imaginebp.hu>

Bupap <http://bupap.hu/hu/>

KÉK városi séták <http://kek.org.hu/varosisetak/setak/aktualis/>

Artur kortárs építészeti túrák Magyarországon <http://artur.org.hu>

Discover Budapest <http://www.discoverbudapest.com/index.php>

Miénk a ház <http://mienkahaz.blog.hu>

BudapestScenes <http://www.budapestscenes.com>