

## ÉJSZAKAI GAZDASÁG KUTATÁSA BUDAPESTEN A budapesti romkocsmá-nyegyed megítélése az érintettek körében

Pinke-Sziva Ivett<sup>1</sup> - Melanie Kay Smith<sup>2</sup> - Olt Gergely<sup>3</sup> - Molnár-Csomós Ilona<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Budapesti Corvinus Egyetem, Turizmus Tanszék, ivett.sziva@uni-corvinus.hu

<sup>2</sup>MTA, Budapesti Metropolitan Egyetem, Turizmus és Marketing Intézet, msmith@metropolitan.hu

<sup>3</sup>MTA TK SZI - Társadalmi integráció és társadalompolitika osztály, olt.gergely@tk.mta.hu

<sup>4</sup>Budapesti Corvinus Egyetem, MMI, Turizmus Tanszék, ilona.csomos@uni-corvinus.hu

DOI: 10.33538/TVT.190401.2

### Absztrakt

Jelen írás a Budapest VII. kerületére vonatkozó, 2017 őszén végzett azon kutatásokat foglalja magában, amelyek a helyi lakosok, a kerületbe látogató helyiek és a turisták véleményét, illetve percepcióit elemzik az éjszakai gazdaság vonatkozásában. A kutatás alapját a résztvevők megfigyelése és szakértői mélyinterjúk képezik a turizmus, a vendéglátás és a marketing területén jártas szakemberekkel, valamint rövid interjúk helyi lakosokkal, turistákkal és alkalmazottakkal, továbbá helyi lakosok, odalátogató helyiek és külföldi turisták bevonásával készült kérdőíves felmérések. Összesen 574 magyar - 283 VII. kerületi lakos és 291 egyéb kerületből érkező látogató - és 361 külföldi turista véleményének kérdőív alapján történő összegzésére nyílt lehetőség. A kutatás lehetővé teszi a vélemények összehasonlítását és azok egymással való ütköztetését. A megfogalmazott ajánlások azt a célt szolgálják, hogy az eredmények az érdekeltek lehető leg szélesebb csoportjának egyidejű hasznára válhassanak.

**Kulcsszavak:** éjszakai gazdaság, desztináció menedzsment, romkocsmá-nyegyed

### Abstract

This study provides a summary of research that was undertaken in Budapest's District VII in autumn 2017 to analyse the opinions and perceptions of local residents, visitors and tourists about the night-time economy. The research is based on participant observation, in-depth interviews with tourism, hospitality and marketing experts, short interviews with residents, tourists and local employees, as well as questionnaires with local residents, visitors to the district and foreign tourists. In total, 574 questionnaires were completed in Hungarian - 283 by local residents and 291 by visitors to the District - and 361 foreign tourists were able to summarize their opinions on the basis of the questions. Opinions were compared and contrasted, with the findings leading to a number of recommendations for managing the night-time economy in order to benefit the various stakeholder groups simultaneously.

**Keywords:** night time economy, destination management, ruin bar district

## Bevezetés

Nemzetközi kutatások igazolják, hogy sok város küzd az éjszakai - különösképp az alkoholhoz kapcsolódó - tevékenységek hatásaival. A turisták növekvő száma, az Airbnb kínálat növekedése és a lakóövezetek terjeszkedése gyakran súlyosbítja a hatásokat. Jelen írás egy rövid összefoglalást is tartalmaz a budapesti helyzetről, ahol a fapados légitársaságok, az olcsó Airbnb lakások és a VII. kerületben található úgynevezett „romkocsmák” vonzereje is hozzájárul a turisták számának növekedéséhez. Az éjszakai zaj, valamint Belső-Erzsébetváros bárjait és kocsmáit is meglátogató turisták viselkedése számos konfliktushoz vezetett. A cikk következő részében az éjszakai gazdaságra vonatkozó korábbi tanulmányok elméleti megközelítései, továbbá a budapesti helyzet elemzéséhez legalkalmasabb kutatási módszerek vizsgálata kerül górcső alá. Az összefoglalóként is értelmezhető záró rész középpontjában az adatgyűjtés megállapításai, valamint az ezek alapján megfogalmazott ajánlások szerepelnek. Utóbbiak egyfajta iránymutatóként szolgálhatnak a kerület vezetése számára annak érdekében, hogy a jövőben minél nagyobb esély nyíljon a jelenleg is érzékelhető negatív hatások minimalizálására, továbbá az érintettek számára elérhető előnyök maximalizálására.

### 1. Az éjszakai gazdaság jelentése

SHAW (2010:893) úgy határozza meg az éjszakai gazdaságot - továbbiakban NTE (Night Time Economy) - mint az „éjszakai szórakoztatás és a kiskereskedelem városokban való tevékenysége részét”. Ez magában foglalhat bárokat és klubokat, de kulturális tevékenységeket is. ROWE – LYNCH (2012) több példát említenek az NTE-be tartozó tevékenységekre, beleértve a bevásárlást, élőzene hallgatást, klubok, éttermek, kávézók látogatását, kulturális és művészeti eseményeken való részvételt, színházak, kiállítások, múzeumok és különféle rendezvények látogatását. Számos, a témát érintő kutatás azonban kizárólag az alkohollal kapcsolatos tevékenységre összpontosít. HADFIELD (2015) tesz említést arról, hogy a város nappali légkörével ellentétben, éjszaka megengedőbb és nyugodtabb társadalmi légkör tapasztalható. Részben ennek következtében az „éjszakai” vagy „esti gazdaság” kifejezés gyakran szinonimájává vált az úgynevezett „ivászat” gazdaságnak (SHAW 2010). A kritikus megközelítéssel bíró városkutatóknak a városok esti gazdaságának szabályozásával és a változó tulajdonosi struktúrák neoliberais megközelítésével kapcsolatos reflexiói rámutatnak arra, hogy a helyi kiskereskedőket gyakran az üzletláncok (SHAW 2010) szorítják ki. HADFIELD et al. (2001) arra a következtetésre jutott, hogy az alkohollal és a szabadidővel kapcsolatos ipar a legjobban a városokban virágzott, mert a városok voltak a legjobb helyzetben az olcsó fejlesztési lehetőségek kihasználását illetően, a helyi önkormányzatoknak azonban kevés hatalmuk volt az ösztönzésül szolgáló tervezési döntések terén. Mindezek sok esetben a városi regenerálódás reményeit keltették, amely egy olyan több iparágat is magában foglaló éjszakai gazdaságból áll, melyben az alkoholfogyasztás és a szabadidő csak a tevékenység egy részét képezheti (SHAW 2014). Annak ellenére, hogy a kilencvenes években próbálkoztak átalakítani a brit városok pub-dominált esti gazdaságát, az alkoholfogyasztás gyakran nemcsak a szabadidővel, hanem számos európai városban a turizmussal kapcsolatos tevékenységekkel is összefüggésben állt. Mindezen próbálkozásokat annak érdekében tették, hogy az elegáns kávézókkal és

kulturális tevékenységekkel kontinentális európai életmódot tükrözzenek (BIANCHINI 1993). Az ilyen városok, mint Berlin (NOVY 2017), Prága (PIXOVÁ – SLÁDEK 2017), Lisszabon (COLOMB – NOVY 2017), Budapest (SMITH et al. 2017) immár a „party” vagy alkohol turizmus átkának áldozatává váltak.

Mindebben fontos kiemelni a legény-, és leánybúcsúk jelentőségét is (ELDRIGE 2010, IWANICKI et al. 2016). ELDRIDGE – ROBERTS (2008) az éjszakai gazdaság viszonylatában már korábban felhívták a figyelmet a szeszestalt fogyasztók és a civilizált felhasználók közötti átfedésekkel kapcsolatosan, azzal érvelve, hogy jelentős azok száma, akik jellemzően kulturált szórakozási formákat kedvelnek alapvetően. Például a legény-, és leánybúcsúk általában jelentős mértékű alkoholfogyasztást vonnak maguk után minden résztvevő számára, akik máskülönben nem fogyasztanak sok alkoholt.

SHAW (2014) megállapítja, hogy az éjszakai gazdaság kutatások empirikusan szűk képet nyújtanak a városi éjszakáról, ha csak az alkohol-orientált tevékenységekre összpontosítanak. Tovább lépve a gondolatmenetben, SHAW (2014) a „városi új-realizmus” fogalmát javasolja a városi éjszakát alakító heterogén tevékenységek, szereplők, struktúrák és folyamatok összegzéseként használni. Az éjszakai gazdaság valóban összetett problémakör, amelynek kezelése kihívást jelent. ROWE – LYNCH (2012:143) bemutatja az éjszakai gazdaság kezelésének néhány nehézségét, kijelentve, hogy „vannak konfliktusok és nézeteltérések az italozók, lakosok, táncosok, mulatozók, színház- és múzeumi látogatók, rendőrök, kereskedelmi szervezetek és az állam között a kormányzás, a szabadidő, a lakóhely és a kereskedelem egymással versengő érdekeit illetően”. Az éjszakai gazdaság fejlődését az időjárás, a szezonális és a kulturális szokások, valamint a szabályozás határozza meg. HADFIELD (2015) hangsúlyozza a kutatás azon új hullámát, amely a Globális Észak kultúrájában tapasztalható városi éjszakai élet drámai különbségeire összpontosít a Távol-Keleten jellemző éjszakai városi léthez képest (YEO – HENG 2014). Ez utóbbi gyakran jellemezhető a városban tett sétával, az emberek találkozásával és az utcai piacok feltérképezésével. Összehasonlításképpen, a brit városok még mindig küszködnek a tekintetben, hogy milyen módon létezzenek 17 óra után, lévén hogy ez időt követően korlátozott mértékben tehetnek kiskereskedelmi ajánlatokat az oda érkező turisták számára.

## 2. A budapesti éjszakai gazdaság háttere

Budapest turizmusa a 2004-es EU-csatlakozást követően növekedésnek és virágzásnak indult, kiváltképp a fapados légitársaságok térhódítása és ennek okán a turisták beáramlása miatt, továbbá a város egyre növekvő - az olcsó szórakozási lehetőségekkel is összefüggésbe hozható - hírnevének köszönhetően. Mindezt tovább erősítette a rendelkezésre álló Airbnb szállások számának gyors ütemű növekedése is, melyek közül a legtöbbször európai viszonylatban versenyképes árszabás figyelhető meg. Sok más európai városhoz hasonlóan a város egy része - nevezetesen a VI. és a VII. kerület - elnyerte a „kreatív negyed” hírnevet (TÓTH et al. 2014, EGEDY – SMITH 2016), amely a helyiek és a látogatók számára egyedülálló szórakoztatást nyújt, elsősorban romkocsmák formájában. LUGOSI et al. (2010) az elhagyatott lakó- vagy irodaépületekben létrehozott vendéglátóhelyeket ideiglenesen (gyakran szezonálisan) vagy részlegesen, de mindemellett folyamatosan működő (több egymást követő évig, de bizonytalan jövővel rendelkező) romkocsmáknak vagy puboknak írja le. MITEV – KELEMEN-ERDŐS pedig kiemeli, hogy „a kezdeti

romkocsmá koncepció aztán önmagát mémelte, sorra jelentek meg a visszafogottan sokkolni kívánó, az eredeti romkocsmákat sok tekintetben imitáló (mímelő), a szubkultúrából egyre inkább kiszakadó, elitista artkocsmák. A romkocsmák kommercializálódásával a célközönség kibővült, az undergroundból fősodorbeli áramlat lett, a tömegkultúra részévé vált” (MITEV – KELEMEN-ERDŐS 2017:28). Habár először csak a helyi lakosok - kiváltképp a kreatív attitűddel rendelkező és bohém egyének - voltak nyitottabbak a romkocsmák megismerésére, 2010 óta - azaz körülbelül az Airbnb szálláslehetőségek színrelépésével - a turisták váltak a fő fogyasztókká.

A turizmus szempontjából a VII. kerület nagyon fontos szerepet játszik a város életében. A budapesti éttermek egytizede és a magán szálláshelyek egyötöde itt található, valamint a budapesti kereskedelmi szálláshelyek legmagasabb kihasználtsága is a kerületben realizálható (KSH 2016). SMITH et al. (2017) meglátása szerint a VII. kerületben található Airbnb szállások jellege inkább baráti társaságok számára optimális, támogatva ezzel azt az elképzelést, hogy az utóbbi évek viszonylatában ez a legalkalmasabb a bulituristák fogadására. A helyi lakosok igényei az utóbbi években egyre nyilvánvalóbbá váltak mind a gyorsan növekvő ingatlanárak, mind az ebből következő elmozdulás, mind pedig a turisták ésszerűtlen zajszintje és viselkedése tekintetében. PIVOXÁ – SLÁDEK (2017) Prága példája mentén - mely szintén a turizmus tömegessé válásától és a bulituristák beáramlásától szenved - kitér arra, hogy a helyi lakosok nemigen kedvelik a helyi önkormányzat korrupt és „laissez-faire”<sup>1</sup> hozzáállását. A DAILY NEWS (2015) által Magyarországról készített jelentés azt sugallja, hogy míg a turizmus évről évre növekszik Budapesten (például a 2013-2014 közötti időszakban 5,2 százalékos növekedés volt tapasztalható), a turisták sokkal kevesebbet költenek hazánkban, mint Prágában. Az alacsony kiadások a költséghatékony buliturizmus népszerűségének tulajdoníthatók, amely az aktuálisan trendinek számító romkocsmákra és a virágzó Airbnb piacra épül. A cikk javaslata alapján a helyi lakosok vagy eltűrik a számukra kellemetlen tényezőket, vagy tovább állnak, új lakhelyet keresve maguknak. Egyre bizonyosabbá kezd válni az, hogy növekszik az Airbnb szállásokkal és a közösségi gazdasággal szembeni ellenállás a helyi lakosok körében (COLOMB – NOVY 2017). Amint azt már BOCK (2015) is kifejtette, ez az ellenállás manapság sok európai városban tapasztalható. A turizmus tömegessé válása, valamint az idegenforgalom elleni küzdelem a jelen kor városainak két legnagyobb kihívásává váltak. Ez alapján fő kérdésként fogalmazható meg az, hogy az éjszakai gazdaságnak mennyire jelentős a szerepe a fentebb említett kihívások menedzselésében? A másik nagy kérdéskör pedig arra irányulhat, hogy a helyi lakosság vajon realizálhat-e hasznot a jövőbeli fejlesztésekből?

### 3. Módszertan

A kutatási időszak három hónapra, a 2017. szeptember és a 2017. december közötti időszakra korlátozódott, melynek során többféle módszer alkalmazása is megvalósult. A kutatást két kutatócsoport segítségével végeztük angol és magyar nyelven. A kutatás fő kérdése egyrészt az volt, hogy a negyedben megjelenő turizmus milyen hatást gyakorol a fő érintettekre, másrészt milyen megoldási lehetőségek által orvosolhatók a problémák. Ezen kérdések megválaszolása érdekében hibrid módszertan alkalmazása tűnt jó megoldásnak.

<sup>1</sup> Miszerint a lehető legcsekélyebb mértékben szándékozik befolyásolni a gazdasági folyamatokat, melyből adódóan a döntési szerepkörrel a piaci szereplőket ruházza fel.

Kiindulásként rövid interjúkat készítettünk a romkocsmák munkatársaival, amelyek során lehetőségünk volt azonosítani a főbb szegmenseket és motivációkat, valamint a megoldásra váró problémákat. A negyedben közel 180 bár található, amelyek közül 20 került be a mintánkba. Az interjúhelyszínek kiválasztása során törekedtünk arra, hogy a negyed valamennyi területén jellemző, népszerű és alternatív helyeket is megismerjünk. Mindez jó alapot biztosított a kutatás második felében alkalmazott kvantitatív kutatásnak, amely során magyar és angol nyelven íródott kérdőív lekérdezésére került sor. A kérdőívek 5 fő kérdést tartalmaztak a VII. kerület éjszakai gazdaságának tapasztalataival és megfigyeléseivel kapcsolatosan, melyeket számos demográfiai kérdés követett. Összesen 574 magyar (283 VII. kerületi lakos és 291 egyéb kerületből érkező látogató) és 361 külföldi turista válaszolt a kérdőívekre.

A kvóta-mintavételezés módszerét használtuk a lakosok és a turisták esetében egyaránt. A legutóbbi, 2011-es népszámlálás adatai alapján a kerület lakosságának 11 százaléka 18-23 éves, 56 százaléka aktív korú (24-60 éves korig), 33 százaléka pedig 60 évesnél idősebb volt. Sajnálatos módon nem álltak rendelkezésre naprakész statisztikák a kvóta-mintavételezésre vonatkozóan, ennek ellensúlyozása érdekében kísérleteket tettünk a kérdőívek KSH (2011) adatain alapuló eloszlás szerinti terjesztésére. A helyi lakosoktól 283 érvényes válasz érkezett: az aktív korú népesség (18-60 éves) némileg felülreprezentált, míg az idősebb korosztály (60+) alulreprezentált volt a mintában. A kerületbe látogató helyiek és a turisták esetében a mintavétel a kérdőíves felmérés előtti megfigyeléseken és interjúkon alapult. A romkocsmák alkalmazottjaival folytatott interjúk eredményei szerint a vendégek többsége, nagyságrendileg 80 százaléka a 18-40 év közötti korosztályba sorolható, így a kérdőívek terjesztésénél igyekeztünk ezeket a százalékos eloszlásokat is figyelembe venni. A kérdőíves megkérdezés hét különböző napszakban történt annak érdekében, hogy azok véleménye is kifejezésre juthasson, akik közvetlenül nem részesei az éjszakai tevékenységeknek. Ennek okán kérdőívezések zajlottak a piacok és a játszótérek környékén, ily módon pedig lehetőség volt elérni az idősebb lakókat és a kisgyermekes családokat is. A kérdőívek legnagyobb számban azonban kétségtelenül az esti órákban kerültek kitöltésre.

A mintavételt illetően elmondható, hogy a helyi lakosok körében a megkérdezettek 35,5 százaléka 18-29 éves, 18,6 százaléka 30-39 éves, 30,5 százaléka pedig 60 év feletti, ami részben tükrözi csak a negyed jelenlegi koreloszlását. A koreloszlásról egyrészt kevés friss információ áll rendelkezésre, másrészt az időbeli és anyagi korlátok akadályozták a reprezentatív mintavételt. Mind a turisták, mind a helyi látogatók körében a 40 év alattiak megszólítása volt a cél, tekintve hogy a bárok alkalmazottai ezen korosztály túlnyomó többségét jelölték meg az interjúk során. (A helyi látogatók körében a megkérdezettek 61,9 százaléka 18-29 éves, 35,5 százaléka 30-39 éves, 2,3 százaléka pedig 60 év feletti. A turisták közötti válaszadók 55,6 százaléka 18-29 éves, 22,5 százaléka 30-39 éves, 2,2 százaléka 60 éven túli.) Az iskolázottságot illetően meglepő volt, hogy a megkérdezett turisták 83 százaléka válaszolta, hogy felsőfokú végzettséggel rendelkezik. Sajnálatosan a főváros turizmusát illetően ilyen jellegű friss adattal nem rendelkezünk, ezért ezen arány általánosan jellemző voltát nem tudjuk megítélni. A negyedben élők 56 százaléka, a helyi látogatók 63 százaléka rendelkezik felsőfokú végzettséggel.

## 4. Eredmények

### 4.1. A kvalitatív kutatás eredményei

A romkocsmákban végzett interjúk megerősítették azokat a kerületet övező véleményeket, melyek szerint a negyed egyre inkább a buliturizmus helyszíne, egyedi vonzerő, és Budapest egyre inkább erről válik ismertté. Többen jelezték, hogy különösen a nyári időszakban mindennapos legény-, és leánybúcsúk problémát jelentenek. A vendégek 80 százaléka 50 év alatti, a leggyakrabban előforduló korosztály pedig a 20-40 év közötti, és többségük külföldi. Az interjúalanyok szerint a látogatókat leginkább a szórakozás vonzza a negyedbe. Néhány interjúalany sajnálattal érzékelté mindezt, megjegyezve, hogy örömmel szolgálna ki magyar vendégeket is, de ők egyre inkább kiszorúlnak a népszerű helyekről. Az is láthatóvá vált, hogy míg a turisták a korábbi órákban is (délután 5 óra környékétől éjfélig) fogyasztanak a negyedben, a magyar vendégek inkább éjfél után érkeznek. A külföldiek szerint olcsók a bárók, a magyarok viszont egyre drágábbnak találják őket.

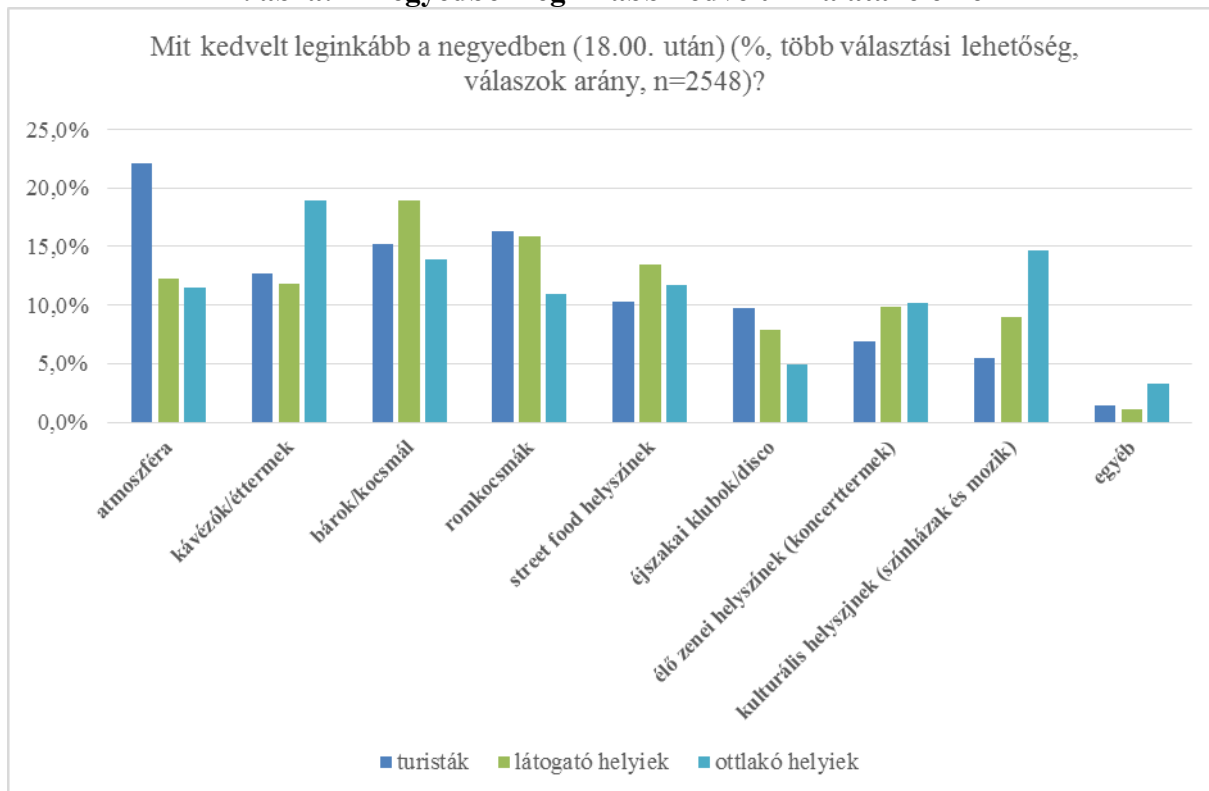
### 4.2. Kvalitatív kutatás eredményei

#### *Látogatók által kedvelt kínálati elemek és költés*

Láthatóvá vált, hogy a romkocsmá-negyed atmoszférája különösen fontos a turisták és a helyi látogatók számára és legkevésbé jelentős az ott lakók részére. A konkrét tevékenységet illetően az alábbiak mondhatók el (1. ábra):

- helyi lakosok látogatják leginkább a kávézókat és éttermeket (18,9%), valamint a kulturális - színház, mozi - helyszíneket (14,6%)
- helyi látogatók látogatják leginkább a bárókat és kocsmákat (18,9%), majd a romkocsmákat (15,8%), és a „street food” helyszíneket (13,42%)
- a turisták körében a romkocsmák és a kocsmák állnak az első helyen (előbbi 16,3%, utóbbi 15,2%), de az éttermek (12,7%) és a „street food” helyszínek látogatása (10,3%) is fontos, viszont sem a koncertek, sem a további kulturális helyszínek nem vonzóak annak ellenére, hogy a budapesti látogatás legfontosabb motivációja a kulturális és örökségi helyszínek meglátogatása (a válaszok 18,2 százaléka esetében).

### 1. ábra: A negyedben leginkább kedvelt kínálati elemek



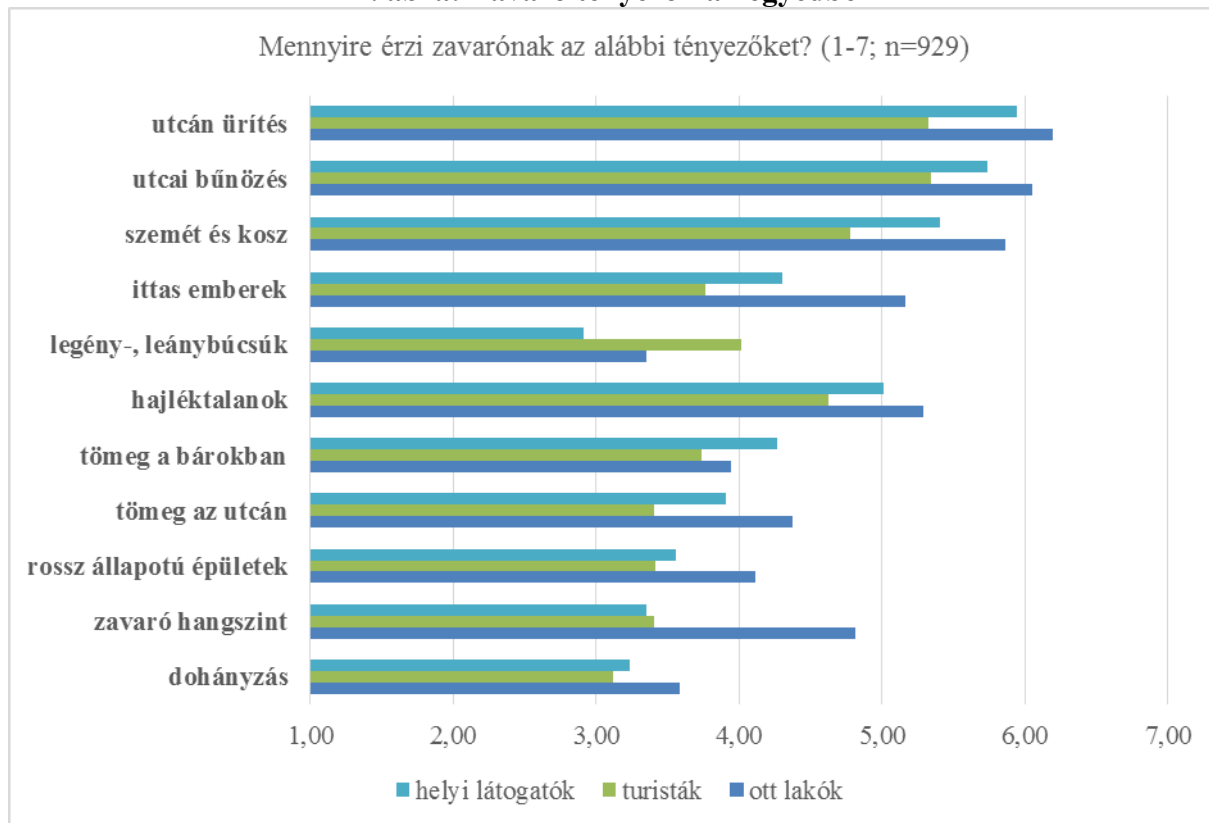
Forrás: saját szerkesztés

Ha áttekintjük a költési adatokat, láthatóvá válik, hogy a turisták leginkább 5-15 ezer Ft (36,7%) illetve 16-20 ezer Ft értékben költenek a negyedben esténként, amíg a helyi látogatók inkább 5 ezer Ft alatt (35,7%) illetve 5-15 ezer Ft között (40,2 %), az ott élők pedig inkább 5 ezer Ft alatt fogyasztanak (36,7 %), avagy 5-15 ezer Ft (30,4%) összegben és inkább éttermekben vagy kávézókban. Ezzel szemben a látogatók jellemzően szórakozóhelyeken, bárókban, romkocsmákban teszik ezt.

#### Hatások

A közbiztonság és köztisztaság kérdése minden vizsgált szegmens számára meglehetősen problémás, de látványosan sokkal inkább zavaró a helyi lakók körében, elérve vagy meghaladva az igen zavaró (6,00 átlagot jelentő) szintet. Érdekes, hogy a legény-, és leánybúcsúk a turistákat jóval nagyobb mértékben zavarják, mint a helyieket. A helyi látogatók tűnnek a leginkább rezisztensnek valamennyi szegmens közül, de a közbiztonság és a biztonság kérdése számukra is igen problémás (2. ábra).

## 2. ábra: Zavaró tényezők a negyedben



Forrás: saját szerkesztés

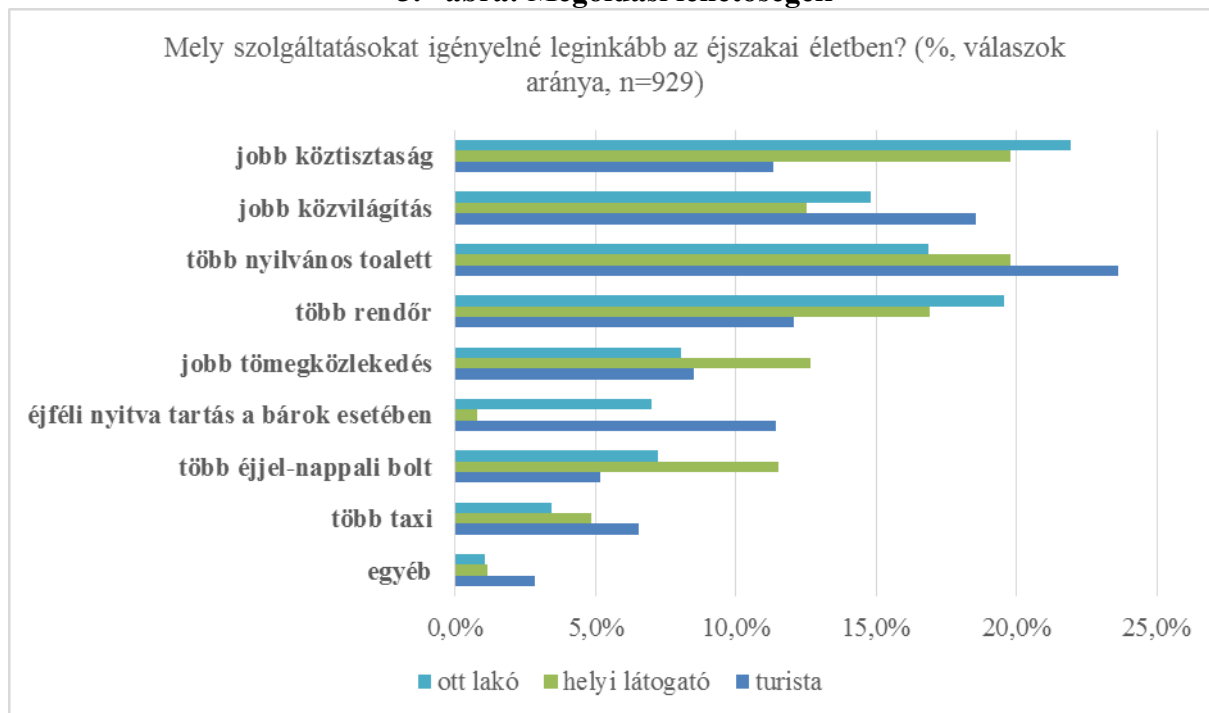
Ha megvizsgáljuk a nemek és korcsoportok közötti különbségeket az ANOVA-vizsgálat egyértelmű különbségeket a nemek között hoz: látható ugyanis, hogy a nőket minden egyes szegmensben (turisták, helyiek és helyi látogatók körében) jobban zavarja a legrelevánsabb három probléma (a bűnözés, az utcai ürítés és a tisztaság problémája).

### Megoldások

A jobb közvilágítás, több nyilvános illemhely és rendőri jelenlét valamennyi szegmens számára nagy jelentőséggel bír, ugyanakkor a köztisztaság nyilvánvalóan az ott élők részére kiemelten fontos. A bárók éjjeli utáni nyitva tartása az egyik legkevésbé vonzó tényező, érdekes módon viszont leginkább a turisták számára jelentene megoldást (3. ábra).



### 3. ábra: Megoldási lehetőségek



Forrás: saját szerkesztés

A korcsoportokra vonatkozó vizsgálatok azt mutatják, hogy az idősebb válaszadók a nagyobb rendőrségi jelenlétet és az éjfél zárást preferálnák, a fiatalok számára viszont a nonstop üzletek és a nyilvános toalettek elérhetősége élvez prioritást. A jobb tömegközlekedés iránti igény korral csökken, a taxihasznál iránti igény azonban korral nő. Míg a taxihasznál iránti igény a magasabb jövedelemmel rendelkezők körében jelentős, azok között, akik kevesebbet költenek a nyilvános toalettek megléte iránti igény a számottevő.

#### Következtetések

Összességében úgy tűnik, hogy a szórakozási lehetőségeket mind a helyi látogatók, mind a turisták kiváltképpen értékelik, ahogyan a negyed atmoszféráját is, amely az interjúk eredményei szerint Budapest egyedi és különleges attrakciójává vált. A negyed kulturális tevékenységekre vonatkozó lehetőségei azonban sokkal kevésbé fontosak az idelátogatóknak annak ellenére, hogy a kulturális és örökségi látnivalókat a budapesti látogatások főbb motivációs tényezőinek nevezték meg. Sokan érzik úgy, hogy túl sok a turista a kerületben, viszont kevés megkérdezettnek voltak rossz tapasztalatai az idelátogató külföldiekkel kapcsolatosan. Abban azonban minden csoport egyetért, hogy biztonságban érezték magukat Budapesten és

viszonylag biztonságosnak mondható a belváros 18 óra után is. A legtöbb megkérdezett öröndetesnek tartaná, ha gyakrabban takarítanák a közterületeket, több hulladékgyűjtőt helyeznének el, nagyobb lenne a rendőri jelenlét, valamint hangot adtak a nyilvános toalették számának növelésére és a jobb utcai világításra irányuló igényeiknek is. Ellentétben a helyi lakosokkal, az éjjeli zárás ötlete nem népszerű a kerületbe látogatók és a turisták körében, a lakosok nyilvánvalóan az éjjeli zárást pártolják. Az infrastrukturális kérdések közül kiemelnék a jobb utcai világítást, a tömegközlekedést, az utcák tisztítását, ugyanakkor mindezen lépések csak a felszínen kezelnék a problémát.

Nyilvánvaló ugyanis, hogy a helyi érintettek közötti egyeztetés szükséges a kialakult helyzet hosszú távú, megnyugtató megoldására. Az éjjeli zárás, illetve az úgynevezett „party-időszak”-nak az este korábbi időszakára való átütemezése, a leginkább zavaró tényezők (kocsmatúrák, legény-, és leánybúcsúk) korlátozása nyújthat megoldást, de értelemszerűen fontos a látogatók edukálása, és a kulturált, helyi lakosokat tiszteletben tartó magatartás hangsúlyozása, amely történhet magatartási kódexek bevezetésével és érvényesítésével. Mindezzel párhuzamosan szükséges, hogy a negyed imázs váltása megtörténjen olyan lépések nyomán, amelyek a korábbi kreatív negyed atmoszféráját és kínálatát idézik, ugyanakkor a kulturális kínálat iránt keltik fel a figyelmet.

### Irodalomjegyzék

- BIANCHINI, F. (1993): Remaking European cities: the role of cultural policies. In: Bianchini, F. – Parkinson, M. (eds.): *Cultural policy urban regeneration*. Manchester University Press, Manchester. pp. 1-20.
- BOCK, K. (2015): The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. *European Journal of Futures Research* 3 (1): pp. 1-8.
- COLOMB, C. – NOVY, J. (2017): *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge, London.
- EGEDY, T. – SMITH, M. K. (2016): 'Old and New Residential Neighbourhoods as Creative Hubs in Budapest'. *Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft [Annals of the Austrian Geographical Society]* pp. 85-108.
- ELDRIDGE, A. – ROBERTS, M. (2008): A comfortable night out? Alcohol, drunkenness and inclusive town centres. *Area* 40 (3): pp. 365-374.
- ELDRIDGE, A. (2010): Public panics: problematic bodies in social space. *Emotion, Space and Society* 3 (1): pp. 40-44.
- HADFIELD, P. – LISTER, S. – HOBBS, D. – Winlow, S. (2001): The '24-hour city' – condition critical. *Town and Country Planning* 70 (11): pp. 300-302.
- HADFIELD, P. (2015): The night-time city. Four modes of exclusion: Reflections on the Urban Studies special collection. *Urban Studies* 52 (3): pp. 606-616.
- IWANICKI, G. – DLUZEWSKA, A. – SMITH, M. K. (2016): Assessing the level of popularity of European stag tourism destinations. *Quaestiones Geographicae* 35 (3): pp. 15-29.
- LUGOSI, P. – BELL, D. – LUGOSI, K. (2010): Hospitality, Culture and Regeneration: Urban Decay, Entrepreneurship and the 'Ruin' Bars of Budapest. *Urban Studies* 47 (14): pp. 3079-3101.

- MITEV, A. – KELEMEN-ERDŐS, A. (2017): Romkocsmá mint bricolage: Élményközpontú szolgáltatásérték-teremtés a romkocsmákban. *Turizmus Bulletin* 2017 (1-2): pp. 9.
- NOVY, J. (2017): The selling (out) of Berlin and the de- and re-politicization of urban tourism in Europe's 'Capital of Cool'. In Colomb, C. – Novy, J. (szerk.): *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge, London. pp. 52-72.
- PIXOVÁ, M. – SLÁDEK, J. (2017): Touristification and awakening civil society in post-socialist Prague. In Colomb, C. – Novy, J. (szerk.): *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge, London. pp. 73-89.
- ROWE, D. – LYNCH, R. (2012): Work and play in the city: some reflections on the night-time leisure economy of Sydney. *Annals of Leisure Research*: 15 (2): pp. 132-147. DOI: 10.1080/11745398.2012.659716
- SHAW, R. (2010): Neoliberal Subjectivities and the Development of the Night-Time Economy in British Cities. *Geography Compass* 4 (7): pp. 893-903.
- SHAW, R. (2014): Beyond night-time economy: Affective atmospheres of the urban night. *Geoforum*: 51(1): pp. 87-95.
- SMITH, M. K. – EGEDY, T. – CSIZMADY, A. – JANCSIK, A. – OLT, G. – MICHALKÓ, G. (2017): Non-planning and tourism consumption in Budapest's inner city. *Tourism Geographies* 20 (3): pp. 524-548.
- TÓTH, A. – KESZEI, B. – DÜLL, A. (2014): From Jewish Quarter into a creative district. In Marques, L. – Richards, G. (szerk.): *Creative Districts around the World*. NHTV, Breda. pp. 111-118.
- YEO, S. – HENG, C. K. (2014): An (Extra)ordinary Night Out: Urban Informality, Social Sustainability and the Night-time Economy. *Urban Studies* 51 (4): pp. 712-726.

### Egyéb források:

KSH (2016): *Central Statistical Office: Information database*.

[https://www.ksh.hu/tourism\\_catering](https://www.ksh.hu/tourism_catering) (Utolsó megtekintés: 2018. augusztus 23.)

KSH (2011): *2011. évi népszámlálás*.

[www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepsz\\_03\\_01\\_2011.pdf](http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepsz_03_01_2011.pdf) (Utolsó megtekintés: 2018. szeptember 20.)

DAILY NEWS HUNGARY (2015, September 23): *The Hungarian Party Tourism is Unbeatable*.

<https://dailynewshungary.com/the-hungarian-party-tourism-is-unbeatable> (Utolsó megtekintés: 2018. augusztus 31.)