

OTDK-dolgozat

2023

BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM
MARKETING INTÉZET



**A Z GENERÁCIÓ HAZAI ZENEI FESZTIVÁLOKKAL KAPCSOLATOS
FOGYASZTÓI SZOKÁSAINAK VIZSGÁLATA
EXAMINING THE CONSUMER HABITS OF GENERATION Z IN
CONNECTION WITH HUNGARIAN MUSIC FESTIVALS**

Kovács Dominika Sára

Konzulens: Boros Kitti

Kézirat lezárásának dátuma: 2023. 01. 11.

Tartalom

1. Bevezetés.....	1
2. Szakirodalmi áttekintés	3
2.1 Fesztiválok rövid története és definiálása	3
2.2 Fesztiválok tipizálása	5
2.2.1 Zenei fesztiválok jellemzése	7
2.2.2 Zenei fesztiválok Magyarországon	9
2.3 Fesztiválok motivációs tényezői	14
2.4 Z generáció fesztiválokkal kapcsolatos szokásai	16
2.5 COVID-19 járvány hatása a zenei fesztiválokra	19
3. Kutatás módszertana	22
3.1 A kutatás módszertanának indoklása	22
3.2 A fókuszcsoporthoz interjú általános jellemzői	23
3.3 A fókuszcsoporthoz interjú lebonyolítása	25
4. Kutatás eredménye	29
4.1 A fesztivál értelmezései	29
4.2 A fesztiválok jelentősége és a zenei fesztiválok ismertsége	33
4.3 A zenei fesztiválokon való részvétel motivációs tényezői	36
4.3.1 Fellépők.....	36
4.3.2 Társaság.....	37
4.3.3 Élmény	38
4.3.4 További motiváló tényezők.....	38
4.4 A zenei fesztiváloktól való távolmaradás okai és ezek megoldásai	40
4.5 A zenei fesztiválok kiválasztásának szempontjai.....	45
4.6 Fogyasztói szokások a Z generáció körében	48
4.7 A COVID-19 járvány hatása a fesztiválozási hajlandóságra	50
5. Következtetések és javaslatok	54

6. Összegzés	57
7. Felhasznált irodalom	59
8. Mellékletek.....	64

Ábrák és táblázatok jegyzéke

Ábrák jegyzéke

1. ábra: Fesztivál definíciók közös és egyedi elemei.	5
2. ábra: Fesztiválok száma megyénként.	12
3. ábra: A fókuszcsoporthoz vizsgálat lefolytatásának lépései.....	25
4. ábra: Első Fókuszcsoporthoz pozitív és negatív fesztivál asszociációi.....	29
5. ábra: Második Fókuszcsoporthoz pozitív és negatív fesztivál asszociációi.....	30
6. ábra: Harmadik Fókuszcsoporthoz pozitív és negatív fesztivál asszociációi.....	31
7. ábra Összes pozitív és negatív fesztivál asszociációk.	33
8. ábra: Motivációs tényezők primer és szekunder kutatásokban.	39
9. ábra: Döntést befolyásoló tényezők primer és szekunder kutatásokban.	47

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: 2022-es hazai fesztiválok listája hónaponkénti bontásban.	11
2. táblázat: Magyar zenei fesztiválok összehasonlítása.	13
3. táblázat Kutatások a fesztiválok motivációs dimenzióiról.	14
4. táblázat A kutatás mintájának bemutatása.	27
5. táblázat: A fókuszcsoporthoz által ismert hazai zenei fesztiválok.....	35
6. táblázat: Fesztivállátogatást gátló tényezők és megoldásuk.	44
7. táblázat: Költségtényezők fókuszcsoporthoz szerint lebontva.....	48
8. táblázat: Információgyűjtési platformok a fókuszcsoporthoz körében.	49

1. Bevezetés

A fesztiválok olyan tömegrendezvények, amelyek hosszú múltra tekintenek vissza. Népszerűségük folyamatosan növekszik, jelentőségük pedig vitathatatlan, hiszen fontosak az egyének számára, mert lehetőséget biztosítanak a kikapcsolódásra és a szórakozásra, közösségépítő erejük van. Emellett kedvező hatással vannak a gazdaságra, hiszen bevételt termelő turisztikai látnivalók, valamint a rendező desztinációról kialakított képet, imázst is formálja. A fesztiválok több típusát is megkülönböztetjük, azonban megállapítható, hogy a zenei fesztiválok azok, amelyek mind közül a legnépszerűbbek. A legfőbb célcsoportnak a fiatalok tekinthetők, ugyanis Magyar Turisztikai Ügynökség 2019-ben azt állapította meg, hogy a fesztiválok látogatóinak 40%-a a 25 évnél fiatalabb korosztály. Ahány fiatal, annyi különböző személyiség, amelynek vizsgálata azért szükséges, hogy a hasonlóságok felfedezésre kerüljenek, hiszen a fesztiválok szervezőinek tisztában kell lenniük azokkal a fogyasztói szokásokkal és magatartásokkal, amelyek alapján kirajzolódik az átlagos fesztiválozó típusa.

Dolgozatom témájának azért a zenei fesztiválokat választottam, mert jelenleg turizmus-vendéglátás szakos hallgató vagyok és tanulmányaim befejezését követően rendezvényszervezőként szeretnék tevékenykedni. A primer és a szekunder kutatások segítségével közelebbről megismerkedhettem a fesztivállátogatási szokásokkal, amelyekkel bővíteni tudom szakmai ismereteimet. A Z generációt azért találtam alkalmasnak a kutatás szempontjából, mert korábbi tanulmányok bizonyítják, hogy ők jelentik az elsődleges célcsoportot a zenei fesztiválok esetében. A téma azért is érdekes volt számomra, mert én magam is érintett vagyok az életkoromat tekintve, ezért a kutatás segített a saját korosztályomat jobban megismerni és megérteni, hogy miként vélekednek a kutatásban felmerült kérdésekről.

A dolgozatom 6 fő részből épül fel: jelen bevezetést követően a szakirodalmi áttekintésre kerül sor, amely saját kutatásom alapjául szolgál. Ezt követően bemutatom azt a módszertant, amellyel a dolgozat primer kutatását elkészítettem. Utána ismertetem a kutatás eredményét, majd megfogalmazom a következtetéseimet és javaslataimat a szakirodalmi és az általam elkészített kutatás alapján. Zárásként pedig összegzem a dolgozatot.

A szakirodalmi áttekintés több témát is érint, amelyeket a kutatás szempontjából fontos bemutatni. A forráselemzés tartalmát képezik a fesztiválok, azon belül a zenei fesztiválok, külön kitérve a magyar piacra, a fesztiválokon való résztvevők motivációi és a távolmaradók érvei, a Z generáció jellemzői és zenei fesztiválokkal kapcsolatos fogyasztói szokásai, valamint a COVID-19 járvány okozta hatások a fesztiválipar vonatkozásában. A szekunder kutatás

megalapozza a primer kutatás főbb témáit, kérdéseit, amelyeket érdemes megvizsgálni a Z generációval kapcsolatosan.

A kutatás módszertana fejezet tartalmazza a kutatási kérdést: Mi jellemző a Z generáció fogyasztói szokásaira a hazai zenei fesztiválokkal kapcsolatban?, valamint a kutatás alkérdéseit:

- Melyek azok a motivációs tényezők, amelyek a zenei fesztiválon való részvételre ösztönzik a Z generáció tagjait?
- Melyek azok a részvételi korlátok, amelyek miatt a Z generáció tagjai nem vesznek részt zenei fesztiválokon?
- Milyen szempontokat vesz figyelembe a Z generáció, amikor eldönti, hogy mely zenei fesztiválon vesz részt?
- Milyen hatással volt a COVID-19 járvány a zenei fesztivállátogatási hajlandóságra a Z generáció körében?

Ismertetem, hogy a kérdések megválaszolásához mely kutatási eljárást választottam, majd megindokolom, hogy miért tartottam alkalmasnak a téma szempontjából, illetve bemutatom legfőbb jellemzőit. Bemutatom a kutatás menetét, majd részletezem a minta összetételét.

Utána a kutatás eredményei következnek, amelyeket a kutatási kérdés, illetve az alkérdések mentén építettem fel. A szekunder források figyelembevételével elemeztem az általam elkészített fókuszcsoporthoz tartozó interjúkat. A főbb témák, amelyeket tanulmányoztam a következők voltak: a fiatalok motivációs tényezői, a fesztiváloktól való távolmaradás okai, a fesztiválok választására hatást gyakorló döntési tényezők, a COVID-19 járvány okozta hatások a fesztiválozási hajlandóság vonatkozásában.

A következtetések és javaslatok fejezetben bemutatásra kerülnek a kutatási kérdések, valamint az azokra kapott válaszok a primer és a szekunder kutatás alapján, illetve megfogalmazok olyan javaslatokat, amely a fesztiválszervezők munkáját segíthetik, hogy miként lehet a zenei fesztiválokat leginkább a Z generáció tagjainak ízlésére formálni. Ezt követően a lezárással átfogóan összegzem mindazt, ami a dolgozatban elhangzott, kitérve a kutatás korlátjaira, valamint megfogalmazom, hogy miként lenne érdemes a kutatást felhasználni és a belőle származó ismereteket tovább bővíteni.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1 Fesztiválok rövid története és definiálása

A fesztiválok évezredek óta jelen vannak az emberek életében. A szó jelentése latinul „*ünnepi, ünnepélyes, ünnepi játékok, lakoma*” (Jászberényi, Zátori & Ásványi, 2016, p. 16.). A civilizációk fejlődését végig kísérve alakultak ki a fesztiválok is. A különleges események megünneplése kikapcsolódást jelentett a sok munka után és lehetőséget adott a szocializációra (Mair, 2019). A fesztivál kifejezést korábban a nemzetközi jelentőségű rendezvényekre használták, ez azonban az idők során megváltozott és kibővült azokra az eseményekre is, amelyek a helyiek számára fontosak, ők a célcsoport, ezáltal nagyságuk sem meghatározó (Jászberényi, Zátori & Ásványi, 2016).

A fesztiválok mindegyike eleinte a vallás és hagyományok köré épült. A ma általunk fesztiválnak tekintett rendezvények később alakultak ki, ezek korábban egy-egy művészeti műfajra terjedtek ki, példának említhető „*a XIX. század végén indult velencei biennálé a képzőművészetre, Salzburg a komolyzenére, Bayreuth az operára. A Szegedi Szabadtéri Játékok az európai úttörők közé tartozik*” (Hunyadi, Inkei & Szabó, 2006, p. 15.). A XX. század elejéig a nagy nemzetközi jelentőséggel bíró művészeti rendezvények viselték csak a fesztivál megnevezést. Az idegenforgalom szélesebb körű megjelenésének hatására bővült a fogalom. Később pedig a globalizációnak köszönhetően, az egyszerűbb utazás létrejöttével, a fesztiválok száma az utóbbi néhány évtizedben ugrásszerűen megnőtt, amely szintén a fogalom szélesedéséhez vezetett (Hunyadi, Inkei & Szabó, 2006).

A fesztivál kifejezésre nincs egy nemzetközileg elfogadott definíció, ennek oka az lehet, hogy akár országonként eltérhet azoknak a rendezvényeknek, eseményeknek a köre, amelyeket fesztiválok közé sorolnak. Léteznek olyan meghatározások, amelyek nagyon tágra értelmezik a fesztiválok körét, míg egyes szerzők több szempont alapján leszűkítik a fogalmat. A következő definícióban egy tag megközelítés ismerhető fel: „*fesztivál mindaz, amit a szervezők annak tartanak. A fesztivál meghatározásának a mindenkor célhoz érdemes igazodnia, egyfajta munka-definícióként kell működnie*” (Hunyadi, Inkei & Szabó, 2006, p. 16.). Ez tehát azt jelenti, hogy nincsen egy olyan meghatározás, amely minden fesztiválra igaz, hiszen egyik sem ugyanolyan, mindegyiknek megvan a maga sajátossága. Ezt a változatosságot pedig azzal lehet a leginkább szemléltetni, hogy egyedi fogalomkör kerül kialakításra minden esetben.

Általánosságban azonban szűkebb értelmezés figyelhető meg a tanulmányokban, amely több tulajdonságot kiemelve különbözteti meg a fesztiválokat az egyéb rendezvényektől. Említhető

például a Magyar Fesztivál Szövetség (2008), Kundi (2013), Grappi–Montanari (2011), valamint Mair (2019) által megfogalmazott fogalommeghatározás. A definíciókban megfigyelhetők közös elemek, de különbözőségek is találhatók, amelyeket az 1. ábra szemléltet.

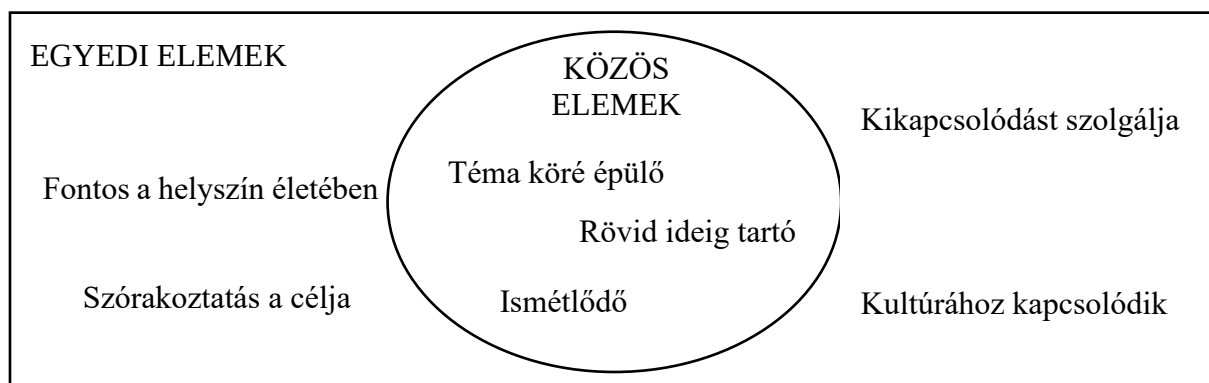
A Magyar Fesztivál Szövetség 2008-ban megfogalmazott definíciója alapján *„fesztiválnak nevezhető minden olyan – egy vagy több téma köré szerveződő, rendszeresen megrendezésre kerülő, egy vagy több helyszínen történő, meghirdetett programmal rendelkező kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb – eseménysorozat, amelynek célja, hogy közönsége részére kiemelten színvonalas, értékközvetítő, minőségi, ismereteket is bővítő és egyben szórakoztató, szabadidős közösségi élményt nyújtson”*. Ez a fogalommeghatározás kiemeli, hogy a fesztiválnak rendelkeznie kell egy témával, amelyre felépül az esemény, fontos szempont, hogy csak azok tekinthetők fesztiválnak, amelyek rendszeresen látogathatóak. Hangsúlyozza a minőséget és a tanulási lehetőséget is a szórakoztatás mellett.

Kundi (2013) úgy alkotta meg a fesztivál alábbi definícióját, hogy 1956-tól kezdődően összegyűjtötte különböző szerzők meghatározásait, és ezeknek az elemeit fogalmazta meg összefoglalóan: *„Fesztivál alatt azokat a legalább egynapos, rendszeresen ismétlődő, ünnepélyes, gasztronómiai, sport, zenei, művészeti és összművészeti rendezvényeket értem, melyek egyszeriek és megismételhetetlenek. Programkínálatukban nem kizárólagosan ingyenes, hanem jegyáras előadások is megjelennek. Helyszínüket tekintve egyaránt lehetnek szabadtéri- vagy fedett helyen bonyolított rendezvények. Jellemzi őket a kultúra egy szeletének élményszerzéssel párosuló bemutatása, ezen értékek átadása. Témájuk kapcsolódik a rendező város, terület adottságaihoz, kultúrájának szerves részét képezi. Szervezőjük egyaránt lehet magánszemély, cég, vállalkozás, önkormányzat illetve alapítvány”* (Kundi, 2013, p. 35.).

„A fesztivál kifejezés olyan eseményt takar, amely egy specifikus témára épül, meghatározott időszakban és gyakorisággal kerül megrendezésre, és számos turisztikai vagy kulturális tevékenységhez (például zene, költészet, festészet, fotózás, gasztronómia) kapcsolódhat” (Grappi & Montanari, 2011, In Kazár, 2014, p. 50.). Ebben a definícióban is megjelenik a téma fontossága, az időtartam, illetve a rendszeresség is.

Mair (2019) egy olyan definíciót alkotott meg a fesztivál kifejezésre, amely korábbi meghatározások egyes elemeit foglalja magában. Ezek a következők: téma köré van felépítve, nyilvánosság számára elérhető, rendszeresen megrendezésre kerülnek korlátozott időtartamban, a kultúra valamely eleméhez kapcsolódik, helyhez kötöttek, közösség áll a középpontjában,

szórakozás áll a középpontjában és az összetartozás érzését keltik. „A fesztiválok olyan rövid távú, ismétlődő, nyilvánosan elérhető események, amelyek általában a kultúra bizonyos elemei ünneplésére vagy szerepeltetésére jönnek létre, amelyek fontosak annak a helyszínnek, ahol megrendezésre kerülnek vagy az ott élő közösségeknek; illetve amelyek lehetőséget biztosítanak a kikapcsolódásra és szórakozásra; miközben az összetartozás és a megosztás érzését keltik” (Mair, 2019, pp. 4-5).



1. ábra: Fesztivál definíciók közös és egyedi elemei.

Forrás: Saját szerkesztés Grappi & Montanari (2011), Hunyadi, Inkei & Szabó (2006), Kundi (2013), Magyar Fesztivál Szövetség (2008), Mair (2019) alapján

Összességében elmondható, hogy a vizsgált definíciókban közös, hogy a fesztivált egy meghatározott téma köré épülő, rövid ideig tartó, ismétlődő eseménynek nevezi meg (1. ábra). Emellett még többször előforduló elem a nyilvánosság, azaz, hogy bárki számára elérhető, hogy fontos szerepet játszanak a helyszín életében, a szórakozás és a kikapcsolódás áll a középpontjukban. Dolgozatomban ezeket a szempontokat veszem figyelembe, amikor a fesztivál fogalmát használom.

2.2 Fesztiválok tipizálása

A fesztiválok többféle szempont alapján is csoportosíthatók. Hunyadi (2004) 8 különböző tipizálási lehetőséget mutatott be. Az egyik a fesztivál tevékenysége, amelyen belül lehetnek például művészeti témával foglalkozó fesztiválok, gasztronómiai fesztiválok, sportrendezvények. Helyszínt tekintve megkülönböztethetők a szabadtéri (például utcákon, tereken, zöld területeken) és a zárt térben (például kulturális intézményekben, funkcionális épületekben) megrendezésre kerülő rendezvények. Szempont lehet még a vonzáskörzet is, amely szerint lehetnek helyi, regionális, nemzeti és nemzetközi fesztiválok. Gyakoriság szerint léteznek egyszeri, illetve különböző időközönként ismétlődő fesztiválok is. Fontos tipizálási szempont még az időpont, lehetnek egy- vagy többnaposak, de tarthatnak akár több hétig,

hónapig is. Életgörbe szerint léteznek induló, érett és „már túlértett” fesztiválok. Vannak olyan fesztiválok, amelyek különféle eseményhez, ünnephez kapcsolódnak, ilyenek például a vallási fesztiválok, állami ünnepek. Utolsó szempont a rendezők, akik között megkülönböztethetjük az állam, a piaci szereplők, illetve a civil szervezetek csoportját. Kundi (2013) ez előbbi és további számos korábbi forrás alapján határozta meg a következő 10 csoportosítási ismérvet: Téma, Funkció, Műfaj, Popularitás, Vonzáskörzet, Motivációs szint, Időtartam, Szervezés, Életgörbe, Ismétlődés. Újdonság a 2004-es forráshoz képest a műfaj, a popularitás és a motivációs szint.

Az általam megvizsgált tanulmányok többsége nem foglalkozik ilyen mértékű részletességgel a fesztiválok tipizálásával kapcsolatban, főként a tematikát veszik alapul a csoportosításhoz. Téma alapján is többféle, szűkebb és tágabb kategorizálás figyelhető meg.

A Magyar Fesztivál Szövetség (2008) 4 fő kategóriába sorolja a fesztiválokat:

- művészeti fesztiválok (zenei, színház, tánc, irodalom, képző- és iparművészet, film, videó, fotó, multimédia, népművészet/folklór, cirkusz, egyéb művészeti),
- tisztán amatőr művészeti és „felmenő versenyek” (szavaló, kórus, színjátszó, tűzoltó és egyéb zenekar stb.),
- gasztronómiai fesztiválok (étel, ital, termény, gasztronómiai hagyományokat ápoló, kulináris stb.),
- egyéb, nem művészeti fesztiválok (tájhoz, természeti értékhez kötődő, hagyományőrző, illetve történelmi helyszínhez kötődő rendezvények, várjátékok, ünnepekhez, népszokáshoz kötődő (egyházi, világi) falunap, búcsú, vigalom, karnevál, sokadalom, fieszta, sport, természet, környezetvédelem, promóciós, márkához kötődő) (MFSZ, 2008, In Sulyok & Sziva, 2009, p. 4.).

Smith 2009-ben a karneválokat, a művészeti fesztiválokat (például tánc, színház), a zenei fesztiválokat, a gasztronómiai és italfesztiválokat, a vallási fesztiválokat, a cirkuszokat, a sportrendezvényeket, a megarendezvényeket (például: olimpiai játékok) és a kulturális rendezvényeket (például Európa Kulturális Fővárosa) említette meg a leggyakrabban használt kategóriák között.

Mair (2019) a következő típusokról tesz említést tanulmányában: gasztronómiai fesztiválok, zenei, média- és irodalmi fesztiválok, vallási- és spirituális fesztiválok, nemzeti ünnepek köré szervezett fesztiválok. Ez a fajta tipizálás kevesebb kategóriát sorol be a fesztiválok közé, de a korábbiakhoz képest beemeli a nemzeti ünnepeket is.

A Magyar Fesztivál Szövetség honlapján (2022) jelenleg 5 tagozatba sorolja a fesztiválokat:

- „Köztivál” Tagozat, ahová a művészek által képviselt kultúrát és a helyi hagyományok, értékeket összekötő fesztiválokat sorolja (például Székesfehérvári Királyi Napok, Debreceni Virágkarnevál, Művészetek Völgye, Ördögkatlan, Várkert Fesztivál),
- Gasztrokulturális Tagozat, ahová a gasztronómiával kapcsolatos fesztiválokat sorolja (például Budapest Borfesztivál, Csabai Kolbászfesztivál, Gourmet Fesztivál, Kürtöskalács Fesztivál, Szolnoki Gulyás Fesztivál),
- Népművészeti és Hagyományőrző Tagozat, ahová a hagyományőrző fesztiválokat sorolja (például Busójárás, Hetedhétvári Népmese, Pünkösdi Örökség Ünnepe),
- Művészeti Tagozat, ahová a kulturális értékeket bemutató fesztiválokat sorolja (például Budapest Táncfesztivál, MOST Fesztivál, Szegedi Szabadtéri Játékok, Veszprémfest),
- Ifjúsági Fesztiválok Tagozata, ahová az ifjúságot célzó fesztiválokat sorolja (például Balaton Sound, Campus Fesztivál, Szegedi Ifjúsági Napok, Sziget, Volt Fesztivál).

Dolgozatomban a zenei fesztiválok témakörét dolgozom fel, amely az összes említett tipizálásban megjelenik. Míg a Magyar Fesztivál Szövetség a művészeti fesztiválok közé sorolja, addig a többi esetben megfigyelhető, hogy külön kategóriaként jelenik meg. Azért esett a választásom a zenei fesztiválokra, mert napjainkban egyre nagyobb népszerűségük, számuk folyamatosan nő, ezáltal egyre szélesedik a kínálat is. Az általam választott Z generáció jelenléte a leginkább jellemző a könnyűzenei fesztiválokon, amely szintén hozzájárult ahhoz, hogy ezen fesztiválok csoportját kutassam.

2.2.1 Zenei fesztiválok jellemzése

Ahogy a tipizálásnál megfigyelhető volt, a zenei fesztiválok egy külön kategóriát alkotnak minden szerző esetében. Mind közül a zenei fesztiválok azok, amelyek a legtöbb turistát vonzzák népszerűségükkel. Ez annak köszönhető, hogy a zene az utóbbi néhány évtizedben, egyre jelentősebb utazási motivációvá vált a turizmuson belül (Süli & Martyn-Csamangó, 2017). Az európai trendeket megfigyelve megállapítható, hogy 2016-ról 2019-re 65%-kal bővült a kontinens fesztiválpia. Főként a nagy tömegeket vonzó, többnapos fesztiválok kerülnek előtérbe, amelyek egy-egy témára specializálódnak (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021). A népszerűvé válás eredményeként a kis rendezvények egyre nagyobb vállalkozásokká nőttek ki magukat, amelyeknek a profittermelés és a nyereségessé válás lett a célja (Tan, Sim, Chai & Beck, 2020). 2018-as adatok alapján a British Broadcasting Corporation jelentése szerint a zenei fesztiválipar értéke globálisan 3 milliárd dollárra becsülhető (BBC, 2018). Történetük az utóbbi évszázadra nyúlik vissza, az 1982-ben megrendezésre kerülő angol

Glastonbury Festival tekinthető az első nagy jelentőséggel bíró könnyűzenei fesztiválnak. Magyarországon az EFOTT a legkorábban megjelenő fesztivál, amely 1976-ban nyitotta meg először kapuit és a mai napig látogatható (Süli & Martyin-Csamangó, 2017).

A zenei fesztivál egy bizonyos témára épülő fesztiváltípus, amely középpontjában a zenészek, zenekarok állnak, akik több napon vagy héten keresztül szórakoztatják zenéjükkel a résztvevőket egy egyedülálló környezetben (Ding & Hung, 2021). Amellett, hogy kedvező gazdasági hatással rendelkeznek, hiszen bevételi forrást jelentenek, jelentős szerepe van a közösségek fejlődésében is azáltal, hogy teret biztosít számukra (Perron-Brault et al., 2020), valamint a zene, mint művészeti ág kibontakozásában. A zenei fesztiválok hozzájárulnak a kulturális közösségek kialakulásához és fenntartásához azáltal, hogy olyan emberek csoportjait hozza össze, akik ugyanazok a zenei műfajok szerelmesei (Tan et al., 2020).

Az utóbbi két évtizedben megfigyelhető, hogy növekszik a zenei fesztiválok száma világszerte. Ennek több oka is van, amelyek összefügghetnek egymással. A fesztiválok lehetőséget kínálnak a kikapcsolódásra és a szórakozásra, a fogyasztóknak szabadidős tevékenységet és egyedi élményt kínálnak. A kultúra életében is nagy jelentőséggel bírnak, hiszen teret adnak egy-egy művészeti ág megjelenésének, illetve egy olyan légkört teremtenek, ahol az iparág szakemberei kapcsolatokat építhetnek egymással. Fontos hatással vannak a rendező desztináció életére is, hiszen támogatják a városfejlesztéseket, valamint hozzájárulnak a turisztikai vonzerő növeléséhez és erősítik a helyiekben a közösségi tudatot (Leone & Montanari, 2021).

A zenei témájú fesztiváloknak két csoportját lehet megkülönböztetni, a könnyű-, illetve a komolyzenei fesztiválokat. Könnyűzenei fesztiválnak tekinthető például a pop, rock és a jazz műfajra épülő fesztiválok (magyar vonatkozásban például Sziget Fesztivál, VOLT Fesztivál, EFOTT, Balaton Sound, FEZEN, B. My Lake) komolyzenei fesztiválnak pedig az opera és a szimfonikus zenekarok által tartott fesztiválok (magyar vonatkozásban például Bach Mindenkinek Fesztivál, Kaposfest, Miskolci Nemzetközi Operafesztivál, Pécsi Bordalfesztivál (Süli & Martyin-Csamangó, 2017).

A közönség összetételét több tényező is befolyásolhatja, ilyen például, hogy milyen zenei műfaj köré épül, mekkora a vonzereje, milyen népszerűségnek örvend, illetve, hogy mennyire eredeti (Perron-Brault et al., 2020). Magyar vonatkozásban elsődleges célcsoportnak a fiatal korosztály tekinthető, amely abban is megmutatkozik, hogy a fesztivál szervezők az Y (1980–1994) és Z (1995–2009) generáció igényeire alakítják ki a zenei, illetve a programkínálatot (Süli & Martyin-Csamangó, 2017). A 2.2 pontban összefoglalt Magyar Fesztivál Szövetség által

meghatározott tagozatok alapján is elmondható, hogy hazánk legfőbb könnyűzenei fesztiváljai (például Sziget Fesztivál, Balaton Sound, VOLT Fesztivál) az Ifjúsági Fesztiválok Tagozata csoportban található (Magyar Fesztivál Szövetség, 2022).

A fesztiválok napjainkban rendkívül sokszínűek és változatosak. Az európai fesztiválokat tekintve a legnépszerűbb műfaj az elektronikus és a tánczene, ezeket leginkább az Egyesült Királyság kínálata biztosítja. A többi országot tekintve fontos stílus még a rock, illetve a hip-hop is. Európa legnépszerűbb zenei fesztiváljait tekintve elsőként említhető a Tomorrowland (Belgium) és a Glastonbury (Egyesült Királyság), majd őket követi a Creamfields (Egyesült Királyság), az Ultra Europe (Horvátország), a Sziget (Magyarország), a Primavera Sound (Spanyolország) és a Rock am Ring (Németország). A Balaton Sound pedig a legjobb elektronikus stílust képviselő fesztiválok között helyezkedik el (Boiko, 2017).

2.2.2 Zenei fesztiválok Magyarországon

Az utóbbi évtizedekben egyre több zenei fesztivál kerül megrendezésre Magyarországon. Találhatóak helyi, országos, de nemzetközi szinten is elismert fesztiválok hazánkban, amelyek különböző műfajok rajongóinak kínálnak szórakozási lehetőséget (csodasmagyarorszag.hu, 2022). A Csodás Magyarország szerint, amely Magyarország hivatalos turisztikai oldala, nagyon széles az a paletta, amely megtalálható hazánk zenei fesztiválpiacon. Különböző műfajok kedvelőinek kínál lehetőségeket, lehet az akár pop, komolyzene, opera, jazz, népzene, elektronikus vagy rockzene.

A hazai zenei fesztiválok fontosságát emeli ki a Magyar Turisztikai Ügynökség (2021): „*A könnyűzenei fesztiválok – elsősorban a SZIGET, a VOLT és a Balaton Sound – a nemzetközi szinten legsikeresebb turisztikai termékeink közé tartoznak.*” (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021, p. 45.). Ezek a fesztiválok tehát nem csak a zenei élet szempontjából fontosak, hanem nagy jelentőséggel bírnak Magyarország turizmusára, gazdaságára is. Népszerűségük abban is megmutatkozik, hogy 2019-ben szinte a legtöbb országos jelentőséggel bíró hazai fesztivál (például Balaton Sound, VOLT Fesztivál) rekord látogatólétszámot ért el (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021).

A Magyar Turisztikai Ügynökség által említett 3 legjelentősebb hazai zenei fesztivál résztvevőinek összetételét vizsgálva megállapítható, hogy magas a külföldről érkező látogatók aránya. A 2019-es évet tekintve a Sziget Fesztiválon 47%, a Balaton Sound-on 36%, míg a VOLT Fesztiválon 4% volt a külföldi résztvevők aránya a teljes látogatószámot tekintve. Amellett, hogy ez kedvező hatással van az ország gazdaságára, hiszen akik hazánkba utaznak

jelentős összegeket költenek a különböző turisztikai termékekre és szolgáltatásokra (például szállás, utazás, étkezés), az országimázs kedvező alakulásához is hozzájárulhat, amennyiben pozitív kép alakul ki a turistákban a magyar szervezésű fesztiválokról, valamint a rendező városról. A legtöbb látogató a szomszédos országokból érkezik, valamint jelentős még Hollandia, Belgium, Nagy-Britannia is mint küldőország (Music Hungary Szövetség, 2020). A Magyar Turisztikai Ügynökség 2019-es kutatása alapján a hazánkba látogató németek 2%-a, csehek 1%-a, olaszok 2%-a, britek 3%-a, izraeliek 4%-a, lengyelek 2%-a érkezik egy-egy fesztivál meglátogatása céljából (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021).

A Magyar Turisztikai Ügynökség 2019-es felmérése szerint a fesztiválok demográfiai összetételére a következő arányok figyelhetők meg életkor alapján: 16-20-évesek 17%, a 21-24 évesek 23%, a 25-29 évesek 21%, a 30-39 évesek 18%, 40 év felettiek 23%. Az összetételt nagy mértékben befolyásolhatja az előadók felhozatala, valamint a programkínálat is (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021). Ez igazolja azt a megállapítást, miszerint a fesztiválok elsősorban a fiatalabb korosztályok számára kínálnak szórakozási lehetőséget, hiszen a résztvevők 40%-a 25 év alatti, valamint a 30 év alatti résztvevők aránya már meghaladja a 60%-ot is. Tekintettel arra, hogy nagyon széles azon zenei fesztiválok köre, amelyeken az érdeklődők részt vehetnek, az idősebb korosztályok is találhatnak kedvükre való műfajra épülő fesztiválokat.

Magyarországon megfigyelhető az a trend, hogy csökken a területi koncentráció a zenei fesztiválok esetében. Egyre több vidéki településen megrendezett fesztiválnak növekszik a népszerűsége és válik színvonalassá a programkínálata, ilyen például az EFOTT a Velencei-tó partján, a Campus Fesztivál Debrecenben, a Lesz-Feszt Kisvárdán, a Művészetek Völgye Kapolcson (csodasmagyarorszag.hu, 2022).

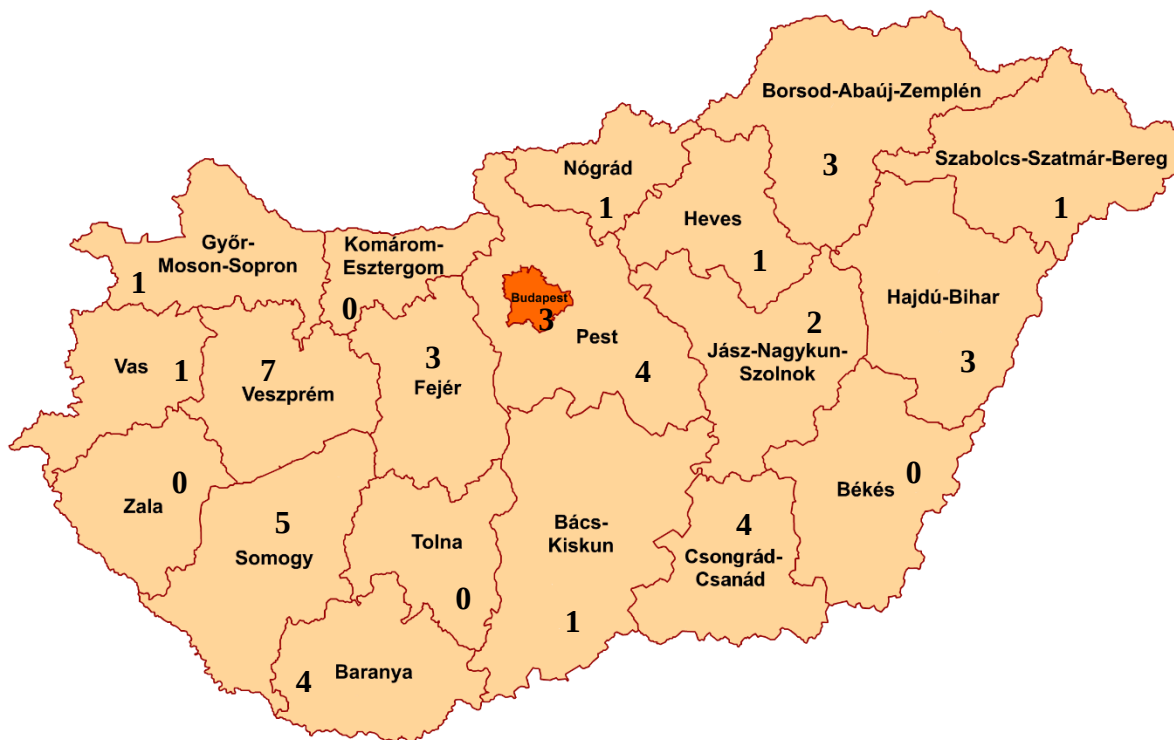
A fesztivalok.info (2022) összegyűjtötte azokat a kiemelt hazai zenei fesztiválokat, amelyek 2022-ben kerülnek megrendezésre. Összesen 46 fesztivál kerül megemléítésre. Megfigyelhető, hogy a fesztiválok döntő többségét nyáron rendezik meg, legjellemzőbb hónapok a július és az augusztus. Azonban vannak olyan fesztiválok is, amelyeket a téli, a tavaszi, illetve az őszi hónapokban szerveznek meg. A fesztiválok listáját az 1. táblázat tartalmazza.

Időpont	Fesztiválok
2022. január	Made in Pécs Fesztivál (Pécs)
2022. március	Made in Debrecen Fesztivál
2022. április	Budapest Ritmo (Budapest)
2022. május	I love Retro Fesztivál (Balatonfüred), Szelávi! Fesztivál (Pilisborosjenő)
2022. június	Deja Vu Fesztivál (Szeged), Bondoró Fesztivál (Kapolcs), Volt Fesztivál (Sopron), Everness Fesztivál (Siófok–Sóstó), Prog Camp (Szigetvár), Waldorfeszt (Zebegény), Vénégysz Fesztivál és Színházi Találkozó (Nagymaros)
2022. június-július	Balaton Sound (Zamrádi), Fishing On Orfű (Orfű), Kolorádó Fesztivál (Nagykovács)
2022. július	AlpárFeszt (Lakitelek–Tóserdő), VeszprémFest (Veszprém), EFOTT (Velencei-tó), Katlan Festival (Tárnok), SUN Festival (Bercel–Csobánkapuszta), Lowland Fest (Hódmezővásárhely), Campus Fesztivál (Debrecen), Művészetek Völgye (Kapolcs és környéke), East Fest (Mezőtúr), FEZEN (Székesfehérvár), Zsámbéki Blues Piknik (Zsámbék)
2022. augusztus	Ozora Fesztivál (Dádpuszt), Ördögkatlan Fesztivál (Nagyharsány és környéke), Beach Fesztivál (Balatonfüzfő), Paloznaki Jazzpiknik (Paloznak), KTN Feszt – Kőrös-Toroki Napok (Csongrád), Sziget Fesztivál (Budapest), Wild East Rock (Tokaj-Rakamaz), Dj Tour Fest (Tiszafüred), RockBalaton (Fonyód), Wild East Rock (Rakamaz), Fekete Zaj Fesztivál (Mátrafüred), Strand Fesztivál (Zamárdi), We Love Balaton (Siófok), SZIN – Szegedi ifjúsági Napok (Szeged), Tábor Fesztivál (Alsóörs), Moto-Rock Weekend (Hajdúnánás), Sitkei Rockfesztivál (Sitke),
2022. szeptember	Tokaji Utczene Fesztivál (Tokaj), BME Egyetemi Napok (Budapest), Kerekdomb Fesztivál (Tállya)

1. táblázat: 2022-es hazai fesztiválok listája hónaponkénti bontásban.

Forrás: Saját szerkesztés fesztivalok.info (2022) alapján

A 2. ábra bemutatja a fentebb felsorolt fesztiválok eloszlását megyénként:



2. ábra: Fesztiválok száma megyénként.

Forrás: Saját szerkesztés fesztivalok.info (2022) alapján

A Magyar Turisztikai Ügynökség (2019), a Csodás Magyarország (2022) és a Music Hungary Szövetség (2020) is egyaránt a három legmeghatározóbb zenei fesztiválnak a Sziget Fesztivált, a Balaton Sound-ot és a VOLT Fesztivált határozza meg, ezért ezen rendezvények részletesebb bemutatása indokolt. Összehasonlításukat a 2. táblázat tartalmazza.

A Sziget Fesztivál 1993-ban került először megrendezésre, azóta pedig minden évben részt vehetnek rajta a szórakozni vágyók Budapest északi részén, a Hajógyári szigeten. A 6 napig tartó rendezvényen több, mint 1000 fellépő, köztük számos világhírű, előadását élvezhetik a fesztiválozók 60 különböző színpadon. A Sziget nemzetközi fesztiválnak tekinthető, hiszen évről évre száznál is több országból érkeznek ide az érdeklődők, hogy együtt élvezzék a zenét és egymás társaságát. A zene mellett különböző művészeti ágak is képviseltetik magukat (például a színház, a tánc, a cirkusz, a múzeumok, a képzőművészet (szigetfestival.com, 2022)).

A Balaton Sound, amely európai szinten kiemelkedő elektronikus stílust képviselő zenei fesztivál, 2007 óta várja a fesztiválozni vágyókat. A meghívott előadók, DJ-k közvetlenül a Balaton mellett adnak koncerteket minden évben a nyár folyamán 5 napon keresztül. Az ide látogatók éjszaka élvezhetik a DJ-k előadásait, míg nappal pihenhetnek és strandolhatnak, hiszen a fesztivál közvetlenül a Balaton mellett helyezkedik el, Zamárdi városában. 2019-ben

már 172.000 résztvevője volt, amely rekordot jelentett, hiszen korábban még egyszer sem ért el ilyen magas látogatószámot (balatonsound.com, 2022).

A VOLT Fesztivált 1993 óta szervezik meg minden évben Sopron városában. Zenei műfajokat tekintve színes felhozattal rendelkezik, képviselteti magát például a rock, a metal, az elektronikus zene, a pop és a világzene. A fesztivál általában június végén kerül megrendezésre és 5 napig tart. Az évről évre meghívott külföldi előadóknak köszönhetően nemzetközi fesztiválnak tekinthető, sok turista érkezik különböző európai országokból, hogy hallhassák kedvenceiket. A látogatók száma el szokta érni a 100.000 főt, 2019-ben 143.000 fesztivál résztvevő jelent meg Sopronban (volt.hu, 2022).

Fesztiválok Szempontok	Sziget Fesztivál	Balaton Sound	VOLT Fesztivál
Alapítás éve	1993	2007	1993
Helyszín	Budapest	Zamárdi	Sopron
Látogatottság (2019)	530.000 fő	172.000 fő	143.000 fő
Stílus	össz-zenei fesztivál	elektronikus zene	alternatív rock, hard rock, pop, hip hop, metal, világzene, elektronikus zene
Időpont (2022-ben)	aug. 10. – aug. 15.	jún. 29. – júl. 02.	jún. 21. – jún. 26.
Időtartam (2022-ben)	7 nap	4 nap	5 nap
Hetijegy teljes árú	110.000 Ft	70.900 Ft	65.990 Ft
Hetijegy diák	70.000 Ft	62.400 Ft	51.990 Ft
Szervező	Sziget Produkciós Iroda	Sziget Produkciós Iroda	Sziget Produkciós Iroda

2. táblázat: Magyar zenei fesztiválok összehasonlítása.

Forrás: Saját szerkesztés szigetfestival.com (2022), balatonsound.com (2022), volt.hu (2022) alapján

2.3 Fesztiválok motivációs tényezői

A résztvevőket egyénenként más-más motiváció vezérli a fesztiválok meglátogatására. Vinnicombe és Sou (2017) 9 korábbi kutatást összegyűjtve vizsgálta meg a fesztiválokkal kapcsolatos motivációs tényezőket. A tanulmányok leginkább egy-egy kiválasztott fesztivál alapján készültek el, ezeket a 3. táblázat tartalmazza:

Szerző	Motivációs dimenziók	Kutatás alapja
Formica & Uysal (1996)	izgalom, szocializáció, szórakozás, rendezvény újdonsága, családi együttlét	Umbria Jazz Festival Olaszország
Crompton & McKay (1997)	kulturális felfedezés, újdonság, egyensúly helyreállítása, ismert csoportszocializáció, külső interakció/szocializáció, közösség	Fiesta Festival, San Antonio, Texas, USA
Faulkner et al. (1999)	helyi kultúra/identitás, újdonság/izgalom, buli, helyi vonzerő, szocializáció, ismert csoportszocializáció, kiegészítő tevékenységek	Storsjöyran Music Festival, Svédország
Nicholson & Pearce (2001)	szórakozás, menekülés, választék, esemény újszerűsége/egyedisége, család, szocializáció	4 különböző új-zélandi fesztivál, köztük egy zenei
Bowen & Daniels (2005)	felfedezés, zene, élvezet	Celebrate Fairfax, Virginia, USA
McMorland & Mactaggart (2007)	élvezet, szórakozás, szociális interakció, a skót zene támogatása, kikapcsolódás	skót zenei fesztiválok rendszeres látogatóinak véleménye
Gelder & Robinson (2009)	szocializáció, zene, újdonság, szórakozás; menekülés a mindennapi életből, kulturális felfedezés	Glastonbury és V Festival, Nagy-Britannia
Pegg & Patterson (2010)	countryzene szeretete, barátok, család, mindig is akart jönni, szakmai okok, country zenei díjak, találkozás az előadókkal	Tamworth Country Music Festival, Ausztrália
Blešić et al. (2014)	szocializáció, fesztivál programja és hangulata, a fesztivál átélése, tanulás	EXIT Festival, Novi Sad, Szerbia

3. táblázat Kutatások a fesztiválok motivációs dimenzióiról.

Forrás: Saját szerkesztés Vinnicombe & Sou (2017) alapján

A szocializáció, vagyis az emberekkel való interakció kialakítása utáni vágy, mint motiváció jelenik meg a legtöbb esetben a vizsgált kutatásokban (Vinnicombe & Sou, 2017). A fesztiválokon közös érdeklődéssel rendelkezők vesznek részt, ez pedig lehetőséget ad arra, hogy a barátokkal, ismerősökkel, vagy új emberekkel élvezzék a különböző programokat. Az

új kapcsolatok kiépítése mellett a családi, baráti kapcsolatok ápolására is alkalmas, az együttlét és a közös szórakozás erősíti az összetartozás érzését azáltal, hogy maradandó élményeket élhetnek át egymással (Maeng et al, 2016).

Vannak olyan motivációs tényezők, amelyek fesztiválspecifikusak. Kifejezetten a zenei fesztiválokkal kapcsolatban felmerülő motiváció például az előadók produkciójának megtekintése, ez számít ebben az esetben az elsődleges döntéshozatali szempontnak. A szocializáció, a családdal és a barátokkal való együttlét, valamint az új emberek megismerése iránti vágy, bármely fesztiváltípus esetén felmerülhetnek. A kutatás azt igazolta, hogy ezek a motivációk kisebb mértékben bírnak jelentős befolyással a zenei fesztiválok iránt érdeklődők körében (Vinnicombe & Sou, 2017). A zenei fesztiválok által kiváltott érzelmek, átélt élmények, a szórakoztatás, a baráti együttlét fontos tényezők a fesztiválon való részvétel döntésében, amennyiben olyan előadók lépnek fel, akiknek zenéje vonzó a látogató számára (Portugal et al, 2022).

Egy 2022-es nemzetközi kutatás megvizsgálta, hogy melyek azok a tényezők, amelyek döntési befolyással bírnak a zenei fesztiválon való részvételre a portugál lakosság és a turisták esetében. A motivációkat három csoportba osztották: intraperszonális, interperszonális és strukturális tényezők. Intraperszonális tényezők fontos ösztönzőknek tekinthetők. Az élmények gyűjtése és az érzelmek megtapasztalása kiemelkedő szerepet játszik a fesztiválozók életében. Valamint a menekülés, amely lehetővé teszi a napi rutinból való kiszakadást az új környezetbe kerülés és az élmény átélése által. Interperszonális tényezők közül a szórakozás, a barátokkal való együttlét, az atmoszféra és a szocializáció említhető meg jellemző döntést segítő elemként. A társasági élet, valamint az a légkör, amelyet megteremt egy zenei fesztivál sokak számára motiváló. Megállapítható, hogy a fesztiválon résztvevők többségében családjuk helyett inkább barátaikkal vesznek részt zenei fesztiválokon. Strukturális tényezőként fontos kiemelni a zenét, az előadók személyét, az utazás lehetőségét, valamint a fesztivál programját. A zene szeretete, valamint a kedvenc előadók a leginkább hangsúlyos döntési tényezők. A fesztiválon való részvételhez a távolról érkezőknek utazniuk kell, amely egyben egy kaland is lehet számukra. Az infrastruktúra és az ár kevésbé számít motivációs faktornak (Portugal et al, 2022).

Azok, akik nem szoktak részt venni fesztiválokon, több okot is említenek. Intraperszonális részvételi korlátnak tekinthető a kedv hiánya, vagyis, hogy nem szeretnek elmenni zenei fesztiválokra, tehát más preferenciával rendelkeznek, valamint a szabadidő mennyisége. Interperszonális korlátként megemlíthető a család és a barátok hiánya, akikkel el tudnának látogatni a rendezvényre, illetve a szociális beállítottság, akik nem érzik jól magukat a

tömegben, azoknak nem ideális helyszín egy fesztivál a szórakozásra, kikapcsolódásra. Strukturális részvételi korlátok közé tartozik, hogy az egyének nem szeretik azokat a művészeket és zenéket, amelyeket elérhetők számukra, nem érzik jól magukat ebben a társadalmi környezetben, illetve úgy gondolják, hogy sok alternatív költség merül fel, amennyiben ellátogatnak egy fesztiválra (Portugal et al, 2022).

Fonseca és Ramos (2014) három olyan csoportot különböztetett meg a zenei fesztiválokkal kapcsolatban, amelyek eltérő motivációkkal rendelkeznek. A zenekedvelők, a szociális hálót építők és a turisták csoportját alakították ki. A zenekedvelők kifejezetten a zene szeretete miatt vesznek részt fesztiválokon, a hálózatépítők a kellemes hangulat miatt, a turisták számára pedig maga a rendezvény és a helyszín a fontos. Ez alapján megállapítható, hogy vannak olyan fesztiválok, amelyek egy bizonyos résztvevői kör igényeit elégítik ki (Fonseca & Ramos, 2014, In Perron-Brault et al., 2020).

2.4 Z generáció fesztiválokkal kapcsolatos szokásai

A Z generáció tagja az 1995-2009 között születettek. „Digitális bennszülötteknek” is szokás nevezni őket, hiszen ők már a XXI. századi technológiai újításaival együtt nőttek fel. A Z generáció tagjainak életében az internet meghatározó szerepet tölt be (Gösi et al., 2020). A Z generáció szabadidejére a minőségi időtöltés jellemző. Utazási szokásaikat tekintve főként a hosszúhétvégéken utaznak, a hosszabb időtartam ritkább az esetükben. Célpontnak a közeli desztinációkat választják turisztikai utazáshoz. Általában egybekötik a városlátogatást más egyéb programokkal, ide sorolhatók a fesztiválok is. Emellett a barátok, rokonok meglátogatása is fontos motiváció számukra (Danyi et al., 2020). A kulturális tevékenységek, amelyek a szórakozást szolgálják, már kezdenek háttérbe szorulni a Z generáció tagjai körében, azonban a szociális kapcsolatok ápolására alkalmas helyszínek, mint például a kocsimák, kávézók, teázók fontosak számukra. Az online világ hatásaként csökken a személyes kommunikáció a fiatalok körében, azonban bennük is megvan az igény arra, hogy előben is minőségi időt töltsenek el mások társaságában. A fesztiválok színteret adnak a közösségi életnek, valamint a zene iránti szeretet átélésének. Emellett a fesztiválok fontos szerepet foglalnak el a fiatalok szabadidő eltöltésében, mert *„A fesztiválok közösségi élményt nyújtanak a fiatalok számára, ahol lehetőség nyílik az önkifejezésre, az önmegvalósításra”* (Szabó & Hires-László, 2016, p. 341.).

A fesztiválok, illetve a zenei rendezvények nagy népszerűségnek örvendenek a fiatalok körében (Székely & Szabó, 2017). Ezt igazolja egy 2019-es kutatás is, amely azt állapította meg, hogy a fiatalok számára a fesztivállátogatás kiemelkedő jelentőségű, hiszen önmagában is megjelenik

utazási motivációként (Kántor, 2019). A Magyar Ifjúság Kutatás 2016-os adata alapján a magyar fiatalok 25%-a szokott fesztiválon részt venni. Egy 18-39 évesek körében végzett 2018-as kutatás alapján a legtöbben a Sziget Fesztiválon vettek részt (11%). Szorosan követi a Szigetet a VOLT Fesztivál (9%) és a Balaton Sound (8%). Valamint megemlíthető még a legmagasabb részvételt elérő zenei fesztiválok között az EFOTT (6%), a Szegedi Ifjúsági Napok (5%), illetve a Campus Fesztivál (5%) (1. melléklet) (NRC Piackutató, 2018).

Fontos megfigyelni, hogy a fiatalok mennyit hajlandóak utazni egy-egy fesztivál kedvéért. A helyi fesztiválokat leginkább az adott településen vagy térségben élők látogatják, míg az országos jelentőséggel rendelkező fesztiválokra a nagyobb városokból, illetve Budapestről érkeznek az érdeklődők. Erre ad igazolást a 2016-os VOLT Fesztivál látogatóival kapcsolatos statisztika, miszerint a fiatalabb korosztály 33%-a volt vidéki lakhellyel rendelkező, míg a fővárosból érkezők 30%-ot tettek ki a résztvevőkből (Székely & Szabó, 2017).

2008-ban 5.006 fesztivál iránt érdeklődő magyar fiatal körében készített kutatás szerint a 15-25 éves korosztály legmeghatározóbb motivációja a fesztiválon való részvételre a bulizás volt. Ezt követi az egyes fellépők iránti érdeklődés, az új emberekkel való megismerkedés lehetősége. Fontos szempont még, az érdeklődés a fesztivál kulturális programjai iránt, valamint a barátok jelenléte. Kevésbé hangsúlyos okok között jelenik meg a fesztiválokon való részvétel trendi mivolta, valamint akadnak olyan fiatalok is, akik munkavállalás céljából vesznek részt a fesztiválokon (2. melléklet) (NRC Piackutató, 2008).

Egy 2014-es kutatás hasonló eredményeket állapított meg az ösztönző tényezőkről. A fesztivál látogatást, illetve választást befolyásoló tényezők között a barátok jelenléte, a fellépők személye, illetve az árazás említhető a legjelentősebbnek. A legfőbb motiváció a fesztiválon való részvételre azokkal a barátokkal és ismerősökkel való időtöltés, akikkel a mindennapokban nincs lehetőség a közös szórakozásra. Megfigyelhető az is, hogy a fesztiválozás társas tevékenységként él a fiatal korosztályok körében, tehát fontos döntést befolyásoló tényező az, hogy van-e olyan személy, aki szintén nyitott az adott fesztiválra. Emellett a fellépők személyén is nagy hangsúly van a részvételi hajlandóság és a fesztiválok közötti választás szempontjából. Hiába van meg ugyanis a társaság, amely szívesen elmenne egy fesztiválra, ha nem olyan a fellépők köre, amely számukra kedvező. A fellépők köre azért is fontos, mert alakítják a közönség összetételét, amely meghatározza a hangulatot. Az árak is nagy szerepet játszanak a döntési folyamatban. Megfigyelhető, hogy amennyiben egy fesztivál vagy egy előadó nagy értéket jelent az egyén számára, akkor hajlandó magasabb összeget is fizetni a belépőjegyért. Ellenben, ha kevésbé vonzó maga a fesztivál, vagy a fellépők, akkor sokkal inkább megjelenik

az érzékenység. Fontos befolyásoló tényező lehet még a távolság, az egyéb programok, a tisztaság és a szálláslehetőségek (Kazár, 2014).

Egy 2019-es kutatás 11 olyan motivációs tényezőt vizsgált a Z generáció körében, amelyek a zenei fesztiválon való részvételt ösztönzik. A kutatás alapján a legmeghatározóbb a barátokkal való együttlét, ezt követi szorosan a művészek, zenészek, akik fellépnek a fesztiválon. Fontos szempont még a fesztivál hangulata, atmoszférája, valamint a magas ár-érték arány. Közepesen erős motiváló faktornak tekinthetők a bulik, a jó infrastruktúra (közlekedés, szálláslehetőségek), a fesztivál iránti kíváncsiság, valamint a fesztivál hírneve. Kevésbé jellemző, hogy a fiatalok figyelembe veszik a város és a fesztivál helyszíne körüli programokat, a fesztivál további programjait, illetve az új emberek megismerése sem döntést meghatározó tényező (4. melléklet) (Iványi, 2020).

2014-ben végzett kutatás szerint szintén a barátok jelenléte az egyik fő döntő tényező a közös időtöltés miatt. Olyannyira hozzájárul az élményhez a barátok jelenléte, hogy nélkülük nem is vennének részt fesztiválon. Emellett a fellépők is fontosak a választás során, azonban a kutatás alapján ez főként a fesztiválon való részvételi időtartamban döntő tényező. Amennyiben jók a programok és több olyan előadó is van, amely vonzó a látogatók számára, akkor hajlandóak bérletet venni a napjegy helyett. Az ár is fontos szerepet kap, azonban, ha a fesztivál nagy értékkel bír valaki számára, szívesebben költ el magasabb összeget is a belépőjegyért. Megemlíthető még a távolság, a szálláslehetőségek, az egyéb programok, valamint a tisztaság. A kutatásban felmerült az is, hogy egy-egy nagyobb fesztiválon való megjelenés egyfajta státuszt ad a résztvevőknek, valamint a karszalagviselés a közösségbe tartozást jelképezi (Kazár, 2015).

Vannak azonban olyanok is, akiket az előbb említett motivációk nem ösztönöznek arra, hogy részt vegyenek fesztiválokon. Azok a 15-25 éves fiatalok, akik nem szoktak ellátogatni fesztiválokra, az ellenérvei között megjelenik az ilyen jellegű rendezvények iránti érdeklődés hiánya, a magasnak vélt árak, annak a társaságnak a hiánya, akikkel szívesen elmennének, a tömeg iránti ellenérzés, a rossz higiéniai feltételek, valamint a veszélytől való félelem (3. melléklet) (NRC Piackutató, 2008). A turizmus.com (2018) cikkében szintén az érdeklődéssel egyező tematika hiánya (38%), a tömeg iránt érzett ellenszenv (37%), valamint az anyagi források hiánya (24%) indokolja a fesztiváloktól való távolmaradást (turizmus.com, 2018).

A Z generáció tagjai napjainkban már leginkább az online térben keresnek információkat. Nincs ez máshogyan a fesztiválokkal kapcsolatos tudás bővítésénél sem. A fiatalok legfőképp az

interneten, a hivatalos weboldalakon, a barátok és ismerősök tapasztalataiból, online keresőmotorokon és korábbi tapasztalatokból gyűjtenek információt a zenei fesztiválokról, emellett kisebb mértékben használják még a közösségi média oldalakat, a videó- és fényképmegosztó oldalakat (5. melléklet) (Iványi, 2020).

Egy 2019-es kutatás szerint, amely 300 19-29 évesek fesztiválfogyasztási szokásait vizsgálta, azt állapította meg, hogy egy fesztiválozós nap alatt átlagosan 10.000 Ft-ot hajlandóak elkölteni. Ennek a legnagyobb része az ételre (34%), illetve az italra (33%) kerül kiadásra. Fizetőeszközként a megkérdezettek azonos arányban használják a bankkártyát, illetve a fesztivál karszalagját is (K&H Bank Zrt., 2019). A fogyasztást tekintve a fiatalok több mint fele a fesztivál területén kívül oldja meg az étel- és italvásárlását, de nagy arányában vannak azok is, akik fesztiválon elérhető vendéglátóegységek kínálatát választják (39%) (K&H Bank Zrt., 2019).

2.5 COVID-19 járvány hatása a zenei fesztiválokra

A rendezvényekre vonatkozó első korlátozás a 2020. március 16-i kormányrendeletben olvasható, miszerint *„A zárt helyen vagy a nem zárt helyen tartott zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről szóló 23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet szerinti rendszeres zenés, táncos rendezvények (a továbbiakban: rendszeres zenés, táncos rendezvény) helyszínén tartózkodni tilos”* (Magyar Közlöny, 2020a, p. 1444.). Ez természetesen a fesztiválok körét is érintette és érvényben maradt az év hátralévő részében is, kivétel *„Ha a szabadtéri rendezvény nézőterén ülőhelyek kerültek kialakításra, akkor a nézők – a páholyok kivételével – a) csak minden negyedik ülőhelyet foglalhatják el, két néző között három ülőhelyet üresen kell hagyni, és b) a közvetlenül egymás mögötti ülőhelyeket nem foglalhatják el, azzal, hogy az egymás mellett és a különböző sorokban ülők között is lehetőség szerint legalább 1,5 méteres távolságot (a továbbiakban: védőtávolság) kell biztosítani”* (Magyar Közlöny, 2020b, p. 2878.). 2021-ben történtek enyhítések a rendezvények tartásával kapcsolatban, 2021. május 21-től *„a zenés-táncos rendezvény csak védettségi igazolvánnyal látogatható”* (Magyar Közlöny, 2021, p. 3787.).

2020. március 11-ét követően megállt a jegyelővétel a tavasszal tartandó fesztiválokra. 2020. március 22-én a tavaszi, illetve a nyár eleji fesztiválokat lemondták, vagy őszi időpontra áthelyezték. Azok a fesztiválok, amelyek később kerültek volna megrendezésre, azokat vagy elhalasztották, vagy figyelemmel kísérték a COVID-19 járvány alakulását annak érdekében, hogy amennyiben lehetőség adódik rá, akkor zavartalanul megszervezésre kerülhessenek.

Augusztus 15. után az év második felére helyezték át azokat a fesztiválokat, amelyeket korábban nem töröltek el (Magyar Fesztivál Szövetség, 2020a-b). Azonban 2020-ban már nem kerülhetett sor egyikre sem.

2021. márciusában jelentették be, hogy Magyarország két meghatározó jelentőséggel bíró fesztiválja, a Balaton Sound és a VOLT Fesztivál nem kerül megrendezésre, mert a szervezők úgy látták, hogy a megszokott közönség nem tudna részt venni rajtuk. *„Egyelőre azonban nem látjuk annak realitását, hogy nyár közepére a nemzetközi turisztikai forgalom ilyen mértékben újrainduljon Európa-szerte, mindemellett pedig a hazai közönségünk biztonsága és egészsége számunkra mindennél fontosabb”* (turizmus.com, 2021a). Ezt követően, 2021. májusában a Sziget Fesztivál is bejelentette, hogy augusztusban nem fogja megnyitni kapuit hasonló okok miatt (turizmus.com, 2021b). Ezzel ellentétben voltak olyan hazai zenei fesztiválok, amelyek védettségi igazolvány ellenében látogathatók voltak. Ilyen volt például az EFOTT, amelyet 2021. augusztus 11. és 15. között rendeztek meg a Velencei-tó partján, valamint a Campus Fesztivál (2021. július 21-25.), a Bánkító Fesztivál (2021. július 8-10.), Művészetek Völgye (2021. július 23 – augusztus 1.), Ördögkatlan Fesztivál (2021. augusztus 3-7.), Kolorádó (2021. augusztus 11-15.), Fishing on Orfű (2021. augusztus 24-28.), SZIN (2021. augusztus 25.-29.) (facebook.com, 2021).

A Magyar Fesztivál Szövetség (2020a) a COVID-19 várható negatív hatásai között említi a fesztiválozási kedv visszaesését. Ezt az indokolná, hogy a karantén miatt mindenkinek otthon kellett maradni, emiatt, ha ismét lehetőség adódik a részvételre, már kialakulhat a tömeg iránti ellenszenv, valamint nem szeretnének távol lenni az otthonuktól. A fizetőképes kereslet visszaesése is megjelenhet problémaként, a belépőjegyes fesztiválok, de akár az ingyenesek esetében is befolyásoló tényező lehet a látogatók fizetőképességének csökkenése. Ennek következménye lehet közönségszám visszaesése, hiszen átalakulhatnak a szórakozási szokások.

A Magyar Fesztivál Szövetséggel ellentétben a Festicket kutatása pozitív képet vázol fel a pandémiai után időszakra a zenei fesztiválok életében. A Festicket több mint 110.000 fesztivállátogatót kérdezett meg arról, hogy miképpen változott meg a COVID-19 járvány következtében bevezetett karantén hatására a fesztiválokon való részvételi hajlandósága. Az interjúalanyok többek között az Egyesült Királyságból, Franciaországból, Németországból és Hollandiából származtak. A kutatásból kiderül, hogy a megkérdezettek 31%-a egyből a karantén feloldása után részt venne fesztiválon, összességében nézve a kitöltők 82%-a fél éven belül ellátogatna tömegrendezvényre (6. melléklet). A fesztivál időtartamát tekintve szívesebben vesznek részt egynapos fesztiválon (83%), mint több napon át tartó fesztiválon

(68%) (7. melléklet). Költségüket tekintve leginkább az 500 euró feletti (24%), 250-500 euró közötti (34%) és a 100-250 euró közötti (35%) kiadás a legjellemzőbb (8. melléklet). A megkérdezettek arra számítanak, hogy több egészségügyi intézkedést fognak tenni a szervezők a biztonságos fesztiválozás érdekében, mint például tájékoztatók elhelyezése, kézfertőtlenítő állomások kihelyezése, csökkentett kapacitás mellett való működés, a jegyek ingyenes lemondása, szabadtéri rendezvények szervezése, érintésmentes fizetés, illetve a megfelelő távolságtartás (9. melléklet). A jövőbeli fesztiválok kiválasztása során a legfontosabb szempont a fellépők személye, ezt követi az ingyenes lemondás, az egészségügyi és biztonsági intézkedések, a jegy ára, valamint a jegy tovább értékesíthetőségének lehetősége (10. melléklet) (Festicket, 2020).

3. Kutatás módszertana

Dolgozatom primer kutatásának az a célja, hogy választ adjon a kutatási kérdésre: Mi jellemző a Z generáció fogyasztói szokásaira a hazai zenei fesztiválokkal kapcsolatban?, valamint a kutatás alkérdéseire:

- Melyek azok a motivációs tényezők, amelyek a zenei fesztiválon való részvételre ösztönzik a Z generáció tagjait?
- Melyek azok a részvételi korlátok, amelyek miatt a Z generáció tagjai nem vesznek részt zenei fesztiválokon?
- Milyen szempontokat vesz figyelembe a Z generáció, amikor eldönti, hogy mely zenei fesztiválon vesz részt?
- Milyen hatással volt a COVID-19 járvány a zenei fesztivállátogatási hajlandóságra a Z generáció körében?

3.1 A kutatás módszertanának indoklása

Annak érdekében, hogy a kérdésekre megkapjam a válaszokat, kvalitatív kutatási módszertant választottam, azon belül a fókuszcsoporthoz tartozó interjút. Azért a fókuszcsoporthoz tartozó interjút választottam a primer kutatás módszertanának, mert szerettem volna mélyebb betekintést nyerni a fiatal korosztály fesztiválozási szokásaiba. Az interjúk során a tapasztalataikat és a gondolataikat is megismerhettem, választ kaptam a miért kérdésekre is. A fókuszcsoport lehetővé tette azt, hogy több személytől is adatokat gyűjthessek. Ezáltal több információt tudok bemutatni, mint a mélyinterjúk kutatás esetén. A csoportos interjúk azért is segítettek a kutatást, mert több nézőpontot is megismerhettem. A kérdéseket aszerint alakíthattam, ahogy a beszélgetés zajlott, ezért minden, a kutatás szempontjából releváns téma érintve volt. A mélyebb gondolatok elérése volt a cél, ezért a kvantitatív, vagyis a mennyiségi alapú kutatómódszertanok nem lettek volna alkalmasok számomra. Véleményem szerint a fesztiválra járás nem tekinthető kényes témának a fiatalok körében, ezért megfelelőnek tartottam a csoportos interjú elkészítését. Ehhez hozzájárult még az is, hogy homogén csoportokat alakítottam ki, amely biztonság érzetét alakította ki bennük, valamint moderátorként kellemes hangulatot teremtettem. Az interjúkat online készítettem el, amely megkönnyítette az időpont egyeztetését, de hátránya is volt ennek a megoldásnak, ugyanis többször fellépett technikai probléma, azonban ezeket hamar javítani lehetett. A kvalitatív kutatás hátrányaként említhető még, hogy a reprezentativitás nem biztosított. Valamint az

interjúalanyok befolyásolhatják egymást a megszólalásaikkal. Ennek ellenére úgy gondolom, hogy megfelelő adatgyűjtési eljárást választottam dolgozatomhoz.

3.2 A fókuszcsoportos interjú általános jellemzői

A primer kutatás két főbb módszertanra bontható, kvalitatív és kvantitatív adatfelvételre. Kvalitatív kutatás esetén a minőségi adatgyűjtés a cél, kvantitatív esetén pedig a mennyiségi. Előbbi a probléma feltárására lehet használni, utóbbit a probléma leírására (Lőrincz & Sulyok, 2017). A fókuszcsoport egy kvalitatív kutatási technika. Magyar elnevezésében a fókusz szónak két jelentése is van: 1. egy bizonyos problémára utal, amelyet a csoport résztvevői megvitatnak, 2. a csoporttagjai homogének, vagyis valamilyen szempontból közel állnak egymáshoz (Veres et al., 2016). A fókuszcsoportos interjú során a kutató több résztvevővel folytat beszélgetést, egy időben, egy választott témában. Ebben a témában egy vitát kezdeményez a moderátor, amelynek köszönhetően a válaszadók között interakció alakulhat ki (Grønhaug & Ghauri, 2011). A mélyinterjútól abban a tekintetben tér el, hogy több személy között zajlik a beszélgetés, hiszen nem csak a kérdezőbiztos és a válaszadó között zajlik a kommunikáció, hanem a válaszadók között is (Grønhaug & Ghauri, 2011).

A moderátor egy olyan személy, aki jártas a csoportvezetésben. Ideális esetben maga a kutató végzi el ezt a feladatot, aki később elvégzi a vélemények elemzését is (Veres et al., 2016). A moderátor felügyeli a vitát, figyel arra, hogy az alanyok ne térjenek el a beszélgetés tárgyától, valamint fenntartja a beszélgetést. Biztosítani kell, hogy a válaszadók egymással interakcióba lépjenek (Grønhaug & Ghauri, 2011). Fontos, hogy jó megfigyelő legyen, képes legyen a kapcsolat megteremtésére, valamint jó kommunikációs képességekkel rendelkezzen. A kellemes légkör megteremtése nélkülözhetetlen ahhoz, hogy szabad, informális beszélgetések alakuljanak ki, spontán megjegyzésekkel (Malhotra & Simon, 2009).

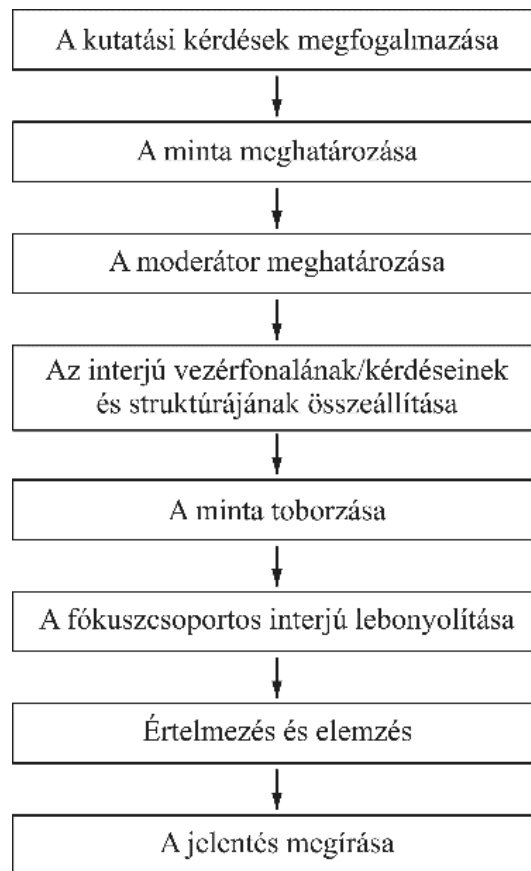
Az ideális csoportlétszám hat-tíz főből áll, amely a csoporttagok és a moderáló számára is ideális (Veres et al., 2016). Csoportos interjú lévén a tagok hatással lehetnek egymásra. Az interjúk menetére és eredményére számos befolyásoló tényező hatással van, többek között a csoport létszáma, a résztvevők összetétele és személyisége, a helyszín, illetve a szimpátia mind a moderátor és a csoport között, mind az egyes csoporttagok között (Grønhaug & Ghauri, 2011). Az időtartamot tekintve a 0,5-2 óráig is tarthat egy-egy csoportbeszélgetés (Grønhaug & Ghauri, 2011). Egy másik tanulmány szerint átlagosan 1,5-2 óra alatt zajlanak le a beszélgetések (Veres et al., 2016).

A fókuszcsoporthoz több változatát is megkülönböztethetjük. Esetemben az eddig vázolt, standard eljárás mentén zajló klasszikus fajta volt. Ez azt jelenti, hogy a csoportban egy moderátor vesz részt, aki felügyeli az interjú menetét, illetve egy fókuszcsoport, amely megvitatja a feltett kérdéseket, témákat. Emellett alkalmazható még a kétirányú fókuszcsoport, két moderátort alkalmazó csoport, vitatkozó megkérdezés, résztvevői moderátor, ügyfélrészvétel és minicsoportok. A technika fejlődésének köszönhetően megjelent egy új forma is, ez pedig a telekommunikációs fókuszcsoport, amely lehetővé teszi, hogy földrajzilag egymástól távol tartózkodó személyek is részt vehessenek ugyanazon interjúban. Az offline fókuszcsoporttól annyiban tér el, hogy nem személyesen zajlik, hanem egy online platform ad neki helyszínt (Malhotra & Simon, 2009).

A fókuszcsoporthoz online történő lebonyolítására napjainkban számos program nyújt lehetőséget. Korábban az volt az elterjedt, hogy az interjúban résztvevők egy fórumon keresztül, írásban adták le válaszukat, véleményüket egy adott témával kapcsolatosan. Ennek a módszernek azonban számos hátránya van, ilyen többek között az interjúalanyok valódi kilétének homálya, nincs lehetőség a testbeszéd és arckifejezések, valamint az írásos formának köszönhetően a hanghordozás megfigyelésére. Emellett probléma, hogy a moderátor nem tudja felügyelni a válaszadók tevékenységét az interjú közben (Malhotra & Simon, 2009). Erre jelenthet megoldást az általam is alkalmazott technika, ugyanis az interjúkat én szóban készítettem el kommunikációs platformok segítségével. Nagy előnye, hogy egyrészt a mikrofon használata biztosította, hogy halljam az interjúalanyok válaszát, megfigyelhettem hangsúlyukat, valamint a webkamerának köszönhetően láthattam is őket, amely által követhettem az arckifejezésüket is. A programok lehetővé teszik a beszélgetés rögzítését, így nincs szükség külső eszköz igénybevételére.

3.3 A fókuszcsoportos interjú lebonyolítása

A fókuszcsoportos interjú elkészítése egy többlépcsős folyamat, amelyet a 3. ábra foglal össze.



3. ábra: A fókuszcsoportos vizsgálat lefolytatásának lépései.

Forrás: Grønhaug & Ghauri (2011)

Esetemben a kutatási kérdések megfogalmazását megelőzte még a téma, probléma meghatározása. Ezt követően alkottam meg a fő kutatási kérdést, valamint az alkérdéseket. Ezek a kérdések segítenek abban, hogy választ kapjak a felmerült problémára. Valamint kiderítik, hogy kik azok, akiknek a körében el kell végezni a kutatást. Emellett irányt mutat az interjú felépítésével kapcsolatban is.

A minta meghatározásánál figyelembe vettem, hogy homogén csoportok kiválasztásával fogok tudni a leginkább pontos információkat megszerezni. Ennek érdekében három csoportot alakítottam ki a fesztivállátogatási gyakoriság alapján. Az első csoportban 8 olyan fő vett részt, akik korábban még sosem voltak zenei fesztiválon. A második csoportban 6 fővel zajlott a beszélgetés, ők 1-2 alkalommal látogattak el zenei fesztiválokra. A harmadik csoport 7 fő jelenlétével alakult meg, akik 3 vagy több alkalommal jelentek meg látogatóként hazai rendezésű zenei fesztiválon.

A moderátor én voltam, hiszen a kutatás szempontjából fontos volt, hogy a beszélgetést felügyelni tudjam annak érdekében, hogy azok a kérdések megválaszolásra kerüljenek, amelyek szükségesek a dolgozat megírásához. Moderátorként még nem volt tapasztalatom, de a korábban megszerzett tudásomat alkalmazva sikeresen lebonyolítottam az interjúkat. Alkalmanként segítő kérdésekkel tereltem a beszélgetést, így az interakció jól működött a résztvevők között.

Az interjúk vezérfonalát a csoportoknak megfelelően készítettem el, amelyek a 11. mellékletben olvasható. Az interjú minden esetben egy bemutatkozással kezdődött mind részemről, mint a résztvevőktől, ezáltal jobban megismerhették egymást az alanyok. Ezt követően sor került egy asszociációs feladatra, majd pedig megvitattak a válaszadók néhány általános kérdést a fesztiválokkal kapcsolatban. Ezután szűkült a kör a zenei fesztiválokra. Az alapján, hogy az interjú résztvevői voltak-e már zenei fesztiválon vagy sem, eltérő kérdéseket tartalmazott a vezérfonál, illeszkedve az alanyok helyzetéhez. A beszélgetések végét a COVID-19 járvánnyal kapcsolatos kérdések zárták, amelyek a fesztiválokon való részvételi hajlandóság változására is kitért.

A vezérfonál elkészülte után a három különböző csoportba az interjúk alanyait elsősorban az ismerősi körömből kértem fel. Emellett az interjúban részt vettek ismerősök ismerősei is. Valamint annak érdekében, hogy mindegyik csoportban megfelelő számú tag vegyen részt, a közösségi médiát is segítségül hívtam. Egyetemen kapcsolatos csoportokban kerestem résztvevőket, a jelentkezőkkel pedig felvettem a kapcsolatot. Miután mindenkitől megszereztem azt az információt, hogy hány fesztiválon vett már részt, illetve, hogy a Z generáció tagjait alkotja-e, elkészítettem a csoportbeosztást és megbeszéltük az időpontokat.

A három fókuszcsoportos interjú online zajlott le 2022. áprilisában. A 4. táblázat összefoglalja az interjúk legfontosabb adatait. Az első interjút 6 fő 1-2 alkalommal fesztiválozóval készítettem el, ezt követte a rendszeresen fesztiválozókból álló 7 fős társaság, majd a zenei fesztivált még sosem látogató 8 fővel zártam a beszélgetések sorát. A beszélgetések néhány technikai problémát (például szakadozó hang) leszámítva sikeresen lezajlottak. Az interjúk résztvevői a rögzítést, valamint keresztneveik és főbb demográfiai adatuk használatát engedélyezték számomra a kutatás bemutatása érdekében. A három fókuszcsoportos interjúban így összesen 21 fő vett részt.

Szempontok	1. Fókuszcsoporth	2. Fókuszcsoporth	3. Fókuszcsoporth
Látogatás gyakorisága	nem vett részt	1-2 alkalom	3-3+ alkalom
Létszám	8 fő	6 fő	7 fő
Legfiatalabb interjúalany	21 éves	16 éves	21 éves
Legidősebb interjúalany	22 éves	22 éves	23 éves
Átlag életkor	21,5 év	19,5 év	22 év
Nemek aránya	5 nő, 3 férfi	4 nő, 2 férfi	3 nő, 4 férfi
Lakóhely	7 fő Budapest 1 fő Dunakeszi 1 fő Maglód	6 fő Budapest	4 fő Budapest 1 fő Budakalász 1 fő Kerepes 1 fő Pécs
Foglalkozás	8 fő egyetemista	3 fő középiskolai tanuló 3 fő egyetemista	7 fő egyetemista
Interjú időtartama	80 perc	60 perc	80 perc
Interjú helyszíne	Microsoft Teams	Google Meet	Microsoft Teams

4. táblázat A kutatás mintájának bemutatása.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2022)

A legfiatalabb interjúalany 16 éves, a legidősebb 23 éves. A válaszadók legfőképp Budapesten élnek, összesen 18 fő. A minta nem szerinti megoszlását tekintve a nők többsége jellemző, 12 nő és 9 férfi volt jelen a három interjút egybevetve. Foglalkozásukat tekintve 3 fő középiskolai tanuló, 18 fő egyetemista, ők jellemzően a Budapesti Corvinus Egyetem, az ELTE, a Budapesti Gazdasági Egyetem, a Károli Gáspár Református Egyetem hallgatói. Az interjúk online zajlottak a Google Meet és a Microsoft Teams programokon keresztül. Ennek oka az volt, hogy megkönnyítette a mindenkinek alkalmas időpont kiválasztását, hiszen nem kellett egy adott helyszínre utazni. Az interjúk átlagosan 75 percig tartottak és mindhárom esetben felvétel is készült a résztvevők beleegyezése mellett. Az interjúk időtartamok eltéréseinek oka a részvételi számnak köszönhető, ugyanis a legrövidebb interjú alanyai voltak a legkevesebben. Az interjúalanyok részletes bemutatását a 12. melléklet tartalmazza.

A fókuszcsoporthos beszélgetéseket követően meghallgattam és leírtam az elhangzottakat annak érdekében, hogy az elemzés zökkenőmentes lehessen. Az elemzést minden interjú esetében külön végeztem el. Ezt követően vetettem össze az egyes válaszokat a többi csoport

eredményeivel. Az, hogy én voltam a moderátor is egyben, megkönnyítette a munkámat, mert felügyelni tudtam, hogy minden általam felmerülő kérdésre megkapjam a szükséges választ.

A kutatási eredmények megírását a három interjú együttes elemzésével végeztem el annak érdekében, hogy a hasonlóságok, illetve a különbségek szemléletesen kirajzolódjanak. A felépítését tekintve az interjú vezérfonala mentén alakítottam ki. Elsőként a fesztiválokról általánosságban foglaltam össze a véleményüket. Ezt követően tértem ki a zenei fesztiválokra részletesen, majd a COVID-19 hatására. Végezetül pedig következtetéseket és javaslatokat fogalmaztam meg.

4. Kutatás eredménye

4.1 A fesztivál értelmezései

A fókuszcsoportos interjú bemelegítő kérdésének azt választottam, hogy a résztvevők számára mi az a három szó, amely először eszükbe jut a fesztivál szó hallatán. A kérdés megválaszolásában egymást nem befolyásolták, mert a szavakat írásban vártam abban a pillanatban, amikor mindenki begépelte a használt program chat felületére. A beérkezett szavakat szófelhőben ábrázoltam csoportonként, illetve külön megjelenítve a pozitív és a negatív jellemzőket, ezt mutatja be a 4-6. ábra.



4. ábra: Első Fókuszcsoport pozitív és negatív fesztivál asszociációi.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2022)

Az 1. Fókuszcsoportban olyan alanyok voltak, akik még sosem jártak zenei fesztiválon. Megfigyelhető, hogy több személy is a bulit és a zenét említette a fesztivál szó pozitív asszociációjaként (4. ábra). A buli és a zene, valamint az előadók kifejezetten a zenei fesztiválokkal hozhatók kapcsolatba: „zene, legtöbb ugye zenefesztivál, ami eszembe jutott, tehát ahol előadók is vannak” (Dorina, 21 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon). A barátok említése a fesztiválok társas tevékenységére utal: „Úgy veszem észre, hogy a fiatalok nem egyedül, hanem csoportba tobzódva járnak ilyen helyekre.” (Tünde, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). A hangulat, a szórakozás és az alkohol pedig az élménnyel kapcsolatosan merült fel bennük: „az alkohol pedig a szórakozásnak az alapköve.” (Dorina, 21 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon), „a szórakozás pedig, az emberek szórakoztatása van a középpontban” (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon).

Negatív asszociációként (4. ábra) a tömeg és az emberek említése a fesztiválok zsúfoltságát jelenti számukra annak ellenére, hogy személyesen még nem vettek részt ilyen eseményen: „a tömeg, ugye nagyon sokan vannak” (Dorina, 21 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon),

„*nekem ez jutott eszembe, hogy sok ember van általában*” (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon). A pénz szó a fesztiválok belépőjegyének magas árára utal: „*A pénz azért került az első helyre, mert szerintem bármilyen nagyobb fesztiválról beszélünk vagy akár rendezvényről, általában olyan összegek mozognak, amik mondjuk így, egy egyén szempontjából nem feltétlenül elérhetőek, vagyis jóval magasabbak, mint ami könnyen kifizethető lenne.*” (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon).

A szófelfő alapján főleg a zenei fesztiválok jutottak eszükbe a fesztivál szó hallatán, amelyet meg is erősítettek az interjúalanyok a beszélgetés során: „*Nekem csak zene ugrott be egyébként.*” (Orsolya, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), „*A legtöbb fesztivál, ami nekem eszembe jut, az zenei.*” (Tünde, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Ennek oka elsősorban a zenei fesztiválok népszerűségében rejlik a fiatalok körében, ahogyan Székely & Szabó (2017) tanulmányában is megjelent. Egy interjúalany volt, aki kiemelte, hogy más fesztiválokat is figyelembe vett: „*Nekem gyanús volt, hogy simán fesztivált mondtál, és nem zenei fesztivált, úgyhogy ebből kapásból rögtön eszembe jutott más is, és direkt nem írtam a zenét emiatt.*” (Viktória, 22 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon). Az általa megfogalmazott 3 szó a szórakozás, a barátok, illetve a nyár volt.



5. ábra: Második Fókuszcsoporthoz pozitív és negatív fesztivál asszociációi.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2022)

A 2. Fókuszcsoporthoz olyan személyek vettek részt, akik 1-2 alkalommal vettek részt zenei fesztiválon. Az ő szófelhőjünkben több egyezőséget is megfigyelhetünk az 1. Fókuszcsoporthoz asszociációival (5. ábra). Pozitív részről ilyen például a zene, az alkohol és a nyár. A zene szintén hangsúlyos volt ebben a csoportban is, mert „*A leghíresebb fesztiválok zenei fesztiválok és a legtöbb zenét hallgatni és bulizni mennek.*” (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt fesztiválon). A nyár egy olyan évszak, amikor a legtöbb hazai fesztivál

megrendezésre kerül, ezt a fesztivalok.info (2022) által összegyűjtött zenei fesztiválok listája is tükrözi, valamint több interjúalany is megemlíti: „A nyár, az meg csak úgy, nem tudom, csak úgy jött, mert végül is általában nyáron vannak a fesztiválok.” (Csenge, 21 éves egyetemista, 1 alkalommal vett részt fesztiválon), „A legtöbb fesztivált nyáron rendezik meg, illetve főleg nyáron járok fesztiválokra, mert akkor van a legtöbb szabadidőm.” (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt fesztiválon).

A csoport által megfogalmazott két negatív asszociáció (5. ábra) megegyezik az 1. Fókuszcsoport által említett jelzők egy részével. A tömeg és a zaj, mint a fesztiválokkal járó zavaró tényezők jelentek meg: „Nekem a Szigeten ez a hatalmas tömeg, meg ez a rengeteg ilyen zajforrás, ez ilyen nagyon maradandó emlék volt. Kicsit negatívabb értelemben. Szóval megy az ember, és akkor a kis bódékból is üvölt a zene, meg a színpadokról is üvölt a zene, meg közben alig tudsz menni, mert csak szinte sodródsz a tömeggel, és mindenhol emberek vannak.” (Csenge, 21 éves egyetemista, 1 alkalommal vett részt fesztiválon). Róluk azonban már elmondható, hogy személyes tapasztalattal is rendelkeznek.

Esetükben is az volt a jellemző, mint az 1. Fókuszcsoportnál, hogy elsősorban a zenei fesztiválokra gondoltak a fesztivál szó hallatán: „Nekem a zene. Zenei fesztiválok.” (Márton, 22 éves egyetemista, vállalkozó, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon), „Nekem is a zene, de utána eszembe jutott, hogy vannak ilyen sörfesztiválok is.” (Kata, 18 éves középiskolai tanuló, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Az egyik interjúalanyánál megjelent már a gasztronómiai fesztivál említése is.



6. ábra: Harmadik Fókuszcsoport pozitív és negatív fesztivál asszociációi.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2022)

A 3. Fókuszcsoport esetében, akik 3 vagy több alkalommal vettek részt zenei fesztiválon, megfigyelhetünk különbségeket az előző két csoporthoz képest (6. ábra). Főként pozitív

asszociációk hangzottak el körükben, mint például a hangulat, a zene, a nyár, a buli, az emberek és a közösség, a szabadság, a koncertek. Az alkohol szót többen is említették, mint a fesztiválhoz szorosan kapcsolódó terméket: *Az alkoholt meg szerintem nem nagyon kell részleteznem. Az is része a legtöbb ilyennek.*” (Dávid, 23 éves egyetemista, 8 alkalommal vett részt zenei fesztiválon), *„Az alkohol azért, mert eddig, hát legalább az, hogy mit tudom én, kimegyünk, akkor egy minimum egy sört megiszunk. Ez így benne szokott lenni a rutinban.”* (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A hangulat egy olyan tényező a fesztiválok esetében, amely hozzájárul az élmény átéléséhez: *„mondjuk egy zenei fesztiválon tök jó, amikor ott vagyunk kétezren a nagyszínpad előtt, és mindenki egyszerre üvölt stb., és ebből egyből át is megyünk a jó hangulatba.”* (Dávid, 23 éves egyetemista, 8 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Az emberek, közösség, barátok és társaság szavak kiemelik, hogy a fesztiválra járás társas elfoglaltság: *„Alapvetően a közösséget ugye azért irtam be, ahogy amúgy a legtöbben, ahogy elnézem, mert igazság szerint ez az egyik ilyen fő alkotóeleme szerintem, bármilyen fesztiválnak.”* (Dávid, 23 éves egyetemista, 8 alkalommal vett részt zenei fesztiválon), *„Magában az emberek, tehát a társaságba még be is olvadhatnak új arcok, megismerkedünk új emberekkel.”* (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A zenei fesztiválokra vonatkozóan jelent meg az ő csoportjukban is a zene, a koncertek, illetve a buli: *„koncertek pusztán azért, mert főleg, ha fesztiválról van szó, akkor nagyrészt közülük amire megyek, az zenei fesztivál.”* (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A nyár pedig az előző csoportokhoz hasonló indokkal jelent meg a szavak között: *„Bármilyen fesztiválról is van szó szinte, a nyárhoz kapcsolódik. Régen a legelső fesztivál, amire úgy elkezdünk járni, az a Belfeszt volt, még jó régen, és az jelentette azt, hogy Belfeszt, Irie Maffia koncert, és akkor indul a nyár. Ugyanígy a Strand Fesztivál, meg a nyár végét, hogy így egy ilyen utolsó nagy szórakozás.”* (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt zenei fesztiválon).

Az egyetlen negatív asszociáció (6. ábra) a kosz volt, amellyel az interjúalany a fesztiválok helyszínének állapotára utal. Megfigyelhető, hogy míg az 1. és 2. Fókuszcsoport is említette a tömeg és a zaj szavakat, addig a gyakrabban fesztiválózók körében ez nem történt meg. Ennek oka, hogy egyrészt ők már hozzászórtak a fesztiválok adta körülményeknek, másrészt legtöbbször a fesztiválon való részvételt önmagában élménynek tekintik, amelyhez hozzátartozik az is, hogy sok ember vesz rajtuk részt, illetve a zene miatt több a zajforrás.



7. ábra Összes pozitív és negatív fesztivál asszociáció.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2022)

Összességében a három csoport szavai alapján az állapítható meg, hogy a fesztivál kifejezésről leginkább a nyár, a zene, az alkohol, a buli és a hangulat szó az, amire asszociálnak pozitív oldalról. Negatív oldalról pedig a tömeg és a zaj a két meghatározó (7. ábra). Kijelenthető, hogy a fesztivál szóról mindhárom csoport esetében elsősorban a zenei fesztiválok jutottak eszükbe. Ennek oka a zenei fesztiválok népszerűsége, hiszen az Y generáció mellett Z generáció az a korosztály tagjai azok, akik ízlésére elsősorban alakítják a szervezők a kínálatot, ahogyan Süli & Martyin-Csamangó (2017) tanulmányában olvasható. Az asszociációs feladat eredményei tehát jól kirajzolják azt, hogy a fiatalok fejében leginkább a zenei fesztiválok képei jelennek meg a fesztivál szó hallatán, ezáltal a fesztivál szó, mint fogalom, esetükben lekorlátozódott.

4.2 A fesztiválok jelentősége és a zenei fesztiválok ismertsége

A beszélgetések során kiderült, hogy az interjúalanyok fontosnak tartják a fesztiválok megrendezését. A válaszadók között nem volt olyan személy, aki ennek ellentétét állította volna. A megkérdezett fiatalok számos tényezőt soroltak fel, amely miatt szerintük nagy jelentőségük van az egyes fesztiváloknak, azok műfajától függetlenül. Ilyen például az emberek összekovácsolása: „Szerintem azért fontosak, mert összekovácsolja az embereket.” (Orsolya, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), „Közösségkovácsolók is tudnak lenni a fesztiválok.” (Fanni, 21 éves egyetemista, 7 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Ezen tulajdonság kiemeli a fesztiválok társas jellegét. Illetve összehozza azokat az embereket, akik hasonló érdeklődéssel rendelkeznek: „Sok veled hasonló érdeklődésű emberrel tudsz megismerkedni ezeken a fesztiválokon. Szerintem azért jók.” (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon).

Fontos szerepük van a feltöltődésben, ugyanis lehetőséget adnak a kikapcsolódásra: „*Szerintem fontosak, mert segít az embereknek kikapcsolódni, és így akiket valami érdekel, azok egy helyen vannak és csinálhatják azt.*” (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A kikapcsolódás, a rutinszerű életből való kiszakadás miatt is nagy jelentőséggel bír: „*Szerintem az embereknek kell egy kis kiszakadás néha így a mókuserékből és erre a fesztiválok alkalmas helyszínek.*” (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Picit így kimozdít a hétköznapiokból, hogy elmész egy olyan helyre, ahol igazából nem megszokott dolgokat láthatsz.*” (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon). A válaszok alapján az interjúalanyok a fesztiválokat a megszokott életből való kiszakadás lehetőségének tekintik.

A tanulás és az új dolgok megismerését is a fesztivál jelentőségei közé sorolták az interjúalanyok: „*Meg sok új dolgot ismersz és tapasztalsz meg rajtuk.*” (Viktória, 21 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon), „*Egy csomó új dolgot ismerhetsz meg.*” (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt fesztiválon). A válaszadók kiemelik a fesztiválok azon feladatát, amely a szórakoztatás mellett nagyon fontos, a tanítást. Az élményszerzés mellett ugyanis az ismeretszerzés színhelyül is szolgálnak ezek a rendezvények.

Gazdasági szempontokat is említettek a válaszadó fiatalok: „*Szerintem turisztikai jelentősége is van, az országnak is azért ismertséget szerez, szerintem egy-egy ilyen nagyobb, jól sikerült fesztivál.*” (Csenge, 21 éves egyetemista, 1 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Sokszor a fesztivál maga teremti meg azt a büdzsét, ami miatt el tudnak hívni olyan előadókat.*” (Márton, 22 éves egyetemista, vállalkozó, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Nem csak saját perspektívájukból indultak ki, hanem makro szinten is értelmezik a fesztivált, ami azért fontos, mert a részvétellel ők is hozzájárulnak a gazdaság élénkítéséhez.

Összességében az elmondható, hogy a fesztiválokat az interjúalanyok fontosnak tartják a látogatásuk gyakoriságától függetlenül. Ami eltérésként jelentkezik a három csoport körében az az, hogy milyen mértékben ismerik a hazai zenei fesztiválokat. Az egyes fókuszcsoportok által ismert zenei fesztiválok neveit az 5. táblázat tartalmazza.

1. Fókuszcsoporth	2. Fókuszcsoporth	3. Fókuszcsoporth
Sziget Fesztivál	Sziget Fesztivál	Sziget Fesztivál
Balaton Sound	Balaton Sound	Balaton Sound
VOLT Fesztivál	VOLT Fesztivál	VOLT Fesztivál
EFOTT	EFOTT	EFOTT
Strand Fesztivál	Strand Fesztivál	Strand Fesztivál
Szegedi Ifjúsági Napok	Szegedi Ifjúsági Napok	Szegedi Ifjúsági Napok
Ördöghatlan		Ördöghatlan
Bánkító Fesztivál		Bánkító Fesztivál
Művészetek Völgye		Művészetek Völgye
Rockmaraton		Rockmaraton
Ozora Fesztivál		BelFeszt
		Campus Fesztivál
		BME Egyetemi Napok
		GÓLEM Fesztivál
		Babar Fesztivál

5. táblázat: A fókuszcsoporthok által ismert hazai zenei fesztiválok.

Forrás: Saját szerkesztés, saját kutatás (2022) alapján

A fesztivalok.info (2022) felsorolásában 46 jelentős hazai zene fesztivált emelt ki. A 46 fesztiválból a három fókuszcsoporth összesen 13 zenei fesztivált tudott megnevezni. A GÓLEM és a Babar Fesztiválok két olyan fesztivál, amelyet egy interjúalany említett, de a fesztivalok.info 2022-es összegyűjtött listájában nem szereplenek. Megfigyelhető, hogy a kutatások alapján legnépszerűbbnek tekintett fesztiválok (Sziget Fesztivál, Balaton Sound, VOLT Fesztivál, EFOTT, Strand Fesztivál) mindhárom csoportban elhangzottak, ennek oka a hírnév, amelyet kiépítettek. A táblázat alapján megállapítható, hogy az 1. Fókuszcsoporth több fesztivált ismer, mint a 2. Fókuszcsoporth, amelynek tagjai 1-2 alkalommal már jártak zenei fesztiválon. Ennek oka az lehet, hogy ők kifejezetten egy-két olyan fesztiválon vettek részt, amely fontos számukra, új fesztiválok keresése emiatt nem jellemző körükben. Illetve az 1. Fókuszcsoporth esetén a tömeg iránt érzett ellenszenv miatt megjelentek olyan kisebb fesztiválok is, mint például a Bánkító Fesztivál, amely kevesebb látogatóval rendelkezik. Ahogyan megfigyelhető, a 3. Fókuszcsoporth ismeri a legtöbb hazai zene fesztivált annak köszönhetően,

hogy ők vettek részt a legtöbbször ilyen rendezvényen, ezért szélesebb az általuk akár személyesen is átélt és megtapasztalt felhozatal.

4.3 A zenei fesztiválokön való részvétel motivációs tényezõi

A motivációs tényezõket bemutató szakirodalmak alapján (Iványi, 2020, Kazár, 2014, Kazár, 2015, Maeng et al, 2016, Portugal et al, 2022, Vinnicombe & Sou, 2017) a fõbb motivációs tényezõk a fesztiválokön való részvétellel kapcsolatban a szórakozás, a bulizás, a barátokkal és a családdal való idõtöltés, a fellépõk, az újdonság, a menekülés a hétköznapi rutinból, a zene, az atmoszféra, a program, az élmény, az utazás, a kaland, új emberek megismerése, a státusz, a kíváncsiság. A fókuszcsoporthos interjú résztvevõi is említették ezen tényezõket, azonban egymástól eltérõ motivációkat határoztak meg.

Az interjúk alapján az elõadók személye, a barátok jelenléte, valamint a szórakozás az, amely a leginkább motiválja a Z generáció tagjait a zenei fesztiválon való részvételre. Jellemzõen a fentebb említett kutatásokban is a fellépõk miatt, a barátokkal, ismerõsökkel való közös idõtöltés miatt, illetve a bulizás miatt mennek el a leginkább fesztiválozni a fiatalok.

4.3.1 Fellépõk

Az interjúk során a leggyakrabban a fellépõk jelentek meg, mint fontos motiváló tényezõk a zenei fesztiválon való részvételre. Többeknek az határozza meg, hogy elmennek-e egy fesztiválra, hogy számukra vonzó elõadók lépnek fel: *„A fellépõk szerintem, a legtöbben szerintem azért mennek, merthogy olyanok lépnek fel, akiket ismernek és szeretnek. Persze vannak olyanok is, akik csak így a fesztivál élményéért mennek, és nem érdekli õket, hogy ki van ott, és csak élvezik a zenét, de szerintem a legtöbb embert az befolyásolja, hogy kik a fellépõk* (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon).

Az is szempont lehet, hogy egy fesztivál újdonságot kínáljon a fesztiválozóknak évrõl évre az elõadók terén, hiszen ez is hatással lehet az élményre: *„Nekem inkább a koncert. Tehát, hogy alaphól azt nézem meg, hogy milyen koncertek lesznek. Csak a fesztivál kedvéért már nem fogok menni, mert például Strand Fesztiválon voltam vagy ötször, és már ugyanazok a fellépõk vannak, mint az elmúlt években, és valahogy úgy most egy Halott Pénz koncert miatt nem fogok feltétlen fesztiválra menni, mert van a Budapest Parkban is. Szóval elsõsorban szerintem a fellépõk, ami a motiváció, az elsõ löket.*” (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Az újdonság, mint motiváció külön motivációs tényezõnek is megjelent Vinnicombe & Sou (2017) kutatásában.

Az előadók személye azért is lehet ennyire kiemelkedő szempont, mert úgy gondolják, hogy kevés lehetőség van kedvencük fellépésének átélésére: „*Szerintem, hogyha egy kedvelt fellépő jön az országba, és várhatóan először és utoljára jöhet akár, ez egy ilyen motivációt ad, hogy kihagyhatatlan élmény miatt muszáj elmenni.*” (Jázmin, 16 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Ez a motivációs tényező főként az 1-2 alkalommal zenei fesztiválon részt vevők körében volt meghatározóbb ösztönző.

4.3.2 Társaság

Ahogy a 4.1-es fejezetben kifejtettem a társasággal, a barátokkal való együttlét fontos az interjúalanyok számára a fesztiválon való részvétel közben. Olyannyira erős motivációnak számít, hogy vannak, akiknek ez az elsődleges: „*Hát én inkább a barátaim miatt mennék, mint az előadók miatt. Szóval, nálam igazából ez a legfontosabb, az előadók, azok nem annyira.*” (Márton, 22 éves egyetemista, vállalkozó, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon), „*Meg hát nyilván azokkal megyünk fesztiválra, akiket a legjobban kedvelünk és a legszívesebben bulizunk együtt, úgyhogy azok mindig jól szoktak sikerülni. Szerintem ez is egy fő motiváció.*” (Fanni, 21 éves egyetemista, 7 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Arra a megállapításra jutott Iványi (2020) 2019-es kutatása is, hogy a barátokkal való együttlét a legfontosabb motiváció a fesztiválon fellépő előadók személyét megelőzve.

Az interjúalanyok körében voltak olyanok, akik hajlandóak lennének úgy részt venni zenei fesztiválon, hogy nincs olyan előadó a fellépők között, akit szívesen meghallgatnának, de a barátaik elmennek az adott eseményre, ez pedig önmagában motivációt jelent számukra is: „*Szerintem elég nagy húzóerő lehet, hogy már csak azért is, hogy a barátaiddal szórakozz, azért elmész egy ilyen fesztiválra.*” (Gergő, 19 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt fesztiválon). Ezzel szemben Kundi (2014) azt állapította meg, hogy a fellépők személye inkább a meghatározó, amennyiben nincs olyan előadó, akit szívesen megnézne valaki, akkor a társaság kevésbé fogja őt motiválni, hogy ennek ellenére is részt vegyen az adott fesztiválon.

Az egyik interjúalany szerint az az általános a baráti társaságok esetében, hogy egymást ösztönzik a részvételre: „*Szerintem amúgy sokszor az van, hogy mondjuk van egy öt fős társaság, abból kettő fő rajong egy előadóért, a másik három csak bulizni szeretne. Az a kettő az azt mondja, hogy menjünk el az XY fesztiválra, mert ott van a kedvenc előadójuk, és a többi meg megy vele, mert jó a hangulat, és azért azt nem lehet semmivel helyettesíteni, ami ott van. Szóval sokszor a társaság is szerintem nagyon befolyásoló.*” (Márton, 22 éves egyetemista, vállalkozó, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A kutatásom is igazolja Kundi (2014)

azon állítását, miszerint a fesztiválok társas tevékenységek, vagyis a jó hangulathoz hozzátartozik a többi személy jelenléte is.

4.3.3 Élmény

A szekunder kutatások alapján az élmény, mint motiváció nem tartozik a legjelentősebb tényezők közé. Egyedül Portugal és társai (2022) kutatása tesz említést róla. A fesztiválokon olyan váratlan események történhetnek, amelyre a résztvevők előre nem számíthatnak. Ez lehet akár pozitív, akár negatív élmény, ennek ellenére vannak olyanok, akiket ez is motivál arra, hogy részt vegyen egy fesztiválon: „*Hozzácsatolnám még azt, hogy élmény. Sosem tudhatod, hogy mi fog történni előre, és biztos, hogy lesz valami, amit sztoriként később el lehet mesélni.*” (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Az interjúalany kiemelte azt is, hogy a negatív élmények később megszépülnek, így ezek nincsenek hatással a zenei fesztiválokhoz való hozzáállására.

A zenei fesztiválok olyan mértékben hatással vannak a résztvevőkre, hogy akár életre szóló kalandokat is szerezhetnek: „*Maga a fesztivál ad egy tök jó élményt, amire mondjuk évek múlva is fogsz emlékezni.*” (Fanni, 21 éves egyetemista, 7 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A zenei fesztiválok tehát amellet, hogy koncerteket és egyéb programokat biztosítanak az érdeklődők számára, hozzájárulnak a jóllétükhöz is azáltal, hogy felejthetetlen pillanatokat okoznak. Elkerülhetetlen azonban, hogy negatív élményeket is szerezzenek egyesek, de az interjúk alapján emiatt nem zárkoznak el a megkérdezett fiatalok a részvételtől.

Az élmény mindenki számára másban fogalmazódik meg. Volt olyan interjúalany, akinek maga a fesztiválon való részvétel jelentette az élményt: „*Engem az élmények szerzése is motivált, hogy elmenjek az EFOTT-ra. Ez volt az első fesztiválom, ezért maradandó élmény marad.*” (Jázmin, 16 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Míg másnak főként az érzelmekre ható élmény az, amely meghatározó, és amely motiválja őt arra, hogy ellátogasson zenei fesztiválokra: „*Az élmény nekem is. Például amikor mondjuk több ezer ember ugyanarra az előadóra van ráhangolódva, és mindenki ugyanarra a zenére van teljesen egy hullámhosszra ráállva, és ugyanazt várják, ugyanaz az érzés zajlik le mindenkinek. Tehát látod az emberek szemében, hogy ugyanazt az élményt élik át, és az tök felemelő élmény.*” (Tündi, 21 éves egyetemista, 3 alkalommal vett részt fesztiválon).

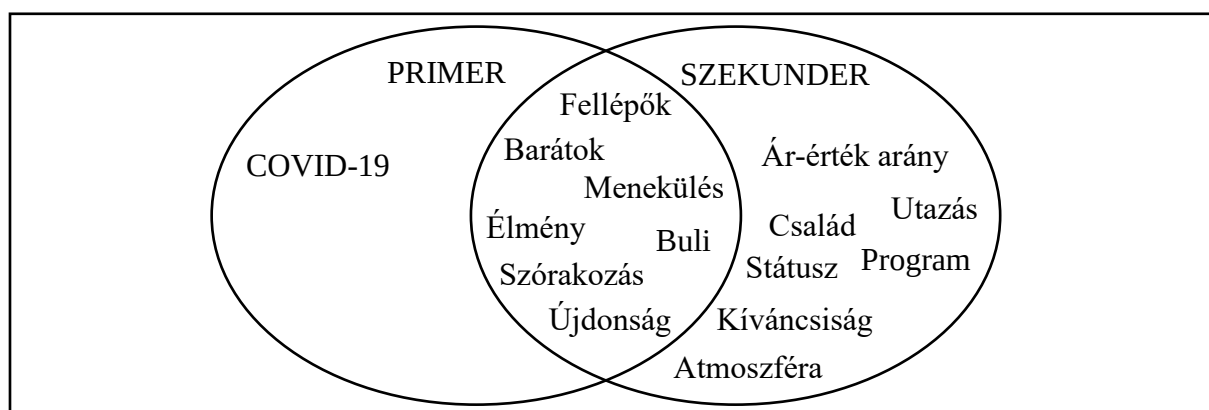
4.3.4 További motiváló tényezők

A fent említett három legfőbb motiváló tényező mellett az interjúalanyok említették a menekülést a hétköznapiakból, illetve a COVID-19 járvány okozta hatást. A megszokott életből,

rutinból való kiszakadásra a zenei fesztiválok is alkalmas színterek, hiszen egy nem mindennapi élményt kínálnak a résztvevők számára: „Az egyik legjobb érzés az, amikor az ember csak egy kicsikét el tud szakadni a mindennapi dolgaitól, és teljesen új, meg lehet sok esetben teljesen ismeretlen emberekkel, csak egy kicsikét így kiadni magából azt, ami beleszorul.” (Dávid, 23 éves egyetemista, 8 alkalommal vett részt zenei fesztiválon), „Nagyon jó stresszlevezető.” (Fanni, 21 éves egyetemista, 7 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A fesztiválok középpontjában a szórakoztatás áll, ezért kedvező hatással lehet azoknak a fiataloknak a szellemi egészségére, akik nehezen élik meg a rutinszerű hétköznapiakat.

Az egyik interjúalany kiemelte, hogy a COVID-19 járvány okozta bezártság, illetve a fesztiválok eltörlése okozta hiányérzet is motiváló tényező volt számára: „Hát mondjuk főleg az, hogy az utóbbi két év kimaradt a Covid miatt, és már nagyon jó lenne.” (Fanni, 21 éves egyetemista, 7 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A gyakran fesztiválozók körében a pandémia hatása jelentős volt, hiszen számukra egy olyan szabadidős lehetőség vált elérhetetlenné, amely korábban meghatározta turisztikai fogyasztásukat. A COVID-19 járvány következményeként felemerülő motiváció nem jelentkezett az általam feldolgozott szakirodalmakban, ez annak köszönhető, hogy a legtöbb kutatás a pandémiát megelőző időszakban készült.

A szórakozás és a buli külön kiemelve nem szerepelt a motivációs tényezők között, de az interjúk alapján kijelenthető, hogy ezek a faktorok is hatással vannak a fesztiválozásra. A fesztivál szó asszociációinál is megfigyelhető ennek a két kifejezésnek a jelentősége. A zenei fesztiválok célja alapvetően a szórakoztatás, a részvétel alapjának is tekinthető. Hiszen, ha valaki csak egy előadó miatt vesz részt fesztiválon, akkor a szórakozás és a buli is motiválja.



8. ábra: Motivációs tényezők primer és szekunder kutatásokban.

Forrás: Saját kutatás (2022), Iványi (2020), Kazár (2014), Kazár (2015), Maeng et al, (2016), Portugal et al. (2022), Vinnicombe & Sou (2017) alapján

A motivációs tényezőket összefoglalja a 8. ábra, amely alapján megállapítható, hogy a COVID-19 új motivációs tényezőként jelent meg a korábbi kutatásokhoz képest, ennek oka, hogy a szekunder források a pandémia kezdete előtt íródtak. A többi felmerülő ösztönző faktort azonosították már korábban is a fent említett kutatások. Vannak a motivációk, amelyek a primer kutatásban nem jelentkeztek, ennek az lehet az oka, hogy az interjúalanyok más preferenciákkal rendelkeznek. Alapvetően elmondható, hogy az ábra közös metszetébe azok a tényezők kerültek, amely a legtöbb fesztiválózó esetében jellemző motivációk szoktak lenni.

4.4 A zenei fesztiváloktól való távolmaradás okai és ezek megoldásai

A szakirodalom alapján (Portugal et al., 2022) ami leginkább a fesztiváltól visszatartó tényező lehet az az érdeklődés hiánya, a magas árak, a megfelelő társaság hiánya, a tömeg iránt érzett ellenszenv, a kedvezőtlen higiéniai feltételek, a veszélyérzet, a kevés szabadidő. Megvizsgálom, hogy ezen tényezők közül melyek jelentek meg a 3. Fókuszcsoportban, amelyben azok vettek részt, akik még sosem jártak zenei fesztiválon. Valamint a visszatartó okokra ismertetek megoldásokat, amelyeket a válaszadók fogalmaztak meg az interjú során.

Az interjúalanyok többségénél az ár az a tényező, amely miatt nem vesznek részt zenei fesztiválon. Az interjúalanyok egyetemi hallgatók, ez egyben azt is jelenti, hogy a tanulmányaik mellett legfeljebb részmunkaidőben, vagy diákként tudnak dolgozni. Az alacsonyabb jövedelem miatt érzékenyek, hiszen a költségek megterhelőbbek számukra. Az egyik interjúalany úgy érzi, hogy számára alacsony az ár-érték arány: *„Úgy érzem, hogy túl sokba kerül ahhoz képest, ami maga a szolgáltatás, és nem érzem azt, hogy megéri, és akkor inkább utazok abból a pénzből, vagy valami mást csinálok. Nem érzem, hogy megérné nekem. Például a Sziget.”* (Orsolya, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). A fesztiválon való részvétel költsége nem csak a belépőjegy árából tevődik össze, hanem hozzátartozik még a fogyasztás, helyszíntől függően az utazás és a szállás költsége: *„Én nyíregyházi vagyok, és azért, hogy én most ide egyrészt felutazzak Pestre, a Szigetre vagy a Balatonra, a Sound-ra. Nyilván akkor ugye van utazási költség, szállás költség és még maga a jegy. Hát igen, ez egy hatalmas költség.”* (Dorina, 21 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon). Két interjúalany kiemelte azt is, hogy azért sem érné meg számukra kilátogatni egy fesztiválra, mert azok a fellépők, akiket szívesen megnéznének, más napokon lépnek fel, ezért több belépőjegyre is szükségük lenne: *„Az egyik ilyen tapasztalatom ezzel kapcsolatban, hogy direkt nem pakolnak híres, kábé egy műfajhoz tartozó embereket egy napra, hogy meg kelljen venni az egész heti jegyet.”* (Anna, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), *„Én is észrevettem, hogy úgy vannak megszervezve, hogy a fő, élvezetes előadók mind más-más napra essenek és hogyha*

meg akarod nézni kedvenceidet, akkor legalább 2-3 napra belépőt kell fizetned.” (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Az ár, mint akadályozó tényező Portugal és társai (2022) kutatásában is megtalálható, mint strukturális részvételi korlát. Ahogyan az interjún is elhangzott, egy fesztiválon való részvételhez nem elegendő egy belépőjegy megvásárlása, számos más alternatív költség is felmerül.

A tömeg szintén egy visszatartó erő, amely a fesztiválokon való részvételtől távol tartja az interjúalanyokat. A tömeg egy olyan tényező, amely negatív hatással van az élményre: *„Ez a tömeg számomra is egy kicsit már így túlszűfolt, mert sok ember van egy helyen.”* (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), *„Nem szeretem azt a nagy tömeget, meg fennforgást, ami ott van.”* (Tünde, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Ezt a meglátást az is befolyásolhatja, hogy a válaszadók melyik fesztiválokra gondolnak, hiszen a kisebb, helyi fesztiválok esetében a tömeg nem annyira jellemző, mint egy nemzetközi fesztiválon. Az egyik interjúalany kiemeli, hogy mi az oka annak, hogy nem szeretne tömegbe menni: *„Főként az taszít az igazi nagy zenei fesztiváloktól, hogy túl sokan vannak, eszméletlenül sok a szemét mivel minden ittás szórakozó csak szétdobálja a dolgokat és csak saját magával törődik minden ember.”* (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). A szemetelés, illetve mások helytelen viselkedése a tömeg velejárója lehet, hiszen a szemetesek hamar megtelhetnek, valamint előfordulhat, hogy valaki szándékosan nem használja őket. A tömeg szintén egy olyan tényező, amely megjelenik Portugal és társai (2022) kutatásában is, ugyanis elmondható, hogy egy zenei fesztivál nem ideális szórakozási lehetőség azok számára, akik nem érzik jól magukat sok idegen ember között.

A beszélgetés alatt elhangzott az is, hogy mások korábbi történetei mennyire vannak befolyással a fesztiválok megítélésében. A vélemények megoszlottak azzal kapcsolatban, hogy egy rossz hír mennyire van hatással a fesztiválozási kedvre, de alapvetően az volt a jellemző, hogy valamilyen mértékben megjelenik az okok között. A legtöbben úgy gondolják, hogy amennyiben közeli ismerőstől hallanának rossz történeteket, akkor nagyobb hatással lennének rájuk, de önmagában a hírek nem befolyásolják teljes mértékben a részvételt: *„Szerintem engem valamilyen szinten befolyásol, de nem olyan mértékben, hogy csak erre alapozva nem mennék el. Engem nem is ijesztenek meg ezek. Majd, ha maximum azt saját szememmel látom, vagy tényleg közvetlenül hallom valakitől, mert olvasni bármit lehet, meg hallani.”* (Kristóf, 22 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon), *„Szerintem engem csak az befolyásolna, hogyha valami nagyon közeli baráttal, családdal történne valami negatívum, de amúgy nem hiszem, hogy ez annyira befolyásolná.”* (Anna, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Az

egyik alany úgy fogalmaz, hogy tanulságként érdemes ezeket a tapasztalatokat, véleményeket komolyan venni, mert bárkivel megtörténhetnek: „*De azért ez is egy olyan dolog, hogy ezt is érdemes ám megfontolni, még mielőtt belevág valaki, hogy valakivel megtörtént, lehet, hogy veled is megtörténhet.*” (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Ezzel szemben egy fő volt, aki úgy gondolja, hogy „*Minden egyes ilyen nagyobb fesztiválról lehet hallani rémhíreket, meg történeteket. Tehát hogyha egy ilyen befolyásol, akkor igazából csak otthon kéne ülni minden nap, és még a metróra se szállni föl.*” (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Ez arra enged következtetni, hogy a megkérdezett fiatalok között vannak olyanok, akik számára részvételi korlátként jelenik meg mások véleménye, míg van olyan interjúalany is, akire ez semmilyen mértékben nincs hatással. A másoktól hallott hírek, vélemények új tényezőként jelent meg kutatásomban Portugal és társai (2022) tanulmányához képest.

Emellett voltak, akik elsősorban a szülői befolyás miatt nem tudtak részt venni zenei fesztiválon: „*Engem nem nagyon engedtek, amikor kisebb voltam. Aztán jött a Covid, amikor már mehettem volna, most meg már nincs kedvem hozzá, mert túl sok az ember.*” (Orsolya, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), „*Engem 18 éves korom előtt nem engedtek volna szintúgy. Utána meg mondjuk azt, hogy anyagi problémákat okozott volna azoknak a fesztiváloknak a finanszírozása, amikre el is mentem volna.*” (Anna, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). A két fő indok tehát, ami miatt továbbra sem mennek szívesen fesztiválolni az a COVID-19 járvány miatt kialakult ellenérzés a tömeg iránt, amely korábban nem volt meghatározó visszatartó erő az interjúalany szempontjából, illetve az anyagi problémák. Ez a távoltartó tényező szintén újdonságként jelent meg a fókuszcsoporthoz tartozó interjúalanyok köszönhetően. Ennek oka az is lehet, hogy a Portugal és társai (2022) által elkészített tanulmányban idősebb korosztályok körében végeztek kutatást.

Ugyan nem számít visszatartó tényezőnek, de ellenszenvet vált ki néhány interjúalanyban az a fiatalok körében kialakult szemlélet, hogy az ismert fesztiválokra való részvétel már inkább egy státuszszimbólum, mintsem egy kikapcsolódási és szórakozási lehetőség: „*Ami még negatívum nekem, hogy szerintem például a Sziget, meg hasonló nagyobbak már ilyen státuszszimbólummá nőttek ki magukat, hogyha valakik ott voltak, azt hiszik, hogy menőbbek, hogyha elmentek.*” (Dorina, 21 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon), „*Kicsit tényleg így szerintem is inkább ez a presztízsről szól.*” (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon). Kazár (2015) kutatásban épp ellenkezőleg, a fesztivállal járó státusz érzését a

motiváló tényezők közé sorolja. Ennek oka, hogy tanulmányában a fesztiválózók voltak ilyen véleménynyel a részvételről.

Azonban az interjúalanyok többsége nincs teljes mértékben elzárkózva a zenei fesztiválokra való részvétel elől. Vannak olyan motiváló tényezők, amelyek hatására meggondolnák magukat. A legmeghatározóbbak az ár csökkenése, az előadók személye, illetve a megfelelő társaság. Míg egyes interjúalanyok ezen tényezők teljesülése esetén határozottan részt vennének fesztiválon, vannak válaszdók, akik olyan adottságok miatt maradnak távol, amelyek a zenei fesztiválok velejárói, mint például a tömeg.

Az árcsökkenés sokakban megváltoztatná a fesztiválokhoz való hozzáállását. Főként azoknak az interjúalanyoknak számára lenne befolyással, akik a magas árak miatt nem vesznek részt zenei fesztiválokra: *„Árcsökkenés. Szerintem, hogyha egy ilyen tízes, húszassal kevesebbe kerülnének, vagy így fele annyiba, akkor nem lenne kérdés, hogy menjek.”* (Anna, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), *„Igen, így egy napra én is kimennék szerintem. Jó, nem aludnék ott egy sátorban, de így egy-egy napra szerintem kimennék, mert azért most már keresek, és azt nem fájlalnám annyira rá. Mondjuk tényleg, hogyha amit Anna mondott, fele annyit kéne fizetni, de így azért gyakornokként, hát azért, igen. Meggondolom, hogy mire költöm el, amit keresek.”* (Orsolya, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Az árak jelentős csökkentése esetén lehetne befolyásolni a zenei fesztiválon potenciális résztvevő interjúalanyokat, azonban ez gazdasági szempontból a fesztiválok számára kedvezőtlen hatással jár, főként a pandémia okozta kimaradásoknak köszönhetően.

A csoportban megoszlottak a vélemények arról, hogy amennyiben a kedvenc előadójuk jönne egy hazai fesztiválra fellépni, akkor ellátogatnának-e. Az alanyok között egy olyan fő volt, akinek ez elegendő motivációt jelent, ő vásárolt is jegyet már fesztiválra éppen emiatt, de a pandémia nem tette lehetővé számára, hogy részt vehessen: *„Nekem elég motiváció lenne önmagában a kedvenc előadóm, hogy elmenjek.”* (Viktória, 21 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon). Többen voltak, akik úgy érzik, hogy tudná őket motiválni, de más szempontokat is figyelembe vennének mellette: *„Hogyha nagyon szeretem, akkor igen. De ott is azért szempont lenne az ár.”* (Anna, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), *„Ha a kedvencem jönne 20.000-ért elmennék igen, de annál többet nem fizetnék”* (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), *„Valamelyest tudna engem motiválni, de szerintem ez önmagában nem lenne elég ok arra, hogy emiatt menjek el.”* (Kristóf, 22 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon). A válaszok alapján megállapítható, hogy főként az ár az, ami meghatározza, hogy váltanak-e jegyet kedvenc előadójukra. Egy interjúalany volt, aki

úgy érzi, hogy az előadók személye nem tudja motiválni őt a részvételre: *„Szerintem én nem rajongok annyira senkiért, hogy így ennyire meg kelljen ragadnom az alkalmat, mert akkor csak simán hallgatom azt a zenét internetről, vagy bárhogy, de nem mennék el, vagy nem hiszem.”* (Tünde, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Ennek a kérdésnek a megítélése attól is függ, hogy az egyének mennyire rajonganak az előadóművészekért, hiszen aki kevésbé szereti a zenét, vagy nem jelentenek sokat számára a koncertek, akkor számára egy adott előadó érkezése nem fogja önmagában felkelteni az érdeklődését.

A társaság szintén egy olyan motiváló tényező, amely hatással lehet a fesztiválozással kapcsolatos döntésükre. A szakirodalmi források alapján elmondható, hogy a fesztiválon való részvétel társas elfoglaltságnak tekinthető, hiszen legfőképp társasággal jelennek meg a látogatók. Azok körében, akik még nem jártak zenei fesztiválon, motiváló hatással lehetnek a részvételre *„a barátok, a társaság”* (Kristóf, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), mert közös programként tekintenek rá: *„Engem is igazából a barátok motiválnának, hogyha nekik is lenne valami olyan azon a napon például, amit nagyon megnéznének, és nekem is lenne valami olyan előadó, akkor szívesen elmennénk egy-két ilyen rendezvényre.”* (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Az interjúalany szerint fontos viszont az, hogy a zene iránt közös érdeklődési körrel rendelkezzenek, hogy minden tag jól érezze magát. Az anyagi helyzet, illetve az időpont megválasztása is szempont lenne a fesztiválokra való részvételi hajlandóság növelésében: *„Másrészt meg, hogy a barátaim, akikkel mennék, hogy ők is anyagilag is úgy álljanak, akkor meg nekik is legyen idejük ugyanarra a fesztiválra elmenni, mint nekem.”* (Viktória, 22 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon). Befolyással van tehát az, hogy az adott baráti társaság hogyan viszonyul mind anyagi szempontból, mind szabadidő terén a fesztiválok látogatásához.

Probléma	Megoldás
Magas árak	Alacsonyabb belépőjegyet kínáló fesztiválok látogatása, kedvezményes belépőjegy, magas ár-érték arány
Tömeg	Kisebb fesztiválok meglátogatása
Társaság hiánya	Közös érdeklődési körrel rendelkező társaság megtalálása
Mások véleményei	Pozitív vélemények figyelembevétele, negatív vélemények valóságtartalmáról megbizonyosodni
COVID-19	Fokozott figyelem a higiéniára a fesztiválozók és a rendező részéről, nagyobb távolságtartás biztosítása

6. táblázat: Fesztivállátogatást gátló tényezők és megoldásuk.

Forrás: Saját kutatás (2022) alapján

A 6. táblázat ismerteti a fejezetben bemutatott részvételi korlátokat, illetve megoldásokat is ismertet. Ugyan a társaság hiányát nem emelték ki visszatartó tényezőnek, azonban volt olyan interjúalany, aki említette, hogy amennyiben a barátai nyitottak lennének egy zenei fesztiválra, szívesen részt venne rajta ő is. Amennyiben változnának a feltételek, vannak, akik akár a nagyobb nemzetközi fesztiválok is részt vennének, míg többen, akik számára a tömeg váltja ki a legnagyobb ellenszenvet, számukra a kisebb fesztiválok volnának ideálisak.

4.5 A zenei fesztiválok kiválasztásának szempontjai

Kazár (2014) a fesztiválok kiválasztásának legfőbb szempontjának a barátokat, a fellépőket és az árat határozta meg, emellett előfordul még a távolság, az egyéb programok, a tisztaság és a szálláslehetőségek. Ebben a fejezetben azoknak az interjúalanyoknak a válaszait vizsgálom, akik már voltak fesztiválon. A választást befolyásoló tényezők között a válaszok alapján megtalálhatók a fellépők, a helyszín, az időpont, a korábbi élmények, az ár és a társaság,

Az interjúkon elhangzott válaszok alapján a fellépők személye befolyásolja leginkább azt, hogy részt vesznek-e egy zenei fesztiválon: „*Szerintem a fellépők. Az elsődleges.*” (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Hát nekem is egyértelműen a fellépők.*” (Bálint, 21 éves egyetemista, 3 alkalommal vett részt fesztiválon), „*A legfontosabb az, hogy kik lépnek föl.*” (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Volt olyan interjúalany, akinek, ha a kedvenc előadója lépne fel egy hazai rendezésű zenei fesztiválon, abban az esetben több szempontot, mint például az ár, nem venne figyelembe: „*Nálam ugye az, hogy kik lépnek föl, az, hogy mennyibe kerül az inkább ilyen másodlagos, szóval mondjuk a kedvenc előadóm jön, és nagyon drága jegy, akkor is megveszem, mert nem biztos, hogy máskor láthatom-e. Szóval igazából csak a fellépők azok, akik fontosak.*” (Kata, 18 éves középiskolai tanuló, 2 alkalommal vett részt fesztiválon). Azonban volt olyan válaszadó is, akinek a kedvenc előadója sem biztosítaná részvételét egy fesztiválon: „*Igen, engem nem is azt mondanám, hogyha valaki olyan jön, akit tényleg így nagyon-nagyon-nagyon-nagyon szeretek, akkor erősen elgondolkodnék rajta, hogy elmegyek, de még akkor se mondanám biztosra. Szóval nálam is inkább az előadó az, aki meghatározza elsősorban.*” (Csenge, 21 éves egyetemista, 1 alkalommal vett részt fesztiválon). Kazár (2014) és Iványi (2020) kutatása alapján a társaság a leginkább befolyásoló tényező, a kutatásom alapján azonban az állapítható meg, hogy fellépők személye a leginkább meghatározó, olyannyira, hogy egyesek esetében más szempontok egyáltalán nem fontosak.

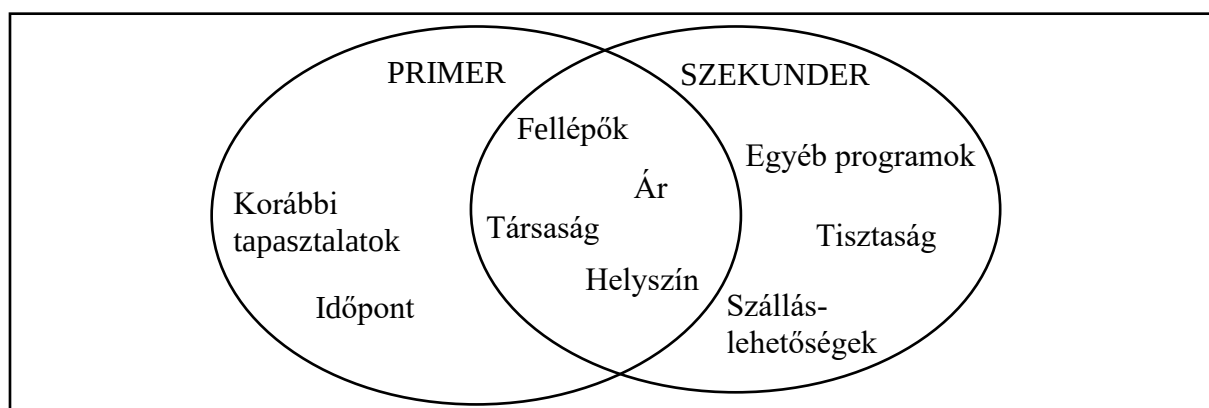
A helyszín szintén több interjúalanynál megjelent, mint döntést befolyásoló tényező, hiszen többletköltséget okozhat, amennyiben a lakóhelytől távol található: „*Meg a helyszín talán, hogy mennyire messze van.*” (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Fontos még, hogy milyen messze van a fesztivál.*” (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt fesztiválon). Amennyiben egy fesztivál messzebb található, gondoskodni kell az utazás, valamint a szállás megszervezéséről is. Meglepő, hogy azok körében, akik nem voltak még fesztiválon Budapest és a Balaton vagy Velencei-tó távolság mellett több külföldi ország is említésre került, mint például Belgium, Spanyolország és Portugália. Az 1-2 alkalommal résztvevők esetében ezzel szemben mindössze 2-4 óra az, amit még hajlandóak lennének utazni egy fesztivál kedvéért. A 3 vagy több alkalommal fesztiválózó országban belül átlagosan 2-3 órányi távolságra lévő fesztiválokra látogatnának el még szívesen, többnapos és külföldi fesztivál esetében akár 1 napos távolság is belefér egyes interjúalanyok számára. A helyszínt a Z generációt vizsgáló kutatások közül egyedül Kazár (2015) említi döntést befolyásoló tényezőnek, de ebben az esetben is egy kisebb jelentőséggel bíró szempont, míg a kutatásomban sokkal nagyobb hangsúlyt kapott a távolság szerepe.

Vannak, akik számára fontos szempontként jelenik meg az időpont kérdése. Egyrészt a szabadidővel kapcsolatosan van ennek jelentősége: „*És fontos még, hogy mikor van, a szabadidőm miatt.*” (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Az időpont nekem szempont, mert lehet éppen nem megfelelő, esetleg más program miatt.*” (Jázmin, 16 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt fesztiválon). Másrészt a társasággal részt vevőknek meg kell találni azt a közös időpontot, amikor mindenkinek lehetősége van ellátogatni egy zenei fesztiválra: „*Illetve az időpont is ugye még fontos esetleg, hogy mikor van a fesztivál. És akkor úgy tudjuk összeegyeztetni a többiekkel, hogy kinek mikor jó, és hogy elmenjünk egyáltalán arra.*” (Bálint, 21 éves egyetemista, 3 alkalommal vett részt fesztiválon). Az időpont tehát a szervezhetőség miatt jelentős szempont, hiszen a nyári programokat korábban el kell kezdeni tervezni. Annak ellenére, hogy a primer kutatás alapján az időpont kérdése fontos, az általam elemzett szekunder források nem említik a döntést befolyásoló tényezők között.

Az interjúalanyok kiemelték még a korábbi tapasztalatok szerepét, amely szintén befolyással bírhat a fesztivál kiválasztásánál. A pozitív élmények kedvező hatással lehetnek egy fesztivál újra meglátogatására is: „*Az is fontos egyébként, hogy múltbeli tapasztalatból van-e jó emlék arról a fesztiválról, hogy milyen a hangulata esetleg, vagy hogy tetszett előző években. Mert nyilván, hogyha esetleg jó volt, akkor a jövőben is vissza fogok menni oda esetleg. Úgyhogy*

egyértelműen egy ilyen múltbeli élmény is benne van a dologban.” (Bálint, 21 éves egyetemista, 3 alkalommal vett részt fesztiválon). A korábbi tapasztalatok olyan vágyat állítanak fel, amelyeket később is szeretnének átélni: *„Ha van egy jó élményem előzőleg egy fesztivállal, és az a jó élmény, az egy atmoszféra, tehát, hogy egy jó társaság, jó hangulat van és érzem azt az embereken, hogy mennyire vidám mindenki, az nagyon-nagyon sokat tud dobni az egész élményen is, és a valószínűségén, hogy visszamegyek jövőre.*” (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt fesztiválon). Az időponthoz hasonlóan a korábbi tapasztalatok sem jelentek meg a szekunder forrásokban a választási szempontok között.

Az ár kisebb mértékben jelentkezett azon interjúalanyok körében, akik már vettek részt zenei fesztiválon inkább másodlagos szempontnak tekinthető: *Másodlagos az ár meg a társaság, ez mondjuk így egyszerre.*” (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt fesztiválon), vagy több szemponttal együtt került említésre. Ennek ellenére vannak olyanok, akik számára az ár is meghatározó szereppel bír, hatással lehet a döntés meghozatalára: *„Ha nagyon drága a belépőjegy, akkor meggondolom, hogy megéri-e.*” (Jázmin, 16 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). A társaság szintén kisebb mértékben meghatározó, de volt olyan interjúalany, aki kiemelte, hogy számára döntő tényező lehet egy adott fesztivál mellett: *„Sokszor azért megyek bulizni, vagy azért megyek arra a napra egy fesztiválra, mert az a közeg, az nagyon hasonlít hozzám, és így nagyon egymásra tudunk hangolódni elég gyorsan.*” (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt fesztiválon). Mind az ár, mind a társaság kiemelkedő szempont a fesztivál kiválasztásánál a Kazár (2014) és (2015) kutatásaiban. Az eltérés oka az lehet, hogy a kutatásomban a fellépők nagyobb szerepet töltenek be, mint a szekunder kutatásban, ezért kevesebb interjúalany számára fontos az ár és a társaság, vagy került másodlagos helyre.



9. ábra: Döntést befolyásoló tényezők primer és szekunder kutatásokban.

Forrás: Saját kutatás (2022), Kazár (2014), Kazár (2015) alapján

A 9. ábra összefoglalja az alfejezetben szereplő döntést befolyásoló tényezőket. Megfigyelhető, hogy több szempont is megjelent a Kazár (2014, 2015) esetében és saját kutatásomban is. A szekunder forrásokban megtalálható tényezők azért nem jelenhettek meg a fókuszcsoporthoz tartozó kutatásomban, mert az interjúalanyok más preferenciákkal rendelkeznek, mint a korábbi kutatásokban. A korábbi tapasztalatok, illetve az időpont fontossága újdonságként jelenik meg a tényezők között, ennek okát szintén abban vélem felfedezni, hogy az egyének más-más szempontok alapján döntenek egy-egy zenei fesztiválon való részvétel mellett.

4.6 Fogyasztói szokások a Z generáció körében

Fontos megfigyelni azt, hogy mi jellemző a Z generáció fogyasztói szokásaira. Annak érdekében, hogy a fesztiválszervezők meg tudják határozni, milyen jellemzőkkel rendelkezik egy átlagos fesztiválozó, több szempontot érdemes figyelembe venni. Kutatásomban megfigyeltem a szakirodalmi áttekintésben megjelenő legfontosabb elemeket, mint például a költséssel kapcsolatos információkat és a fogyasztás jellemzőit (K&H Bank Zrt., 2019), az információszerzési platformokat (Iványi, 2020), a részvétel időtartamát, illetve a társaságok összetételét. A 7. táblázat tartalmazza a költségekre vonatkozó megállapításokat.

Költségtényezők	1. Fókuszcsoport	2. Fókuszcsoport	3. Fókuszcsoport
Napijegy max. ára (átlag)	14.000 Ft	20.000 Ft	16.500 Ft
Napijegy max. ára (legkevesebb)	10.000 Ft	15.000 Ft	15.000 Ft
Napijegy max. ára (legtöbb)	20.000 Ft	25.000 Ft	20.000 Ft
Bérlet (5 nap) max. ára (átlag)	35.000 Ft	55.000 Ft	65.000 Ft
Bérlet (5 nap) max. ára (legkev.)	20.000 Ft	50.000 Ft	50.000 Ft
Bérlet (5 nap) max. ára (legtöbb)	55.000 Ft	65.000 Ft	75.000 Ft
Fogyasztás/nap ára (átlag)	11.000 Ft	9.000 Ft	13.000 Ft
Fogyasztás/nap ára (legkevesebb)	7.000 Ft	6.000 Ft	10.000 Ft
Fogyasztás/nap ára (legtöbb)	15.000 Ft	12.000 Ft	15.000 Ft

7. táblázat: Költségtényezők fókuszcsoportok szerint lebontva.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2022) alapján

A napijegy maximum ára az az összeg, amit a válaszadók még hajlandóak kifizetni egy napért a fesztiválon. A bérlet maximum ára az az összeg, amit az interjúalanyok kiadnának egy 5 napos fesztiválért. A napi fogyasztás ára az az összeg, amit maximum elköltenének egy fesztiválozással töltött napon például az étkezésre, italozásra. A táblázatot megfigyelve elmondható, hogy jellemzően az alapján nő a költségi hajlandóság, minél többet vesz részt valaki

zenei fesztiválokon. Az egyes eltéréseket, több tényező is okozza. Az 1. Fókuszcsoporthoz az átlagos napi fogyasztás esetében figyelhető meg eltérő eredmény, amely az egyik alany magasabb költési hajlandóságának köszönhető. A 2. Fókuszcsoporthoz esetén a napijegy árban található kitűnő szám, amely annak az eredménye, hogy a csoport tagjai elsősorban 1 napra szoktak jegyet váltani, amiért hajlandóak magasabb összeget fizetni. Velük ellentétben azonban a 3. Fókuszcsoporthoz a bérletet részesíti előnyben, amely az átlagos áron is megmutatkozik. A K&H Bank Zrt. (2019) felmérése alapján 10.000 Ft volt a fiatalok átlagos költése egy fesztiválozós nap alatt, amely megközelítőleg megegyezik az általam bemutatott árakkal. A fogyasztás helyszínével kapcsolatban azonban eltérés figyelhető meg, ugyanis a saját kutatásban magasabb azok aránya, akik a fesztivál területén kívül vásárolnak. A 3. Fókuszcsoporthoz esetében figyelhető meg a fesztivál területén való fogyasztás leginkább az esti órákban, amikor éppen zajlanak a koncertek.

1. Fókuszcsoporthoz	2. Fókuszcsoporthoz	3. Fókuszcsoporthoz
Facebook	Facebook	Facebook
Instagram	Instagram	Instagram
Fesztivál hivatalos oldala	Fesztivál hivatalos oldala	Fesztivál hivatalos oldala
Ismerősök	Ismerősök	Applikáció
Plakátok		

8. táblázat: Információgyűjtési platformok a fókuszcsoporthoz körében.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2022) alapján

A 8. táblázat bemutatja, hogy a fókuszcsoporthoz tagjai jellemzően mely platformokon tájékozódnak a zenei fesztiválokról. Iványi (2020) kutatásával megegyező eredmények születtek a fókuszcsoporthozos interjúk során, hiszen az online platformok vannak túlsúlyban. Eltérés azonban, hogy a közösségi média oldalnak nagyobb szerepe van, mint a korábbi kutatásban, valamint újdonságként megjelenik az applikáció és a plakátok is a felsorolásban.

A fesztiválokon való részvétel időtartamát tekintve eltérő válaszok figyelhetők meg az egyes fókuszcsoporthozokban. Az 1. Fókuszcsoporthoz összes tagja azon a véleményen volt, hogy ha kilátogatna egy zenei fesztiválra, akkor egy napot töltené ki, ennek oka, hogy még nincs tapasztalatuk korábról. A 2. Fókuszcsoporthoz tagjai főként egy napra látogatnának ki, azonban a bérlet árának függvényében szívesebben választják azt, amennyiben számukra kedvező áron kínálják. A 3. Fókuszcsoporthoz többsége pedig a teljes fesztivál időtartamára szeret kilátogatni. Ahogyan Kazár (2015) is megállapította, a bérletvásárlás függ a fellépőktől is.

A társaságok összetételét vizsgálva elmondható, hogy minden válaszadó barátaival, ismerőseivel szokott részt venni zenei fesztiválokon. A csoportok mérete eltérő lehet: „*Öt fős társasággal szoktam menni.*” (Gergő, 19 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Én nővéremmel voltam.*” (Jázmin, 16 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt zenei fesztiválon), „*Mi 10 fős társasággal szoktunk fesztiválozni.*” (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt fesztiválon). A baráti társaságok mérete az interjúalanyok elmondása alapján egyénenként eltérő.

4.7 A COVID-19 járvány hatása a fesztiválozási hajlandóságra

A COVID-19 járvány okozta hatások eltértek az egyes interjúalanyok között. Különbözőség figyelhető meg, hogy ki hogyan élte meg ezt az új élethelyzetet. Voltak, akik nehezebben vészték át a karantén adta nehézségeket, például a bezártságot, a társaság hiányát: „*Nagyon rossz volt otthon ülni és semmit se csinálni.*” (Tündi, 21 éves egyetemista, 3 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Hát elég nehéz időszak volt számomra, hogy sehova nem lehetett elmenni rendesen, csak pár órára.*” (Gergő, 19 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt fesztiválon). Azonban voltak olyan válaszadók, akik számára nem jelentett problémát az alkalmazkodás: „*Egyébként engem annyira nagyon nem viselt meg ez a bezártság dolog.*” (Csenge, 21 éves egyetemista, 1 alkalommal vett részt fesztiválon), „*Én nem nagyon éreztem a hatását ennek a magánynak, mert nem hagytunk neki teret.*” (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt fesztiválon). Azonban akadtak olyanok is, akik élvezték a kialakult helyzet adta előnyöket, illetve pozitív hatással volt rájuk: „*Szerintem engem egy kicsit így megváltoztatott a Covid. Mármint, hogy előtte én magamat sokkal inkább introvertáltabb embernek tartottam, most egy kicsit inkább úgy mond kijebb nyitottam a világ felé.*” (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), „*Én őszintén élveztem azt, hogy nem kell suliba mennem, nem kellett szinte semmit csinálnom egész nap, bármeddig fent lehettem, mert nem kellett másnap korán kelnem.*” (Kata, 18 éves középiskolai tanuló, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon).

A zenei fesztiválokon való részvételi hajlandóságot vizsgálva megállapítható, hogy az interjúalanyokra milyen befolyással volt a pandémia időszaka, valamint annak következtében bevezetett karantén és rendezvények eltörlése. Egyes interjúalanyuk arról számoltak be, hogy a COVID-19 következtében nőtt az igény bennük a fesztiválok meglátogatása iránt. Míg mások úgy érzik, hogy jobban elvette a kedvüket a nagyrendezvényeken való részvételtől, mert megnőtt bennük a tömeggel szemben érzett ellenérzetük. Illetve meghatározó volt azok aránya

is, akikre nem gyakorolt hatást a pandémia, nem változtatta meg a fesztiválokhoz való hozzáállásukat.

A zenei fesztiválok elmaradása több interjúalanyban hiányérzetet keltettek. A hiányérzet következtében megnőtt bennük a vágy aziránt, hogy fesztiválokra vegyenek részt: „*Amire csak tudtam, elmentem. Legelső alkalommal bármi volt ez, tök mindegy.*” (Botond, 21 éves egyetemista, 6 alkalommal vett részt fesztiválon). Az interjúalanyak tehát nem számítottak ebben az esetben sem az előadók köre, sem az ár, mert az igényeit mielőbb szeretne volna kielégíteni. Egy másik válaszadó, aki idén, 2022 nyarán részt fog venni fesztiválon, úgy érzi, hogy: „*Szerintem engem egy kicsit befolyásolt, mert hiányzik már, hogy fesztiválra menjek.*” (Fruzsina, 21 éves egyetemista, 2 alkalommal vett részt fesztiválon). Volt, aki az elmaradt fesztiválokra házilag igyekezett pótolni: „*Hát igazából így a fesztiválokra is igyekeztem pótolni, hogy a nyáron inkább elmentem többet nyaralni, vagy otthon nekünk nagyon nagy a kertünk, és akkor ott csináltam egy ilyen mini fesztivált, kitettünk nagyon sok hangfalat, és összehívtam egy csomó embert, és ott tartottunk fesztivált. Hát igen, de egyébként nem lehet igazából szerintem pótolni, de ahogy lehetett, én igyekeztem.*” (Fanni, 21 éves egyetemista, 7 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Akadt olyan is, aki a COVID-19 járvány következtében ismert meg egy olyan fesztivált, amelyet más keretek között nem vett volna figyelembe: „*2021-ben volt ugye az előző Művészetek Völgye. És amúgy eszembe se jutott volna fesztiválozni alapvetően, de valahogy akkor az úgy jól esett, vagy nem tudom. Kicsikét így kiszabadulni, meg olyan volt egy pár napig, mint hogyha nem is lett volna ez az egész szituáció, és annyira jól esett megfelfrészni róla.*” (Dávid, 23 éves pécsi egyetemista, 8 alkalommal vett részt zenei fesztiválon).

Az interjúk során többen megjegyezték, hogy számukra kifejezetten negatívan befolyásolta a fesztiválokkal kapcsolatos hozzáállásukat a COVID-19 járvány. Ennek legfőbb oka a tömeg, amely a különféle megbetegedések terjedésének okozója, illetve a karantén következtében a társas érintkezések lecsökkentek, így kialakult egy távolságtartás az idegenekkel szemben: „*Főleg a Covid után nem egy fesztiválon szeretnék visszaszocializálódni a társadalomba.*” (Anna, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), „*Megerősített abban, hogy ahol nagyon sok idegen ember van, akkor oda nem biztos, hogy kéne menni, még akkor sem, ha pár barátal mennék.*” (Bence, 22 éves egyetemista, nem járt zenei fesztiválon). Ezek a vélemények megegyeznek a Magyar Fesztivál Szövetség (2020a) azon előrejelzésével, miszerint a fesztiválozási kedv visszaesése következik be a tömeg iránti ellenszenv okán. Az egyik interjúalany esetében az mondható el, hogy a pandémia átalakította a fesztiválokhoz való

viszonyát: „*Mi inkább úgy voltunk vele, hogy amint kezdtek úgy lazulni a szabályok, és lehetett külföldre utazni, inkább elmentünk például Máltára barátokkal, és inkább átszoktunk a közös nyaralásra, mintsem a fesztiválok. De attól még olyan helyeket választottunk, ahol jó bulik vannak esténként.*” (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Korábban számos alkalommal vett részt zenei fesztiválok, a korlátozások azonban más preferenciákat alakítottak ki benne: „*De most abból a pénzből, amit elkötenénk egy, mondjuk egy teljes Sound-on, abból a pénzből simán el tudunk menni valahova nyaralni is körülbelül.*” (Gábor, 23 éves egyetemista, 15 alkalommal vett részt zenei fesztiválon). Szintén igazolja a Magyar Fesztivál Szövetség (2020a) megállapítását, miszerint a fizetőképesség csökkenése átalakítja a szórakozási szokásokat, az interjúalany esetében is elmondható, hogy a magas fesztivál belépőjegyeket megvásárlása helyett, költségbarát nyaralást szervez.

A legtöbb interjúalany számára azonban nem okozott változást a zenei fesztiválokhoz való hozzáállásában. Jellemzően a zenei fesztiválon még nem résztvevők esetében volt ez megfigyelhető: „*Nekem pont, hogy semmiben. Szerintem tök ugyanolyan, mint előtte a hozzáállásom.*” (Viktória, 22 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon), *Nekem is körülbelül ugyanolyan, nem mondanék egyik irányba sem elmozdulást.*” (Nándor, 21 éves egyetemista, nem járt még zenei fesztiválon), „*Rám sem volt hatással semmilyen tekintetben, szerintem a COVID-19 ebben a viszonylatban.*” (Kristóf, 22 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon). Illetve az 1-2 alkalommal kilátogató interjúalanyok nyilatkoztak hasonlóképpen: „*Nekem annyira nem volt rá befolyással.*” (Kata, 18 éves középiskolai tanuló, 2 alkalommal vett részt zenei fesztiválon), „*Engem nem befolyásolt a Covid, hogy most jobban lenne-e kedvem vagy kevésbé.*” (Gergő, 19 éves középiskolai tanuló, 1 alkalommal vett részt fesztiválon).

A 2022-es fesztiválszezont vizsgálva az interjúk alapján akadnak olyanok, akik tervezik a részvételt, illetve már be is szerezték a jegyüket. Az 1. Fókuszcsoportból egy fő volt, aki gondolkodik azon, hogy részt vegyen az idei VOLT Fesztiválon: *Hát nekem megint jön az az előadó, akiről lemaradtam a Covid miatt, de még nem néztem meg, hogy melyikre, de szerintem arra az egy napra kimegyek.* (Viktória, 22 éves egyetemista, nem járt még fesztiválon). A 2. Fókuszcsoportból 2 főnek van már meg a jegye, akik szintén a VOLT-on fognak részt venni a fesztivál teljes ideje alatt. A leginkább aktív csoportnak a 3. Fókuszcsoport tekinthető, hiszen a legtöbben tervezik a részvételt, senki nem zárkózik el a lehetőségtől. Az ő esetükben már szélesebb körű a fesztiválok listája: VOLT, EFOTT, Bánkitó Fesztivál, Művészetek Völgye, Fishing on Orfű. Ez az eredmény a Festicket (2020) kutatását igazolja, miszerint a fesztiválozási

kedv nem fog változni azok körében, akik a pandémiát megelőző időszakban is váltottak belépőjegyet. Esetükben ugyanis csak egy fő említette, hogy a COVID-19 átalakította a fesztiválokhoz való viszonyát.

Összességében elmondható, hogy a pandémia azoknak változtatta negatív irányba a fesztiválokról kialakult képet leginkább, akik korábban sem vettek részt rajtuk. Esetükben az addig ellenérvként felhozott tényezők erősödtek meg, mint például a tömeg iránti ellenszenv. Azok körében, akik 1-2 alkalommal vettek részt fesztiválon, nem állapítható meg változás a részvételi hajlandóságban. A rendszeres látogatók esetében pedig az tapasztalható, hogy érezték a fesztiválok hiányát, ezért a COVID-19 járvány növelte bennük az igényt a részvételre.

5. Következtetések és javaslatok

Az általam megfogalmazott kutatási kérdés így szólt: Mi jellemző a Z generáció fogyasztói szokásaira a hazai zenei fesztiválokkal kapcsolatban? Kutatásom eredménye megerősíti azon tanulmányokat, amelyeket a Szakirodalom áttekintése fejezetben bemutatam. A korábbi kutatásokban szerepelt megállítások igazolást nyertek a dolgozat megírása érdekében elkészített fókuszcsoporthoz tartozó interjúkban. Amellett, hogy kutatási témám megalapozott, a három fókuszcsoport kialakításával pontosabb kutatást végezhettem el, hiszen külön-külön megismerhettem az interjúalanyok csoportjait, amelyeket az elemzés során össze tudtam hasonlítani. A nagyon eltérő fesztiválozási szokásokkal rendelkező fiatalok nem tudták befolyásolni egymást a homogén csoportok kialakításának köszönhetően. Alkalmasnak mondható még a technika azért, mert egy részletes és a mélységekbe menő elemzést tudtam elkészíteni. Az általam készített kutatás amellett, hogy igazolja a korábbi kutatások eredményét, olyan következtetéseket is tartalmaz, amelyeket más szakirodalmi munkákban nem fedeztem fel, ezért újdonságként hatnak, azonban fontos megjegyezni, hogy az eredményeket nem lehet általánosítani, mert kvalitatív kutatást végeztem, így nem tekinthető reprezentatívnak az eredmény.

A kutatásom további alkérdéseket is tartalmazott, az első a következő volt: Melyek azok a motivációs tényezők, amelyek a zenei fesztiválon való részvételre ösztönzik a Z generáció tagjait? A primer kutatás segítségével azt állapítottam meg, hogy a legjelentősebbek a fellépők, a társaság és az élmény, valamint kisebb mértékben fontos még a szórakozás, a buli, az újdonság, a menekülés. A korábbi kutatásokat egy új motivációs faktorral tudtam kiegészíteni, az a COVID-19 járvány, amely korlátozások bevezetését vonta maga után, ez pedig hiányérzetet keltett a válaszdó fiatalok körében.

A kutatás választ adott a második kutatási alkérdésemre is, amely így szólt: Melyek azok a részvételi korlátok, amelyek miatt a Z generáció tagjai nem vesznek részt zenei fesztiválokon? Az eredmények azt mutatják, hogy az ár, a tömeg, a társaság hiánya azok a szempontok, amelyek a korábbi tanulmányokban és az általam végzett fókuszcsoporthoz tartozó interjúkban is megfigyelhetőek. Ezek mellett megjelent még a szülői befolyás, hiszen a Z generáció tagjai olyan fiatalok is, akik még nem, vagy nemrég töltötték be a 18. életévüket, ezért önmaguk nem dönthettek a részvétel mellett. Valamint az általam vizsgált korábbi források nem említették, de a primer kutatásban szerepelt a mások véleményei, a hírek fontossága. Vagyis, ha kedvezőtlen események történnek egy-egy fesztiválon, azok távol tudják tartani a válaszdókat a részvételtől.

A harmadik kutatási alkérdés a következő volt: Milyen szempontokat vesz figyelembe a Z generáció, amikor eldönti, hogy mely zenei fesztiválon vesz részt? A primer kutatás alapján 6 fő tényezőt állapítottam meg, amelyeket figyelembe vesznek az interjúalanyok: fellépők, ár, társaság, helyszín, időpont, korábbi tapasztalatok. Az első 4 szempont korábbi kutatásokban is szerepelt az egyéb programok, a tisztaság és a szálláslehetőségek mellett. Az időpont és a korábbi tapasztalatok újdonságként jelentek meg az elemzett forrásokhoz képest.

Utolsó kutatási alkérdésem így szólt: Milyen hatással volt a COVID-19 járvány a zenei fesztivállátogatási hajlandóságra a Z generáció körében? A COVID-19 hatásának vizsgálata a fesztiválozási kedv esetében aktuális téma, hiszen a 2022-es évben már lehetőség van a zenei fesztiválok megrendezésére, amellyel élnek is a fesztiválszervezők. A pandémiának köszönhetően olyan változások figyelhetők meg a fiatalok körében, amellyel érdemes foglalkozni a jövőben. Ilyen megállapítás volt az, hogy átalakult egyes interjúalanyok esetében a szabadidő eltöltési módja. A kutatás mintáját tekintve a legtöbb fesztivált meglátogató válaszadó esetében fontos hangsúlyozni, hogy a korlátozások hatására eltávolodott a fesztiváloktól, vagy inkább a külföldön való nyaralást preferálja. Emellett tovább erősítette több válaszadó esetében a tömeg iránt érzett ellenszenvet, ami a fesztiválok esetében egy olyan adottság, amely nehezen alakítható.

A kutatás tanulságaként kiemelőnek tartom még azt a megállapítást, miszerint a korábbi tapasztalatok és vélemények alkalmasak egyrészt a fesztiválon való részvételre motiváló eszköznek, amennyiben pozitív tényekről beszélhetünk, másrészt, ha ennek ellentéte figyelhető meg, vagyis negatív kép rajzolódik ki a fiatalokban, akkor a fesztiváloktól való távolmaradást erősítheti. Éppen ezért fontos, hogy a fesztiválszervezők mindent megtegyenek annak érdekében, hogy a fesztivál hírneve ne sérüljön. Ugyanis, ha egy nagyobb hibát vét, abban az esetben olyan potenciális fogyasztókat veszíthet el, akik számára ez az indok a részvétel megtagadására. A kedvező kép kialakítása azonban ezzel ellentétes hatást válthat ki, hiszen biztonságérzetet kelt az érdeklődőkben, eloszlatja bennük a fesztiválok iránt felmerülő kételyeket és motiválhatja őket a részvételre.

A kutatási kérdések megválaszolásával megállapítható, hogy több esetben a három csoport között hasonlóságokat vélhetünk felfedezni. Ilyen például a fesztivál kifejezésről alkotott asszociációk, amelyekről azt a következtetést lehet levonni, hogy a fesztiválok a Z generáció tagjai számára elsősorban a zenei fesztiválokat jeleneti. Voltak azonban olyan szempontok, amelyekben a fesztivállátogatási gyakoriság által beosztott csoportokon belül voltak azonosságok, néhány kivétellel. Ilyen például a COVID-19 járvány következtében kialakult

hozzaállás a fesztiválokhoz. A gyakran fesztiválozók esetében megnövelte a vágyat, míg csökkentő hatással inkább az egyébként is elzárkózó fiatalok esetében volt. Jól kirajzolódik ez még a részvételi időtartamot tekintve is.

A következőkben néhány javaslatot szeretnék megfogalmazni a kutatás eredménye alapján, amelyeket rendezvényszervezői szempontból érdemes lehet hasznosítani. A COVID-19 járvány még inkább érzékenyette az embereket a higiénia téren. A fesztiválok esetében, a szekunder kutatás alapján, eddig is probléma jelentkezett a tisztaság biztosításával kapcsolatosan. A pandémia következtében szükség van a higiénias feltételek kedvezőbb irányba mozdítására. Erre jelenthet megoldást, ha a fesztivál területén higiénias ellenőrök kerülnek kihelyezésre a mosdók és a tisztálkodási blokkok közelében, akik bármikor elérhetőek. Ha gond adódik a tisztasággal kapcsolatban, a helyszínen tartózkodásnak köszönhetően hamar orvosolni tudják a problémát. Ezáltal a fesztivál területén a napok múlásával sem fognak romlani a higiénias feltételek. A tömeg több interjúalany számára is olyan tényező, amely távol tartja őket a fesztiválon való részvételtől. Alapvetően elmondható, hogy többnyire csak a nagyobb látogatószámmal rendelkező fesztiválokat ismerik, ezért hasznos lenne a kisebb fesztiválok előtérbe helyezése intenzívebb marketingtevékenységgel. A kommunikáció során érdemes hangsúlyozni a kellemes, családi hangulatot, amely a kevesebb látogató miatt elérhető. A tömeg jelenlétéből eredő problémát azzal is meg lehet oldani, ha szervezők olyan fesztiválokat is létrehozhatnak, amelyek nem egy központban helyezkednek el, hanem több, egymástól független helyszínen vannak jelen, ezáltal megosztva az érdeklődők csoportjait. Azáltal, hogy a résztvevők eloszlanak az egyes kisebb rendezvények között, megszűnhet a zsúfoltság, a nagyobb tér hozzájárul az élmény növeléséhez és új fogyasztókat is bevonhat. A belépőjegy ugyanúgy érvényes lehet az összes helyszínen. A 3. Fókuszcsoportot megfigyelve merült fel bennem az a gondolat, hogy a zenei fesztiváloknak egy olyan összekovácsoló ereje van, amit érdemes kihasználni a szervezőknek például olyan formában, hogy a fesztivál idejétől eltérő időpontokban találkozókat rendeznek azoknak, akik szívesen megosztanák korábbi élményeiket egymással, megismernének olyan embereket, akiknek szintén olyan fontossággal bír az adott rendezvény. Arra alapozom ezt a javaslatot, hogy a beszélgetésben az interjúalanyok megosztották egymással az élményeiket, illetve akik ugyanazon a fesztiválon is részt vettek, megvitatták legemlékezetesebb pillanataikat. A belépőjegyek esetében érdemes egy olyan lehetőséget bevezetni, amely kedvezményt biztosít a nagyobb csoporttal érkezők számára. Ennek köszönhetően bővíthet a résztvevők köre azokkal, akik az árak miatt nem vettek részt korábban fesztiválokon. Valamint megnöveli az eladások mértékét is.

6. Összegzés

Összességében elmondható, hogy a kutatás sikeresnek bizonyult, mert mellett, hogy igazolta a korábbi szakirodalmak által megállapított eredményeket, új ismereteket is bemutatott. Választ adott a feltett kutatási kérdésekre és lehetővé tette, hogy az eredmények alapján javaslatokat fogalmazhassak meg a rendezvényszervezők számára, amelyeket a Következtetések és javaslatok fejezetben fejtettem ki. A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk eredményessége is hozzájárult a dolgozat elkészítéséhez, hiszen olyan információk birtokába jutottam általuk, amelyeket fel tudtam használni a téma bemutatásához.

A dolgozatom célja az volt, hogy átfogó képet mutasson arról, mi jellemző a Z generáció fesztivállátogatással kapcsolatos szokásaira. A primer kutatás is alátámasztja azt a megállítást, hogy a fesztiválok nagy jelentőséggel bíró rendezvények. A típusok között a zenei fesztiválokat véleményem szerint azért kifejezetten érdemes kutatni, mert ahogyan a megkérdezett fiatalok fesztivál szóról alkotott asszociációiban megfigyelhető, számukra elsősorban ez a típus a meghatározó a részvételi szándékot tekintve. A Z generáció tekinthető a zenei fesztiválok fő célcsoportjának, így elengedhetetlen a rendezvényszervezők számára a fiatalok zenei fesztiválokkal kapcsolatos fogyasztói szokásainak ismerete.

A fesztiválok témájának kutatása jelenleg is aktuálisnak tekinthető, egyrészt abból a szempontból, hogy nagy népszerűségnek örvendenek, másrészt, mert a pandémia következtében bevezetett korlátozások jelentősen érintették őket. Annak érdekében, hogy a COVID-19 járvány ne okozzon negatív hatásokat a fesztiválok sikerében, figyelemmel kell kísérni, hogy miként változott meg a célcsoportok viselkedése, magatartása. Ezekhez ugyanis alkalmazkodniuk kell a rendezvényszervezőknek, amennyiben nem szeretnék elveszíteni fogyasztóikat. A fesztiválok témakörét a jövőben is érdemes megvizsgálni, mert a piacon folyamatosan jelennek meg új rendezvények, valamint a generációk váltakozásával a célcsoport időről időre megújul.

A kutatásomnak több korlátja is adódik. Egyik legkiemelkedőbbnek az tekinthető, hogy a kvalitatív kutatási módszertan nem reprezentatív eljárás. A kutatásban elhangzottakat és az eredményeket nem lehet általánosítani, hiszen az interjúalanyok köre nem fedi le az összes lehetséges fogyasztót, a megállapításokat csak jelen kutatás résztvevőiről lehet kijelenteni. További korlát, hogy az általam kialakított mintát csak olyan Z generációs fiatalok alkotják, akik vagy középiskolában, vagy egyetemen tanulnak, azon fiatalok véleményét nem hallottam, akik jelenleg nem folytatnak tanulmányokat. Ugyanez megfigyelhető a lakóhely esetében is, az

interjúalanyok többsége budapesti lakos, csak néhány vidéki válaszadó figyelhető meg. Korlátnak tekinthető, hogy a zenei fesztiválokat általánosságban vizsgáltam meg, ez azt jelenti, hogy az egyes fesztiválok egyedi tulajdonságait nem tudtam figyelembe venni.

A kutatást érdemes lenne elvégezni kifejezetten a vidéki fiatalok körében is, hogy minél inkább átfogóbb képet lehessen alkotni a Z generáció zenei fesztivál fogyasztói szokásairól. A témát érdekes megvizsgálni egy-egy kiválasztott fesztivál esetében is, mert a látogatói kör megismerése révén a fesztiválszervezők úgy tudják alakítani a rendezvényt, hogy az minél inkább a célcsoport igényeire legyen szabva. Emellett a kutatás hatékonyabb elvégzése érdekében előnyös megoldás lehet, amennyiben a kutatás helyszínéül egy kiválasztott fesztivál szolgál és az éppen fesztiválózó fiatalok alkotják a mintát. Azáltal, hogy éppen zajlik számukra az a tevékenység, amelyről a kérdések szólnak, pontosabb választ tudnak adni és érdekeltbbek a témában, hiszen a résztvevők éppen a rendezvény nyújtotta szórakozási lehetőséget használják ki. Amennyiben kvantitatív kutatással kerül megvizsgálásra a téma, össze lehet állítani egy reprezentatív mintát, ugyanakkor a mélyebb gondolatok megismerését nem teszi lehetővé. Emellett mivel a zenei fesztiválok legfőbb célcsoportja a fiatal korosztály, ezért mindig szükség van az újabb generációk vizsgálatára. Jelenleg a Z generáció az, amely a legmeghatározóbb korosztály a fesztiválok esetében, azonban néhány év és az alfa generáció tanulmányozása is aktuálissá válik.

7. Felhasznált irodalom

Boiko, M. (2017). The Best Music Festivals in Europe 2017. Kyiv National University of Technologies and Design.

csodasmagyarorszag.hu (2022). Magyarország, a zenei fesztiválok országa. Elérhető: <https://csodasmagyarorszag.hu/cikkek/magyarorszag-a-zenei-fesztivalok-orszaga> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

Danyi, P., Iványi, T. & Veres, I. (2020). A turizmus jelene és várható változása a mesterséges intelligencia integrálásával, különösen a Z-generáció igényeire fókuszálva. *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 51 évfolyam, különszám, pp. 19-34.

Festicket (2020). After Lockdown Survey: 82% of festival-goers ready to return to live events. Elérhető: <https://news.festicket.com/189003-after-lockdown-survey-82-of-festival-goers-ready-to-return-to-live-events> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

Fesztiválok.info (2022). 2022-es hazai zenei fesztiválok. Elérhető: <https://fesztivalok.info/fesztivalok/zenei-fesztivalok-2022/> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

Gösi, Zs., Bárdos, Gy. & Magyar, M. (2020). *Sokszínű rekreáció II.: Egészségmegőrzés - Életkorok – Képzés*. Budapest, Akadémiai Kiadó.

Grappi, S. & Montanari, F. (2011). The role of social identification and hedonism in affecting tourist re-patronizing behaviours: The case of an Italian festival. *Tourism Management*, Vol. 32, Issue 5, pp. 1128-1140.

Grønhaug, K. & Ghauri, P. (2011). *Kutatásmódszertan az üzleti tanulmányokban*. Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 294 p.

Hai-Meng, D. & Kuang-Peng, H. (2021). The antecedents of visitors' flow experience and its influence on memory and behavioral intentions in the music festival context. *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 19, 100551

Hunyadi, Zs., Inkei, P. & Szabó, J. Z. (2006). *Fesztivál-Világ*. Kelet-Közép-Európai Kulturális Obszervatórium Alapítvány-KultúrPont Iroda Kht., Budapest, 281 p.

Iványi, T. (2020). Understanding the decision factors of youngsters in the case of Hungarian music festivals. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, III. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia, Tanulmánykötet, pp. 287-297.

K&H Bank Zrt. (2019). Ennyiért fesztiválóznak a fiatalok - lenyomta a Strand és az EFOTT a Szigetet. Elérhető: <https://mailchi.mp/lacom/1-billio-forint-3-millio-befizetes-tarolnak-az-uj-atm-ek-1582725?e=b995349f6c> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 05.)

Kántor, Sz. (2019). Kultúra fogyasztási szokások felsőoktatási intézményben tanulók körében. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, II. Nemzetközi Turizmus Konferencia, Turizmus, Fogyasztás, Generációk Tanulmánykötet, pp. 35-44.

Kazár, K. (2014). Fesztivállátogatást befolyásoló tényezők vizsgálata fókuszálva a márka szerepére. Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar, „Marketing megújulás” Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája előadásai, pp. 49-60.

Kazár, K. (2015). Lojalitást meghatározó tényezők feltárása zenei fesztiválok esetén fókuszálva a márka szerepére. Szegedi Tudományegyetem, *Marketing & Menedzsment*, 49. évfolyam, 3. szám, pp. 36-49.

Kundi, V. (2013). *Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági és társadalmikulturális hatásainak elemzése - A győri Magyar Táncfesztivál és a Miskolci Operafesztivál példáján keresztül*. Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdálkodástudományi Doktori Iskola, Győr, 200 p.

Kundi, V. (2014). *Fesztiválok jellemzői és jelentőségük napjaink turizmusában*. Publikon Kiadó, Győr.

Leone, L., & Montanari, F. (2021). The impact of festivals on the image of a cultural industry: The case of the new Italian dance platform. *Poetics*, Vol. 92, Part B, pp. 1-15.

Lőrincz, K. & Sulyok, J. (2017). *Turizmusmarketing*. Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 357 p.

Maeng, H. Y., Jang, H. Y. & Li, J. M. (2016). A critical review of the motivational factors for festival attendance based on meta-analysis. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 17, pp. 16-25.

Magyar Fesztivál Szövetség (2020a). A COVID-19 járvány várható hatásai és szükséges intézkedések 1. rész. Elérhető: <http://fesztivalszovetseg.hu/wp-content/uploads/2020/04/Magyar-Fesztiva%CC%81l-Szo%CC%88vetse%CC%81g.pdf> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 05.)

Magyar Fesztivál Szövetség (2020b). A COVID-19 járvány várható hatásai és szükséges intézkedések 1. rész. Elérhető: <http://fesztivalszovetseg.hu/wp-content/uploads/2020/06/MFSZ-II.felm%C3%A9r%C3%A9s-eredm%C3%A9nyek-1.pdf>

Magyar Fesztivál Szövetség (2022) Elérhető: <https://fesztivalszovetseg.hu/>. (Utolsó letöltés: 2022. 03. 19.)

Magyar Közlöny (2020a). 2020. évi 45. szám. Elérhető: <https://magyarkozlony.hu/dokumentumok/c4210b08dd73832b3ca261193f85d508498c9718/letoltes> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

Magyar Közlöny (2020b). 2020. évi 123. szám. Elérhető: <https://magyarkozlony.hu/dokumentumok/bd52d38038b085b5ffdebc8a1798ca3e73e433cb/letoltes> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

Magyar Közlöny (2021). 2021. évi 94. szám. Elérhető: <https://magyarkozlony.hu/dokumentumok/131c0a0d4454de6ee3ae55d11a26ea9b47ddac05/megtekintes> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

Magyar Turisztikai Ügynökség (2021). Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 Elérhető: https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf (Utolsó letöltés: 2022.04.08.)

Mair, J. (2019). *The Routledge Handbook of Festivals*. Routledge, New York, London, 428 p.

Malhotra, N. K. & Simon, J. (2009). *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 832. p.

Music Hungary Szövetség (2020). Hazai koncert- és fesztiváljegy áfakulcsok potenciális csökkentésének hatásvizsgálata. Elérhető: https://musichungary.hu/wp-content/uploads/2020/11/PwC_Music-Hungary_Koncert-e%CC%81s-fesztiva%CC%81a%CC%81fa-hata%CC%81stanulma%CC%81ny_20201007.pdf (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

NRC Piackutató (2008). A kultúra iránt is érdeklődnek a fesztiválozó fiatalok. Elérhető: <https://nrc.hu/egyeb/a-kultura-irant-is-erdeklodnek-a-fesztivalozo-fiatalok/> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 11.)

NRC Piackutató (2018). Melyik a legnépszerűbb fesztivál? Elérhető: <https://nrc.hu/nrc-hirek/fesztivalok2018/> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 11.)

Perron-Brault, A., de Grandpré, F., Legoux, R. & Dantas, D. C. (2020). Popular music festivals: An examination of the relationship between festival programs and attendee motivations. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 34, 100670

Portugal, J. P., Correia, A. & Águas, P. (2022). Decisions on participation in music festivals: an exploratory research in Portugal. *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 13, Issue 2, 1758-2954

Rácz, A. (2019). Magyarország országképe és a turizmusbiztonsággal kapcsolatos attitűdök empirikus vizsgálata 2018-ban. *Turizmus Bulletin*, 14. évfolyam, 4. szám, pp. 41-48.

Süli, D. & Martyn-Csamangó, Z. (2017). A közösségi média szerepe a fesztiválturizmusban - a Szegedi Ifjúsági Napok és a Green Future példáján. *Turizmus Bulletin*, 17. évfolyam, 3-4. szám, pp. 24-32.

Szabó, J. & Hires-László, K. (2016). Régi és új kultúra. In: Székely, L. (szerk.). *Magyar fiatalok a Kárpát-medencében – Magyar Ifjúság Kutatás 2016*. Kutatópont Kft. Budapest, pp. 315-348.

Szabó, J. Z. (2014). *A fesztiváljelenség*. Typotex Elektronikus Kiadó Kft., Budapest, 288 p.

Székely, L. & Szabó, A. (2017). Magyar ifjúság kutatás 2016: az ifjúságkutatás első eredményei. Új Nemzedék Központ. Elérhető: http://www.ujnemzedek.hu/sites/default/files/magyar_ifjusag_2016_a4_web.pdf (Utolsó letöltés: 2022. 04. 11.)

Székely, L. (szerk.) (2016). *Magyar fiatalok a Kárpát-medencében – Magyar Ifjúság Kutatás 2016* (tanulmánykötet). Kutatópont Kft. – ENIGMA 2001 Kiadó és Médiaszolgáltató Kft., Budapest, 508 p.

Tan, K.-L., Sim, A. K. S., Chai, D. and Beck, L. (2020). Participant well-being and local festivals: the case of the Miri country music festival, Malaysia. *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 11, No. 4, pp. 433-451.

turizmus.com (2018). A megyeszékhelyek lakói imádnak fesztiválozni. Elérhető: <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/a-megyeszekhelyek-lakoi-imadnak-fesztivalozni-1159059> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 11.)

turizmus.com (2021a). Elmarad a Balaton Sound és a VOLT Fesztivál. Elérhető: <https://turizmus.com/desztinaciok/elmarad-a-balaton-sound-es-a-volt-fesztival-1174010> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

turizmus.com (2021b). Idén sem lesz Sziget. Elérhető: <https://turizmus.com/desztinaciok/iden-sem-lesz-sziget-fesztival-1174763> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

Veres, Z., Hoffmann, M. & Kozák, Á. (2016). *Bevezetés a piackutatásba*. Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 396 p.

vg.hu (2019).

Vinnicombe, T. and Sou, P.U.J. (2017). Socialization or genre appreciation: the motives of music festival participants. *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 8, No. 3, pp. 274-291.

szigetfestival.com (2022). Sziget Fesztivál. Elérhető: <https://szigetfestival.com/hu/> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

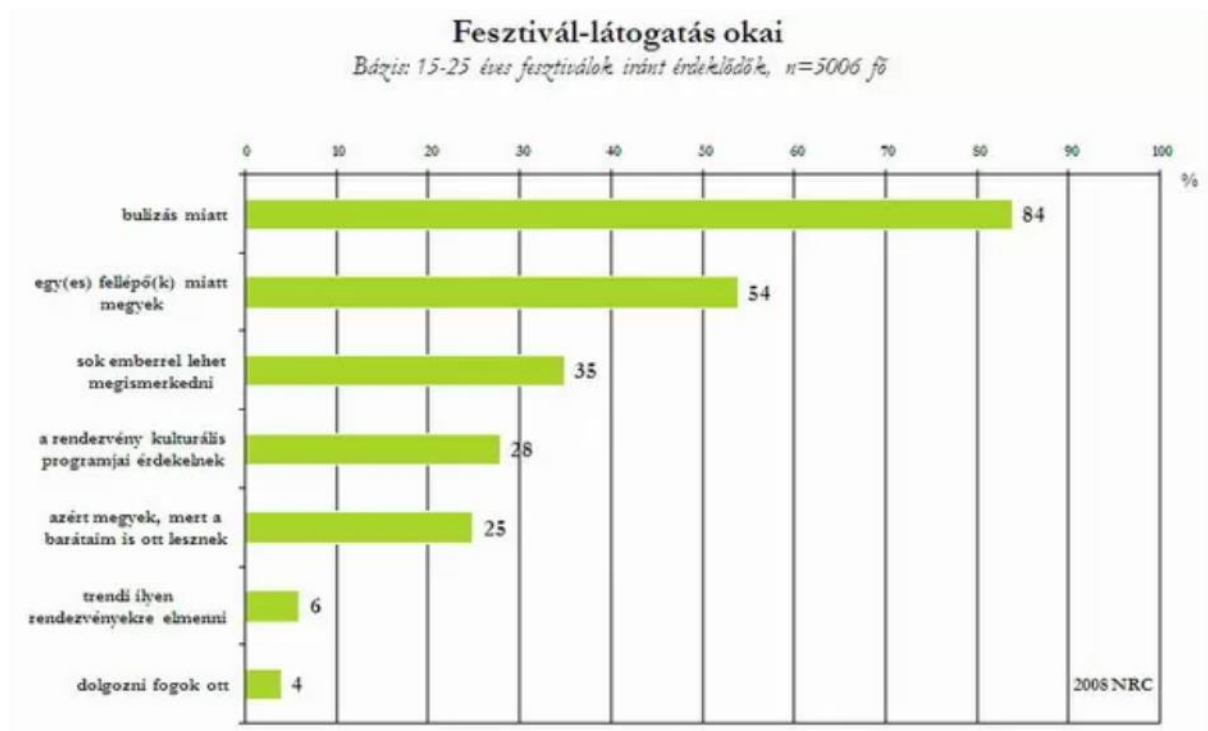
volt.com (2022). VOLT Fesztivál. Elérhető: <https://volt.hu/hu/> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

balatonsound.com (2022). Balaton Sound. Elérhető: <https://balatonsound.com/hu/> (Utolsó letöltés: 2022. 04. 09.)

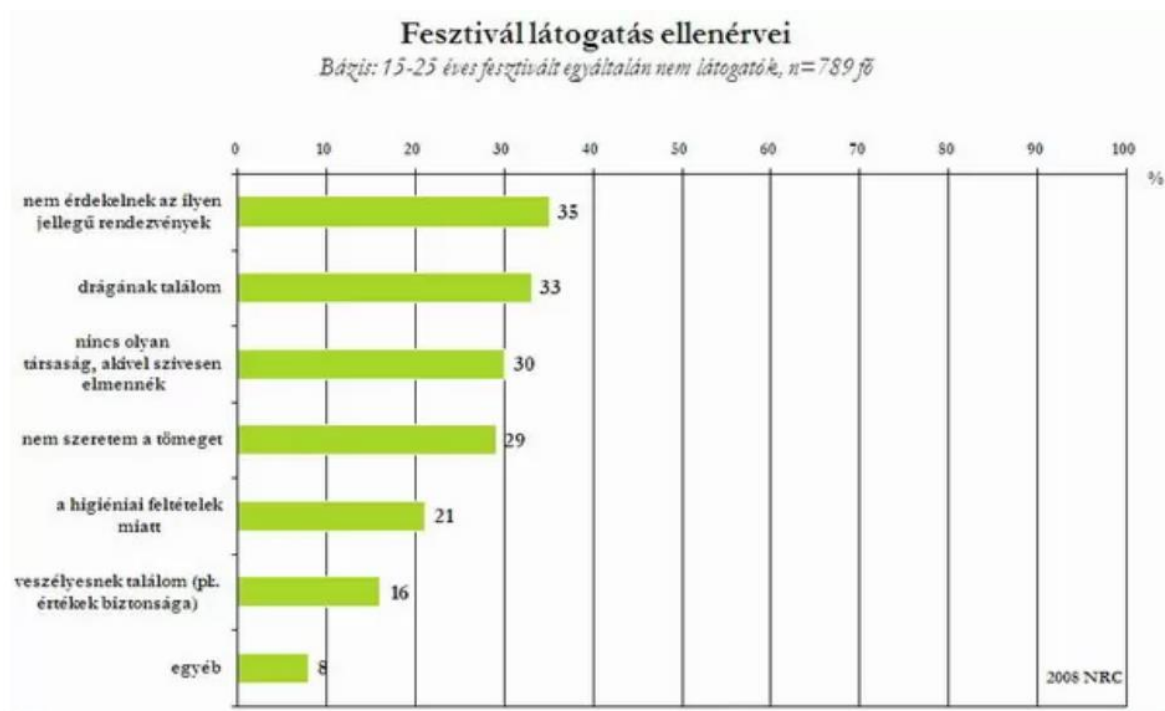
8. Mellékletek



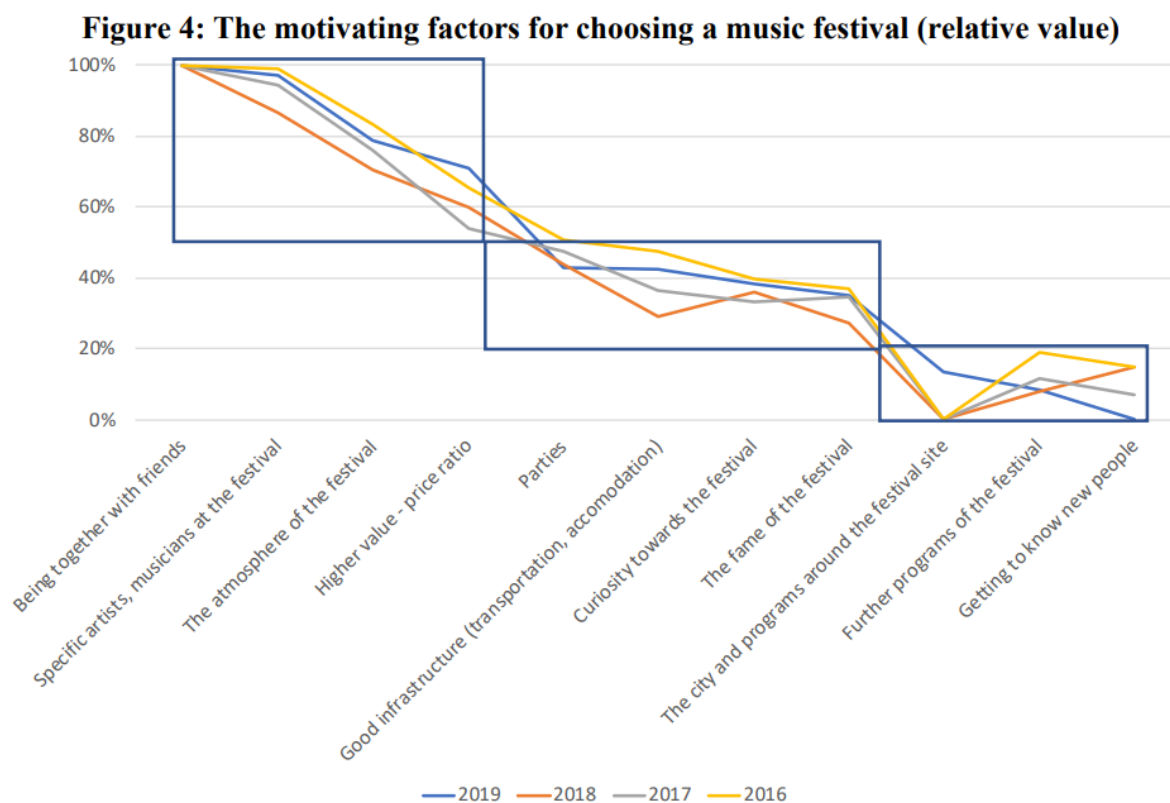
1. melléklet: Fesztivál toplistát a 18-39 évesek körében, NRC Piacelemző (2018)



2. melléklet: Fesztivál-látogatás okai, NRC Piacelemző (2008)



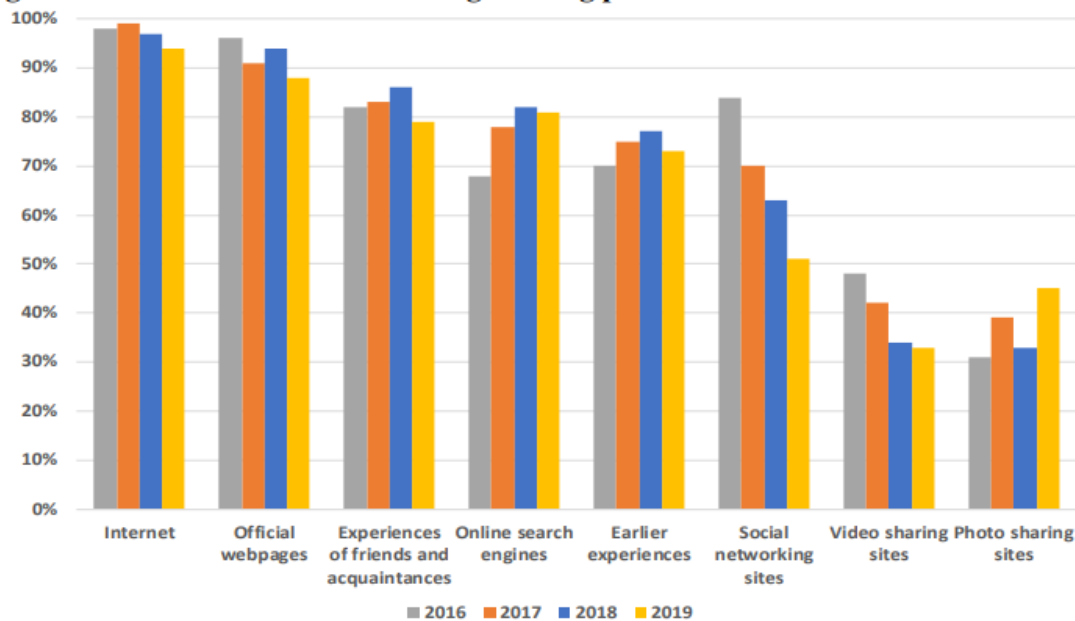
3. melléklet: Fesztivállátogatás ellenérvei, NRC Piacelemző (2008)



Source: author's own research

4. melléklet: Zenei fesztivál választásának motivációs faktori, Iványi (2020, pp. 203)

Figure 1: Tendencies of information gathering platforms in the case of music festivals



Source: author's own research

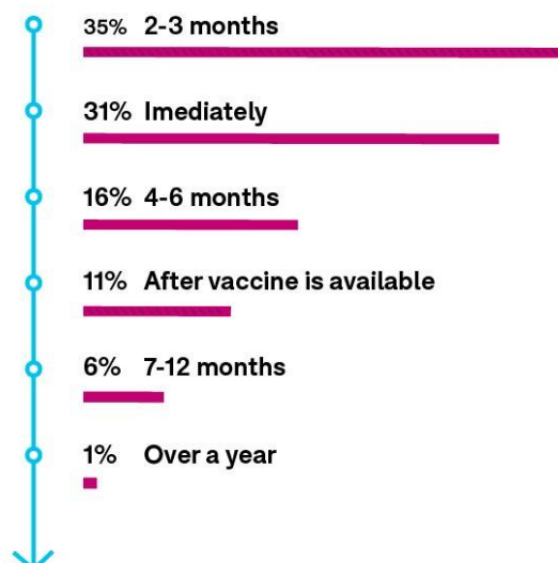
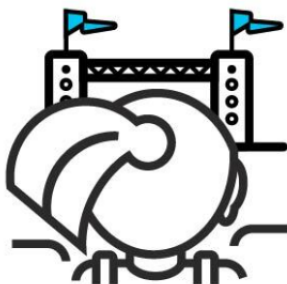
5. melléklet: Információgyűjtő platformok a zenei fesztiválok esetében, Iványi (2020, pp. 201)

The first festival back

It looks like a case of absence makes the heart grow fonder, as 31% of festival-goers we surveyed would feel confident enough to return to live events immediately after lockdown is lifted, while 35% would do so around 2-3 months after.

82%

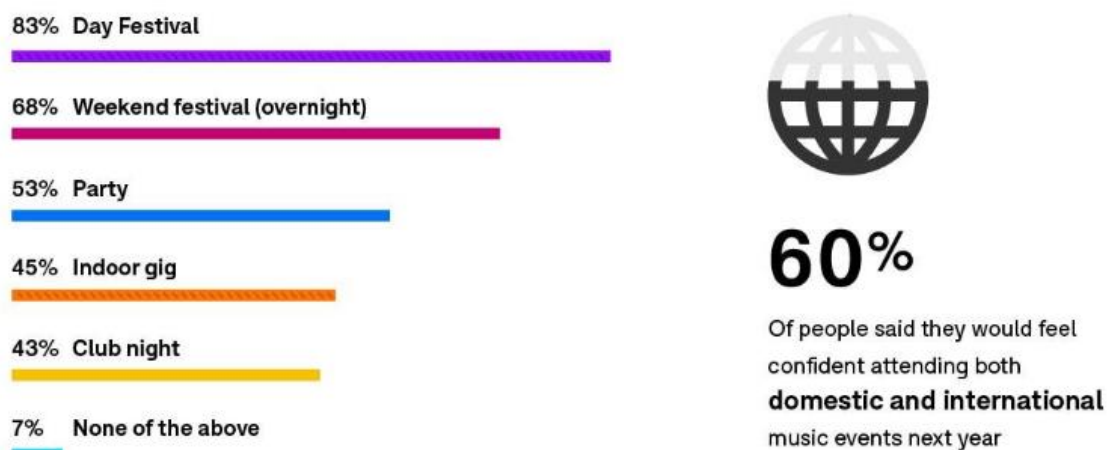
Of fans would feel confident attending a festival **within one to six months** of lockdown being lifted.



6. melléklet: Pandémia utáni első visszatérés a fesztiválokra, Festicket (2020)

What type of events will festival-goers feel most comfortable attending?

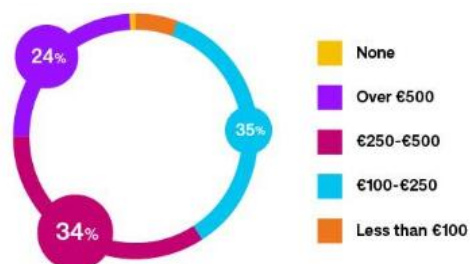
Understandably day festivals top the list of events that festival-goers will happily return to first once lockdown is lifted, however, just under 70% said they'd happily go to a weekend festival.



7. melléklet: Rendezvény típusa, ahol kényelmesen éreznék magukat a fesztiválozók, Festicket (2020)

Future spend

Despite all this, festival-goers are still prepared to spend big on their festival trip, with 34% saying they'll spend between €250-€500 on future trips, while another 24% said they'll spend more than €500



8. melléklet: Fesztiválozók jövőbeli költségei, Festicket (2020)

The new normal

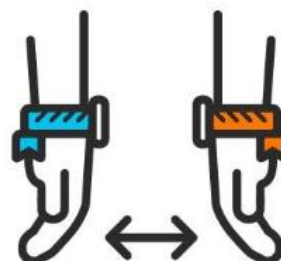
Festival-goers expect live events to adapt given these unprecedented circumstances, introducing a number of extra measures to help protect them and ease their anxieties, such as hand sanitising stations, reduced capacity and free cancellation.



Comprehensive
Cleaning Measures



Outdoor venues



Reduced capacity &
social distancing

9. melléklet: Új normák a fesztiválokon, Festicket (2020)

The most important factors when booking future festivals

88% of festival-goers admitted that the lineup will still be the most important factor when booking future events.



10. melléklet: Legfontosabb szempontok a fesztivál választásánál, Festicket (2020)

Fókuszcsoportos interjú vezérfonala

Általános, bevezető kérdések

- Bemutatkozás (név, életkor, lakhely, foglalkozás, utazási szokások, szabadidő)
- Mi az a 3 szó, ami először eszedbe jut a fesztivál szóról?
- Mi jellemzi a zene iránti érdeklődésedet, zenei fogyasztásodat?

Fesztiválokkal kapcsolatos kérdések

- Vettél már részt fesztiválon?

Ha már vett részt:

- Milyen típusú fesztiválokat ismersz az egész világon?
- Milyen típusú fesztiválokat ismersz Magyarországon?
- Fontosak szerinted a fesztiválok? Miért?
- Milyen típusú fesztiválokon szoktál részt venni?
- Milyen gyakran szoktál részt venni fesztiválokon?
- Mi motivál arra, hogy részt vegyél fesztiválokon?
- Kikkel szoktál részt venni fesztiválokon? Miért velük?
- Hogy érezted magad azokon a fesztiválokon, amelyeken korábban részt vettél?
- Mi volt a legjobb és a legrosszabb fesztivál élményed?

Ha nem vett még részt:

- Milyen típusú fesztiválokat ismersz az egész világon?
- Milyen típusú fesztiválokat ismersz Magyarországon?
- Fontosak szerinted a fesztiválok? Miért?
- Mi az oka annak, hogy nem vettél még részt fesztiválon?
- Mi motiválna arra, hogy részt vegyél?
- Milyen típusú fesztiválra látogatnál ki szívesen?
- Kikkel látogatnál ki szívesen fesztiválokra?

Zenei fesztiválokkal kapcsolatos kérdések

- Milyen zenei fesztiválokat ismersz Magyarországon?
- Szerinted mitől vonzóak a magyar fesztiválok a belföldiek és a külföldiek számára?
- Mit gondolsz a hazai zenei fesztiválokról? (előadók, programok, árak, résztvevők)

Zenei fesztiválok fogyasztásával kapcsolatos kérdések

- Mi jellemző a zenei fesztiválokkal való kapcsolatra?

Ha vett már részt:

- Mi motivál arra, hogy részt vegyél zenei fesztiválokon?
- Milyen gyakran szoktál részt venni zenei fesztiválokon?
- Mely fesztiválokon szoktál részt venni?
- Kikkel szoktál részt venni zenei fesztiválokon?
- Mik azok a szempontok, amiket figyelembe veszel, amikor kiválasztod, hogy melyik zenei fesztiválon veszel részt? Ebből melyik az elsődleges?
- Mennyire fontos számodra a társaság a zenei fesztiválokon való részvétel közben?
- Befolyásolja az ár, illetve az ár változása a fesztiválon való részvételi hajlandóságodat?
- Ha voltál már többször ugyanazon a fesztiválon, mi motivált rá, hogy visszatérj?
- Mivel szoktál elégedett lenni és mivel nem a zenei fesztiválokon?

Ha nem vett még részt:

- Mi az oka annak, hogy nem voltál még zenei fesztiválon?
- Mi motiválna arra, hogy részt vegyél zenei fesztiválokon?
- Ha egy olyan előadó jönne, akiért rajongsz, miatta kilátogatnál egy fesztiválra?
- Mely fesztiválon vennél részt szívesen? Miért?
- Kikkel vennél részt szívesen zenei fesztiválokon?
- Befolyásolja az ár, illetve az ár emelkedése a fesztiválon való részvételi hajlandóságodat?

Covid-19 járvánnyal kapcsolatos kérdések

- Hogyan élted meg a járvány okozta bezártságot?
- Hiányzik a társaság a hosszú bezártság miatti elszigetelődésnek köszönhetően?
- Mit gondolsz arról, hogy eltörölték a zenei fesztiválokat a pandémia következtében?
- Milyen hajlandóságot érzel, hogy részt vegyél tömegrendezvényeken?
- Hogyan élted meg, hogy nem tudtál részt venni zenei fesztiválokon?
- Hatással voltak a járvány miatti korlátozások a zenei fesztiválokhoz való hozzáállásodra?
- Hogyan alakította a járvány a motivációd, hogy részt vegyél zenei fesztiválokon? Miért?
- Részt veszel idén zenei fesztiválon? Ha igen, melyiken? Ha nem, miért nem?

11. melléklet: A kutatás vezérfonala

Név	Életkor	Lakhely	Foglalkozás	Fesztivál (db)
Sosem volt még fesztiválon				
Anna	21	Budapest	egyetemista (emberi erőforrások, KRE)	0
Bence	22	Dunakeszi	egyetemista (turizmus-vendéglátás, BCE)	0
Dorina	21	Budapest	egyetemista (turizmus-vendéglátás, BCE)	0
Kristóf	22	Budapest	egyetemista (jog, ELTE)	0
Nándor	21	Budapest	egyetemista (gazd. informatikus, BGE)	0
Orsolya	22	Budapest	egyetemista (gazdmen., ELTE)	0
Tünde	21	Budapest	egyetemista (biológia, ELTE)	0
Viktória	22	Maglód	egyetemista (pszichológia, PPKE)	0
1-2 alkalommal járt fesztiválon				
Csenge	21	Budapest	egyetemista (tanár, KJE)	1
Fruzsina	21	Budapest	egyetemista (informatika, ELTE)	2
Gergő	19	Budapest	középiskolai tanuló	1
Jázmin	16	Budapest	középiskolai tanuló	1
Kata	18	Budapest	középiskolai tanuló	2
Márton	22	Budapest	levelező egyetemista, vállalkozó	2
3 vagy több alkalommal volt fesztiválon				
Bálint	21	Budapest	egyetemista (gazdmen. BME)	3
Botond	21	Budapest	egyetemista (élelmiszer-mérnök, BME)	6
Dávid	23	Pécs	egyetemista (tanári szak, PTE)	8
Eszter	23	Budakalász	egyetemista (politikatudomány, BCE)	3
Fanni	21	Budapest	egyetemista (kommunikáció, KJE)	7
Gábor	23	Budapest	egyetemista (jog, PPKE)	15
Tündi	21	Kerepes	egyetemista (kermark. BGE)	3

12. melléklet: A kutatás résztvevőinek bemutatása