

KUNDI VIKTÓRIA

A Győri Magyar Táncfesztivál gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemző bemutatása

A kulturális fesztiválok száma hazánkban az elmúlt tíz évben robbanásszerűen nőtt, hatásuk a rendező település életében nem elhanyagolható. A fesztiválok erőteljes fejlődése indokoltta teszi gazdasági és társadalmi-kulturális hatásaik vizsgálatát, ugyanakkor a rendezők érdektelensége, a mérési és lehatárolási nehézségek miatt az elemzések főként a gazdasági és üzleti eredményességre fókuszálnak. Emellett szükséges lenne a társadalmi-kulturális hatások vizsgálatára nagyobb hangsúlyt fektetni, hiszen a fesztiválok mint közösségi találkozási helyek élményszerzési lehetőségek rövid, közép- és hosszú távon is visszahatnak a helyi lakosság életminőségére, a városok fejlődésére.

E tanulmány célja, hogy feltárja a Győri Magyar Táncfesztivál gazdasági és társadalmi-kulturális hatásait. A rendezvény a térség egyik meghatározó vonzereje, nemzetközi „A” minősítésű. A vizsgálat igyekszik bemutatni, hogy egy dinamikus gazdasági helyzetben lévő iparvárosban hogyan tud prosperálni, és milyen szerepet játszik egy kulturális attrakció, amely eredetileg szakmai platformként jött létre. Természetesen ahhoz, hogy a fenti vizsgálat elvégezhető legyen, szükséges volt a nemzetközi szakirodalom, gazdasági és társadalmi-kulturális hatásvizsgálatokra alkalmazott módszereinek megismerése, tanulmányozása. Hazánkban a fesztiválok említett hatásaival kapcsolatban tudományos munkák még csupán rendkívül kis számban születtek. A tanulmány a fentiek alapján rövid elméleti áttekintést nyújt azokról a nemzetközileg használt mérési módszerekről, amelyek alapján a primer kutatást végeztem.

A tanulmány két fő részből áll. A módszertani felvezetést követően, rövid elméleti felvezető után, Győr turisztikai adottságainak elemző bemutatása olvasható. A kutatás második részében, módszertani fejezetben ismertetett módon lebonyolított empirikus vizsgálatok eredményeit mutatom be. A primer vizsgálatok 2010–2011 adatfelvételének eredményeit tartalmazzák.

A kulturális fesztiválok jelentősége hazánkban

Talán az otthonulás ellensúlyaként terjedt el a *fesztiválkultúra* (Hunyadi 2004). E rendezvények egyre nagyobb tekintélynek örvendenek. Ennek egyik oka a bennük rejlő gazdasági potenciál, másrészt az általuk közvetített kultúra közösségformáló hatása. Ezek a rendezvények olyan speciális turisztikai termékek, amelyek egy kötöttebb (ceremoniális) és egy lazább, szórakoztató (fringe) részből tevődnek össze (Erdős 2004), és egyszerre a szűkebb értelemben vett kulturális események és a tágabb értelemben vett kultúra demonstrációi (Kapitány–Kapitány 2009).

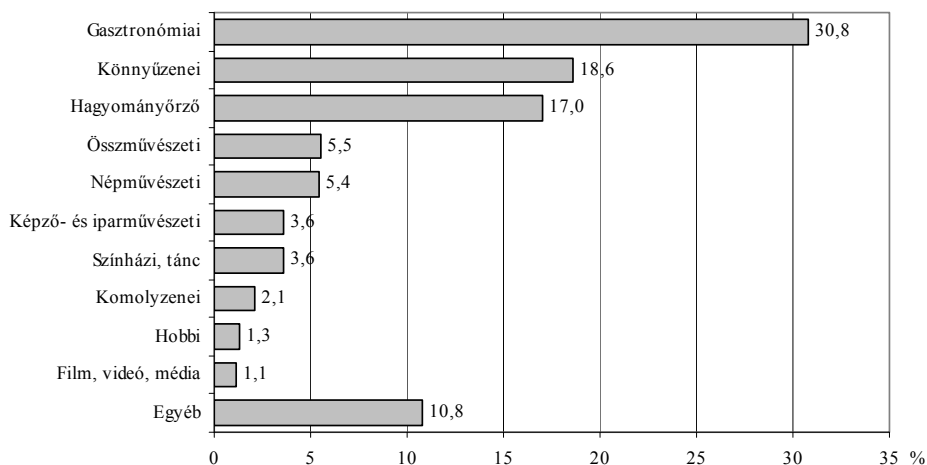
A fesztivál szervezőinek célja a helyi kulturális és történelmi témák alapján olyan éves rendezvények kialakítása, amely látogatókat vonz (Liang–Illum–Cole 2008, Raj 2003), biztosítva közben, hogy a helyi közösség kultúráját és fejlődését megossza a láto-

gatókkal (Liang–Illum–Cole 2008). A fesztivál- és eseményturizmusnak köszönhetően ma a kulturális turizmus virágkorát éljük (Liang–Illum–Cole 2008, Raj 2003, UNEP 2002).

A kulturális fesztiválok erősödő népszerűsége napjainkban vitathatatlan. Egy részük – ahogy ez az általam készített mélyinterjúkból is kiderült –, a turisztikai szezon nyújtása céljából jött létre, hogy a „holszezonban” is biztosítva legyen a szállodák kihasználtsága (például Budapesti Tavaszi Fesztivál), míg más kulturális fesztiválok a rendező város, település gazdasági problémáját igyekeztek arculatformálással egybekötött kulturális fesztivál létrehozásával megoldani. Utóbbiakra lehet példa a Miskolci Nemzetközi Operafesztivál, ahol „A zene várost épít” szlogenre alapozva igyekeztek a fenti célt elérni. Azonban míg az első kategóriába tartozó fesztiválok épp az idegenforgalmi szuprastuktúra kihasználása érdekében alakultak, addig az utóbbi csoportba tartozó Miskolci Operafesztivál pont ennek hiányától, kiépitetlenségtől szenved.

1. ábra

A felkeresett fesztiválok megoszlása a fesztiválok típusa szerint



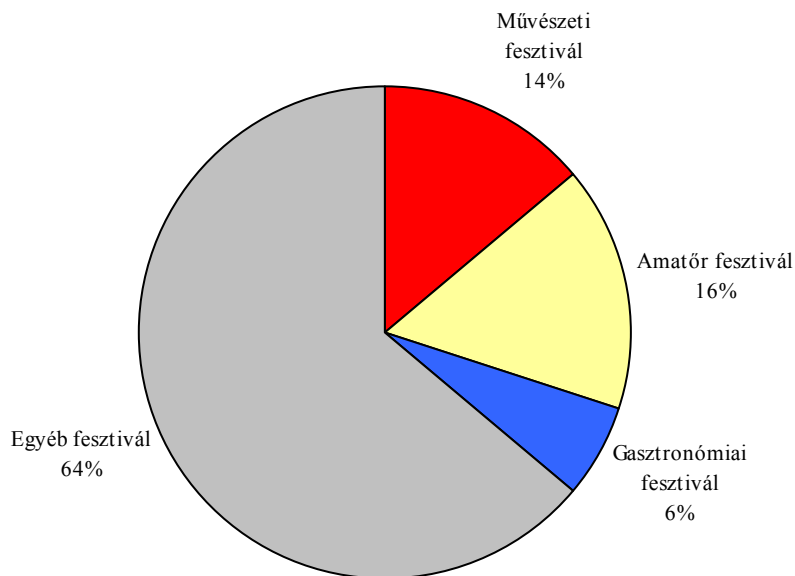
N=711 fesztivállátogatás;

Forrás: MT Zrt. és M.A.S.T. alapján Sulyok 2010.

Amint az a fenti ábrán jól látszik, hazánkban a gasztronómiai fesztiválok a legnépszerűbbek. Azonban ha a fenti ábra azon adatait összesítjük, amelyek kulturális vonatkozású fesztiválok látogatására vonatkoznak (hagyományőrző, összművészeti, népművészeti, képző- és iparművészeti, színházi, tánc, komolyzenei), úgy 37,2%-ban a kulturális motívációjú fesztivállátogatás a legmeghatározóbb.

Az előbbi ábra sorrendjét alapvetően az egyes rendezvények célcsoportjainak szélessége és a hozzájuk kötődő árak határozhatják meg. Míg ugyanis a gasztronómiai fesztiválok széles célközönséget szólítanak meg és sok esetben ingyenes programokkal várják a látogatókat, addig a komolyzenei, összművészeti vagy táncfesztiválok szűk célszögmenssel rendelkeznek, illetve az általuk felolelt produkciók jellemzően jegyárasak, amit csak a fent említett szűk célcsoport tud és hajlandó megfizetni.

2. ábra

A regisztrált fesztiválok fő műfaja hazánkban, 2011

N=319.

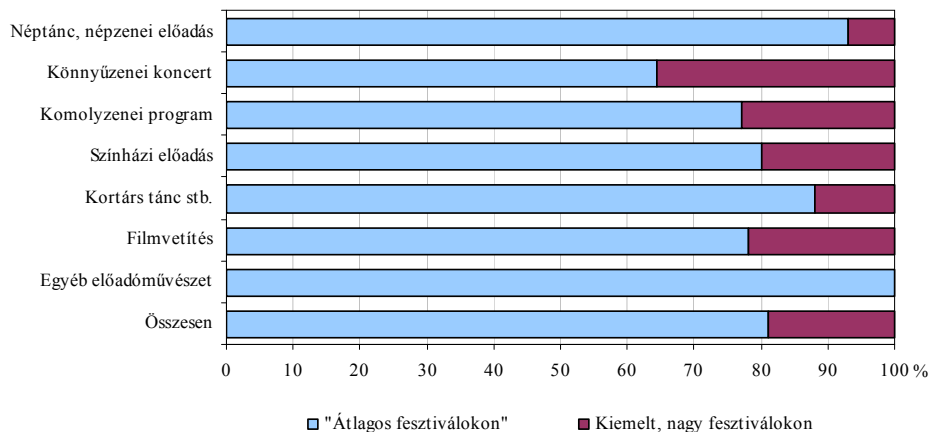
Forrás: www.fesztivalregisztracio.hu¹ alapján saját szerkesztés.

Ugyanakkor annak ellenére, hogy e fesztiválok csupán szűk réteget céloznak meg, jelentős multiplikatív hatással rendelkeznek, hiszen a kulturális rendezvényeket látogatók magas költségű vendégek. Ezt támasztja alá az Magyar Táncfesztivál (MT) Zrt. eredménye is, ami kimutatta, hogy a legmagasabb költséssel az összművészeti fesztivált látogatók rendelkeztek átlagosan 26 657 forint/háztartás költséssel. Ezzel szemben a gasztrófesztiváloknál a látogatók a háztartásonkénti 14 905 forinttal még az átlagköltséget sem érték el (a fesztivállátogatók a vizsgálat időszakában átlagosan 17 722 forintot költöttek háztartásonként).

A kulturális fesztiválok jelentősége hazánkban nem csak keresleti, hanem kínálati oldalról is alátámasztható. Az NKA 2006-os felmérése során a szervezők a fesztiválok számára megjelölt három legfontosabb érték közül első helyre a „magas művészeti érték” létrehozását jelölték, a második legfontosabb cél az idegenforgalmi szempontok említése volt (Hunyadi–Inkei–Szabó 2006, 53. o.).

¹ <http://www.fesztivalregisztracio.hu/index.php?modul=cms&page=statisztika> (Letöltve: 2011. 03. 19.)

3. ábra

A különböző események megoszlása kiemelt és „átlagos” fesztiválonként, 2006

Forrás: Hunyadi–Inkei–Szabó 2006 alapján saját szerkesztés.

A kutatás módszertana*A gazdasági hatások mérési lehetőségei*

A gazdasági hatások mérésére nemzetközi viszonylatban számtalan lehetőség létezik, ezek azonban nagyrészt itthon – a leggyűjtött adatok hiánya miatt – nem használhatók (Kundi 2012). Ilyen módszerek a multiplifikációs modellek és a területi incidensanalízis, amelyekkel az elmúlt évtizedekben rengeteg kutató foglalkozott (Crompton–McKay 1993, Crompton 1995, Getz 1991, Blake 2000, Blake–Durbarry–Sugiyarto 2001, Snowball–Androbus 2002, Raj 2003). A multiplifikációs modellek egy részénél a kutatók a „jövedelmi multiplifikátorra” helyezik a hangsúlyt (Raj 2003), más esetekben az „értékesítési multiplifikátoroké” a főszerep (Crompton–McKay 1993).

Mivel a hagyományos multiplifikációs számítások rendkívüli összetettsége a vizsgálatokat költségessé tette és jelentősen megnehezítette, szükséges volt annak átalakítása. Ennek köszönhetően Bieger–Frey a modell egyszerűsítése által létrehozta a területi incidensanalízist (1998, hivatkozva Scherer–Strauf–Bieger 2002). Ez gyakorlatilag nem más, mint egy egyszerűsített multiplifikációs számítás, amely az állami költségvetés és egyéb nyilvános beavatkozások összegző módszere. „Incidens” alatt a beavatkozások minden, nem csupán monetáris hatását értjük.

Több szakértő szerint fő előnye, hogy különösebb módszertani előképzettséget nem igényel, eredményei mégis átláthatók (Scherer–Strauf–Bieger 2001, DHPG 2009). Ez azonban csak akkor igaz, ha az adatokat a statisztikai hivatalok – véleményem szerint – legalább negyedéves bontásban gyűjtik és rendszerezik, egyéb esetben a hiányzó adatok pótlása és lekérdezése komoly szakértelmet és így a vizsgálat rendkívül magas fajlagos költséget eredményez. A területi incidensanalízis modell is számol tehát direkt módon nem mérhető, úgynevezett nem érzékelhető hatásokkal, amelyek alatt eredetileg az inf-

rastrukturális, imázs és ismertségi, munkaerőpiacra ható tényezőket, valamint a jobb önkormányzati és privát szféra közötti együttműködés, illetve a helyi vállalkozási környezet együttes hatását értik (Coopers&Lybrand Deloitte 1990, Spilling 1999, Scherer–Strauf–Bieger 2002).

A multiplikációs modell és a területi incidensanalízis közötti fő különbség a helyi lakosok költségének meghatározása. A multiplikációs modell ugyanis nem minden esetben számol a helyi lakosság költségével arra hivatkozva, hogy ez nem befolyásolja a desztinációban egy adott esemény következtében megjelenő „új pénzt”, vagyis többletbevételt. Eszerint a fesztiválok gazdasági hatásainak mérésekor kizárólag a látogatók, a média költségét, valamint azokat a külső önkormányzati forrásokat, banki, illetve befektetői támogatásokat szabad számításba venni, amelyek nem a helyi közösségből származnak. Ezzel szemben az incidensanalízis alapoz a helyi lakosság költségére is, mivel e módszer hívei szerint meghatározó a desztináció helyi lakosságának fogyasztásában bekövetkező változása is egy adott esemény hatására (Crompton–McKay 1994, Crompton 1995, Snowball–Antrobus 2002, Scherer–Strauf–Behrendt 2002). Véleményem szerint is fontos a helyi lakosság költségének bevonása a gazdasági hatástanulmányokba, ahogy arra Johnson és Sack (1996) is felhívja a figyelmet, hiszen ez is „új pénz” gazdaságban történő megjelenését jelenti abban az esetben, ha a fesztivál elmaradása esetén a helyi lakosok ezt az összeget nem költötték volna el („opportunity cost”). A fesztiválok gazdasági mérésére használt további modellek (hozzájárulási modell, jegyértékesítési és elszállásolási módszer) nem vagy csak részben veszik figyelembe a tovaggyűrűző hatásokat (Kundi 2012). Ahogy az fentebb látható, a mérési módszerek rendkívül bonyolultak és hatalmas, rendszeresen legyűjtött adat- és magas pénzügyi háttérigénnyel rendelkeznek. Mivel a fesztiválszervezés mint önálló tevékenység hazánkban nem rendelkezik TEÁOR’08 besorolással, jelen tanulmányban a területi statisztikai adatok hiányosságából kifolyólag, a szervezők által rendelkezésemre bocsájtott anyagok elemzésére támaszkodhattam csupán.

Társadalmi-kulturális hatások mérési lehetőségei

Számtalan módszert kidolgoztak a társadalmi-kulturális hatások mérésére, azonban e hatásokkal kapcsolatos fő mérési nehézségek alapvetően abból adódnak, hogy „láthatatlan”, nehezen vagy nem mérhető hatásokról van szó (Rátz 1999, Small–Edwards–Sheridan 2005).

1. táblázat

A fesztiválok nemzetközileg alkalmazott társadalmi-kulturális hatásmérési módszereinek összefoglaló táblázata

Modell neve	Főbb ismérvek	Alkalmazási problémák
Foglalkoztatási multiplifikátor	A turisták költségéhez kapcsolódó közvetett, közvetett és indukált hatását méri a munkaerőpiacra vonatkoztatva, vagyis, hány teljes munkaidős állásnak megfelelő állás jön létre a látogatói költség következtében.	A KSH a fesztiválszervezőkről, valamint az általuk foglalkoztatottakról nem gyűjt be adatokat, így a módszer használata hazánkban nem lehetséges.
Önkéntesek számának mérése	A fesztivál helyi „beágyazottságát” mutatja.	Önmagában nem elég a társadalmi-kulturális hatások mérésére, ugyanakkor fontos lehet egy fesztivál helyi közösség életében játszott szerepével kapcsolatban.
Retrospektív módszer	Fesztivált követő hatásmérés, a „hibákból tanulás” módszere.	A kezdeti időszakban alkalmatlan longitudinális mérések megalapozására, mivel nincs viszonyítási adat, ugyanakkor rendszeres használata fontos információkat jelenthet a fesztiválszervezők számára.
Szociális Hatásértékelési Módszer (SIE)	A módszer első része átfogó képet ad a fesztiválról, míg a második rész empirikus eredményeket mutat be, amelyek a Likert-skálán alapulnak.	A módszer alkalmazható, azonban összetett módszertant, komoly szakértelmet igényel. Teljes egészében adoptálható a hazai fesztiválok vizsgálatára.
Társadalmi Hatáselemzés (SIP)	Szociális költségek és szociális hasznok kérdéscsoportja alapján 47 állítást fogalmaz meg, amelyet a válaszadók 11 fokú skálán értékelnek.	A módszer technikai kivitelezhetősége bonyolult a 11 fokú skálázási technika miatt. Hazai adaptáció esetén ezt hét- vagy ötfokúvá átalakítva célszerű a fesztiválok mérésére használni.
Turisztikai Hatás Attitűd Skála (TIAS)	20 fő állítás Likert-skála vizsgálata, amely a fesztiválturizmus megítélését tüzi ki fő céljának a válaszadók demográfiai és szocioökonómiai paramétereire alapján.	Adaptálható, könnyen, gyorsan, kis költségvetéssel lebonyolítható módszer, releváns információkkal szolgálhat a fesztiválszervezők számára.

Forrás: saját szerkesztés.

A fenti módszerek közül a Magyar Táncfesztivál mérésére a SIP és a TIAS módszereket adaptáltam és kombináltam retrospektív felméréssel. A módszer tesztelésképpen vizsgáltam a fesztivál társadalmi-kulturális hatásait.

A primer vizsgálatot mélyinterjúkra és kérdőíves vizsgálatra alapoztam. Az interjúk során Bészné Molnár Ilonát (BMI), a Magyar Táncfesztivál gazdasági igazgatóját és Keszeiné Tóth Bernadettet (KTB), a fesztivál marketingvezetőjét, művészeti titkárát kérdeztem. A kérdőívet 324 győri lakossal töltöttem ki. A vizsgálat során kérdezőbiztosok segítettek munkámat. A kérdőíves vizsgálat feltétele volt a 25 év feletti kor (a diszkrecionális jövedelem szempontjából meghatározó), valamint, hogy a válaszadó alanyok ismerjék a fesztivált. Ez utóbbi kritérium azért volt rendkívül fontos, mert csupán így nyerhettem releváns válaszokat a fesztivál lakossági megítélését tekintve.

Győr turizmusa a számok tükrében

Az elsődleges és másodlagos turisztikai szuprastruktúra vizsgálata azért elengedhetetlen, mivel területi dimenzióban ezek elhelyezkedése determinálhatja, számuk, kihasználtságuk pedig részben visszacsatolást jelenthet a rendezvények turisztikai sikerességével kapcsolatban. Győr ipari múlttal és jelennel rendelkezik, az ország egyik legfejlettebb, modern iparvárosa. Turisztikai vonzerejét tekintve hazánk vonzerőkben második legjelentősebb vidéki települése, 2010-ben elnyerte a Magyar Kultúra Fővárosa címet. Érdeklőség, hogy a Hunyadi Zsuzsa által a Nemzeti Kulturális Alap (NKA) megbízásából 2005-ban készített tanulmány Győr esetében megállapította, hogy bár a város lakói elégedettek, kulturális aktivitásuk (Szeged után) jelentős (82%), városukat versenyképesnek ítélik meg, viszont itt a legnagyobb az idegenek elutasítása és a legkisebb a vendégszeretet, amely turisztikai szempontból mindenképpen hátrány lehet. (Összehasonlításképpen: bár Miskolc több tekintetben kedvezőtlen helyzetű város, kulturális vonatkozásban, különösen a fesztiválipar és az épített környezet, a tudományos és szellemi élet nyújt elégedettséget a lakosság számára.) A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma Győrben 2008 és 2012 között jelentősen, 33,8%-kal nőtt, azonban 2008-ról 2009-re 16,6%-kal csökkent, amit a külföldi vendégek számának alakulása is követ. Vendégéjszakák tekintetében – a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek számának alakulása következtében – szintén erőteljesen visszaesés volt 2008-2009-ben, azonban a 2008–2012-es időszak adatai alapján összességében a külföldi vendég-éjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken 24,7%-kal nőtt. 2008–2009-ben a belföldi vendég-éjszakák is drasztikusan visszaestek, 12,3%-kal, míg összességében 2008–2011-ben jelentős, 69,7%-os növekedés volt. 2011-ben Győrben 52 kereskedelmi szálláshely működött, ebből 28 szálloda. 2008-ról 2009-re a kiadható szobák száma 8%-kal visszaesett, amit a kiadható férőhelyek számának változása is követ. Ezt követően azonban bővülés volt, így összességében a 2008–2011-es időszakot vizsgálva a kiadható szobák száma 2,3, a kiadható férőhelyek száma 4,4%-kal növekedett. Pozitívum, hogy míg 2000-ben a kereskedelmi szálláshelyeket tekintve Győrben a férőhelyek csupán 41,2%-a volt szállodai férőhely, addig 2011-re ez az arány 47,3%.

A szálláshelyek vendégforgalmi adatait összegezve elmondható, hogy a külföldi és belföldi vendégek száma is nőtt, ahogyan az általuk a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma is. Főként a szállodai elhelyezést preferálják. Amennyiben a vizsgált Magyar Táncfesztivál kétévenkénti rendezési periódusainak időszakában vizsgáljuk a vendégéjszakák és a kereskedelmi szálláshelyek kihasználtságának adatait, megállapítható, hogy a rendezés éveiben ugyan vendégforgalom-emelkedés tapasztalható, ez azonban szemben áll a szálláshely-szolgáltatók körében elvégzett kérdőíves kutatással, amiből kiderült, hogy Győrben csupán egyetlen szállodában van érzékelhető turisztikai hatása a vizsgált rendezvénynek. A hotelek többsége úgy nyilatkozott, hogy a szálláshely egyáltalán nem fogad erre a fesztiválra érkező vendégeket.

A vendéglátóhelyek száma a vizsgált időszakban 2008-ig növekedett, majd 2009-re jelentősen csökkent. A vizsgált időszak utolsó évében, 2011-ben a városban 827 vendéglátóegység várta az oda látogatókat. Fontosnak tartom vizsgálni kulturális turizmus szempontjából a városokban nyújtott kulturális kínálat mennyiségi és minőségi mutatóit is. A városban viszonylag sok közművelődési intézmény van jelen (18), ez a város térségi

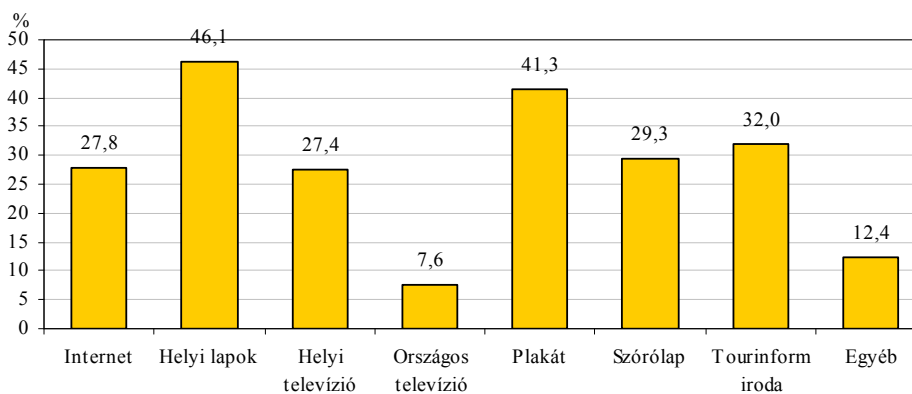
kulturális központ funkciójával magyarázható, hiszen Győr megyeszékhely és regionális központ is egyben. Számuk azonban 2008 óta folyamatosan csökken. Szintén a KSH adatai alapján igazolható, hogy 2006-ról 2011-re 17,7%-kal 1060-ra növekedett a kulturális rendezvények száma, azonban az igazi boom 2009–2010-ben volt, amikor több mint 3000 kulturális rendezvényt rendeztek meg. 2006-ról 2007-re a résztvevők számát vizsgálva komoly kiugrás történt (92,5%), ezt követően azonban csökkent a vendégszám, ami azonban 2011-ben még így is jelentősen meghaladta a kezdeti időszak adatait (+44,9%).

A Magyar Táncfesztivál lakossági megítélése

A fesztivál lakossági megítélésével kapcsolatban 324 kérdőívet töltöttek ki. A válaszadók 53,9%-ban nők, 46,1%-ban férfiak voltak. A megkérdezettek mindegyike hallott már a fesztiválról, hiszen ez kritériuma volt a vizsgálatnak, mivel releváns eredményeket a fesztiválról csak így kaphattam. A válaszadók jellemzően a helyi lapok (45,2%) és a plakátok (40,6%) szerepét emelték ki, míg a legjelentéktelenebb információforrás a Tourinform iroda volt, ahonnan csupán a megkérdezettek 3,2%-a szerzett tudomást a rendezvényről. A kutatás tehát alátámasztja a fesztivál szervezőitől rendelkezésemre bocsájtott, a 2010-ben lebonyolított látogatói kérdőívesítés eredményét, ahol a fesztiválról értesülők a legnagyobb arányban szintén a plakátot és az írott sajtót mint információforrást említették meg.

4. ábra

A Magyar Táncfesztivál fő információforrásai a válaszadók szerint



Forrás: saját szerkesztés.

A vizsgálat alanyainak 75,8%-a vett már részt előadáson vagy programon. A részvétel gyakoriságát tekintve elmondható, hogy rendszeresen a válaszadók több mint egynegyede látogatója a programoknak (27,1%), alkalmanként 53,3%-uk vesz részt előadásokon. Ez csupán részben magyarázható a jegyárakkal, amelyek az előadások színvonalát és a nemzetközi szinten alkalmazott művészeti rendezvények jegyárait figyelembe véve alacsonynak mondhatók. Ezt alátámasztja a mélyinterjú során elhangzott megállapítás is, amely a Magyar Táncfesztivál saját belső kérdőíves vizsgálatán alapul, eszerint „a fesztivi-

válon 2010-ben begyűjtött adatok alapján a megkérdezettek 77,8%-a elfogadhatónak tartja a jegyárakat” (MBI). A gyakorisági adatokat elemezve megállapítható, hogy a válaszadók a fesztivál társadalmi értékeit pozitívan, a kulturális értékeket közömbösen, míg a gazdasági hatásokat negatívan ítélik meg. A fesztivál szórakozási és kikapcsolódási funkciójával a válaszadók nagyon nagy arányban értenek teljes mértékben egyet (51,4 és 50,5%), vagyis ez a két társadalmi hatás véleményük szerint a legpozitívabb. Emellett azonban nem elhanyagolható az sem, hogy a rendezvényt a megkérdezettek több mint egyharmada (38,2%) közösségi találkozási helynek, 47,7%-a élményszerzési lehetőségnek tartja. A mélyinterjú során kiderült, hogy a szervezők a fesztivál hasznát alapvetően a pozitív társadalmi-kulturális hatásában vélik.

A rendezvénnyel kapcsolatban hatástanulmányok nem készültek, ugyanakkor a közvetlen hatások mérésére a legutóbbi fesztivál alkalmával kérdőíves felmérést végeztek. A társadalmi-kulturális hatásokkal kapcsolatos vélemény szubjektív percepción alapul. „A fesztivál társadalmi elismertsége és támogatottsága csupán közvetett tapasztalatok alapján szűrhető le, például a fesztivál szervezésekor felmerült kérések teljesítése a helyi lakosság által, például parkolásra vonatkozólag” (BMI). A szervezők véleményét jelen vizsgálat eredményei is alátámasztják. Kutatásom eredménye azt mutatja, hogy a megkérdezettek a fesztivál összes társadalmi hatását pozitívan értékelték. A konzekvencia az, hogy a helyi közösség fesztivállal kapcsolatos magatartása teljes mértékben támogató. A városi lakosság és a városi elit számára a fesztiválon való részvétel presztízsértékű. Az interjú során is elhangzott, hogy „a rendezvény fő hatása elsősorban a város és turisztikai imázshoz való hozzájárulásban jelenik meg” (BMI). Az esemény mára olyan neves rendezvénnyé nőtte ki magát, amely „lehetőséget nyújt szakmai seregszemlére, ahol komoly presztízs a fellépés” (KTB). Ennek ellenére a lakosság a fesztivál városi imázshoz való hozzájárulását csupán közepes mértékben tartja jellemzőnek. Az egyénre gyakorolt kulturális hatások megítélése kevésbé pozitív, mint a tisztán társadalmi hatásoké, bár itt is inkább közömbös, mintsem negatív megítélésről beszélhetünk. E hatások közül a fesztiválnak mint művelődési lehetőségnek a megítélése a legerőteljesebb, amivel a válaszadók 38,4%-a teljes mértékben egyetértett, ami nagyon jó aránynak tekinthető. Ez összefügghet azzal a ténnyel, hogy a fesztivállátogatók számára lehetőség van a rendezvénnyel összefüggő fotókiállítások megtekintésére, táncházakban való részvételre, a gyermekek számára a rendezvény időtartama alatt pedig balettoktatást szerveznek a rendezők. A tanulási lehetőség megítélése ezzel szemben inkább negatív, mint pozitív, ugyanúgy, mint az önmegvalósítási és önkifejezési lehetőségeké is.

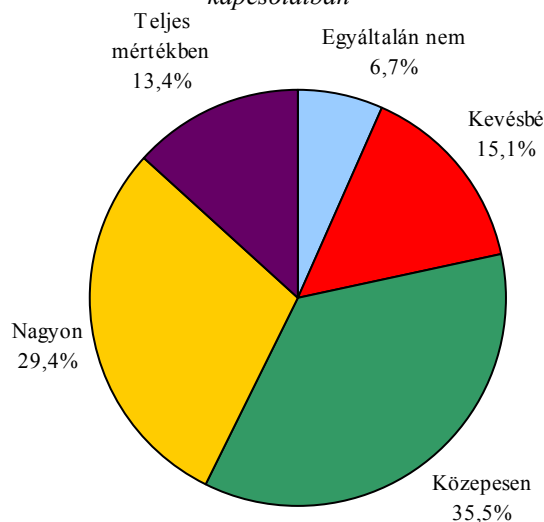
A fesztivál kulturális hatásával kapcsolatban elsődlegesen a kulturális értékátadás és a fesztivál unikum jellege, valamint a közösségformálási szerep hangzottak el a mélyinterjú során. Utóbbi esetében a fesztivál időtartamát általánosan jellemző kellemes nyári esték táncos, mulató hangulata is kiemelésre került. Ennek értelmében a rendezvény erőteljes élmény nyújt a helyi lakosság és a városba érkezők számára, és megfelel a fesztivál szlogenének: „Táncol az egész város” (BMI).

A városi fejlődést generáló tényezőket tekintve elmondható, hogy együttesen vizsgálva őket a lakosság a Magyar Táncfesztivál városfejlődésben betöltött szerepét a válaszadók a gyakorisági adatokat összegezve inkább pozitívan értékelik, ami véleményem szerint összefüggésben állhat a főszponzor AUDI Hungária Zrt. programanyagokon,

kommunikációs eszközökön való megjelenésével is, bár a kutatás ennek vizsgálatát nem tűzte ki célul, így jelen feltevést alátámasztani nem tudom.

5. ábra

A helyi lakosság megítélése a Magyar Táncfesztivál városi fejlődést generáló hatásával kapcsolatban



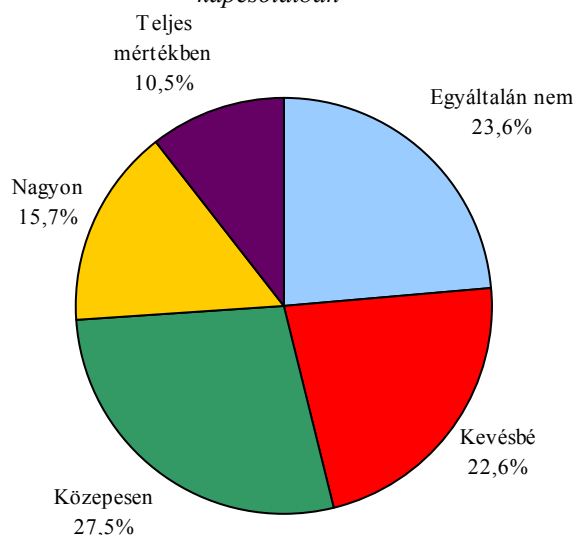
Forrás: saját kutatás, 2010; N=324.

Kiemelkedő volt azok száma, akik szerint a táncfesztivál erőteljes turisztikai jelentőséggel bír, ezzel szemben összességében elutasították azt az állítást, miszerint a fesztivál hozzájárul a bűnözés felerősödéséhez, valamint zajjal és kosszal járna. Ugyanakkor ezek a gyakorisági adatok a társadalmi hatás percepciók skálában feltett értékelendő állítással, miszerint „a fesztivál turisztikai szerepe jelentős” nem mutatnak teljes koherenciát, itt a válaszok szóródása az előző módszerhez képest jóval szórtaabb adatokat mutat. A válaszadók percepciója alapján a rendezvény a közlekedés fejlődéséhez nem járul hozzá, viszont a város megszépülésében betöltött szerepét a megkérdezettek pozitívnak értékelték. A kutatás alátámasztja, hogy a lakosság a fesztivál hasznait közvetlenül nem, ugyanakkor közvetetten jelentősnek tartja. A legszkeptikusabb eredmények a fesztivál munkaerőpiaci hatásával kapcsolatban születtek. Az állításra, hogy „a fesztivál a helyi lakosság számára munkát biztosít”, a válaszadók 23,6%-a teljesen elutasító választ adott a fesztivál városra gyakorolt hatását tekintve, míg pénzkeresési lehetőségként 50,5%-a a megkérdezetteknek volt teljesen elutasító. Ezt alátámasztja a mélyinterjú során elhangzott kijelentés is, miszerint a foglalkoztatás szempontjából a fesztivál szervezésével közvetlenül érintettek száma rendkívül alacsony, ezért minden rendezvényen jelen vannak önkéntesek, akik elsősorban a fesztiválplakátozási, szórólapozási feladataiban, hoszteszmunkák elvégzésében, valamint a tolmácsfeladatok ellátásában vállalnak részt. A civil szervezetek megjelenése a fesztivál kiegészítő programjai során megfigyelhető, például a vendéglátósok helyszínbiztosítása egyes kiegészítő programokhoz (például fotókiállítás). „A szervezéssel közvetlenül 4 fő, míg a lebonyolítás során mintegy 60-70 fő dolgozik a

fesztiválon (ebbe a számba a fellépő társulatok és művészek természetesen nem tartoznak bele)” (MBI).

6. ábra

A helyi lakosság percepciója a Magyar Táncfesztivál munkahelyteremtő képességével kapcsolatban



Forrás: saját kutatás, 2010.

A gazdasági hatások megítélése (közlekedés fejlődéséhez való hozzájárulás, a fesztivál városfejlődéshez való hozzájárulása, munkahelyteremtő képesség) független a fesztiválon való részvételtől, mivel a két változó között szignifikáns kapcsolat nem igazolható. Sajnos a hatások tekintetében a gazdasági hatások mérésére irányuló felmérés csupán a III. Magyar Táncfesztiválról a Széchenyi-terv Turizmusfejlesztési Programnak köszönhetően a Nemzeti Táncszínház Kht. megbízásából készült, így csak becsülni lehet a rendezvény gazdasági jelentőségét, hasznát, ami elsősorban a városnak fizetett adókban mutatkozik meg, de nem elhanyagolható a városba érkező külföldi fellépők és a média költsége sem (MBI).

Összességében tehát a fesztivál a helyi lakosság számára ismert és kedvelt programlehetőségként jelenik meg, hozzájárulva ezzel a helyi közösség társadalmi-kulturális fejlődéséhez. A rendezvény fejlesztése szervesen illeszkedik a hazai és a városi turizmusfejlesztési stratégiákba, és megfelel a hagyományteremtéssel kapcsolatos kívánalmaknak, hozzájárulva Győr város pozitív imázsához belföldön és külföldön egyaránt. A fesztivál két évente történő megrendezésének köszönhetően napjainkban is unikum jelleggel bír. A megrendezés időpontja tudatos stratégia eredménye, hiszen a rendezvény hozzájárul a turisztikai szezon széthúzásához. A látogatók, a résztvevők és a média turisztikai költségei helyi szinten gazdaságilag meghatározók.

A Magyar Táncfesztivál gazdasági elemzése

A Magyar Táncfesztivál a Művészeti Fesztiválok Szövetségének és a Magyar Fesztivál Szövetségnek a tagja. Története egészen 1998-ig nyúlik vissza, létrejöttét szakmai okok indokolták. A Budapestről induló esemény első alkalommal Országos Táncművészeti Találkozó részeként került megrendezésre a Magyar Táncművészek Szövetsége, Győr város és a Magyar Televízió szervezésében. A Táncfesztivállal párhuzamosan a Magyar Fotóművészek és a Magyar Táncművészek Szövetsége közös kiállítást szervezett a program kiegészítéseként, amelynek célja a hagyományok és újítások bemutatása volt fotótörténeti és fotóművészeti értékek alapján. Az ötlet, hogy a táncművészetnek kifejezetten egy helyre koncentrált fesztiválját létrehozzák, a Magyar Táncművészek Szövetségében vetődött fel. Tagjai egyöntetűen Győr városa mellett döntöttek a megvalósítás helyszínéül. Ez egyezett a – 2001. július 1-től a Táncforum jogutódjaként megalakult – Nemzeti Táncszínház Kht. törekvéseivel, miszerint a Budapesttől távoli, vidéki nagyvárosok kulturális életét is változatosabbá, vonzóbbá tegyék. A megállapodás Győr város részéről Tóth Nándorné (Győr Város Önkormányzata Kulturális Iroda akkori vezetője), Kiss János (a Győri Balett igazgatója), Stangl Péter (a Győri Balett akkori művészeti titkára), Bészné Molnár Ilona (a Győri Balett gazdasági igazgatója), a Magyar Táncművészek Szövetsége részéről Fodor Antal (ügyvezető), Ledniczky Bea (szervező titkár) és Rotter Barbara részvételével 1997 decemberében jött létre. Fő célja volt, hogy a táncművészeknek fellépési platformot nyújtson. Szakmai háttérét a Magyar Táncforum és a Magyar Táncművészek Szövetsége adta. A fellépések helyszínéül Győr szolgált, amely az évek folyamán teljesen „magáévá tette” a fesztivált. A rendezvény a kezdetekben a fellépők számára versenyt is jelentett, hogy a magyar hivatásos táncművészek megmérettethessék magukat, ez az irányvonal azonban az évek során elhalt.

Fesztiválfinanszírozás

A fesztiválszervezéssel foglalkozó stáb számára nem volt kérdéses, hogy a tervezett minőségű és nagyságrendű fesztivál rendezési költségei rendkívül magasak, így tisztában voltak vele, hogy külső forrás bevonása, szponzoráció nélkül a rendezés elképzelhetetlen. Ennek oka, hogy a kulturális fesztiválok jegyeladási bevételei a fellépti és technikai díjakkal, kommunikációs és propaganda költségeknek töredékét sem fedezik. A megrendezéshez szükséges költségvetés eleinte két fő részre különült, egyrészt egy helyi, győri költségvetésre, másrészt a Táncforum és a Táncművészek Szövetsége által biztosított részre. A kezdeti időkből sajnos csupán részadatok léteznek, amelyek az elemzést jelentősen nehezítették. A tárgyalások a fesztivál forrásainak biztosítására több irányban is megindultak. A szervezők a támogatók számára megjelenési lehetőséget biztosítottak, amelynek értelmében főszponzor lehetett az a természetes vagy jogi személy, aki a rendezvényt legalább három millió forinttal támogatta, cserébe a fesztiválrendezők média megjelenést biztosítottak a rendezvénnel kapcsolatos kommuniká-

ciós anyagokon.² A szponzorációs díjak az első két rendezvény esetében, amelyek társ-produkcióban valósultak meg, a Magyar Táncművészek Szövetségéhez folytak be. Ezt követően, 2002-től a szponzori pénzekre a Győri Balett volt a jogosult, mivel ez évtől kezdődően a fesztivált saját produkciójaként rendezték meg. A fesztivált alapvetően presztízstértékűnek vélték, így politikai és szakmai érdekek is indokolták, hogy a város egyre komolyabb összegekkel támogassa a rendezvényt.

2. táblázat

A Magyar Táncfesztivál támogatásainak alakulása, 2000–2010

Támogatás/év	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Önkormányzat	8 000	9 000	10 000	10 150	16 600	13 960
NKA (Nemzeti Kulturális Alap)	n.a.	1 500	n.a.	0	15 000	15 610
NKA Táncművészeti Kollégium	n.a.	n.a.	n.a.	0	600	350
Szponzoráció	n.a.	3 140	n.a.	4 000	5 000	2 088
Jegy	n.a.	1 615	n.a.	n.a.	5 000	5 518
OKM	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	1 000	n.a.
<i>Összes bevétel</i>	<i>n.a.</i>	<i>15 283</i>	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	<i>43 200</i>	<i>47 800</i>

(Ezer forint)

Forrás: a Győri Balett által részemre bocsájtott belső, gazdasági adatai alapján saját számítás és szerkesztés.

A 2. táblázat első négy oszlopában az összes támogatás részbeni adatait tartalmazza. Ennek oka, hogy ezekben az években a rendezvény még közös rendezésben valósult meg, így a Győri Balett gazdasági osztálya, amely a Magyar Táncfesztivál és a Táncbiennálé finanszírozásáért felelős, részemre is csupán ezeket a részadatokat tudták rendelkezésre bocsájtani. Az adatokat időszorként vizsgálva jól látszik, hogy mind az önkormányzat, mind az NKA által biztosított támogatás fesztiválról fesztiválra növekszik. A szervezésből a győri önkormányzat egyre inkább kivette a részét, így mára a Magyar Táncfesztivál összefonódott a város nevével. Emellett a jegyárakból is folyamatosan növekvő bevételek realizálódtak, ami nem kizárólag a növekvő nézőszám, hanem az egyre kiválóbb művészek előadásaira váltott magasabb, kiemelt jegyárakkal magyarázható. A költségvetési szerkezet eleinte lehetővé tette, hogy a rendezvénnyel párhuzamosan kiegészítő programok is megrendezésre kerüljenek (például fotókiállítás, táncfilm vetítés), kedvezett a város a Győri Balett és a turisztikai szolgáltatók kapcsolatának, hiszen a kísérő rendezvényekhez való hozzájárulás (például helyszín biztosítása a fotókiállításához) a vendéglátóipari és szállodaszektorban presztízskérdéssé vált. Természetesen voltak olyan támogatók is, amelyek konkrét pénzekkel nem, de kiállítási helyszín biztosításával, ingyenes reklámanyag készítésével, annak sugárzásával bartellszerződés formájában járultak hozzá a fesztivál megrendezéséhez (például Komédiás Étterem fotókiállítási helyszíneként, a Magyar Rádió ingyenes PR-interjúval). Ez alátámasztja, hogy a fesztiválszervezők a színe-

² Német és magyar nyelvű brosúrákban való megjelenés 3000 példányszámban, valamint 1000 db plakáton, ezenkívül televíziós adásoknál főcímet utáni írásbeli felsorolásnál megjelentették a támogató logóját, interjúknál említésbe kerültek, díjátadásnál személyes közreműködésre biztosítottak lehetőséget a rendezők, emellett a felajánlott díjnal szakmai segítséggel kiválasztott díjazott részére személyes átadásra volt lehetőség. Személyes közreműködésre biztosítottak lehetőséget a rendezők, emellett a felajánlott díjnal szakmai segítséggel kiválasztott díjazott részére személyes átadásra volt lehetőség.

sebb programpaletta, a több szolgáltatás és a magasabb látogatószám érdekében kapcsolatot építenek ki a helyi szolgáltatókkal.

Az alábbi táblázatban a fesztivál költségvetésének kiadási oldala látható. Az adatrendezés során komoly nehézséget okozott, hogy bár 2007-től kezdődően a gazdasági osztály új könyvelési programmal rendelkezik, az ebben használt meghatározások pedig eltérnek a korábban általuk bevezetett meghatározásoktól. A fenti táblázatban én az eredeti költségmeghatározásokat figyelembe véve gyűjtöttem ki és rendszereztem az adatokat.

3. táblázat

A Magyar Táncfesztivál költségvetése, kiadási oldal, 2002–2010

(Forint)

Év	Reklám- és propaganda- kiadások	Nyomdai költségek	Szállás	Vendéglátás	Vegyes- kiadások	Összesen
2002	1 042 965	293 774	1 654 352	1 190 937	6 688 522	10 870 550
2004	681 287	162 500	44 000	317 000	10 461 474	11 666 261
2006	1 300 000	250 000	n.a.	690 000	10 306 000	12 546 000
2008	7 277 047	n.a.	630 000+x	1 365 000	2 892 000+x	43 108 850
2010	6 075 718	956 677	2 338 256	8 285 076	3 004 237	47 702 964

Megjegyzés: a táblázatban x-szel jelöltem azt a nem ismert összeget, amelyet a fellépő művészek, csoportok számára fellépti díjként kifizettek, és amelyből a fellépő művész maga fizette ki szállásdíját. Sok esetben ugyanis a fellépti díj a szállás, ellátás illetve esetleges transzfer összegét is tartalmazza, így ezt a szervezők nem tudják a fellépti díjtól különválasztva a költségvetés vonatkozó részébe beírni, ugyanakkor Bészné Molnár Ilona jelezte, hogy 2008-ban történt ilyen jellegű kifizetés.

Forrás: a Győri Balett belső anyagai és adatai alapján saját számítás és szerkesztés.

Kiadások tekintetében – mint az a fenti táblázatból is kitűnik – a fesztiválhoz mind a turisztikai szolgáltatásokat (szállás, vendéglátás), mind a közlekedési szolgáltatást (szállítási) tekintve jelentős költségek kapcsolódnak. A rendezők beszállítói köre mélyinterjú-alanyaim elmondása alapján részben saját kapacitásukra, valamint a lokális, városi szolgáltatók mellett regionális szolgáltatókra is kiterjed. Bár a fesztiválszervezők elmondása alapján a gazdasági kapcsolatok lokálisak, azonban a székhelyek tekintetében látszik, hogy annak ellenére, hogy a cégek győri irodával rendelkeznek, székhelyüket tekintve részben fővárosiak, vagyis a fesztivál nem csupán a helyi szolgáltatók számára jelent bevételt. A rendezvény regionális szinten a fenti beszállítók mellett azoknak a jegyértékesítő irodáknak is bevételt jelent, amelyek jutalékért a rendezvény programjaira jegyeket árulnak.

Országos hatásról nem beszélhetünk még Budapest vonatkozásában sem, hiszen 120 km európai és nemzetközi viszonylatban csupán regionális területi dimenzióknak tekinthető, azonban ez a kapcsolat tökéletesen mintázza a hazai általános példát, vagyis itt is alátámasztható a magyar gazdaság főváros-központúsága. A regionális hatás az adókon keresztül valósul meg, hiszen a cégek székhely szerint adóznak, így a beszállítók gazdasági tevékenységének köszönhetően a járulékos költségek regionális szinten jelennek meg. A rendezők jegyárpolitikájának középpontjában elvárásként az állt, hogy a bevételből a színházi rezsiköltségek, valamint a műszaki díjak fedezetén kívül a jegynyomtatási költségeket, valamint a jegy- és szervezőirodák jutalékát is fedezni kell, ami Győrben 20, Budapesten pedig 30% volt. Az önkormányzati támogatás pénzügyi elszámolásából kiderül, hogy az összeget elsősorban marketingkommunikációs tevékenységre fordították.

A költségvetési adatok elemzése során kiderült, hogy a reklám- és propaganda-kiadások, illetve a nyomdai költségek 2002–2008 között folyamatosan növekedtek. A reklámköltségekben 2010-re tapasztalható visszaesés. Az önkormányzati támogatás gyakorlatilag ugyanezt a tendenciát követi, tehát, hogy a reklámra és propaganda-kiadásokra fordított összegek az önkormányzati támogatáshoz mérten alakulnak. A regisztrált nézőszámot vizsgálni az adatok hiánya miatt sajnos nem lehet. A 2008-as és 2010-es adatokból látható, hogy bár a reklám- és propagandaköltségek és az önkormányzattól kapott támogatás irányát követik, annak mértékével nem azonosan változnak. A nézőszám és jegyár bevétel 2008-ról 2010-re növekedett. Teljes körű, longitudinális vizsgálat azonban nem végezhető el azzal kapcsolatban, hogy az önkormányzati támogatás és a nézőszám alakulása között van-e összefüggés. Mind a Magyar Táncfesztivál, mind a Táncbiennálé nagyszámú látogatót vonz. A szervezők 2008-as fesztivál beszámolója alapján a regisztrált és szabadtéri, ingyenes előadásokon összesen 12 200 néző vett részt, ami a város lakosságát tekintve komoly adat. Az is örömteli, hogy a résztvevők közel 1/3-a megfizeti a jegyáras előadásokon való részvételt is, amely jó aránynak tekinthető a nemzetközi, hasonló ösztönművészeti fesztiválok adatait számításba véve.

Ugyanakkor elgondolkoztató lehet, hogy a Magyar Táncfesztivál „kistestvéreként” emlegetett Táncbiennálé miért vonz esetenként több, de legalább ugyanannyi regisztrált jegyáras programon résztvevő látogatót, mint amennyit a „nemzetközi A” kategóriába sorolt Táncfesztivál? A jegyárak alakulásáról ismételten a fesztivál költségvetésére visszatérve mindenképpen foglalkozni kell a rendezvény munkaerőpiacra gyakorolt hatásával. A nagy európai fesztiválok (salzburgi, luzerni, bayreuthi stb.) legalább a fesztivál időtartama alatt, szezonálisan alkalmazott munkavállalókat foglalkoztat. A Magyar Táncfesztivál megalakulása óta a Győri Balett főállású alkalmazottain kívül senkit nem foglalkoztat a rendezés lebonyolításához. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy 2002, az első saját rendezés éve óta, Kiss János a Győri Balett igazgatója, Keszeiné Tóth Bernadett a Győri Balett művészeti titkára és Bészné Molnár Ilona a Győri Balett gazdasági igazgatója látják el a fesztivál szervezésével kapcsolatos összes feladatot. A műszaki lebonyolítást a Győri Balett technikusai segítik, akik egyébként is állandó alkalmazotti státusban vannak a Győri Nemzeti Színháznál. E szűkös költségvetéssel kapcsolatban Kiss János 2002-ben fogalmazta meg borulását: „Mi világnyelvet beszélünk, az összes fesztiválhoz képest, mégis a legalacsonyabb a támogatottságunk. A miskolci operafesztivál évente 100 millió forintot, a pécsi országos színházi találkozót 60 millió forintot kap, mi pedig két évente, bár a fesztiválnak nemzetközi visszhangja is van, sokkal kevesebbet! 2004-ben 13 milliót...”³

A fesztivál munkáját a hatástanulmányok elkészítéséhez két önkéntes segíti már több éve, ám ellenszolgáltatást ők sem kapnak, munkájuk kizárólag a fesztivál iránti elkötelezettségnek és kulturális érdeklődésüknek köszönhető. A költségvetési struktúra átalakulásával, valamint a fesztivál egyre komolyabb nemzetközi erősödésével ezek a kiegészítő programok sajnálatos módon elmaradtak. Ennek oka, hogy a karcsúsodó költségvetésből egyre színvonalasabb előadások finanszírozása valósult meg, így a kisebb kiegészítő programokra nem maradt elég keret. Ez nem jelentette a kooperációk felbomlását, hiszen jelenleg a Győri Idegenforgalmi Közalapítvány támogatásával a Magyar Táncfesztivált

³ Táncművészet, 2004/2. szám

turisztikai csomag részeként is ajánlják, emellett a rendezvény lokális partneri együttműködésben áll a Rába Szállodával, a Tourinform Irodával, a Győr 2000 Idegenforgalmi Közalapítvánnyal, több vendéglátóhellyel, de hasonló együttműködés regionálisan turisztikai szolgáltatókkal nem áll fenn.

4. táblázat

A Magyar Táncfesztivál és a Táncművészeti Biennálé regisztrált látogatószámának alakulása 2002 és 2010 között

Rendezvény neve	Év	Regisztrált nézőszám
III. Magyar Táncfesztivál	2002	n.a.
IV. Magyar Táncfesztivál	2004	n.a.
V. Magyar Táncfesztivál	2006	n.a.
I. Táncbiennálé	2007	6249
VI. Magyar Táncfesztivál	2008	3661
II. Táncbiennálé	2009	3562
VII. Magyar Táncfesztivál	2010	3755
III. Táncbiennálé	2011	4938

Forrás: Győri Balett által rendelkezésre bocsájtott adatok alapján saját szerkesztés.

Az együttműködések tovább elemezve megállapítható, hogy a rendezvény kulturális intézményekkel sem épít ki gazdasági jellegű kapcsolatot (például terembérlés, helyszínbiztosítás stb. miatt), mivel az előadások fő helyszíne a Győri Nemzeti Színház, a Győri Balett központi épülete. A kísérő rendezvények a város terein, utcáin kapnak helyet, amely a rendezvény céljainak tökéletesen megfelel, így nem indokolt gazdasági kapcsolat kiépítése más kulturális intézményekkel.

Összefoglalás

A fenti elemzések alapján elmondható, hogy a rendezvény jelenlegi helyzetét tekintve úgy tűnik, hogy megállapodott egy magas, minőségi szinten. E szint átlépése több kérdést is felvet, hiszen amennyiben a fesztivál erőteljesebb nemzetközi figyelmet kap, elveszítheti azt a jelenlegi funkcióját, amit a város életében betölt, teret engedve egy komoly nemzetközi fesztiválnak. Ugyanakkor szükségszerű lenne e kérdést tovább feszeíteni, hiszen jelenleg a fesztivál két évente kerül megrendezésre, a köztes években Győri Táncművészeti Biennálé nyújt hasonló szórakozási lehetőséget a tánc és a balett szerelmeinek. Véleményem szerint lenne igény és lehetőség is a jelenlegi Magyar Táncfesztivált nemzetközi léptékben is jelentős fesztivállá emelni, hiszen a jelenlegi Biennálé képes lehet a helyi közönség számára azt a kikapcsolódási lehetőséget és művészeti élményt nyújtani, amelyre jelenleg a Táncfesztivál hivatott. Ehhez azonban a jelenlegi, elsősorban humánerőforrás-keret jelentős bővítésére, további kulturális intézmények bevonására, erőteljesebb nemzetközi kommunikációra lenne szükség.

IRODALOM

- Bieger, Th. – Frey, M. (1998): *Wirtschaftliche Nachhaltigkeit Ski WM 2003*. Unveröffentlichtes Manuskript, St. Gallen
- Blake, A. – Dubarry, R. – Sinclair, Th. M. – Sugiyarto, G. (2001): *Modelling Tourism and Travel using Tourism Satellit Accounts and Tourism Policy and Forecasting Modells*. Discussion Paper.

- Tourism and Travel Research Institute. (Unpublished), http://www.nottingham.ac.uk/ttri/pdf/2001_4.PDF (Letöltve: 2011. február 12.)
- Blake, A. T. (2000): *The economic effects of tourism in Spain*. Discussion Paper. Tourism and Travel Research Institute. <http://www.nottingham.ac.uk/ttri/series.html> (Letöltve: 2011. február 12.)
- Coopers&Lybrand Deloitte (1990): *London's Olympic Challenge*. Report for the London Sport Council.
- Crompton, L. J. – McKay, L. S. (1993): Measuring the Economic Impact of Festivals and Events: Some Myths, Misapplications and Ethical Dilemmas. *Festival Management & Event Tourism* 2 33–43. http://agriflife.org/cromptonrpts/files/2011/06/3_8_10.pdf (Letöltve: 2010. augusztus 17.)
- Crompton, L. J. (1995): Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sports Management* 9 (1): 14–35.
- DHPG (2009): *Studie über die wirtschaftlichen Effekte des Beethovenfestes Bonn im Jahr 2009*. Bonn, Letöltve: http://www.miz.org/artikel/Beethovenfest_Bonn_Wirtschaftlichkeitsanalyse_final.pdf
- Erdős Anikó (2004): A jelenkori Dionüszosz ünnepek – Az esemény turizmus helyzete egy kvantitatív kutatás szemszögéből. *Turizmus Bulletin* 8 (1): 33–40.
- Getz, D. (1991): *Festivals, Special Events, and Tourism*. Van Nostrand Reinhold, New York
- Hunyadi Zsuzsa – Inkei Péter – Szabó János Zoltán (2006): *Fesztivál-világ*, NKA kutatások 3., KultúrPont Iroda, Budapest
- Hunyadi Zsuzsa (2004): *A fesztiválok közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban*. Találkozások a kultúrával 2., Magyar Művelődési Intézet, Budapest
- Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor (2009): A kultúra változása – változások kultúrája. In: Antalóczy Tímea–Füstös László–Hankiss Elemér (szerk): *(Vész)jelzések a kultúráról. (Jelentés a magyar kultúra állapotáról)*, No. 1, pp. 17-84., MTA-PPI, Budapest
- Kundi Viktória (2012): Fesztiválok gazdasági hatásmérésére alkalmazott nemzetközi és hazai modellek bemutatása, *Tér és Társadalom*, 26(4), pp. 93–110.
- Liang, Y. – Illum, S. F. – Cole, S. T. (2008): *Benefits received and behavioural intentions of festival visitors in relation to distance travelled and their origins*, Letöltve: <http://www.ijemr.org/docs=Vol4-1/LiangIllumCole.pdf>, 2010. december 26.
- Raj, R. (2003): *The impact of Festivals on Cultural Tourism*, „The 2nd DeHann Tourism Management Conference”, Nottingham: December 16th 2003 (Letöltve: 2010. szeptember 03.) <http://www.linkbc.ca/torc/downloads/TheImpactOfFestivalsOnCulturalTourism.pdf>
- Rátz Tamara (1999): *A turizmus társadalmi-kulturális hatásai*, PhD disszertáció, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest
- Scherer, R. – Strauf, S. – Behrendt, H.(2002): *Die wirtschaftlichen Effekte von LUCERNE FESTIVAL*, Universität St. Gallen., Letöltve: www.alexandria.unisg.ch/export/DL/13925.pdf
- Scherer, R. – Strauf, S. – Bieger, T. (2002): *Die wirtschaftliche Effekte von Kulturevents: Das Beispiel Luzerne Festival*. Jahrbuch der schweizerischen Tourismuswirtschaft 2001/2002, IDT-HSG.
- Small, K. – Edwards, D. – Sheridan, L. (2005): A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival; *International Journal of event management research*, 1 (1): 66–77.
- Snowball, J. D. – Antrobus, G. G. (2002): Valuing the arts: Pitfalls in economic impact studies of arts festivals. *South African Journal of Economics* 70 (8): 1297–1319.
- Spilling, O. R. (1998): Beyond Intermezzo? On the Long-Term Industrial Impacts of Mega-Events: The Case of Lillehammer 1994. *Festival Management and Event Tourism* 5 (3): 101–122.
- Sulyok Judit (2010): A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai. *Turizmus Bulletin* 14 (3): 2–11.
- UNEP (2002): www.uneptie.org/pc/tourism
- Fesztiválregisztráció: <http://www.fesztivalregisztracio.hu/index.php?modul=cms&page=statisztika> (Letöltve: 2011. 03.19.)

Kulcsszavak: turizmus, fesztiválok, gazdasági és társadalmi hatások, hatásmérési modellek.

Resume

These days a bursting increase in the number of cultural festivals takes place. The aim of these events is to grant entertainment to the local inhabitants and to enhance the touristic abundance by adding a slice of the local culture to it. Because of these features the economic and socio-cultural analysis of festivals became indispensable. The present paper analyses the economic and socio-cultural impacts of the Hungarian Dance Festival in Győr, and intends to reveal the impacts of this event based on the international measurement methods, in the extent of Hungarian possibilities.