

Renaissance of Analogue Music Listening in Hungary

Az analóg zenehallgatás reneszánsza Magyarországon

Authors / Szerzők: Zoltán Tánczos¹, János Novák², Márton Magyar³

Received: 28 October 2024 | Revised: 7 November 2024 | Accepted: 11 November 2024 | Published: 29 November 2024



Section editor / Rovatszerkesztő:
Márton Magyar

ELTE Egészségfejlesztési és Sporttudományi Intézet
magyar.marton@ppk.elte.hu



¹ Zoltán Tánczos
Magyar Testnevelési és Sporttudományi
Egyetem, Rekreáció Tanszék
tanczos.zoltan@tf.hu



² János Novák
Magyar Testnevelési és Sporttudományi
Egyetem, Társadalomtudományi Tanszék
novak.janos@tf.hu



³ Márton Magyar
ELTE Egészségfejlesztési és Sporttudományi
Intézet
magyar.marton@ppk.elte.hu

Abstract Since the 2010s, a strange mania for listening to music at home has unfolded both worldwide and in Hungary. Analogue music listening and playback devices (vinyl record players, cassette decks) have become popular again. This can take us back to the 1980s and 1990s.

In our research, we set out to answer these questions: why is listening to analogue music be more enjoyable among Hungarians? What motivations drive them towards analogue music? How long have they been listening? How does a passion for collecting and buying-selling of audio carriers appear? Is this a social or individual recreational activity? Among the results, the analogue sound is highlighted. It is perceived as more detailed, natural, and beautiful compared to the artificial sound of digital music. For those who have been using analogue systems for decades, nostalgia also appears as a positive emotional effect, but this is preceded by experiences by the physical nature of analogue carriers. Hungarian analogue music consumers are mostly middle-aged or older and listen to music less often with others. The places of purchase and exchange analogue music content are both online and offline.

Keywords: listening to music, analogue, vinyl records, cassette tapes

Absztrakt A 2010-es évektől egy különös otthoni zenehallgatási mánia bontakozott ki világszerte és hazánkban is. Újra népszerű az analóg zenehallgatás és a zenelejátszó eszközök (bakelitlemezjátszók, kazettás deckek). Ez visszarepíthet minket az 1980-as, 1990-es évekbe.

Kutatásunk arra keresi a választ, vajon miért lehet élvezetesebb az analóg zenehallgatás a magyar fogyasztók körében? Milyen motivációk vezérik a fogyasztókat az analóg zenei tartalmak hallgatására? Milyen régóta hallgatják? Van-e gyűjtési szenvedély és a hanghordozók adás-vétele, cseréje? Társas vagy egyéni szellemi rekreációs tevékenység ez? Az eredmények közül kiemelendő az analóg hangzás: részletgazdagabbnak, természetesebbnek, szebbnek érzékelnek a digitális zenék művi hangzásához képest. Akik évtizedek óta használnak analóg hangrendszereket, számukra a nosztalgia is megjelenik pozitív érzelmi hatásként, ám ezt megelőzik az analóg hanghordozók fizikai mivoltához kötődő élmények. A magyar analóg zenefogyasztók közép- és idősebb korúak, kevésbé hallgatnak másokkal zenét. Az analóg zenei tartalmak vásárlási és csere helyszínei online és offline (lemezbörzék és szaküzletek) egyaránt.

Kulcsszavak: zenehallgatás, analóg, bakelitlemez, magnókazetta

Bevezetés

A zenehallgatás Fritz (2019) rendszertanában külön nevesített alcsoportként szerepel a „Kiegészítő és relaxációs eljárások” között mint szellemi rekreációs tevékenység. Ez utal arra, hogy zenehallgatással kiegészíthető a mozgásos rekreáció (fitneszedzés, természetjárás stb.), elősegíti a kikapcsolódás mellett a regenerálódást is (Fritz, 2011). Bizonyos műfajai a kulturális főcsoport művészeti alcsoportjában és a „Társasági, egyéni tevékenységek” egyik példjaként is kategorizálhatók, például a baráti társaságok koncertlátogatása (Rudolf és Magyar, 2022), vagy a zenés gyermekfoglalkozások (Patakiné Bószé, 2016). Tribe (2020) az egyik jellemző otthoni tevékenységként említi, habár külső színtérként élvezhető zenés szórakozóhelyeken, zenei intézményekben (Budapesten például a Zeneakadémián vagy a Művészetek Palotájában; a bécsi Musikverein-ban; a londoni Royal Albert Hallban; a New York-i Carnegie Hallban – a komolyzene fellegváraiban) és szabadtéri koncerteken is (Magyar, 2019).

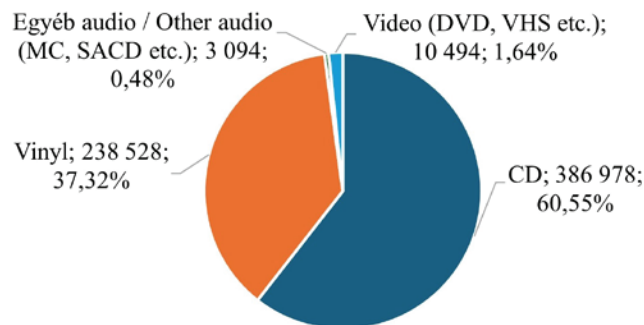
A zenehallgatás töretlen népszerűségnek ör-

vend minden generáció körében, az Alfától a Baby Boomer-ekig. A zenehallgatás az egyike a legnépszerűbb szabadidős tevékenységeinknek, a mindennapi életünk eseményeinek kísérője. Az emberek különböző okok miatt hallgatnak zenét, például feszültségevezetésként, vagy éppen önmegvalósításuk elemeként (Schäfer et al., 2013). Mayer (2023) felmérése szerint a koncertek esetén meghatározó motivációs elem a társaság, az öröm, a boldogság és a nyugalom érzésének elérése, amely érzések a néhány naptól, néhány hétig, hónapig tartó időszakra is fennmaradnak. Patakiné Bószé (2020) pedig hangsúlyozza, hogy ezek az élmények támogatják a comeniusi értelemben vett „mással foglalkozást”, ezzel is hozzájárulva az egyéni megújulás, felfrissülés létrejöttéhez. Magyar (2016) pedig bemutatja, hogy a szabadtéri koncertek, mint más outdoor/open-air kulturális programok a környezeti ingerek által öt érzékszervünkre gyakorolt rekreációs hatást válthatnak ki, mint például a fény által a szemünkre a naplemente, a csillagos égbolt vagy éppen egy hulló-

csillag látványa által okozott élmény.

Az azonban, hogy milyen hanghordozókon hallgatják a különböző generációk a zenét, további vizsgálatot igényel. Korunk nagymértékű digitalizációja a zenemegosztó oldalak irányába terelte a társadalmat, az online, digitális forrásokból történő zenehallgatás mindennapivá vált. Ám az elmúlt években új trend bontakozott ki a zenehallgatás terén. A digitális tartalmak töretlen népszerűsége mellett ismét keregettek lettek az analóg hanghordozók (bakelithanglemezek / vinyl, magnókazetta / MC), népszerűvé vált a lemezjátékon és más analóg berendezéseken például kazettás decken történő zenehallgatás.

Magyarországon erről a trendről a Magyar Hangfelvétel-kiadók Szövetsége (MAHASZ) által közölt piaci adatok tanúskodnak. A digitális értékesítés (internetes letöltések, mobiltartalmak, előfizetések) 2005 óta tartó folyamatos növekedésével kontrasztban a fizikai értékesítés 2017-ben érte el a statisztikai adatok gyűjtésének kezdetét, 1999 óta mért mélypontját. Ám 2018-tól mérsékelt növekedés látható. Ezt támasztja alá a hanghordozók értékesítéséről kiadott statisztika is, amely a vinyl hanglemezek értékesítésében bekövetkezett mérsékelt, de folyamatos növekedést mutat 2011 óta, erősebb növekedést 2016-tól. 2016-ban közel 70 ezer db vinyl hanghordozót adtak el (MAHASZ, é.n.a), míg 2023-ban ennek több mint háromszorosát: 238 528 db-ot (MAHASZ, é.n.b). Ez az adat az albumok domináns hányadát, 37%-át teszi ki (1. diagram). A MAHASZ adatai alapján számítva 2016-ban egy bakelitlemezt átlagosan 4 319 Ft volt, amely összeg 2023-ban 4 728 Ft-ra rúgott.



1. diagram: A fizikai formátumban eladott albumok db-számának hanghordozó-típus szerinti megoszlása 2023-ban, Magyarországon
Diagram 1. Distribution of the number of copies of albums sold in physical format by audio carrier type in 2023, Hungary
Forrás/Source: Saját szerkesztés, 2024 a MAHASZ (é.n.b) adatai alapján / Own redaction, 2024 based on MAHASZ (é.n.b) data.

Az analóg hanghordozók hazánkban tapasztalható visszatérése nem egyedülálló. Nemzetközi források is megerősítik, hogy a több mint 30 éve elavultnak tekintett hangfelvétel-formátum egyes források szerint 2006 (Whitehouse, 2022), mások szerint 2011 óta (Wohlfeil, 2022) jelentős visszatérésnek örvend. A bakelitlemezt eladások világszerte nőttek az utóbbi időben évről évre, és továbbra is egyre több generáció nyúl vinylért a zenebutikok, online felületek polcain (Sarpong et al., 2016). A bakelitlemezt eladásból származó bevételek évente átlagosan 40%-kal nőttek (Wohlfeil, 2022). A trend kezdetekor, 2008-ban, 2009-ben rövid távú divatnak gondolták a bakelitlemezek hirtelen jött népszerűségét a zenefogyasztók körében. Ám ezek közkedveltek lettek, míg a CD-eladások száma folyamatosan csökkent (Mall, 2021).

A bakelitlemezt eladások növekedésére reagált a művész-

közösség is, hiszen egyre több nagy, nemzetközi zenekar, és ismert előadó jelenteti meg ebben a formátumban új albumait, olyan előadók is, mint Billie Eilish és Taylor Swift. A Fighters, a Run the Jewels és a Metallica különleges Record Store Day-kiadásokat is megjelentet (Dowkes, 2018). A másik oka a kézzelfoghatósága és maga a zene különleges hangminősége, hangzása, melyet az online (digitálisan rögzített) zene nem kínál. Valamint a személyes gyűjtemény lehetősége is különlegessé teszi (Dowkes, 2018).

A hanglemezek iránt fokozódó érdeklődés hátterében az általuk nyújtott felhasználói élmény állhat. Míg a digitális termékek esetében a felhasználó csak két érzékszervén, a halláson és a látáson keresztül ismeri meg a tartalmat, addig a fizikai adathordozók más érzékszervekkel kiegészülve (szaglás, tapintás) teljesebb felhasználói élményt kínálnak (Sade, 2015). A zenére adott reakciók ezért lehetnek szintén fizikai jellegűek, mint például a borzongás egy különleges élményt nyújtó dallam hallatán (Grewe et al., 2007).

Az analóg felvételek többet nyújthatnak a rögzített hang pontos ábrázolása terén, ám az átlagos zenefogyasztó nem feltétlenül rendelkezik olyan Hi-Fi rendszerrel, amely különbséget tehet analóg és tömörített digitális formátum között. Ennek ellenére széles körben elterjedt vélekedés, hogy a bakelit jobban szól, mint más zenei formátumok (Enstroem & Schmaltz, 2022).

Az analóg zenehallgatás okai között szerepel a hanglemezt körülölelő rituálé is. A zenehallgatásra felkészülés, lemezekkel törődés, azok karbantartása is adhat egy különleges flow élményt, amely magával ragadja a zenehallgatót (Bartmanski & Woodward, 2013).

A bakelitlemezekhez hasonlóan a magnókazetták is újabb reneszánszukat élik, igaz, hazánkban csak a másodlagos piacon. A kazettás szalagokat az 1963-as feltalálásuk óta folyamatosan használják. Egyesek úgy gondolják, hogy a kazetta az 1990-es években kiesett a kegyből, ám egyfajta újjászületést él meg. Ugyanakkor az a tendencia, ami a hanglemeznél megfigyelhető, a kompaktkazetta hallgatás esetében csupán visszafogottan érvényesül (Demers, 2017).

Az Egyesült Királyság legnagyobb bakelitcsomagoló cége, a Key Production által végzett felmérés szerint a 18-24 évesek 59%-a hallgat fizikai formátumban zenét, míg a 25-34, 35-44, 45-54 és 55-65 éves korcsoportok körében ettől kisebb, 40-45% közötti arányban jelenik meg (Eede, 2024).

Módszerek

Az analóg zenehallgatási szokásokat egy online elérhető kérdőívvel (ELTE-KEB: 2024/331) próbáljuk feltérképezni 2024. június 24. óta folyamatosan.

A kérdőív 29 kérdést tartalmaz. Feleletválasztós, ötfokú Likert-skálán értékelendő, illetve kifejtős (2 db) kérdéseket is alkalmazva igyekeztünk választ kapni az analóg zenehallgatás okaira, mélyebb összetevőire, az otthoni zenehallgatás rekreációs hatásaira.

A legnagyobb közösségi portálon célzott csoportokban helyeztük el a kutatási eszközünk linkjét, és kértük a kitöltést, hólabda módszerrel. Speciális toborzási csatornáink között szerepeltek még a hazai hanglemezboltok kereskedői is, illetve hanglemezbörzék résztvevőit és analóg lejátszóeszközöket értékesítő Hi-Fi boltok munkatársait is megkérdeztünk.

A jelenlegi adatfeldolgozási időszak vége 2024. augusztus 30. (N=475).

A statisztikai adatok elemzése MS Excel szoftverrel történt,

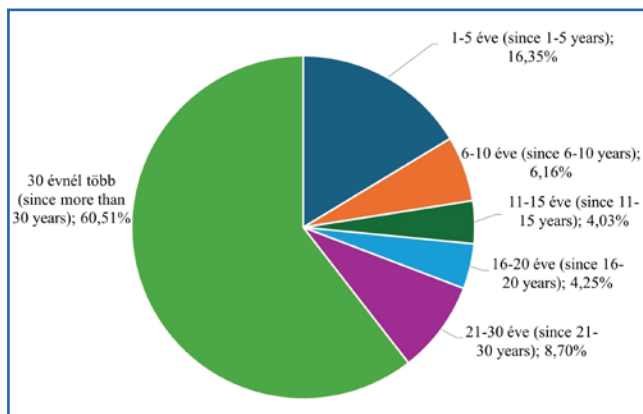
az adatsűrítés és szemléltetés céljából saját készítésű diagramokat alkalmaztunk.

Előzetes feltételezéseink szerint motiváló tényezőként leginkább a hangzás, a nosztalgia és az analóg zenehallgatás szertartásos jellege dominál a fogyasztók körében; az ebben motivált fogyasztók körében jellemző a társas összetartozás élménye. Továbbá feltételeztük, hogy nagyobb arányban jellemző a gyűjtési szenvedély, mint az adás-vétel-csere.

Eredmények

A kitöltők 0,84%-a (4 fő) nem hallgat analóg zenét, így a további adatelemzésből az ő adatait kizártuk. Kvantitatív, leíró keresztmetszeti kutatásunkban a vizsgálati időszakban a kitöltők döntő többsége (93,42%) férfi, háromnegyedük (74,73%) a 36-65 éves korcsoportba tartozott. A legfiatalabb (18-25 éves) és a legidősebb (65 év feletti) korcsoportból érkezett a legkevesebb (5,52%, illetve 9,55%) kitöltés. A válaszadók egyharmada (34,39%) budapesti lakos, 49,26%-uk pedig Közép-Magyarországon él. A kitöltők közel fele (43,74%) diplomával rendelkezik, az érettségit és szakmát szerzett személyek a minta 40,98-át teszik ki, 12,95%-uknak csak érettségije van, az érettségivel nem rendelkezők aránya pedig elenyésző (2,33%). Többségben vannak azok, akik átlagosnak (38,22%) vagy átlag felettinnek (34,39%) ítélik meg a jövedelmi helyzetüket (összesen a minta közel háromnegyedét alkotják).

A kitöltők többsége régi fogyasztónak tekinthető: kimagaslóan magas (60,51%) azoknak az aránya, akik már több mint 30 éve hallgatnak analóg zenét a szabadidejükben. Ám megjelennek olyanok is, akik az elmúlt években kezdtek analóg módon zenét hallgatni (2. diagram). A 36 évesnél idősebb analóg zenét hallgatók (n=397) 16,12%-a az elmúlt 10 évben kezdett el ilyen módon zenét hallgatni, míg a rész-minta 70,78%-a már több mint 30 éve – közülük kiemelkedik 9 fő (2,27%), akik már több mint 60 éve az „analóg zene szerelmesei”.



2. diagram: Az analóg zenehallgatás időszaki jelenléte a kitöltők életében (N=471)
Diagram 2. Periodic presence of analogue music listening in the lives of the respondents (N=471). Forrás/Source: Saját felmérés és szerkesztés, 2024 / Own survey and redaction, 2024

Az analóg zenét hallgatók (N=471) szubjektív véleményüket kifejtős válaszban adhatták meg arra a kérdésre, hogy miért hallgat ilyen formában zenét (bakelit, vinyl lemez, magnókazetta). A válaszok kategorizálása után megállapítható a motivációk rangsorrendje (3. diagram):

1. Az analóg zene hangzása mint első számú élményfaktor (n=208)

Például: „Kicsit a hangzás miatt is kedvelem, mert valahogy „jelenlévőbbnek” érzem a zenét.” „A hangzása barátságosabb a fülnek, mint a digitális zenéé, ráadásul nekem elképzelhetetlen, hogy egy laptopról „csipogjon” a zene.” „Élethűbb, természetesebb hangzást ad, mint a digitális formátum.” „Melegebb, gazdagabb, emberibb hangzású.”

2. A fizikai formátumból adódó élmények (n=116)

Például: „A zenehallgatáshoz hozzá tartozik a hanglemez, a kazetta megfordítása, vagy a szalag befűzése.” „A lemez kézbe vehető, van szaga.” „A kijelző fénye, egy komolyabb benendezés vizuálisan is gyönyörű,” „Szeretem a bakelit sercegő hangját.” „Szeretem a lemez- és kazettaborítókat, illetve, hogy a zenének van egy fizikai lenyomata. A lemezen látszik a számok hosszúsága.” „Az analóg szalag forgása a készülékben, ami legjobban rabul ejt. Minden készüléknél alap elvárásom az orsók forgása, a szalag jó láthatósága.”

3. Nosztalgia (n=110)

Például: „Gyerekkorom óta hallgatok lemezeket. Ezen nőtetem fel, és hobbiként most is megmaradt ez.” „Retro feeling miatt.” „25-30 évvel ezelőtt azt mondtam, hogy hétköznapi CD, ünnepnapokon bakelit. Ma már inkább hétköznapi Spotify, ünnepnapokon vinyl.” „Mert megszoktam.”

4. Pszichés töltés (n=81)

Például: „Lelassul az idő, megpihen az ember addig, amíg lepörög egy vinyl.” „Ezt nem kapcsolgatom el, nem léptetem, sőt minden lemezoldalt kétszer hallgatok meg, így a zenei memóriám is fejlődik.” „A dalok véletlenszerű hallgatása (digitális) teljesen más, mint egy felépített album figyelmes végighallgatása.”

5. Gyűjtés szenvedélye (n=69)

Például: „A gyűjtemény végtelen változatossága gyönyörködtet.” „Jól eső érzés ránézni a gyűjteményemre.” „Jó érzés, hogy a kedvenc albumaim fent vannak a polcon.” „A hanglemezek gyűjtésének, megtalálásának a procedúráját nagyon szeretem.” „Jó birtokolni a lemezeket.”

6. Rituálé (n=60)

Például: „Szeretem az egész rituálét. Kiveszem a tokból a lemezt, megtisztítom, meghallgatom, olvasom a borítót.” „A zenehallgatás számomra szertartás, nem tekintem és nem használom soha háttérzajként.” „Az LP és magnó hallgatásnak van egy szertartása, amiről nem szeretnék lemondani.”

7. Elérhetőség (n=17)

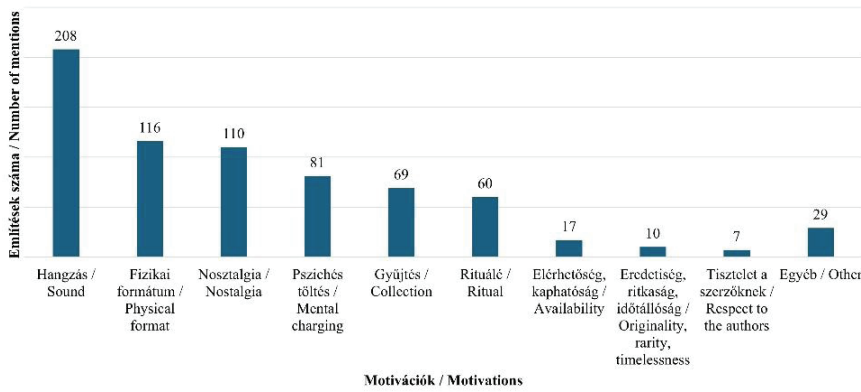
Például: „Sok dolog nem jelent meg CD-n, csak vinylen, vagy csak kazettán.” „Van olyan zene, ami nincs meg az online platformokon.” „Az a korszak, ami leginkább tetszik zenei stílusban, így volt elérhető.”

8. Eredetiség, ritkaság, időtállóság (n=10)

Például: „Ha vigyázunk egy vinyl lemezre, az hosszú évtizedekig kiszolgál minket. Nekem is van 40-50 évesnél is idősebb vinyl-em és kompakt kazettám.” „A digitális tartalmakkal szemben az analóg formátumok előnye, hogy sokkal tartósabbak, és évtizedeken keresztül lehet őket hallgatni, míg a digitális fájlok el tudnak veszni. Még a CD is el tud romlani, nem olyan „örökéletű”, mint a teljesen analóg hanghordozók.”

9. Tisztelet a szerzőknek (n=7)

Például: „Ilyen módon adom meg a tiszteletet a szerző/előadó felé.” „A bakelitet azért kezdtem gyűjteni, hogy támogassam a zekekarokat, akiket hallgatok.” „Így megvásárolva a zenét, talán a szerzőknek is több pénz visszaforgog.”



3. diagram: Az analóg zenét hallgatók motivációi (N=471) | Diagram 3: Motivations of analogue music listeners (N=471). Forrás/Source: Saját felmérés és szerkesztés, 2024 / Own survey and redaction, 2024

Az alábbi 1. táblázatban néhány, az analóg zenehallgatáshoz kapcsolódó szempont értékelése látható a 36-50 éves korosztály, a legaktívabbnak mondható szegmens esetében. Jól kirajzolódik, hogy a válaszadók domináns hányada teljesen és nagy mértékben egyetért azokkal az állításokkal, miszerint az analóg zenék (bakelit, vinyl, magnókazetta) részletgazdagabbak, természetesebbek, mint a digitálisan rögzített zenék (CD, SACD, DVD-A, BD, Spotify, Tidal, Apple Music...); szebb a hangzásuk, mint a digitális (CD, SACD, DVD-A, BD) fizikai hanghordozóké és a streaming online audio tartalmaké (Spotify, Tidal, Apple Music, Amazon Music, TuneIn Internet rádió, Deezer), értékeesebbek, mivel kézzel foghatóak, fizikálisan birtokolhatóak. Egyértelművé vált, hogy az analóg hangrendszer által olyan egyedi élményt élhetünk át, amely fizikailag több, működésében más, mint a másik két zenehallgatási forma: a kazetta beletekerhető, pörög; a lemezjátszóban a lemez láthatóan forog, a tű leérkezik a lemezbarázdára stb. A válaszadók szinte mindegyike egyetért abban, hogy valamilyen formában még a szoba, helyiség díszé is lehet az esztétikus kialakítású analóg lejátszó eszköz (lemezjátszó vagy kazettás deck).

A fentiekben kiválasztott 6 szempont kedveltségi rangsorrendje a következő: 1. értékeesebb, kézzel fogható, birtokolható (4,55); 2. az analóg lejátszó eszköz díszként is funkcionál (4,50); 3. egyedi fizikális működési élményt nyújt (4,49); 4. szebb a hangzásuk, mint a streaming zenének (3,89); 5. természetesebbek, mint a digitális formátumú zenék (3,62); illetve 6. szebb a hangzásuk, mint a digitális zenének (3,58).

Megvizsgáltuk az analóg zenehallgatásba történő bevonódás szociális háttérét is. A vizsgált minta mindössze 8,70%-a (n1=41) esetében jellemző teljes mértékben, 11,25%-a (n2=53) nagymértékben, illetve 21,66%-uk (n3=102) esetében pedig többé-kevésbé, hogy saját otthonukban fogadják hasonló érdeklődésű ismerőseiket analóg Hi-Fi zenét hallgatni. Az első két szegmens körében a 36–50, míg a harmadik szegmensnél az 51–65 éves korosztály esetében elterjedt ez a tevékenység (48,78%, 39,62%, illetve 43,14%). Földrajzi szempontból ez Budapestre, Pest és Győr-Moson-Sopron vármegye területére koncentrálódik (28,06%, 13,27% és 9,18%). A többi vármegye között nincs szignifikáns eltérés. A vizsgált minta 26,75%-ára (n4=126) viszont egyáltalán nem jellemző ez a

fajta társas kikapcsolódás. Másik vizsgált kérdésünk arra irányult, hogy a kitöltő maga átjár-e más(ok)hoz, hasonló érdeklődésű ismerőseivel analóg Hi-Fi zenét hallgatni. A vizsgált minta mindössze 6,78%-a (n1=32) esetében jellemző teljes mértékben, hasonló arányban, 7,63%-uk (n2=36) esetében nagymértékben, illetve 17,80%-uk (n3=84) körében pedig többé-kevésbé, hogy átmegy valamelyik, hasonló érdeklődésű ismerősei otthonába ilyen céllal. Az első két szegmens körében itt is szintén a 36–50 éves, a harmadik csoportnál pedig az 51–65 éves korosztály esetében elterjedt legjobban ez a tevékenység (37,50%, 50,00%, illetve 45,24%). Földrajzi koncentráció szempontjából itt is az első három legjellemzőbb terület Budapestre, Pest vármegye, illetve Győr-Moson-Sopron és Csongrád-Csanád vármegye (30,92%, 15,13% és 7,24–7,24%). A vizsgált minta 33,33%-a (n4=157) körében pedig sajnos egyáltalán nem jellemző ez a fajta társas kikapcsolódás. Akik sem nem fogadják ismerőseiket, sem nem látogatják meg ismerőseiket egyáltalán ilyen céllal, tehát teljesen egyéni analóg zenehallgatók, az ő arányuk a vizsgált mintán belül 23,35% (n=110). Ez legnagyobb arányban az 51-65 éves korosztályra jellemző (n=41, 37,27%). A földrajzi eloszlásuk rangsora itt is megegyezik az előzőekben közöltekkel (Budapest: 28,29%, Pest vármegye: 11,18%, Győr-Moson-Sopron vármegye: 6,58%). Ami viszont érdekes, hogy ilyen egyéni analóg zenehallgató nem található Vas vármegyében.

További vizsgálat tárgyát képezte az analóg zenehallgatásba történő bevonódás más, kapcsolódó tevékenységek közül az analóg zene gyűjtése és az adás-vétel-csere területén. Jól kirajzolódik, hogy a vizsgált analóg zenefogyasztók felénél teljes mértékben jellemző a gyűjtési szenvedély megjelenése, ám az adás-vételi és csere tevékenységek körében nincs ilyen egyértelműség. A vizsgált analóg zenefogyasztók mindössze csak közel negyede foglalkozik ezzel valamilyen mértékben (2. táblázat).

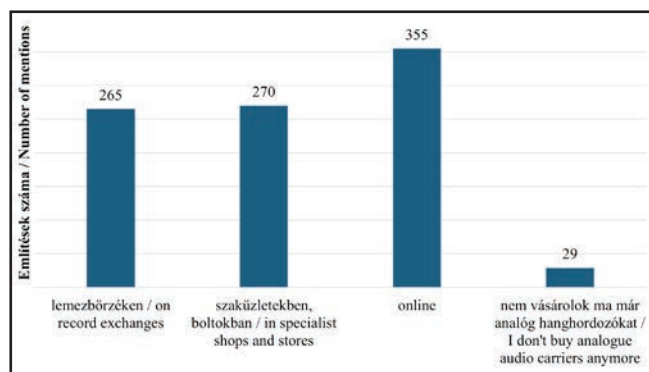
Értékelési skála és szempont / Rating scale and criteria	természetesebbek, mint a digitális / more natural than the digital one	szébb a hangzásuk, mint a digitálisnak / they sound better than digital ones	szébb a hangzásuk, mint a streaming / they sound better than the streaming	értékeesebb, kézzel fogható, birtokolható / more valuable, tangible, possessable	egyedi fizikális működési élmény / a unique physical operating experience	az analóg lejátszó dísz / the analogue player could be an ornament of the room
Egyáltalán nem ért egyet. / Totally disagree.	7%	6%	4%	1%	1%	1%
Kevésbé ért egyet. / Less agree.	11%	11%	8%	2%	3%	3%
Többé-kevésbé egyetért. / More or less agree.	27%	28%	22%	8%	8%	9%
Nagymértékben egyetért. / Largely agree.	24%	28%	29%	18%	24%	17%
Teljes mértékben egyetért. / Totally agree.	31%	27%	38%	71%	65%	70%
Összesen / Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

1. táblázat: Az analóg zenehallgatás néhány tulajdonságának megítélése (N=400) | Table 1: Assessment of some characteristics of analogue music listening (N=400). Forrás/Source: Saját felmérés és szerkesztés, 2024 / Own survey and redaction, 2024

Kapcsolódó tevékenységekbe bevonódás / Involvement in related activities	Analóg zenék gyűjtése / Collecting analog music	Analóg zenék adás-vétele, cseréje / Sale, purchase, exchange of analogue music
Egyáltalán nem jellemző. / Not typical at all.	4%	23%
Kevésbé jellemző. / Less typical.	4%	23%
Többé-kevésbé jellemző. / More or less agree.	20%	25%
Nagymértékben jellemző. / Largely typical.	23%	11%
Teljes mértékben jellemző. / Totally typical.	50%	18%
Összesen / Total	100%	100%

2. táblázat: Az analóg zene gyűjtési, illetve adás-véleti és csere tevékenységei (N=471)
Table 2: Collecting, saling-purchasing and exchanging activities related to analogue music (N=471). Forrás/Source: Saját felmérés és szerkesztés, 2024 / Own survey and redaction, 2024

A vizsgált analóg zenefogyasztók többnyire online vásárolnak analóg hanghordozót. Ezt követi szinte gyakori említéssel a lemezbörzék és szaküzletek. Mindössze a válaszadók 6,16%-a (n=29) nem vásárol már ilyen hanghordozót napjainkban (4. diagram).



4. diagram: Analóg hanghordozók vásárlási helyszíne (N=471). Diagram 4: Place of purchase of analog audio carriers (N=471). Forrás/Source: Saját felmérés és szerkesztés, 2024 / Own survey and redaction, 2024

Következtetések

Az Egyesült Királyságban végzett szakmai felmérés rávilágított arra a trendre, hogy napjaink bakelit-lemesz-fogyasztóinak jelentős hányadát teszik ki a Z generáció tagjai. Ám a hazai vizsgálatunk nem igazolta ezt egyértelműen ezt a tendenciát.

Az ún. audiofil Hi-Fi hallgatók igényeire reflektálva, egyre több mai előadó (újból) kiadja lemezeit kézzel fogható formában is, azaz vinyl lemez vagy akár magnókazetta formában is, a manapság népszerű streaming platformokon túl. Az elmúlt 7 évben megháromszorozódott az analóg formában kiadott albumok száma, amely a nagy hazai médialáncolatok (pl. Media Markt) kínálatában is megjelent. Emellett a másodlagos piacot képező börzék (pl. ELTE LemezPiac ☺ Budapesti Lemezbörze) és lemezboltok (pl. Lemezkuckó) szintén erre az igényre adnak választ széles választékkal, nem csak a vásárlás, hanem a cserelehetőség révén is. A társadalomnak van tehát egy olyan egyre népesebb szegmense, akik szívesen hallgatnak újra analóg tartalmakat, amely különleges élvezetet nyújt a szellemi rekreációjuk szempontjából.

A saját kutatási eredményeink alapján megállapítható, hogy valószínűsíthetően az analóg zenehallgatók legjellemzőbb magyar fogyasztója a középkorú, középosztálybeli, városi férfi, aki diplomás és átlagos fizetéssel rendelkezik. Motivációját tekintve leginkább az analóg zene hangzása, mint élményfaktor áll az első helyen, ám jelentős hatást fejt ki emellett a fizikai formátumból adódó élmények (kézzel-foghatóság), a nosztalgikus érzés, valamint a pszichológiai jóllétet eredményező, az analóg zenehallgatást körülvevő léghő is.

Előfeltételezéseink közül a motivációs tényezőkre vonatkozó elgondolás többé-kevésbé beigazolódott, bár az analóg zenehallgatás szertartásos, rituálé jellege csak a hatodik helyen szerepel a motivációs rangsorrendben.

Második hipotézisünk nem nyert egyértelmű beigazolódást, mivel kevésbé dominál a fogyasztók körében a társas összetartozás élménye. Ugyanis sem a saját otthonban, sem az ismerőseik lakásán történő társasági analóg zenehallgatás nem jelentkezik a vizsgált minta tagjainál túlnyomó dominanciával. A vizsgált minta mindössze 21,66%-a (nott-hon=102), illetve 32,27%-a (nismersősnél=152) körében jellemző a társas analóg zenehallgatás.

Harmaidik feltételezésünk viszont beigazolódott: a vizsgált mintában nagyobb arányban jellemző a gyűjtési szenvedély, mint az adás-vétel-csere.

További kutatási irány lehet megvizsgálni különböző fogyasztási mintázatok kialakítása az alapján, hogy mióta hallgat analóg zenét. Ennek tükrében megvizsgálhatók a zenehallgatási tevékenységek pszichológiai és szociális vetületei, valamint az adás-vétel és lemezcseré. Tehát, a bevonódás aktív jellegének vizsgálata az egyes fogyasztói csoportok között.

Az analóg hangrendszer egy olyan egyedi szellemi rekreációs élményt nyújt, amely fizikailag is több és működésében is más. Ilyen például, hogy a kazetta beletekerhető, ami hallható is, mivel a kazetta pörög; a lemezejátszóban pedig a lemez láthatóan forog, a tű leérkezik a lemezbarázdára; az esztétikus kialakítású lemezejátszó vagy kazettás deck a szoba díszé is lehet egyúttal eme szubkultúra számára, amivel el lehet büszkélkedni más, hasonló érdeklődésű felhasználótársaknak. Akik évtizedekkel ezelőtt is használtak ilyen típusú hangrendszereket, számukra a nosztalgia révén újra átélhető lehet a korábbi pozitív élmény, ezzel pozitív érzelmi hatást kialakítva, a szubjektív életminőséget elősegítve.

Irodalomjegyzék

- Bartmanski, D., & Woodward, I. (2013). The vinyl: The analogue medium in the age of digital reproduction. *Journal of Consumer Culture*, 15(1), 3–27. <https://doi.org/10.1177/1469540513488403>
- Demers, J. (2017). Cassette Tape Revival as creative anachronism. *Twentieth-Century Music*, 14(1), 109–117. <https://doi.org/10.1017/s1478572217000093>
- Dowkes, O. (2018, January 1). Changing listening habits in Norway: The album format, vinyl revival and transformations in the music industry. *NTNU Open*. <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2671052>
- Eede, C. (2024, April 19). Gen Z listen to more vinyl, CDs and cassettes than any other age group, survey shows. <https://djmag.com/news/gen-z-listen-more-vinyl-cds-and-cassettes-any-other-age-group-survey-shows>
- Enstroem, R., & Schmaltz, R. (2022). Vinyl as fine wine: The role of expectation on the perception of Music Format. *Frontiers in Psychology*, 13:873517. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.873517>
- Fritz, P. (2011). Kiegészítő eljárások. In P. Fritz (Szerk.), *Mozgásos rekreáció: Rekreáció mindenkinek I.* (pp. 121–128). Miskolci Egyetemi Kiadó.
- Fritz, P. (2019). A rekreáció fogalma, rendszertani felosztása. In P. Fritz (Szerk.), *Alapfogalmak és jelentései a rekreáció területén: Rekreáció mindenkinek III.* (pp. 39–41). Miskolci Egyetemi Kiadó.
- Grewe, O., Nagel, F., Kopiez, R., & Altenmüller, E. (2007). Listening to music as a re-creative process: Physiological, psychological, and psychoacoustical correlates of chills and strong emotions. *Music Perception*, 24(3), 297–314. <https://doi.org/10.1525/mp.2007.24.3.297>
- Magyar, M. (2019). Nem-mozgás-dominanciájú rekreáció értelmezései nemzetközi és hazai környezetben. In Zs. Gósi, Sz. Boros, & J. Bősze Patakiné (Szerk.), *SOKSZÍNŰ REKREÁCIÓ: Tanulmányok a rekreáció témaköréből* (pp. 97–122). ELTE PPK.
- Magyar, M. (2016). Szabadtéri kulturális programok rekreációs szerepe. *Recreation*, 6(2), 32–34.
- MAHASZ (2024a). *Piaci adatok: Éves piaci statisztikák - fizikai értékesítések* (2016). Magyar Hangfelvétel-kiadók Szövetsége Közös Jogkezelő Egyesület. <https://www.mahasz.hu/userfile/mahasz-statisztika-fizikai-ertekesitesek-2016.xlsx>
- MAHASZ (2024b). *Piaci adatok: Éves piaci statisztikák - fizikai értékesítések* (2023). Magyar Hangfelvétel-kiadók Szövetsége Közös Jogkezelő Egyesület. https://www.mahasz.hu/userfile/2023_evi_fizikai_eladasok.xlsx
- Mall, A. (2021). Vinyl revival. *Journal of Popular Music Studies*, 33(3), 73–77. <https://doi.org/10.1525/jpms.2021.33.3.73>
- Mayer, K. (2023). A hangverseny-élmény összetevői. *Recreation*, 13(3), 14–16. <https://doi.org/10.21486/recreation.2023.13.3.3>
- Patakiné Bősze, J. (2016). Az Én Ringatóm, az én rekreációm. *Recreation*, 6(3), 31–32. <https://doi.org/10.21486/recreation.2016.6.3.2>
- Patakiné Bősze, J. (2020). Az alternatívák keresése a rekreációban, avagy a fizikai és a nem-mozgásos dominanciájú rekreáció megújulása a 21. században. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 21(3), 76. [absztrakt](#)
- Rudolf, M. R., & Magyar, M. (2022). ELTE-sportszakos egyetemisták „zenefogyasztásáról”. In A. Perge, & K. Ökrösné Tóth (Szerk.), *III. Leisure Konferencia: A rekreáció színeit: Absztrakt füzet* (pp. 25–26). Miskolci Egyetemi Kiadó.
- Sade, Y. (2015, July 4). Physical vs. Virtual Products. https://medium.com/@Yariv_Sade/physical-vs-virtual-products-463d4f04c510
- Sarpong, D., Dong, S., & Appiah, G. (2016). ‘Vinyl never say die’: The re-incarnation, adoption and diffusion of retro-technologies. *Technological Forecasting and Social Change*, 103, 109–118. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.10.012>
- Schäfer, T., Sedlmeier, P., Städtler, C., & Huron, D. (2013). The psychological functions of music listening. *Frontiers in Psychology*, 4, Article 511. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00511>
- Tribe, J. (2020). *The Economics of Recreation, Leisure, and Tourism* (6th Edition). Routledge.
- Whitehouse, S. (2022). “Taking a chance on a record”: Lost vinyl consumption practices in the age of music streaming. *Consumption Markets & Culture*, 26(1), 64–80. <https://doi.org/10.1080/10253866.2022.2134124>
- Wohlfeil, M. (2022). Vinyl strikes (not once but twice): The non-digital future of listening to music?: An abstract. In J.
- Allen, B, Jochims, & S. Wu (Eds.), *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science* (pp. 571–572). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95346-1_186