

Kundi Viktória

A Miskolci Operafesztivál gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemző bemutatása

Jelen tanulmány a Miskolci Operafesztivál gazdasági és társadalmi-kulturális hatásait vizsgálja, bemutatva, hogy egy stagnáló gazdasági helyzetben lévő, nagyipari múlttal rendelkező városban miként képes prosperálni egy kulturális attrakció, amely a tudatos, kulturális alapú városfejlesztés eredményeképpen jött létre. A módszertani felvezetést követően, rövid elméleti felvezető után, Miskolc turisztikai adottságainak elemző bemutatása olvasható. A tanulmány további részben a módszertani fejezetben ismertetett módon lebonyolított empirikus vizsgálatok eredményeit láthatjuk.¹

Journal of Economic Literature (JEL) kód: Z130

Kulcsszavak: fesztiválok, turizmus, társadalmi-kulturális hatásmérés, nemzetközi modellek

A fesztiválok száma az utóbbi tíz évben robbanásszerűen megnőtt hazánkban, s hatásuk a rendező város szempontjából sem elhanyagolható. Erőteljes felfutásuk indokoltá teszi gazdasági és társadalmi-kulturális hatásaik vizsgálatát. A rendezők érdektelensége és a mérési nehézségek miatt az elemzések főként a gazdasági és üzleti eredményességre fókuszálnak, emellett azonban az eddiginél nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a társadalmi-kulturális hatások vizsgálatára is, hiszen a fesztiválok – mint közösségi találkozási helyek, élményszerzési lehetőségek – rövid, közép és hosszú távon is visszahatnak a helyi lakosság életminőségére. Jelen tanulmány a Miskolci Operafesztivál gazdasági és társadalmi-kulturális hatásait vizsgálja.

A kutatás módszertana

A rendezvények tekintetében a társadalmi-kulturális hatások mérésére számtalan módszert dolgoztak ki. A fő mérési nehézségek alapvetően abból adódnak, hogy „láthatatlan”, azaz nehezen, vagy nem mérhető hatásokról van szó (Rátz 1999; Small-Edwards-Sheridan 2005). A vizsgálatokat tovább nehezíti, hogy gyakran nincs összehasonlítási alap, mivel nem ismerjük a változás előtti állapotot (Butler 1993). E munkában csupán a szervezők által rendelkezésemre bocsájtott anyagok elemzésére támaszkodhattam. A gazdasági hatások

Kundi Viktória a Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszékének tanársegédje. E-mail: kundiviki@gmail.com.

¹ A primer vizsgálatokat 2010–2011-ben végeztem.

mérésére nemzetközi viszonylatban alkalmazott módszerek itthon, a leggyűjtött adatok hiánya miatt, kevésbé használhatóak (Kundi 2012a).

Kimondottan a fesztiválok szocio-kulturális hatásainak mérésére dolgozták ki a Szociális Hatás Értékelés (SIE) módszert. Ez egy hat lépcsőből álló értékelési folyamat, mely a következő pillérekre épül (Small-Edwards-Sheridan 2005 alapján saját szerkesztés):

- *fesztivál leírása*: kitérve a fesztivál és környezetének általános jellemzőire;
- *a fesztivál profilja*: a célterület karakterizálása, valamint a helyi lakosság és szubkultúráinak bemutatása;
- *a fesztivál hatásainak „beazonosítása”*: lehetséges hatások felkutatása szakértői brainstorming módszerrel, valamint az ágazati szektor és a helyi közösség vezetői körében elvégzett interjúk segítségével, melyet célszerű kiegészíteni szekunder kutatással;
- *a fesztivál projekt bemutatása*: azon szocio-kulturális hatások elemző ismertetése, amelyek a fesztivál megrendezése következtében alakultak ki a helyi közösségben;
- *értékelés*: a fesztivál megtartását követően érzékelhető szocio-kulturális hatások elemzése.
- *visszacsatolás*: a szervezők és a helyi közösség számára kommunikált eredmények összefoglalása.

A fenti rendszer első három pillére gyakorlatilag a fesztivál holisztikus bemutatása, míg a negyedik és ötödik lépcsők a megrendezett fesztivál által kiváltott hatásokat mérik. A módszer rendkívül összetett és komplex, melyben az általános leírás mellett elmaradhatatlan az empirikus vizsgálat. Célszerű lenne azonban a módszer ex-ante vizsgálattal történő kiegészítése, mellyel lehetőség lenne a várt és valós hatások közötti esetleges különbségek feltárására.

A szocio-kulturális hatások mérésének egyik módszere lehet a Társadalmi Hatáselemzés (SIP), amely egy viszonylag egyszerű, ugyanakkor rendkívül hatékony módszer a fesztivál közösség életében lecsapódó hatásainak mérésére. Az úgynevezett Nominális Csoporttechnikán alapuló módszert, a már meglévő turisztikai hatásmérésekre alapozva, 2001-ben dolgozta ki Delamere, Wankel és Hinch (Hivatkozva: Small-Edwards-Sheridan 2005), melyet aztán továbbfejlesztettek a fesztiválok értékeléséhez használható Társadalmi Hatás Attitűd Skála (Social Impact Perception Scale – SIPS) modellé. A módszer 47 tételt tartalmaz, amelyek a szociális költségek és szociális hasznok csoportjára bonthatók.

A fesztiválok nemzetközileg alkalmazott társadalmi-kulturális hatásmérési módszereinek összefoglaló táblázata

Modell neve	Főbb ismérvek	Alkalmazási problémák
Foglalkoztatási multiplikátor	A turisták költségéhez kapcsolódó közvetlen, közvetett és indukált hatásokat méri a munkaerőpiacra vonatkoztatva; vagyis azt, hány teljes munkaidősnek megfelelő állás jön létre a látogatói költség következtében.	A Központi Statisztikai Hivatal a fesztiválszervezőkről, valamint az általuk foglalkoztatottakról nem gyűjt le adatokat, így a módszer használata hazánkban nem lehetséges.
Önkéntesek számának mérése	A fesztivál helyi „beágyazottságát” mutatja.	Önmagában nem elég a társadalmi-kulturális hatások mérése, ugyanakkor fontos lehet ahhoz, hogy egy fesztivál helyi közösség életében játszott szerepét felbecsüljük.
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 adhat a fesztiválszervezők számára.
Szociális Hatás Értékelés (Social Impact Evaluation – SIE)	A módszer első része átfogó képet ad a fesztiválról, míg a második rész empirikus eredményeket mutat be, amelyek Likert-skála alkalmazásán alapulnak.	Alkalmazható, ám összetett módszertant, komoly szakértelmet kíván. Teljes egészében adaptálható a hazai fesztiválok vizsgálatára.
Társadalmi Hatáselemzés (Social Impact Perception – SIP)	Szociális költségek és szociális hasznok kérdéscsoportja alapján 47 állítást fogalmaz meg, amelyeket a válaszadók 11 fokú skálán értékelnek.	A 11 fokú skálázási technika miatt kivitelezhetősége nehézkes. Hazai adaptáció esetén a skálát 7 vagy 5 fokúvá átalakítva célszerű a fesztiválok mérésére használni.
Turisztikai Hatás Attitúd Skála (Tourism Impact Attitude Scale – TIAS)	20 fő állítás vizsgálata Likert-skálával; célja a fesztiválturizmus megítélése a válaszadók demográfiai és szocio-ökonómiai paramétereinek alapján.	Adaptálható, könnyen, gyorsan, kis költségvetéssel lebonyolítható módszer, mely releváns információkat szolgáltat a fesztiválszervezők számára.

Forrás: Kundi 2012b

2. táblázat

Példa a társadalmi hatás attitűd skálára

Hatás meghatározása	Hatás			Hatás erőssége										
A fesztivál időtartama alatt a járdák és utak túlszűfoltak voltak.	I	N	Nem tudom	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	2	4	5

Forrás: Small-Edwards-Sheridan 2005:71 alapján szerkesztve

A fenti méréshez meghatározott, az észlelt szocio-kulturális hatások kimutatására kidolgozott tényezők öt fő csoportra bonthatók, amelyeket a 3. táblázat szemléltet.

3. táblázat

Társadalmi-kulturális percepciók hatásmérés tényezőcsoportjai

Tényezőcsoportok	Példák
Közösségi hatások	Termékek és szolgáltatások árának növekedése.
Kikapcsolódási/rekreációs hatások	A működő rekreációs és kikapcsolódást segítő szolgáltatások jobb jövőképe.
Infrastrukturális hatások	Működő középületek újjáépítése.
Egészségi és biztonsági hatások	Erősödő bűnözés és vandalizmus.
Kulturális hatások	Növekvő helyi érdeklődés a régió kultúrája és történelme iránt.

Forrás: Small-Edwards-Sheridan 2005:73 alapján szerkesztve

A fenti módszert az Ausztrál Könyvfesztivál felmérése alapján értékelték, s megállapították, hogy a fesztiválszervezők számára rendkívül hasznos információkkal szolgált – nem csupán a helyi közösség percepcióit, hanem azok intenzitását és irányát tekintve is. Ez a lehetőség kiváló alapot jelent longitudinális vizsgálatok elvégzéséhez, a további rendezvények tervezéséhez.

A hatások standardizáltabb mérése érdekében *Lankford és Howard (1993)* kidolgozták a Turisztikai Hatás Attitűd Skálát (TIAS). Ez a fenti két módszerre alapozva alkalmazható, s hiteles méri a helyi lakosság turizmussal szembeni attitűdjét. A módszer 20 fő állítást tartalmaz, ezek megítélését 5 fokú Likert-skálán rögzítik. A skála értékei a következőképpen alakulnak: 1 – egyáltalán nem értek egyet; 2 – nem értek egyet; 3 – közömbös vagyok; 4 – egyetértek; 5 – teljes mértékben egyetértek (*Wang-Pfister-Morais 2006*).

A módszer célja, hogy szocio-ökonómiai és demográfiai adottságai alapján feltárja a helyi lakosság attitűdjét a turizmus megítélésével kapcsolatban, így a 20 állítás mellett nagy hangsúlyt fektet a válaszadók korszerkezetének, nemének, iskolázottságának és közösségi

életben való részvételének feltárására is. Utóbbi mérését két módon vizsgálják: a válaszadó mióta lakosa az adott desztinációnak, illetve tagja-e valamely civil szervezetnek. Korábbi kutatások ugyanis azt mutatják, hogy a közösségi életben való részvétel szignifikáns kapcsolatot mutat a turizmus megítélésével (*Vesey-Dimanche 2001; hivatkozta: Wang-Pfister-Morais 2006:414*).

Jól szemlélteti a módszer hatékonyságát és alkalmazhatóságát a Wang és szerzőtársai által 2006-ban Washington, NC-ben végzett kutatás is, amelyet a vizsgálatot végzők Don A. Dillman borítékos kérdőíves módszerével bonyolítottak le (*hivatkozta: Wang-Pfister-Morais 2006*); a borítékban a kutatással kapcsolatos tájékoztató, a kérdőív, valamint a küldők címére szóló felbélyegzett boríték található. A kutatók megállapították, hogy a TIAS valóban jól alkalmazható módszer a szocio-ökonómiai hatások mérésére, főként olyan térségekben, ahol a turizmus még nem vált a gazdaság meghatározó tényezőjévé.

A módszer véleményem szerint is releváns a társadalmi hatások feltérképezésére. Előnye, hogy a vizsgálni kívánt tényezők, állítások rugalmasan változtathatók, és bár alapvetően szocio-ökonómiai jellegű, a tényezők másfajta „összeválogatása” szocio-kulturális vizsgálatot is megalapozhat. A metódus további pozitívuma, hogy a Likert-skálának köszönhetően viszonylag könnyű megértést, gyors lekérdezést tesz lehetővé, kiértékelési szempontból pedig – a skálázási technika révén – széleskörű vizsgálatot, alapos információszerezést biztosít.

A fentiek közül a Miskolci Operafesztivál mérésére a SIP és a TIAS módszereket adaptáltam és kombináltam retrospektív felméréssel. A módszer tesztelésképpen vizsgáltam Miskolcon az Operafesztivál hatásait. A primer vizsgálatot mélyinterjúkra és kérdőíves felmérésre alapoztam. Az interjúk során Bátor Tamást, a Miskolci Operafesztivál akkori igazgatóját és Peiszerle Pálnét, az Operafesztivál akkori gazdasági igazgatóját, valamint Bodnár Krisztinát, a miskolci Tourinform iroda vezetőjét kérdeztem. A kérdőívet 279 miskolci lakossal töltöttem ki. A vizsgálat során kérdezőbiztosok segítették munkámat.

Miskolc turisztikai háttérének elemző bemutatása

A fejezet célja, hogy feltárja a Miskolci Operafesztivál turisztikai háttérét, a város idegenforgalmi adottságait, kulturális turizmusban való szerepét, hiszen a rendezvény későbbi fejezetekben való elemzése önmagában nem lenne elégséges ahhoz, hogy a fentiek hatását komplexen értelmezhessem. Azért szükséges az elsődleges és másodlagos turisztikai szuprastruktúra áttekintése, mivel területi dimenzióban ezek elhelyezkedése determinálhatja a rendezvények turisztikai sikerességét, számuk, kihasználtságuk pedig részben visszacsatolást jelenthet azzal kapcsolatban. Területi aspektusokat vizsgálva egyáltalán nem mindegy például, hogy a kulturális turizmusban szerephez jutó 4 és 5 csillagos szállodák hol helyezkednek el a városban (közel vagy távol a fesztivál helyszínéhez), illetve jelen vannak-e egyáltalán a piacon.

Miskolc ipari múlttal (és jelenl) rendelkezik, a leépült nagyipari termelés áldozata. Turisztikai vonzerejét tekintve viszont a város 2008-ban elnyerte a Magyar Kultúra Fővárosa címet. Enyedi György megállapítása, miszerint az elavult ipari szerkezetű városok és régiók hanyatlását nem új ipartelepítéssel, hanem kulturális funkciók fejlesztésével próbálták ellensúlyozni, Miskolc esetében egyértelműen igaz (*Enyedi 2002*). Ennek értelmében a település kulturális potenciálja – mint lehetséges városfejlesztési tényező –

gazdasági tőke hiányában képes lehet a város revitalizálására, gazdaságának dinamizálására. Ezt alátámasztja a Nemzeti Kulturális Alap (NKA) 2006-os tanulmánya is, melyben megállapították, hogy 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. Ez azt mutatja, hogy a felmérésükben részt vevő öt pólusváros közül (Debrecen, Győr, Miskolc, Pécs, Szeged) Miskolc mozdult el leginkább a kulturális alapú városfejlesztés irányába.

A város turizmusa a számok tükrében

A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma 2000 és 2009 között összességében 24,1 százalékos csökkenést mutat; a legnagyobb visszaesést 2008–2009-ben könyvelte el a város, de egyébként folyamatos, egyenletes visszaesés figyelhető meg. Az elmúlt tíz évben a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált külföldi vendégek száma stagnált.

A fenti periódusban a vendégéjszakák száma Miskolcon – a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek számának alakulása következtében – szintén erőteljesen visszaesett. Ennek mértéke a külföldi és belföldi vendégeket együttesen vizsgálva 26,7 százalékos, míg kizárólag a külföldiek által eltöltött vendégéjszakákat tekintve 19,2 százalékos.

A város szállodáinak száma a szóban forgó években megugrott, 11-ről 17-re nőtt, s ennek következtében a szállásférőhelyek száma másfélszeresére – 1118-ról 1704-re – duzzadt. Mindeközben azonban az összes miskolci kereskedelmi szálláshely férőhelyeinek száma, reagálva a turisztikai kereslet visszaesésére, 30,5 százalékkal zsugorodott.

Pozitívumnak gondolom, hogy míg 2000-ben a kereskedelmi szálláshelyeken belül csupán 17,8 százalék volt szállodai férőhely Miskolcon, addig 2009-re ez az arány felment 39,0 százalékra, ami minőségi eltolódást jelez. Ezt a változást a szállodai férőhelyeket igénybevevő turisták száma is indokolta, mely szintén növekedett, bár viszonylag kismértékben, csupán 1,6 százalékkal (az egyéb szálláshelyek vendégforgalma viszont visszaesett). Az adatokat tovább bontva kiderül, hogy a szállodában megszálló külföldi vendégek száma viszont jelentősen, 32,1 százalékkal nőtt.

A szálláshelyek vendégforgalmi adatait összegezve elmondható, hogy a külföldiek száma ugyan bővült, vendégéjszakáik száma azonban visszaesett. E csoport tagjai főként a szállodai elhelyezést preferálják, ahol számuk növekedett. Összességében a vendégforgalmi adatok romlása a belföldi turisták számának és vendégéjszakáinak apadásával indokolható.

Ami a miskolci vendéglátóhelyeket illeti, ezek a vizsgált periódusban alaposan megszorodtak (bár 2006–2007-ben visszaesés volt tapasztalható), 2009-ben 1045 egység működött belőlük.

A kulturális turizmus szempontjából fontosnak tartottam vizsgálni a kulturális kínálat mennyiségi és minőségi mutatóit is. A muzeális intézmények száma 2004 és 2008 között alig változott; 2009-ben Miskolcon 13 múzeum üzemelt, amelyekben 66 kiállítást rendeztek. A látogatók számának erőteljes ingadozása nem követte a tárlatok számának változását, így véleményem szerint azok minősége, vonzereje magyarázhatja az eltéréseket, ezzel kapcsolatban azonban sajnos nem készültek vizsgálatok.

A városban 17 közművelődési intézmény van jelen, ami országos viszonylatban is soknak számít. Ez a város térségi kulturális központ funkciójával magyarázható, hiszen Miskolc megyeszékhely és regionális centrum is egyben. Sajnálatos azonban, hogy a

rendszeres művelődési formákban részt vevők köre látványosan szűkült; 2009-ben a 2006-os bázisához viszonyítva 24,1 százalékos visszaesés mutatkozott. Ez tehát alapvetően nem a múzeumok, intézmények vagy kiállítások számának csökkenésével, hanem inkább a gazdasági helyzetben bekövetkező változással magyarázható. Szintén a KSH adataival igazolható, hogy 2006-ról 2009-re jelentősen megnövekedett a kulturális rendezvények száma, bár ezt a növekedést a résztvevők számának emelkedése Miskolcon egyáltalán nem követte (2006 és 2009 között 2 százalékos visszaesést mértek).

A Miskolci Operafesztivál gazdasági elemzése, fesztiválfinanszírozás

A Miskolci Operafesztivál létrehozásának fő célja egy olyan rendezvény megalkotása volt, amely magas művészeti érték létrehozásával javítja a város imázsát, kibővíti a régió idegenforgalmi kínálatát. A rendezvény Müller Péter Sziámi alapító igazgató ötlete alapján született meg, „A zene várost épít!” szlogennel.

A fesztivál Miskolc várossal szoros, összehangolt munka folyamán valósult meg. A település vezetése a 90-es évektől kezdődően a kulturális városfejlesztés útjára lépett, és célként fogalmazta meg egy olyan fesztivál létrehozását, mely – a művészeti-kulturális értékközvetítés mellett – a régió kiemelkedő idegenforgalmi vonzerejévé válhat. A kialakításnál az alapítók felismerték, hogy a fesztivál a művészeknek biztosított szakmai platform mellett komoly gazdasági előnyökkel jár. Az Operafesztivált a létrehozás óta összefogás jellemezi a kulturális kormányzat, a város, a megye, a térségi és régiós intézmények, vállalkozók és magánemberek részéről, akik kiugrási lehetőséget látnak a fesztiválban és a „fesztiválváros” projektben.

A turisztikai vonzerőteremtés és városmegújítás mellett a fesztivál további célja Miskolc hazai és nemzetközi ismertségének elősegítése és megerősítése, a művészeti-kulturális értékátadás mentén. Célként fogalmazódik meg, hogy a rendezvény neve összefonódjon a városéval, emellett szervesen illeszkedjen az ország és a régió idegenforgalmi stratégiájába. Az alapítók a fő célok között rögzítették, hogy a fesztivál hozzájáruljon a színházi és zenei kultúra fejlesztéséhez a térségben, valamint segítse a Miskolci Nemzeti Színház épületeinek és humán erőforrásának kihasználását.

A célok tartalmi elemei a névtematikán alapulnak. Az először 2001-ben megrendezett fesztivál megjelölése 2004-ig Bartók + egy híres külföldi operaszerző neve szerkezetben történt (2001: Verdi; 2002: Puccini; 2003: Mozart; 2004: Csajkovszkij). Azóta Bartók Béla neve mellé egy-egy zeneszerző csoport vagy zenei irányzat kerül (2005: a bel canto stílus zeneszerzői; 2006: a verizmus zeneszerzői; 2007: Párizs (francia szerzők); 2008: szláv komponisták; 2009: Bécs; 2010: Európa; 2011: Verdi). A tematika célja, hogy az esemény minden évben valamilyen újdonságértéket képviselve, megújulva, az egyetemes zenekultúrát hirdetve jelenjen meg a fesztiválpiacon.

A rendezvény turisztikai jelentősége az indulás óta erősödni látszik, melyet alapvetően a látogatószám bővülése mutat. Ennek köszönhetően a fesztivál nem csupán a repertoárt tekintve bővítik, hanem térben is, melynek során a programkínálatot számos észak-magyarországi kulturális eseménnyel hangolják össze. Emellett Miskolc és a térség egyre több helyszínét vonják be a programokba (4. táblázat), aminek célja Peiszerle Pálné szerint az, hogy a rendezvény regionális vonzerejét tovább növeljék.

A Miskolci Operafesztivál programhelyszínei

Lokális helyszínek, Miskolc	
<ul style="list-style-type: none"> • Avasi Bormúzeum • Avasi református templom • Barlangfürdő • Belvárosi evangélikus templom • Csodamalom Bábszínház • Déryné kert • Erzsébet tér • Herman Ottó Múzeum Papszer úti épülete • Hősök tere • Jégcsarnok • Kandia köz • Képcsarnok 	<ul style="list-style-type: none"> • Miskolci Egyetem Díszaulája • Miskolci Galéria • Miskolc-Tapolcai Barlang- és Gyógyfürdő • Művészetek Háza • Rákóczi-ház • Széchenyi utca • Szentháromság Ortodox templom • Szinva terasz • Városház tér • Zenepalota • Zsinagóga
Regionális helyszínek	
<ul style="list-style-type: none"> • Baradla Barlang aggteleki hangversenyterme 	<ul style="list-style-type: none"> • Edelényi Coburg kastély

„A fesztivál fő helyszínei a Miskolci Nemzeti Színház öt játszóhelye. Természetesen nincs minden évben mind az öt játszóhely bevonva, hiszen mindig a Bartókhoz kapcsolt plusz zeneszerző/k/ határozzák meg a tematikát. A színházon kívül hangversenyeket tartunk a város csaknem valamennyi templomában. Szükség szerint igénybe vesszük a Miskolci Egyetem auláját is, mely az egyetlen olyan méretű előadóterem a városban, melynek befogadóképessége 1000–1200 fő. A Miskolci Jégcsarnokot rock-koncert céljára vettük igénybe” (Peiszerle Pálné). A helyszínek használatáért az Operafesztivál Kht. bérleti díjat fizet.

A fentiek alapján elmondható, hogy a rendezvény több kulturális intézménnyel is kapcsolatban áll; ezek elhelyezkedése ugyan főként lokális, azonban néhány közülük a régióban található. Ez alátámasztja, hogy a fesztiválszervezők gazdasági kapcsolatokat építenek ki kulturális intézményekkel.

A projekt fejlődésével megfigyelhető, hogy a miskolciak is mindinkább sajátjukénak tekintik a fesztivált. Ezt a mélyinterjúk és a helyi lakosság körében elvégzett kérdőíves vizsgálat is igazolja. Kiemelkedően jelentősnek tartom a fesztivállal kapcsolatban, hogy annak időtartama alatt a város valóban ünnepet, különleges élményt él meg, ami alapvető követelmény egy fesztiválnál.

Fesztiválfinanszírozás

A fesztivál jelentős büdzséből gazdálkodik. A város önkormányzata a kezdetektől komoly támogatásban részesíti a rendezvényt – olyannyira, hogy az első év 12 milliós támogatása az évek során több mint tízszeresére bővült, és bár 2008 óta csökkenő tendenciát mutat, a szervezők 2010-ben is a kezdeti költségvetés közel kilencszeresével sáfárkodhattak

(5. táblázat). Gazdaságilag nagy jelentőséggel bír az NKA Kulturális Tárcájától kapott hozzájárulás is, amely 2003-ban elérte a 150 millió forintot, s 2010-ben is közel 117 milliót jelentett.

5. táblázat

A Miskolci Operafesztivál bevételei, 2001–2010 (millió forint)

Támogatás / Év	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.
Miskolc Megyei Jogú Város Önkormányzata	12,00	60,00	89,22	102,78	115,47	147,72	140,00	145,43	125,00	106,50
NKA Kulturális Tárca	80,05	140,00	150,00	125,00	100,00	100,00	110,40	116,00	81,40	116,94
Egyéb támogatók (cégek, magánszemélyek)	3,83	0,72	8,07	9,34	5,92	10,20	24,07	7,50	9,76	12,05
Támogatás összesen	95,88	200,72	247,29	237,12	221,39	257,92	274,47	268,93	216,16	235,49
Reklám- és egyéb vállalkozói bevétel	23,70	17,95	15,30	25,70	21,99	21,15	34,13	30,00	29,63	29,18
Mindösszesen	119,58	218,67	262,59	262,82	243,38	279,07	308,60	298,93	245,79	264,67
Pályázatból származó bevétel	6,50	13,63	17,59	15,76	3,02	3,50	0,20	2,00	5,21	5,45
Jegybevétel	7,80	11,81	16,00	27,24	34,57	34,89	32,48	30,52	25,02	30,08
Egyéb közhasznú bevétel	3,31	5,50	1,89	5,08	4,21	3,31	10,55	6,22	48,95	4,31
Pénzügyi tevékenység bevétele	0,18	0,07	1,06	0,45	0,02	0,34	0,94	0,73	14,40	0,82
Összes bevétel	137,36	249,68	299,13	311,35	285,19	321,12	352,77	338,40	339,37	305,33
Előző évről elhatárolt bevétel	4,29	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	23,09	29,47	29,10
Bevétel elhatárolás köv. évre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-23,09	-29,47	-29,10	0,00
Bevétel összesen	141,65	249,68	299,13	311,35	285,19	321,12	329,68	332,02	339,73	334,43
Veszteség	0,00	0,00	0,00	60,70	2,62	17,63	0,00	0,00	0,00	21,05

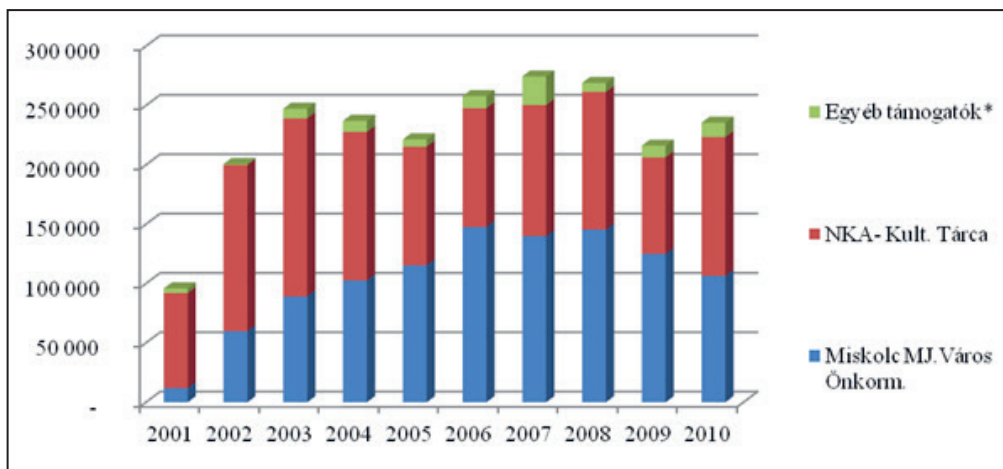
Forrás: A Miskolci Operafesztivál gazdasági igazgatójától kapott adatok alapján szerkesztve

Megfigyelhető, hogy a befolyt támogatások tekintetében a 2006–2008-as volt a csúcs-időszak, ezt követően visszaesés következett, mely véleményem szerint részben a gazdasági helyzet alakulásával, részben a városban megjelenő új rendezvények számának ugrásszerű növekedésével magyarázható. A KSH területi statisztikái alapján míg 2007-ben 614 eseményt rendeztek Miskolcon, addig 2008-ban már 852, egy évre rá pedig 3199 volt ugyanez az adat.

A fesztiválok növekvő népszerűségének köszönhetően a támogatásukra fordítható támogatási összeg elaprózódhat. Ezt alátámasztja a Bátor Tamással készített interjúm is. A korábbi fesztiváligazgató kiemelte: az állami támogatások csökkenése mellett komoly probléma számukra, hogy a városban megjelenő nem összművészeti, hanem alapvetően populáris fesztiválok miatt a kezdetekben kapott támogatásoknál jóval kisebb összeggel gazdálkodhatnak (1. ábra) – annak ellenére, hogy szerinte a fesztivál jelentős hatással van a város gazdaságára. Számításai szerint 130 millió forintos önkormányzati támogatás esetén a rendezvény – a multiplikatív tényezőket figyelembe véve – mintegy 80 milliót visszaforgat a gazdaságba, hiszen a fesztivál látogatói az előadásokat követően jellemzően költenek vendéglátó szolgáltatásokra, és ezek közül a magas minőségűeket preferálják.

1. ábra

A Miskolci Operafesztivál támogatásai, 2001–2010 (ezer forint)



*Cégek és magánszemélyek

Forrás: A Miskolci Operafesztivál belső gazdasági adatai alapján szerkesztve

A fesztivál népszerűségét mutatja, hogy szponzori pénzekből sincs hiány, és bár a kezdetekben még viszonylag kevés támogatás folyt be cégektől és magánszemélyektől, a 2010-es összeg a -2001-esnek több mint háromszorosa volt. Bár a legjelentősebb – önkormányzati – támogatás az utóbbi években egyre csökkent, a reklám- és egyéb vállalkozói bevételeknek, valamint a jegyeladásoknak köszönhetően a fesztivál rendre nagyjából ugyanakkora összbevételt könyvelhetett el. A fesztivál gazdasági igazgatója elmondta, hogy a bérlet- és jegyárakat (6. táblázat) mindig az adott év produkciói határozták meg. Árnövelő tényező egy-egy világhírű operaénekes, karmester, illetve társulat (például Jose Cura, a milánói Scala, a Nagy Moszkvai Klasszikus Balett Színház, Marton Éva, Rost Andrea, Renato Bruson) fellépése, az utolsó évek csökkenő árait pedig a gazdasági helyzet romlása magyarázza.

A fesztivál jegyárai az utolsó néhány évben a korábbiak alá csökkentek, ám a nézőszám mégis visszaesett, holott mindeközben az előadások száma nőtt (7. táblázat). Fontos azonban kiemelni, hogy a fesztivál számos ingyenes programmal is megjelenik, melynek célja, hogy a városi lakosság számára közösségi élményt biztosítson, valamit elérje azokat a fogyasztókat is, akik az operaelőadások jegyárait nem engedhetik meg maguknak. Ezek az ingyenes programok közvetlenül, a jegyár-bevételen keresztül ugyan nem hatnak a gazdaságra, de az ezeken megjelenők egy része igényel például vendéglátó szolgáltatást, ami közvetett gazdasági hatásként értelmezhető, s amely a fesztiválnak köszönhető.

6. táblázat

A Miskolci Operafesztivál jegyárai, 2001–2010 (forint)

Helyszín / Év	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.
Miskolci Nemzeti Színház, Nagyszínház										
I. kategória	1500–5000	1500–6000	800–1200	3200–10000	3500–10000	3500–10000	3000–10000	3500–10000	3500–8000	3900–7500
II. kategória	800–1500	800–4000	600–800	2500–8000	2500–8000	2500–8000	2000–8500	2500–8000	2500–6500	2900–6000
III. kategória	200–500	300–1000	500	1400–4200	1500–5000	1500–600	1000–6500	1500–6000	1500–5000	1500–3500
Kamaraszínház										
Egységes helyár	700–1000	500–1000	600–1000	1700	2500	600–2500	800–1000	1000–2000	800–1000	1000
Nyári Színház	0	2000–3500	1500–2000	3200–4200	2500–5000	2500–3000	2500–5000	3000–6000	2500–4000	600–2000
Csarnokszínház	0	500	0	0	0	0	0	1000–2000	0	0
Játékszín	0	0	0	150	400	600–1600	0	0	0	0
Egyéb helyszínek (például templomok)	0	300–2000	2000	150–2100	200–2000	600–1000	600–2500	1300–3500	600–4000	800–2000
Miskolci Egyetem										
I. kategória	0	0	0	0	4000–5000	2500–3000	0	0	0	7900
II. kategória	0	0	0	0	2000–3500	2000–2500	0	0	0	6900
Jégcsarnok	0	0	0	0	0	0	5500	3500	3500	6900

Forrás: A Miskolci Operafesztivál adatai alapján szerkesztve

7. táblázat

A Miskolci Operafesztivál témái, előadásszáma és nézőszáma, 2001–2010.

Év	Fesztivál témája	Előadásszám (db)	Nézőszám (fő)
2001.	Bartók+Verdi	26	11 400
2002.	Bartók+Puccini	41	14 180
2003.	Bartók+Mozart	51	13 797
2004.	Bartók+Csajkovszkij	59	18 192
2005.	Bartók+Bel canto	44	17 005
2006.	Bartók+Verismo	51	15 687
2007.	Bartók+Párizs	61	18 962
2008.	Bartók+Szlávok	59	17 038
2009.	Bartók+Bécs	65	15 709
2010.	Bartók+Európa	61	15 685
	Összesen	518	157 655

Forrás: a Miskolci Operafesztivál belső anyaga alapján szerkesztve

A szervezők 2004-ben költötték a legmagasabb összeget reklámra, amely év a második legmagasabb nézőszámot is hozta a fesztivál számára. Később a reklámkiadások jelentősen lecsökkentek, ezt azonban a nézőszám nem követette. A rendezvény kiváló kommunikációs tevékenységet folytat; ezt alátámasztja az a 2005-ös országtanulmány is, amely hazánk ismertségét mérte az osztrák lakosság körében. Az országot népszerűsítő médiamegjelenések során (a KPMG Turizmus Bulletinjének tanúsága szerint) a Miskolci Operafesztivál a harmadik leggyakrabban említett fesztivál volt. Emellett a tudatos, agresszív kommunikációs és marketingtevékenység a rendezvényt a nemzetközi sajtóban „felemelte” a salzburgi és bayreuthi fesztiválok sorába, s a város arculatára is komoly pozitív hatást gyakorol.

A fesztivál költségvetését a kiadási oldalról vizsgálva, a költségek tekintetében öt fő csoport különíthető el. Ezek közül a legjelentősebb a második csoport, az előadóművészeti tevékenység, valamint az ehhez kapcsolódó költségek. Az erre fordított források a kezdetek óta folyamatosan növekedtek. Ez nem csupán a művészek, fellépők, közreműködők számára kifizetett díjakat érinti, hanem azokat a kiadásokat is, melyek turisztikai szempontból kiemelten jelentősek, úgymint a szállás, a közlekedés, a repülőjegy és szállítás díja. Ez is utal arra, hogy a fesztivál gazdasági hatása számottevő, hiszen – a repülőjegyeket nem számítva – a közlekedési és szállásköltségek 2010-ben már elérték a 37 millió forintot.

Ha a lokálisan lecsapódó költségeket elemezzük – ahová a technikai bonyolítás, a bérleti díj, valamint a reklám- és nyomdaköltség is sorolható –, ezekkel együtt 83,35 millió forintot adtak ki 2010-ben. „A szállítás, repülőjegy költségtételek a kimutatásban szereplő összegektől magasabbak is lehetnének, azonban sok társulat esetében a fellépti díj e tételeket is magában foglalja. Vagyis úgy szerződünk, hogy a kialakított díj valamennyi költséget magában foglal, kivéve a szállást. Ez a jelenség persze a magánszemélyek esetében is így van, főként, ha fellépő művész számlát ad, hiszen akkor a számla minden költségtételt magában foglal, ebben az esetben még a szállást is” (Peiszerle Pálné). Ezt figyelembe véve, a fenti 83,35 millió summa akár jelentősen magasabb is lehet, ami azt jelenti, hogy csak a lokálisan turisztikai jellegű szolgáltatásokra fordított összegek majdnem elérik az önkormányzattól kapott támogatás mértékét. Ha számolunk ezen költségek multiplikatív hatásával is, akkor megállapítható, hogy az Operafesztivál az önkormányzati támogatást meghaladó mértékű gazdasági hatást fejt ki a város életére.

Fontos azonban kiemelni, hogy – a fesztivál igazgatójának elmondása szerint – mivel a város nem rendelkezik megfelelő minőségű, 5 csillagos szálláshellyel, a fellépő művészek döntő többsége a fellépést megelőzően és azt követően is a fővárosban száll meg. A fesztiválnak ez komoly problémát okoz, hiszen az oda érkezők igényeit így sok esetben nem tudják kielégíteni, emiatt számos látogató is Budapestről ingázik az előadások megtekintésére (Bátor Tamás). Ugyanerre a problémára a Tourinform iroda vezetője is felhívta a figyelmet, kiemelve, hogy a fesztivál helyszíne közelében csupán egyetlen 4 csillagos szálloda található, amely önmagában kevés a felmerülő kereslet kielégítésére (Bodnár Krisztina). Ez azt jelenti, hogy a potenciálisan Miskolcot „illető” turisztikai és egyéb addicionális bevétel nem a városban, sőt sok esetben még csak nem is a régióban realizálódik. A fesztivál igazgató elmondása alapján sajnálatos, hogy a támogatások elosztásakor a politikai érdekek is megjelennek, így az önkormányzat a befolyó összeget alapvetően egyéb rendezvények és más ágazatok támogatásába fordítja vissza – ahelyett, hogy a projekt erőteljesebb városi támogatására fordítaná, illetve a fesztivál által teremtett gazdasági értéket a turisztikai fogadóképesség mennyiségi és minőségi bővítésére használná fel (Bátor Tamás).

A fenti költségek mellett a jegyirodák számára kifizetett díjak szintén regionálisan jelennek meg. Így tehát elmondható, hogy az Operafesztivál gazdasági hatása alapvetően ugyan lokális, de a turisztikai szuprastruktúra elégtelensége miatt a regionális szinten is jelentősnek mondható. Humán erőforrás tekintetében a rendezvény működtetését a Miskolci Operafesztivál Kht. látja el, amely 6 állandó alkalmazottal, valamint további 100 főnyi, a rendezvény alatt időszakosan foglalkoztatott személyzettel dolgozik. A költségvetési adatok alapján bérköltség címén több mint 45,5 millió forint kiadása volt a fesztiválnak 2010-ben.

Az összköltségvetést vizsgálva megállapítható, hogy a kapott – országos viszonylatban magasnak tekinthető – támogatások ellenére a fesztivál a bevétel–költség összehasonlítás alapján veszteséges lett 2010-ben. Ez nyilván az önkormányzati támogatás visszaesésével magyarázható, hiszen a ráfizetés mértéke hozzávetőlegesen megfelel az elmaradt támogatásának. A veszteség egyébként egy ekkora kaliberű fesztivált tekintve minimálisnak mondható, hiszen az évtized utolsó esztendejében a teljes költségvetés 7 százalékát sem érte el².

Az Operafesztivál turisztikai jelentősége a helyi Tourinform irodára gyakorolt hatásában is lemérhető, amely a fesztivál miatt hosszított nyitva tartással üzemel. Az iroda által 2010-ben legyűjtött és rendelkezésemre bocsájtott adatok alapján, a 28 megkérdezett szálláshelyből 14-ben éjszakáztak az Operafesztiválra érkezők, s e vendégek átlagéletkora 30 és 50 év között mozgott. Visszajelzéseik egyértelműen kedvezőek, tehát aki elsődlegesen fesztivállátogatási motivációval érkezett, az pozitív élményeket szerzett. A legnépszerűbb kiegészítő program az Opera Rock Show volt, amelyet azonban 2011-től – forráshiány miatt – nem tudnak megrendezni.

A legjobb mutatókkal a fesztivál közvetlen közegét szolgáltató belvárosi szálláshelyek rendelkeznek, amelyekben 60 és 100 százalék között mozgott a kihasználtság. Ezekben főként német nyelvterületről érkezők vettek ki szobát, illetve olyanok, akik Budapestről és környékéről utaztak a városba. Miskolctapolcán elsősorban üdülési céllal szálltak meg vendégek, és a kihasználtság is gyengébb volt a fesztivál idején (a válaszadók közül csupán ketten számoltak be 85 százalék körüli foglaltságról; a nagy többség nem számszerűsítette, illetve gyengének jellemezte a forgalmat). A Tourinform irodától megkapott kimutatások szerint Diósgyőrben és Lillafüreden szintén szerényebb számokkal találkozhatunk, 50 százalék körül volt a kihasználtság.

A fentiek alapján a rendezvény turisztikai kapcsolatairól elmondható, hogy azok nem kizárólag lokális jellegűek, hiszen a fellépő művészek elszállásolását, a rendezvényhez kapcsolódó vendéglátást helyi vállalkozások mellett főként fővárosi turisztikai szolgáltatók látják el.

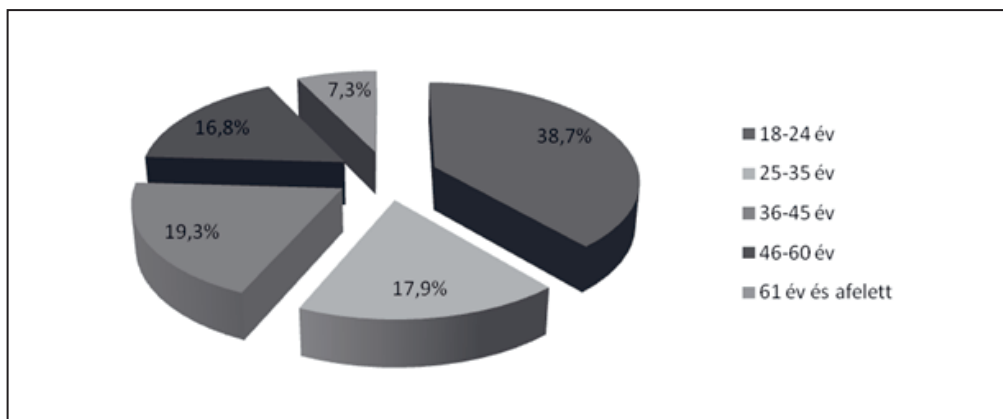
A Miskolci Operafesztivál lakossági megítélése

A Miskolcon végzett kérdőíves kutatás válaszadói 51,3 százalékban nők voltak. A kutatásba bevont személyek 38,8 százaléka a 18–24 éves korosztályba tartozott, a többi korcsoport közel azonos arányban jelent meg a felmérésben (2. ábra).

² A kulturális fesztiválok döntő hányada nullszaldós, vagy veszteséggel zár Európában.

2. ábra

A felmérésben résztvevők megoszlása kor szerint

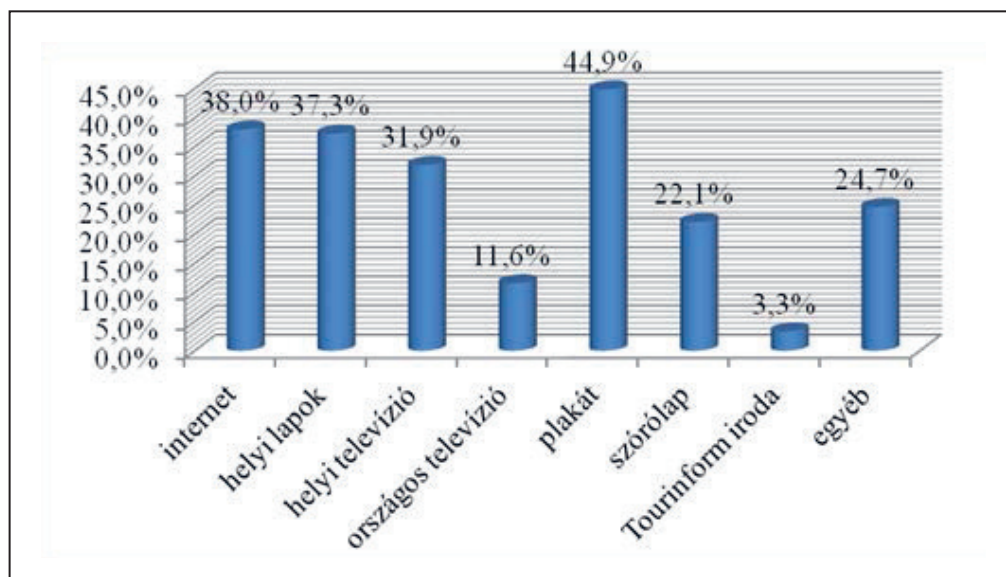


N=276

A 276 kérdőíves megkérdezés kimutatta, hogy a helyi lakosság körében a legjelentősebb információforrás a plakátról történő tájékozódás (44,9 százalék), míg a legkevesebben a Tourinform irodában szereztek tudomást a fesztiválról (3,3 százalék). Nem elhanyagolható azonban a helyi lapok (37,3 százalék) és az internet (38,0 százalék) szerepe sem (3. ábra).

3. ábra

Az Operafesztivál fő információforrásai a válaszadók szerint



A részvételt tekintve a megkérdezettek 74,2 százaléka már részt vett az Operafesztiválon, ez a szám azonban csalóka lehet, mivel – bár erre vonatkozó kérdés a kérdőívben nem volt – a programok egy része ingyenes volt. Ennek ellenére, a magas arány arra utal, hogy a fesztivál népszerű a helyiek körében. Aki már részt vett rajta, az úgy tervezi, hogy ezt ismét megteszi; a két faktor között ugyan gyenge (9,5 százalék), de szignifikáns kapcsolat mutatható ki ($p < 0,05$). Ugyanez áll a következő rendezvényre való ellátogatás tervezése és a részvételi gyakoriság vonatkozásában is: 17,0 százalék, 5 százalékos szignifikancia szint mellett. Vagyis ha valaki többször részt vett már a fesztiválon, akkor nagyobb valószínűséggel vesz majd részt rajta újra.

Ez egyaránt utal a fesztivál kiváló minőségére és népszerűségére, amit alátámaszt a Bátor Tamással készített mélyinterjú is. Ennek során a fesztiváligazgató elmondta azon személyes tapasztalatát, miszerint a jelenlegi nehéz gazdasági helyzetben is több olyan látogatóról tud, aki egész évben arra tesz félre, hogy az Operafesztivál egy előadásán részt vehessen. A fesztiválózóknak fele a rendezvény alkalmankénti látogatója, a válaszadók csupán 20,7 százaléka jár rendszeresen az előadásokra, programokra. Ez az átlagosnál magasabb – ugyanakkor a fesztiválpiacon abszolút reálisnak tekinthető – jegyárakkal magyarázható, amelyeket egyre kevesebb látogató engedhet meg magának. Pedig az igazgató elmondása szerint az Operafesztivál belépőárait a nemzetközi jegyáraknál tudatosan alacsonyabban tartják, mert egyébként a helyi lakosság még kisebb számban tudná képviseltetni magát a rendezvényen. A megkérdezettek 56,5 százaléka tervezi, hogy a jövőben részt vesz az előadásokon.

A helyi lakosok a rendezvényt elsősorban szórakozási, művelődési és élményszerzési lehetőségnek tartják; elenyésző azok hányada, akik egyetérténeken a fesztivál oktatási és jövedelemteremtő képességével. Utóbbi tekintetében a teljes mértékben elutasítók aránya 51,4 százalék, míg a teljes mértékben egyetértőké csupán 2,2 százalék volt. Hasonló kicsengésű annak a kérdésnek az eredménye is, amely a fesztivál munkahelyteremtő képességét firtatta. Itt a válaszadók 5 fokú skálán, 95 százalékos valószínűség mellett a fesztivált csupán közepesen értékelték (átlag: 2,7743, szórás: 1,355), de összességében elmondható, hogy a többség (30,4 százalék) úgy látja, a rendezvény munkahelyteremtő jelentősége elhanyagolható.

A városimázsra gyakorolt hatást a válaszadók 75,0 százaléka jelentősnek tartja, de még ennél is erősebben pozitív (84,0 százalék) a turisztikai megítélés. A turizmussal összefüggő devianciahatásokat – úgymint szeméttelés, bűnözés felerősödése – az emberek zöme nem tartja érdemnek. Az eredmények alapján a rendezvény a helyi lakosok szemében színes programkínálattal rendelkezik és jelentős közösségi élményt nyújt. Kevésbé tartják ugyanakkor fontosnak, hogy a fesztiválnak köszönhetően a város megszépül, illetve javul az infrastruktúra, ugyanakkor a fejlődésben betöltött szerepe a válaszadók szerint inkább pozitív. A legszkeptikusabban a fesztivál nyelvtanulásra serkentő hatásához viszonyultak, amelyet összességében 58,8 százaléknyan tartottak kevésbé jelentősnek.

A fesztivál egyes társadalmi tényezőinek megítélése között közepes és erős szignifikáns kapcsolat mutatható ki. A legerősebb kapcsolat ($p < 0,01$) a fesztiválnak mint szórakozási, illetve élményszerzési lehetőségnek a megítélése között mutatható ki; akik a rendezvényt élményszerzőnek gondolják, azok 64,5 százalékban szórakozási lehetőségként is tekintenek rá, emellett 55,4 százalékuknak kikapcsolódást is jelent. Fontosnak tartom, hogy a válaszadók jó része közösségi találkozási helynek látja a rendezvény programjait. Akik így gondolják, azok számára szórakozási (48,3 százalék), élményszerzési (42,8 százalék) és önmegvalósítási (32,8 százalék) lehetőségnek is számít.

A társadalmi tényezők egyénre gyakorolt hatásának megítélését tekintve a legerősebb kapcsolat a kulturális változóknál alakult ki. Azok, akik művelődési lehetőségként fogják fel a fesztivált, tanulási lehetőségként is tekintenek rá; a két változó között erős, 58,4 százalékos korreláció mutatható ki, $p < 0,01$ valószínűség mellett. Akik az önmegvalósítás esélyét látják a programokban, azok 85,3 százalékban azok önkifejezési lehetőség funkcióját is lényegesnek tartják, a két változó között fennálló korrelációvizsgálat alapján. A válaszadóknak ez a csoportja 56,5 százalékban pénzkereseti lehetőségként ítéli meg a rendezvényt, míg azok számára, akiknek önkifejezési módot teremt, 53,2 százalékban vélekednek hasonlóan. Ez alighanem arra utal, hogy ezek a válaszadók valamilyen formában fellépési lehetőséget látnak, illetve kapnak a rendezvényen.

A fesztivál egyénre gyakorolt gazdasági tényezőjének, a pénzkeresetnek a megítélése csupán a fenti, kulturális tényezőkkel igazol erős, szignifikáns kapcsolatot, a társadalmi hatáscsoport változóival korrelációs viszonyban csak egy esetben áll. E szerint azok, akik közösségi találkozási helyként jellemzik a fesztivált, a legkevésbé tekintenek rá pénzkeresési lehetőségként, hiszen a két változó között csupán 19,3 százalékos kapcsolat mutatható ki.

A városra gyakorolt hatások tekintetében elmondható: azok szerint, akik úgy gondolják, a fesztivál színesíti Miskolc programkínálatát, 55,8 százalék úgy vélekedik, hogy a rendezvény turistákat csal a városba, illetve szerintük az Operafesztivál közösségi élményt jelent a helybelieknek (41,8 százalék). Szintén $p < 0,01$ valószínűség melletti korreláció mutatkozik a fesztivál városi imázsra gyakorolt hatása és annak turistákat vonzó képessége között; a két változó 46,0 százalékos kapcsolatban áll egymással. Azok, akik szerint a rendezvény hozzájárul a város megszépüléséhez, 51,9 százalékban úgy gondolják, hogy a lakosságot is büszkévé teszi.

Amennyiben a fesztivál gazdasági hatásának (gazdaságélénkítés, munkahelyteremtés, jövedelemteremtő képesség, infrastruktúrafejlesztés és a városkép megszépülése) társadalmi megítélését vizsgáljuk, megállapítható, hogy azt összességében közepes jelentőségűnek tartják, míg a fesztivál társadalmi hatásait (közösségi találkozási lehetőség, színes programkínálat, szórakozási, kikapcsolódási, művelődési és tanulási lehetőség, imázsformáló hatás) a helyi lakosság körében inkább pozitív megítélés jellemzi.

Ezt alátámasztják azok a mélyinterjú során elhangzott információk is, melyek a fesztivál közösségformáló erejét, a helyi lakosság számára létrejött fontos találkozási hely szerepét hangsúlyozzák. Mind a miskolci Tourinform iroda vezetője, mind pedig a fesztivál igazgatója kiemelték, hogy „a helyi lakosság számára mára presztízst jelent a rendezvény egy-egy programján való részvétel, hiszen azon kívül, hogy a város ilyenkor ünnepel, a résztvevők is szépen felöltözve, megadva a módját vesznek részt mind az ingyenes, mind a jegyáras programokon” (Bodnár Krisztina).

A gazdasági hatások lakossági megítélését tekintve kimutatható, hogy azok a válaszadók, akik szerint a fesztivál hozzájárul a turizmushoz, pozitívan vélekednek a rendezvény fejlődést generáló hatásáról is. A tényezők között közepes erősségű (30,7 százalék) szignifikáns kapcsolat mutatható ki ($p < 0,01$). A városra gyakorolt hatásokat illetően a legerősebb szignifikáns korreláció a közlekedésjavítás és a fejlődésben játszott szerepe között mutatkozik (50,6 százalék); vagyis akik úgy gondolják, hogy az esemény nyomán jobbá válik a közlekedési helyzet, azok az Operafesztivál gazdasági fejlődésre gyakorolt hatását is elismerik.

A kutatás során kíváncsi voltam arra, mit gondolnak az emberek a rendezvény városra gyakorolt hatásairól, így rangsor felállítására kértem őket. Mint kiderült, megítélésük

szerint a fesztivál szerepe elsődlegesen a programkínálat színesítésében mutatkozik meg, de jelentős az idegenforgalmi hatása is – vagyis az, hogy turistákat csábít a városba. A harmadik helyre (3,0881) a rendezvény közösségi élmény funkcióját sorolták; ettől alig maradt el (3,0805) a fejlődésre gyakorolt hatás. A legrosszabb megítélést az Operafesztivál munkaerő-piaci szerepe kapta.

Összefoglalás

A Miskolci Operafesztivál mind gazdasági, mind társadalmi-kulturális szempontból komoly hatással van nem csupán a rendező városra, de a régióra is. A rendezvénynek jutó támogatások ugyan idővel mérséklődtek, de ez a nézőszámom és a programok minőségén nem látszik. A gazdasági adatok alátámasztják, hogy a közvetett hatások is érdemiek, ezek a város mellett annak tágabb környezetében is érezhetőek, sőt sok esetben – például turisztikai szempontból – a fővárosban csapódnak le. Ebben, az erős piaci verseny mellett, a turisztikai infrastruktúra és szuprastruktúra elégtelensége is közrejátszhat.

A rendezvény társadalmi beágyazottsága a vizsgálatok alapján egyértelmű, hiszen a helyiek közösségi szórakozási helyszínnek, kikapcsolódási lehetőségnek tartják a fesztivált, amely a város imázsát is javítja. A munkaerőre gyakorolt hatása is érdemleges.

Összességében megállapítható, hogy a fesztivál fontos szerepet tölt be Miskolc életében, s a kultúra alapú városfejlesztés jó példájául szolgálhat más térségek számára is. Ugyanakkor elengedhetetlen lenne, hogy a város vezetői felismerjék: a turisztikai szolgáltatók tudatos bevonásával, a turisztikai infra- és szuprastruktúra minőségi és mennyiségi fejlesztésével a fesztiválban rejlő anyagi lehetőségek még inkább kiaknázzhatóak lennének.

Hivatkozások

- Butler, R. W. (1993): *Pre- and post-impact assessment of tourism development*. In: Pearce, D. – Butler, R. (eds.) (1996): *Tourism and indigenous peoples*. Routledge, London.
- Delamere, T. A. – Wankel, L. M. – Hinch, T. D. (2001): *Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals – Part 1: item generation and purification of the measure*. *Event Management*, Vol. 7, No. 1:11–24.
- Enyedi György (2002): *A városok kulturális gazdasága*. *Földrajzi Értesítő*, Vol. 51, No. 1–2:19–29.
- Kundi Viktória (2012a): *Fesztiválok gazdasági hatásmérésére alkalmazott nemzetközi és hazai modellek bemutatása*. *Tér és Társadalom*, Vol. 26, No. 4:93–110.
- Kundi Viktória (2012b): *Fesztiválok társadalmi-kulturális hatásainak mérése: módszertani áttekintés*. *E-conom online tudományos folyóirat*, Vol. 1, No. 1–2:115–129.
- Lankford, V. – Howard, D. (1993): *Developing a tourism impact attitude scale*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, No. 1:121–139.
- Rátz Tamara (1999): *A turizmus társadalmi-kulturális hatásai*. PhD disszertáció, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest.
- 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*, Vol. 1, No. 1. <http://www.ijemr.org/docs/smalledwardsheridan.pdf>, Letöltve: 2010.06.05.
- Vesey, C. – Dimanche, F. (2001): *Urban Residents Perceptions of Tourism and its Impact: An Application of the TIAS Scale*. *Proceedings of the 2001 Travel and Tourism Research Association Annual Conference*:151–158.
- Wang, Y. – Pfister, R. E. – Morais, D. B (2006): *Residents' attitudes toward tourism development: A case study of Washington, NC*. http://nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr_nrs-p-14/54-wang-p-14.pdf, Letöltve: 2010.04.04.