

2. Kutatás

2.1. Kutatási probléma, célok, hipotézisek

A jégkorongmérkőzések nézettsége Magyarországon az utóbbi években véleményem szerint nem növekszik megfelelő mértékben. Céлом az volt, hogy megtudjam, kik és miért választják a jégkorongot, mint szórakozást, és milyen javaslatot tesznek a jégkorongsport népszerűsítése érdekében.

A kutatás küldetése:

- Magyarországi jégkorongszurkolók jellemzőinek, szokásainak feltárása.
- A potenciális jégkorongbarát közönség megszólításához, érdeklődésük felkeltéséhez legalkalmasabb módszerek bemutatása.

Hipotézisek:

H₁: Demográfiai adatokat figyelembe véve a népesség minden rétegéből találkozhatunk szurkolóval a jégcsarnokokban.

H₂: A jégkorongsport nem kap megfelelő háttértámogatást.

H₃: A jégkorongsport magyarországi népszerűsítése könnyen megvalósítható folyamat.

2.2. Szekunder információk

Kutatásomat azzal kezdtem 2009 őszén, hogy megvizsgáltam az előző szezon nézőszámait, ezt kiegészítettem a 2009/2010-es szezon látogatottságadataival. Annak ellenére, hogy befolyásoló tényező az egyes mérkőzések látogatottságakor, hogy melyik csapatot látja vendégül egy-egy mérkőzés alkalmával a hazai gárda, illetve, hogy a bajnokság mely szakaszában járunk, ezek az információk egy átfogó képet mutatnak arról, hogy hányan járnak a találkozókra. Sajnos a jégcsarnokok lelátóinak kihasználtsága azt mutatja, hogy nem olyan népszerű a sportág, hogy meg lehessen tölteni a nézőteret. A magyar OB I-ben induló csapatok esetén a következő átlag nézőszámok számolhatók a 2008/2009-es illetve a 2009/2010-es szezonban a meglévő adatok alapján¹:

¹ kiegészítve az Alba Volán SC hazai EBEL (Erste Bank Eishockey Liga) mérkőzéseinek nézőátlagával

Csapat	Jégcsarnok	Befogadó-képesség	Átlagos nézőszám	Lelátó telítettsége
Dab.Docler	Dunaújváros, Központi Sporttelep	4500 fő	645	14,34 %
Ferencvárosi TC	Pesterzsébeti Jégcsarnok	1500 fő	250	16,67 %
Miskolci JJSE	Miskolci Jégcsarnok	1800 fő	555	30,81 %
Újpesti TE	Megyeri úti Jégcsarnok	2200 fő	490	22,27 %
NZ Stars	Jégpalota	2000 fő	372	18,58 %
Alba Volán SC II. Alba Volán SC	Ifj. Ocskay Gábor Jégcsarnok	3500 fő	167 ² 2800 ³ 2892 ¹⁰	4,78 % 80,00 % 82,63 %

1. táblázat: 2008/2009-es szezon nézőátlagai a magyar OB I-ben (saját szerkesztés; www.icehockey.hu)

Csapat	Jégcsarnok	Befogadó-képesség	Átlagos nézőszám	Lelátó Telítettsége
Dab.Docler	Dunaújváros, Központi Sporttelep	4500 fő	1326	29,47 %
Ferencvárosi TC	Pesterzsébeti Jégcsarnok	1500 fő	413	41,81 %
Miskolci JJSE	Miskolci Jégcsarnok	1800 fő	660	36,67 %
Újpesti TE	Megyeri úti Jégcsarnok	2200 fő	292	13,29 %
Vasas-Bp Stars ⁴	Jégpalota	2000 fő	671	33,57 %
Sapa Fehérvár AV19 ⁵	Ifj. Ocskay Gábor Jégcsarnok	3500 fő	2850 ⁶ 3267 ⁷	81,43 % 93,34 %

2. táblázat: 2009/2010-es szezon nézőátlagai a magyar OB I-ben (saját szerkesztés; www.icehockey.hu)

Kissé elkésérítő, hogy egyik csapat mérkőzésén sincs szinte félház sem. Itt a „félíg üres vagy félíg teli pohár” esete áll fenn, hiszen ennek ellenére pozitív változás figyelhető meg, növekedtek a nézőszámok egyik szezonról a másikra - kivéve ezalól az újpesti mérkőzések.

² a székesfehérvári egyesület az úgynevezett farmcsapatát indította a hazai bajnokság alapszakaszában Alba Volán SC II. néven

³ az osztrák bajnokságban szereplő Alba Volán SC csak a rájátszásra csatlakozott a magyar bajnokságba

⁴ az NZ-Stars új néven, Vasas-Budapest Stars néven indult

⁵ a székesfehérvári Alba Volán SC új neve: Sapa Fehérvár AV19, mely nem indított úgynevezett farmcsapatot a magyar OB I alapszakaszban

⁶ átlag nézőszám a magyar bajnokság elődöntőjébe csatlakozva

⁷ átlag nézőszám az EBEL alapszakaszában

2.3. Primer kutatás

2.3.1. A kutatási mód

A feltáró kutatási módszert választottam. Mégpedig azért, mert minél pontosabb adatokat szerettem volna megtudni a kutatás során. Ezen belül a kvalitatív kutatási módszerhez tartozó fókuszcsoporthoz interjút választottam, melynek célja beszélgetés alapján képet alkotni a kutatási kérdésekről. Majd kiterjesztettem a kutatást egy internetes kérdőív segítségével, mely a kvantitatív kutatási módszerhez tartozik.

2.3.1.1. Fókuszcsoporthoz interjú

A fókuszcsoporthoz interjú során egy adott témában a 8-12 személyből álló csoportnak nyitott kérdéseket tesznek fel, és a válaszadók egymásra reagálhatnak. A fókuszcsoporthoz módszerrel lehetőség nyílik a célcsoport spontán reakcióinak regisztrálására, a vélekedések mögött meghúzódó racionális, illetve érzelmi-indulati motivációk feltárására. A fókuszcsoport előnye, hogy a résztvevők egymással folytatott beszélgetéséből olyan mélyen feltárhatók információk, amelyeknek a résztvevők esetleg maguk sincsenek tudatában. Így a fókuszcsoport semmiképpen sem egyszerű csoportos beszélgetés, erőssége éppen abban rejlik, hogy kihasználja a fogyasztók egymás közötti kommunikációit. A fókuszcsoport egyedülálló a többi csoportmódszer között, mert nagyobb teret biztosít a csoporttagok közötti kölcsönös eszmecserének, véleményváltásnak, és ezáltal jobban szemlélteti, hogy a tagok nézetei, meggyőződései miért alakultak éppen ilyen formában.

2.3.1.2. Kérdőíves kutatás

A kérdőíves vizsgálat az egyik legrégebbi és leggyakrabban használt módszer olyan esetben, amikor nagyméretű alapsokaság leírásához akarunk eredeti adatokat gyűjteni. A jó kérdőíves kutatás alapja a reprezentatív, gondosan kiválasztott minta, mely megfelel a nagyobb sokaság jellemzőinek. Az előre megszerkesztett standardizált kérdőívek pedig minden válaszadóról ugyanolyan formában szolgáltatnak adatot, így lehetőség van a pontos adatfeldolgozásra. Kérdőíves vizsgálatokat leíró, magyarázó és felderítő célokra egyaránt lehet használni, de megfelelnek nagyobb sokaság attitűdjeinek, illetve orientációinak (véleményének) mérésére is.

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

Az önkitöltős kérdőíves kutatás jellemzője, hogy kutatói segédlettel, vagy postai úton, illetve mostanában már inkább on-line eszközökkel jut el a kérdőív a kitöltőhöz, melyet ők maguk töltenek ki.

2.3.2. Mintavétel

A kutatási céloknak megfelelően léteznek kifejezetten a csoporttagok különbözőségére építő fókuszcsoporthoz, ilyen például az úgynevezett "konfliktuscsoport", ahol különböző, vélhetően egymással ellentétes nézeteket valló válaszadók kerülnek egy csoportba. Ilyenkor a cél éppen az ellentétek kiélezése és leszűkítése a legfontosabb törésvonalakra.

A kutatás során a célsokaságot a magyar szurkolók csoportja alkotta. Mintavételi keretet képezett a jégkorong-szurkolók, és néhány, a sport területén velük ellentétes nézeteket valló – más sportágat kedvelő – személy. Közülük kértem fel 2009 őszén 10 főt a fókuszcsoporthoz interjúval való részvételre, így „konfliktuscsoportot” hívtam össze. 2010 őszén viszont szándékosan hagytam ki olyan személyeket, akik nem tartoznak a jégkorong iránt érdeklődők közébe, hiszen nem szerettem volna abba a hibába esni, hogy elterelődik a téma az általam kutatott területről. Kvóta szerinti kiválasztás során figyelembe vettem a demográfiai tényezőket, hogy minél pontosabb, sokrétűbb információkat kapjak. Azaz az arányos kiválasztási módszert alkalmaztam, melyet megelőzően egy hólabda mintavétel (A válaszadók kis csoportját véletlenszerűen választottam ki, majd megkértem őket, hogy azonosítsanak olyan válaszadókat, akik még a célsokasághoz tartoznak.) Fontos volt, hogy minél sokszínűbb legyen a minta, így a következő ismérveket szem előtt tartva választottam a megszólítottak közül: nem, életkor, végzettség, foglalkozás, érdeklődési kör, lakhely.

A kérdőívet a kerdoivem.hu oldal segítségével készítettem el, a célközönséget olyan jégkoronggal kapcsolatos internetes oldalakon⁸ helyeztem/helyeztettem el, melyeken keresztül könnyen elérhető a célsokaság, azaz a magyar jégkorongbarátok.

⁸ <http://forum.index.hu/Article/viewArticle?a=105046685&t=9018157>
<http://forum.index.hu/Article/viewArticle?a=105049119&t=9195332>
http://jegkorong.blog.hu/2010/11/21/a_jegkorongszurkolokrol_keszul_szakdolgozat
http://www.icehockey.hu/index.php?pg=news_14_1816

2.3.3. Célsokaság

2009 őszén a fehérvári csapat szurkolóit választottam a fókuszcsoporthoz interjúval való részvételre, mert Székesfehérvár jelentette és jelenti most is a fő jégkorongbázist Magyarországon. Jelenleg sok hasonlóságot látok a miskolci jégkorongéletben és a fehérvári kezdetekben, így 2010 őszén a miskolci szurkolókat vontam be a kutatásomba. Sokan remélik, hogy olyan lendületet vesz a borsodi hoki-élet, mint a fejér megyeieké.

Mivel a kérdőíves lekérdezés interneten keresztül történt, így a célsokaságot azon jégkorongbarátok alkották, akik az internetes felületeken (is) nyomon követik a magyar hoki történéseit.

2.3.3.1. Székesfehérvár

1977-ben a fehérvári nyitott jégpálya átadása új fejezetet nyitott a magyar jégkorong és a Volán történetében. Azonban Fehérváron nem létezett ekkor még felnőtt jégkorong csapat. A fehérvári pálya felépítése után költözött a Budapesti Volán SC jégkorongszakosztálya Székesfehérvárra - most már mint Sapa Fehérvár AV19 működik a klub. Ekkor kezdte id. Ocskay Gábor⁹ is a toborzó munkáját a fehérvári iskolákban és próbálta a fehérvári fiatalokkal közösen felépíteni a jövő jégkorong csapatát. (Tejfalussy-Kovács, 2008, p. 63)

1980-ban az első három csapatos bajnokságban esélyeshez méltóan megszerezte a klub első aranyérmét. A rendszerváltás idején felmerült a felnőtt csapat megszüntetésének a lehetősége is. Ekkorra nőtt fel azonban a második generáció. 1997-től az interligában is részt vett a klub, 2000-ben junior vb-t, 2002 felnőtt vb-t rendezett a város, 2004-ben Székesfehérváron volt az első Magyarország-Kanada meccs, 2005-től Kontinentális Kupa-döntőket rendeztek, világsztárok sora játszott már a városban. 1999 óta nyolc bajnokságot nyert meg a Volán, a legutóbbi hatot zsinórban. 2007-től az osztrák jégkorongligában (EBEL) is szerepel a székesfehérvári csapat. A klub évente nagyjából 1-1,2 millió euróból gazdálkodik, ezzel az EBEL legkisebb költségvetésű csapata. (www.wikipedia.hu)

Az utóbbi évek folyamatos fejlesztései és átalakításai nyomán a „Koronázóváros” immáron európai színvonalú komplexumban várja a látogatókat - ezt bizonyítja, hogy a csarnok világbajnokságnak, Kontinentális Kupa Döntőnek és osztrák bajnoki mérkőzéseknek egyaránt házigazdája volt már. A 3500 főt befogadó jégpálya

⁹ Jelenleg is a fehérvári csapat szakosztály-igazgatója, a Magyar Jégkorong Szövetség elnökségi tagja

Székesfehérváron 2009. április elseje óta a tragikus hirtelenséggel elhunyt ifj. Ocskay Gábor nevét viseli.

A fókuszcsoporthoz interjú alatt kiderült, hogy a Blue Brothers Jégkorong Szurkolói Klub egyesület kb. három éve alakult, bírósági bejegyzése 2009 nyarán történt meg. Hivatalos Egyesületként van számon tartva. Kb. tizenöt főből áll. Nem egy populáris tömörülésről van szó. Taggá válni csak a már meglévő emberek jóváhagyása után lehet. Tagjai egytől-egyig olyan szurkolókból áll, akik minden körülmény mellett



8. kép: Székesfehérvári "B-közép" (drukkerfoto.hu)

kiállnak a csapatért, biztatják őket. Egyik tag sem dobál be a pályára, nem szidja a játékosokat és bárhol a világon kulturáltan viselkedik. Mivel ritka ilyen kritériumokat sok drukkerrel felállítani, ezért soha nem is fognak hatalmas tömegeket bevonni, de szeretnek jó példával előállni a többi szurkoló előtt. Az Ötödik sor szurkolói klub után (ami a magyar válogatott mögé próbál szurkolókat összefogni) ők az egyetlen jégkorongos szurkolói klub, amely hivatalosan létezik Magyarországon. Terveik, hogy a hasonló gondolkodású és mentalitású embereket, mint amilyenek Ők maguk, összefogják és ezzel is biztos támaszt adjanak a csapatnak.

Az egyik megjelent hölgy a „B-közép” állandó tagjaként – egy másik hölgy társával – szó szerint kezébe vette az irányítást. Mindketten dobbal szurkolják végig a mérkőzéseket. Ez úgy alakult ki, hogy kezdetben egy kicsi kék dob volt, amivel felváltva doboltak. Aztán lett az állandó nagy dob, amivel már állandóan a másik lány dobolt, majd még egy, ami – az erősebb nemet képviselve – az egyik válaszdó fiatalemberé lett. Szóval a hölgy beugró dobosból most már állandó hangulatfelelősként jelenik meg a mérkőzéseken.

2.3.3.2. Miskolc

1979. december 1-je történelmi dátum a sportág és Miskolc város életében, hiszen ezen a napon az új műjégpályán a lelátón szorongó több, mint kétezres szurkolótábor előtt bedobták a korongot. A bemutató mérkőzés után egyre több fiatal jelentkezett a szakosztálynál. Ezekre az évekre vezethető vissza a tervszerű utánpótlás-nevelés beindítása.

Az 1989-es év a magyar társadalomban gyökeres változást hozott. A rendszerváltás a Miskolci Kinizsi életét is döntően befolyásolta. A pénzügyi problémákkal küszködő

Papp Nikolett: Jégkorszaki szakí - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

egyesület csapata az 1989/90-es szezont még tisztességesen végigjátszotta, de a Miskolci Kinizsi Sportegyesületben megszűnt a jégkorong szakosztály, mert az egyesület képtelen volt tovább fenntartani, szinte egyik napról a másikra esett szét a felnőtt csapat.

Ez idő tájt az egyesület már rendkívül széles utánpótlásbázissal rendelkezett és a szülői munkaközösség tagjai úgy döntöttek, hogy új egyesületet hoznak létre. Céljuk az volt, hogy megmentésük a miskolci jégkorongot és biztosítsák gyerekeik sportolási lehetőségét. 1990. október 12-én megalakult a Miskolci Hoki Club, melynek vezetése olyan emberekből állt, akik az élet más területein elismerést és megbecsülést vívtak ki maguknak és gyermekeik kivétel nélkül jégkorongoztak, köztük Egri István is, aki társadalmi munkában volt a Miskolci Kinizsi, majd a Miskolci Hoki Club szakosztályvezetője.

Az MHC idejében jött létre 1991-ben a Borsodi Sörgyár, mint alapító támogatásával a "Miskolciak a jégkorongért" alapítvány. Az alapítvány a mai napig működik, a céljának megfelelően hathatós támogatást nyújt mind az utánpótlásnak, mind a felnőtt csapatnak.

Ilyen körülmények között sikerült megtalálni a biztos kiindulási pontot és feloldani a krízishelyzetet. A biztos kiindulási alap a megbízható szülői háttér volt. A gyerekekért dolgozók társadalmi munkában végezték feladataikat. Sem az elnök, sem az elnökség tagjai, de az edző és a technikai vezető sem kapott munkájukért anyagi ellenszolgáltatást.

A rendkívül erős mezőnyben előrelépni nem sikerült, de a miskolci egyesület lehetőségei sem hasonlíthatók össze sem infrastruktúrális, sem anyagi szempontból a nagycsapatokéval. Az utánpótlás nevelés terén elért eredményeiket az országban mindenütt elismerik.

Az 1998. szeptember 1-jétől újraindult Miskolci Sportiskolával korrekt kapcsolatot tartottak fenn és együttműködésük alapján az ott nevelkedő játékosokat, azok sorsát magukénak tekintik. Büszkék arra, hogy célkitűzéseiket eddig sikerült megvalósítani és megfelelő nevelőmunka folyik az egyesületben, és a tanulás a minőségi sporttal összeegyeztethető. Példa erre az 1999/2000-es felnőtt bajnoki év, melynek végén csapatuk elnyerte "A bajnokság legsportszerűbb csapata" kitüntető címet és a vele járó díszes serleget. Az MJJSE¹⁰ sportdiplomáciai sikereket is magáénak mondhat, hiszen tagja a Magyar Jégkorong Szövetség elnökségének Egri István¹¹. – ez így jól hangzik, de minden klubot képvisel egy ember az elnökségben...

¹⁰ Miskolci Jegesmedvék Jégkorong Sport Egyesület

¹¹ Jelenleg a Technikai bizottság vezetője, illetve a Miskolci jégcsarnok igazgatója

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

A város és a megye vezetése és a Magyar Jégkorong Szövetség elnöke - az Ifjúsági- és Sportminisztérium támogatását élvezve - lehetőséget láttak arra, hogy Miskolcon is befedésre kerüljön a népkerti I. számú jégpálya, mely 2006-ban meg is valósult. (www.miskolcijegesmedve.hu)

Ennek hatására sokat fejlődött a jégkorongsport Miskolcon, kezdett felnőni egy olyan generáció, akik a népkerti jégpályán tanultak meg korcsolyázni, jégkorongozni. Javultak a körülmények, mely nagy lökést adott a fejlődésnek, azóta folyamatosan javulnak a teljesítmények. Korábban a játékosok nagy része és az edző is munka mellett szánt időt a jégkorongra, amit bizonyos szint felett már nem tudtak hatékonyan művelni. A mostani évadra sikerült Egri Istvánnak megteremteni annak lehetőségét, hogy profi alapokra helyezhessék a jégkorongsportot, és ennek látszik is az eredménye a bajnokságban, hogy csak a jégkorongra kell összpontosítani a játékosoknak.

2.3.4. Kutatási eredmények

A székesfehérvári szurkolói egyesület, a Blue Brothers tagjainak segítségével, és néhány, a sport területén velük ellentétes nézeteket valló személy bevonásával „konfliktuscsoportot” hívtam össze 2009 őszén. Összesen tízen vállalták, hogy segítenek, közülük ketten voltak, akik nem jégkorongszurkolók.

Idén ősszel a Miskolci Jegesmedvék Jégkorong Sportegyesület mérkőzéseire járó szurkolókat kerestem fel. Ők is értékelték a kezdeményezést, így - akárcsak előző évben - gyorsan összejött az a kilenc személy, akikkel belemélyedtem a témába. Nekik ugyan nincs hivatalosan bejegyzett szurkolói egyesületük, de ennek ellenére mégis nagyon szervezetten tevékenykednek.

A kérdőívek nyilvánosságra tételét követően¹² bebizonyosodott, hogy nem csak a fenti két szurkolótábor tagjait lehet rövid időn belül mozgósítani, hiszen három óra leforgása alatt már 150 fő töltötte ki a kérdőívet, majd óránként 50 fővel emelkedett a válaszadók száma egészen 350 főig. A kezdeti lelkesedést követően egy nap leforgása alatt 450 fő válaszolt kérdéseimre, öt nap alatt összesen 626 főre gyarapodott a kitöltők száma.¹³

¹² 2010.11.21. 9:48

¹³ A rendszer sajátosságai miatt sajnos elveszett 51 fő által kérdőív, így alakult ki az 575 fő, akiknek a válaszait vizsgáltam.

2.3.4.1. Gyengébbik nem

Eddigi tapasztalataim alapján az emberek többsége meglepődik, ha egy lány jégkorongmeccsre jár. De elnézve a fehérvári megjelentek nem szerinti megoszlását, bebizonyosodott, hogy igenis nagy számban lelkesednek a hölgyek is e sportág iránt, a tíz főből három fő volt lány. A válaszadók egyértelműen megdöbbenek, mikor megkérdeztem, hogy miért lepődnek meg még manapság is az emberek, ha egy lány jégkorongszurkoló? Számukra teljesen természetes, hogy vannak nők is közöttük. Ez véleményük szerint azért lehet meglepő, mert nem egy nőies sportágról van szó, mindenki azt hiszi, hogy brutális sportág. Ez nem igaz, de azért a lányok is szeretik a küzdelmet, és ha ez még értük is megy, kimondottan értékelik. Azt, hogy miért lepődnek meg még ma is, ha egy lány jégkorongszurkoló egy fiatal miskolci hölgy így reagálta le: *„Na ezt én is nagyon szeretném tudni, nem egyszer találok már nagyon furcsa tekintetekkel, mikor elmondtam, hogy meccsre járok. Az első kérdés ilyenkor mindenkitől az, hogy melyik játékosal járok, de mikor elmondom, hogy egyikkel sem, akkor még nagyobb a csodálkozás...”* Alapvetően ezt az elgondolást nem is lehet felróni senkinek, hiszen nem meglepő, ha valaki azért látogat ki egy sporteseményre, mert ott a másik nem képviselteti magát, hiszen nem árt nyitott szemmel járni. A vélemények szerint mindegy milyen sportág csapatának szurkolója egy lány, úgymint meglepődnek talán, mert sajnos az emberek fejében elsősorban a huligánkodás jut eszébe egy szurkolóról. Sőt egyes jégkorongmeccseken a miskolciak szerint bizonyos szurkolóhölgyek –mondjuk így – jobban belelendülnek, mint a „férfikórus”. Alapvetően nem jellemző a miskolci közönségre, hogy meglepődne ilyenén, hiszen sok lányszurkoló van náluk is.

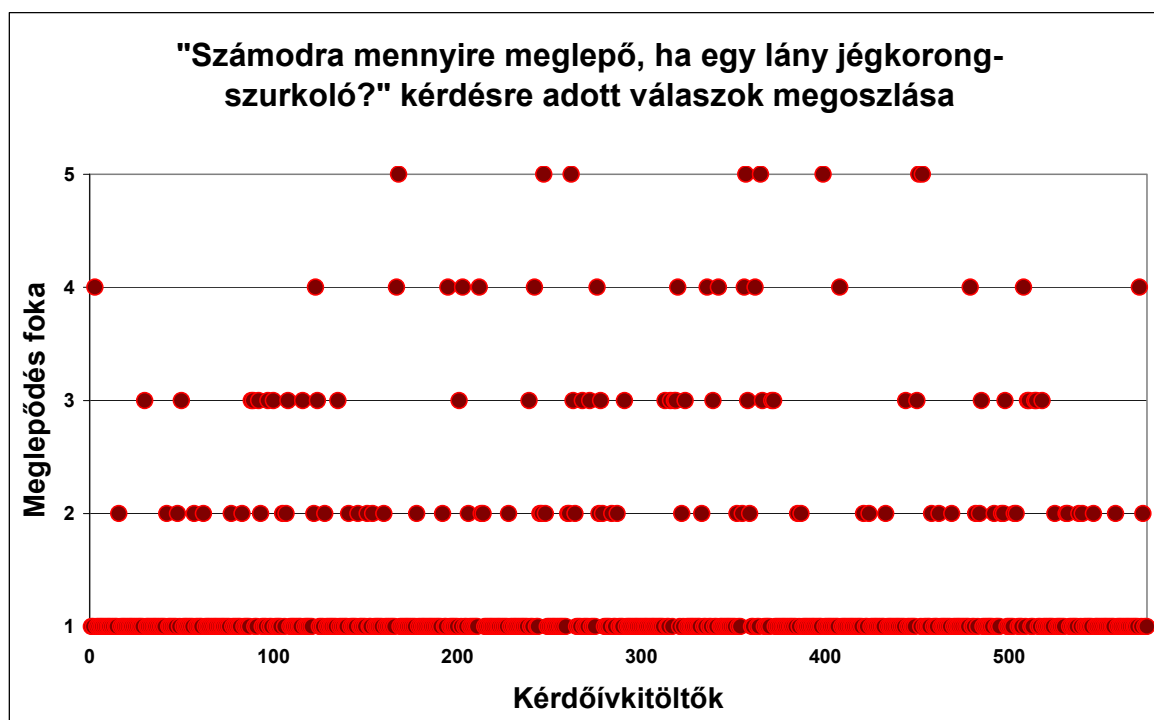


9. kép: Női jégkorongozók
(kep.tar.hu)

Tehát összességében csak a külső szemlélők számára lehet különleges, hogy egy lány jégkorongmérkőzésre jár, a jégcsarnokokban manapság már csak nagyon kevesen lepődnek meg, ha a gyengébbik nem is képviselteti magát a lelátókon. Ebben a témakörben a kérdésre¹⁴ jelölhető válaszok¹⁵ alapján 78,61 %-ban egyáltalán nem lepődnek meg a jégkorongbarátok hölgyesurkoló láttán. (Isd. 1. ábra)

¹⁴ Számodra mennyire meglepő, ha egy lány jégkorong-szurkoló?

¹⁵ 1-Egyáltalán nem, 2-Kis mértékben nem, 3-Semleges, 4-Kevésbé, 5-Teljes mértékben



1. ábra: A kérdőív 13. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)

De mindkét szurkolótábor belátta, hogy Magyarországon kevésbé beágyazott ez a sport, még gyerekcipőben jár a magyar jégkorongkultúra, és a jégkorong inkább a férfiakra jellemző sportág a test-test elleni játék, a nagy ütközések, verekedések miatt. Viszont egyre többször szerepelnek a médiában is a női jégkorongozók, bizonyítva, hogy nem csak férfi sport a hoki. És amióta fedett pályán megy a küzdelem, kultúráltabbak a körülmények, egyre több lány, fiatal nő van kint meccseken (lsd. Függelék: 6. ábra). A gyengébbik nem jelenléte jól tesz a hangulatnak minden szempontból.

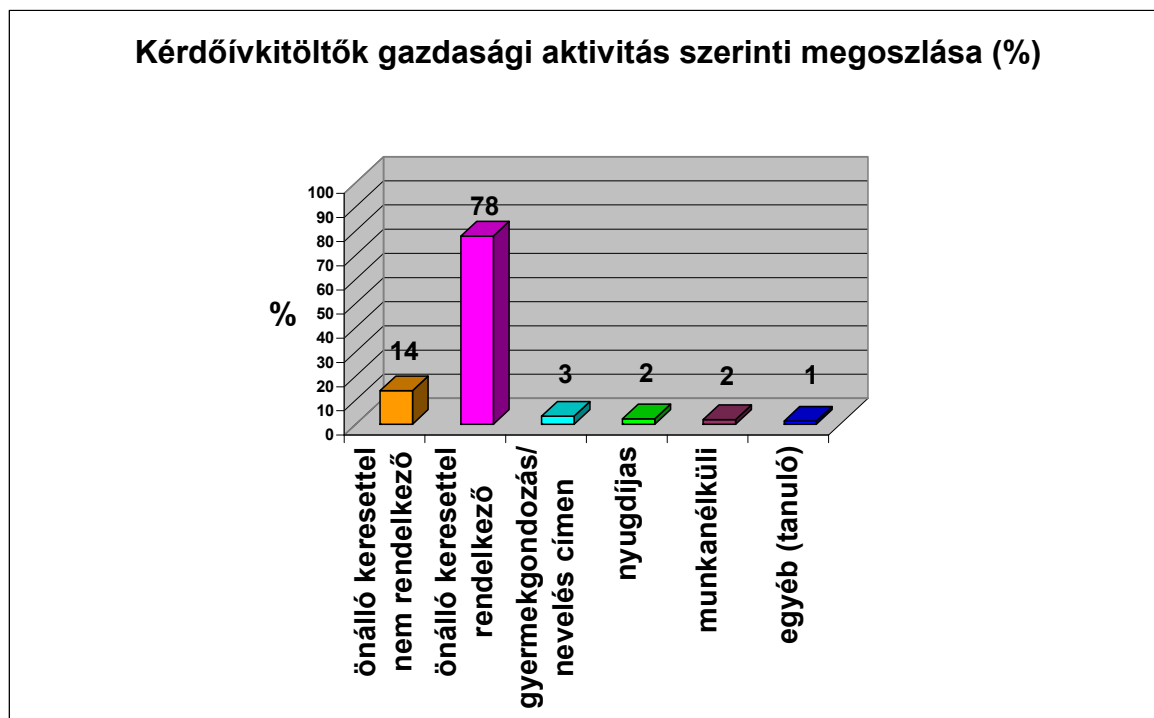
Annak ellenére, hogy már Magyarországon is van női jégkorong, mégsem népszerű. Ezzel is magyarázható, hogy az emberek egy férfias sportágnak gondolják. Az elmúlt években viszont a magyarországi csapatok tagjainak nagy része azért lett játékos, mert megtetszett neki ez a sportág, ami semmivel sem „furcsább”, mintha az ökölvívást választotta volna. De például a kézilabda is inkább a durvább sportágak közé tartozik, és ott nagy népszerűségnek örvend a női szakosztály is! Emellett több küzdősportban is eredményesek a magyar hölgyek. Ami az eredményeket illeti, a többség nem csak tudja, hogy van magyar női jégkorong, a válaszok azt mutatják, hogy a hölgyek eredményeit is figyelemmel kísérik a szurkolók. Azaz 307 fő helyesen jelölte, hogy a női jégkorongválogatott jelenleg a Div. III.-ban szerepel a 2010/2011-es szezonban. Ez azt jelenti, hogy a magyar jégkorongszurkolók alapvetően jól tájékozottak a magyar női jégkorongélet aktuális helyzetével kapcsolatban.

2.3.4.2. Életkori sajátosságok

Az életkori besorolásnál a következő csoportokat választottam:

- 18 éves kor alatt: általában a szülői befolyásolás érvényesül;
- 18 és 25 év között: kezd önállóvá válni mindenki;
- 25 és 59 év között: ezt a korosztályt már a teljes önállóság jellemzi, a munka mellett saját lehetőségeihez mérten osztja be idejét, illetve állít fel magának fontossági sorrendet;
- 60 év felett: ők azok, akik alapvetően több szabadidővel rendelkeznek és a sportesemények az egyik legmegfelelőbb helyszíne a korcsoportba tartozók újbóli találkozására, Ők azok, akik jellemzően nem új szurkolók, hanem a jégpályák környékén töltötték fiatalságukat, melyeket most már csak a nosztalgia kedvéért is látogatnak.

A legtöbb szurkoló a 25 és 59 év közötti kategóriába tartozik (lsd. Függelék: 7. ábra), azaz 74 % (annak ellenére is magas a számuk, hogy ez a besorolás viszonylag széles, nagy szórást enged meg), míg a 18 és 25 év közöttiek 22 %-ban képviseltetik magukat. A kérdőív kitöltők között 18 év alatti 3 %, 60 év feletti 1 %, de ezt nagyban befolyásolja, hogy e két korcsoport érdeklődési köréből feltételezhetően kiesik az internetes nyomon követése a jégkoronggal kapcsolatos oldalaknak. Természetesen az életkor és a gazdasági aktivitás szoros összefüggésben van egymással. (lsd. 2. ábra)



2. ábra: Válaszadók gazdasági aktivitás szerinti megoszlása (saját szerkesztés)

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

A fehérvári fókuszcsoportos interjú résztvevők között az érettségizett fiatalon keresztül, az egyetemi hallgatókon, a biztos állással rendelkezőkön át, a vállalkozóig minden réteg képviseltette magát. A miskolci jégkorongszurkolók esetén sem volt ez másképp, az egyes munkakörök a következők: biztonság-technikus, diszpécser, egyetemi hallgató, eladó, junior területi vezető, köztisztviselő, logisztikus/informatikus villamosmérnöki diplomával, műszaki menedzser, utasszemélyzeti szakértő. A kérdőív válaszai is alátámasztják azt a megállapítást, miszerint nem befolyásoló tényező, hogy ki, milyen beosztásban tevékenykedik. (Isd. Függelék: 8. ábra)

2.3.4.3. Családi vonatkozások, lakhely

A családi állapotot tekintve is nehéz lenne az általánosítás, hiszen egyedülálló, párkapcsolatban élő, házas és családos Volán és Miskolc szurkolók is járnak jégkorongmérkőzésre. Ebből kifolyólag, hogy családok is látogatják a rangadókat (kétéves gyermektől egész a nyugdíjas nagyszülőig), nem lehet azt mondani, hogy csak egy bizonyos korosztály lelkesedik e sportág iránt. A kérdőívkitöltők is megerősítik ezt a megállapítást, hiszen az 575 főből nincsenek kiemelkedően magas számban egyik kategória képviselői sem. (Isd. Függelék: 9. ábra) Gyermekük számát vizsgálva viszont az átlag jégkorongszurkolónak nincs utódja, azaz 340 válaszadónak nincs gyermeke, 83 szurkolónak egy, míg 106 főnek kettő gyermeke is van. 41 főnek van három, míg 5 főnek 4, vagy annál több gyermeke van. (Isd. Függelék: 10. ábra) A kérdőív azon kérdésére, hogy „Kivel/Kikkel jársz jégkorongmérkőzésre?” több lehetőség is jelölhető volt egyszerre, így a válaszok alapján a legtöbben barátokkal (53 %) látogatják a jégpályákat, de kiemelkedő azok aránya is, akik családjukkal tekintik meg (31 %) a jégkorongmérkőzéseket. Emellett többen kilátogatnak egyedül is (12 %), az egyéb válaszlehetőségnél pedig azzal egészítették ki többen, hogy kollégákkal.

A lényeg, hogy figyelemmel kísérik most már az egyes csapatok, és a magyar jégkorong eseményeit, legyenek akár városközpontban élők, vagy vidékről bejárók, azaz nem csak helybeliek követik a jégkorongot. Hiszen nagy számban érkeznek mindkét megyeszékhelyre környékbéli településekről, Székesfehérvárra még a fővárosból is, sőt, van olyan, aki a Romániában lévő Csíkszeredából is elutazik időnként. Mivel a magyar országos bajnokság ki van bővítve az úgynevezett Mol Ligával, melyben romániai csapatok is részt vesznek, így nem is olyan meglepő, hogy az Erdélyben élő magyar nemzetiségű szurkolók az elbeszélések szerint sok magyarországi fordulóra elutaznak, az annál inkább kiemelendő, hogy nem csupán klubcsapatok mérkőzéseire utaznak sokat,

hanem a magyar jégkorong-válogatott tornáira is. Nem csak a városi emberek választják szórakozásul a jégkört, alátámasztja ezt a kérdőív eredménye is. Annak ellenére, hogy a magyar bajnokság legtöbb csapata fővárosi székhelyű, a kérdőíves kutatás résztvevői az alábbi megoszlást mutatják lakhely szerinti csoportosítás szerint: fővárosi 205 fő, míg a városi (316 fő) és a vidékről bejáró (54 fő) szurkolók összesen 370-en vannak.

2.3.4.4. Motiváló tényezők

A székesfehérváriak közül mindenki már hosszú évek óta jár jégkorongmérkőzésre, a miskolciak közül a legtöbben a jégpálya befedése óta, kivéve egy-egy főt: egyikük még „csak” egy éve, másikuk már 1978 óta, de természetesen ez életkor függvénye is. A kérdőíves kutatás eredménye azt mutatja, hogy a többség már több mint 10 éve jégkorongbarát! (lsd. Függelék: 11. ábra) Ehhez kapcsolódva érdekes, hogy ki hol találkozott a sportággal. Van a fehérváriak között, aki testnevelés órán kapott ingyenjegyet. (lsd. Függelék: 12. ábra) Akkor épp válogatott tornát rendeztek Fehérváron és az iskola ingyen jegyeket kapott. Mivel akkor még nagyon nem volt népszerű a sportág, így a testnevelő tanár egy-egy ötöst ígért mindenkinek, aki elfogadta a jegyet és el is ment a meccsre. A miskolciak között többen voltak, akik először a televízióban látták, majd barát, barátnő vagy testvér javaslatára ment ki először jégpályára is. (lsd. Függelék: 13. ábra) Még a 70-es években a TV közvetítette az Izvesztyija Kupát és a világbajnokságokat, voltak, akik mindig nézték a meccseket. Legtöbbjük tv-ben látta először - legyen az akár szlovák, orosz, kanadai vagy a szapporói közvetítés - , vagy épp az osztálytársa a jégen művelte a sportot, ő pedig számítógép előtt az NHL '98-cal. A számítógépes játék újabb változata is vonzó volt egyikük számára a tv után. A haverok biztatására is többen mentek ki, de a legmeggyőzőbb, ha az ember fia választja a jégkorongot sportágnak. A kutatás kiterjesztésével is hasonló jellegű válaszokat kaptam. (lsd. Függelék: 14. ábra) A válaszok között előkelő helyen szerepel az, hogy először televíziós közvetítésben vagy filmben látott először jégkorongot (34,61 %), szorosán mögötte következik a család (21,22 %), úgymond beleszülettek a jégkorong szeretetébe, vagy épp a gyermek volt az, aki ezt választotta sportolási lehetőségként. Nem elhanyagolható azon szurkolók aránya (17,04 %), akik barátok elbeszélése által találkoztak először a hokival, sőt viszonylag magas azok aránya, akik lakhelyükből fakadóan el sem kerülhették a jégkorongmérkőzések híre (8,52 %). Ha valaki már hallott is valamit a jégkorongsportról, akkor annak nem kell magyarázatot adni arra, hogy a következő lakhelyeken miért ezt a sportágnak választja valaki szórakozásul: Svédország, Finnország, Detroit, Moszkva, Székesfehérvár, Dunaújváros, Csíkszereda,

Gyergyószentmiklós. A felsorolt országok, városok mind meghatározó szinterei a jégkorongéletnek. Ezzel kapcsolatban néhány válasz:

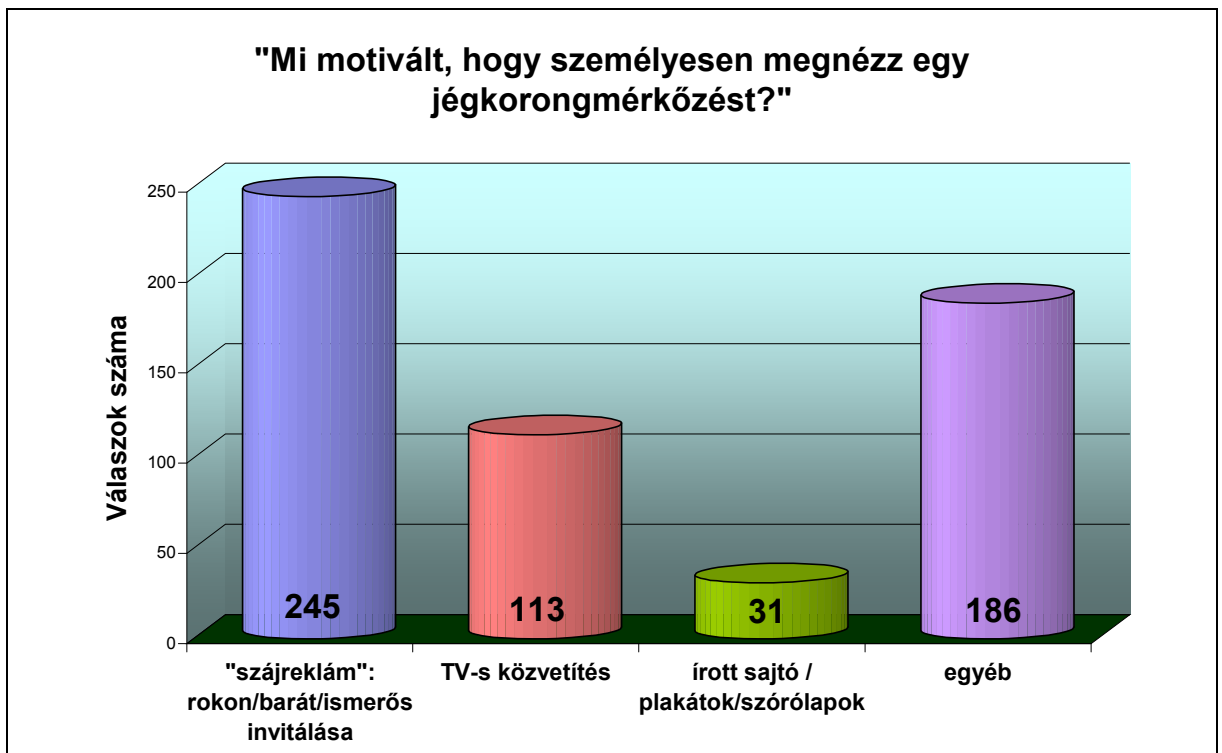
„Ez Fehérváron kérdés? ☺ ”

„Gyergyószentmiklós nagy jégkorongmúlttal rendelkezik, így természetes volt a jégkoronggal való találkozás”

„Dunaújvárosi vagyok. Kell még indoklás?”

„Szülővárosomban, Csíkszeredában mindenki találkozik vele”

De nem elég, ha valaki hall magáról a jégkorongról, fontos kérdés, hogy mi az, ami arra motivál, hogy személyesen is megnézzenek a potenciális szurkolók egy jégkorongmeccset. (Izd. 3. ábra)



3. ábra: A kérdőív 8. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)

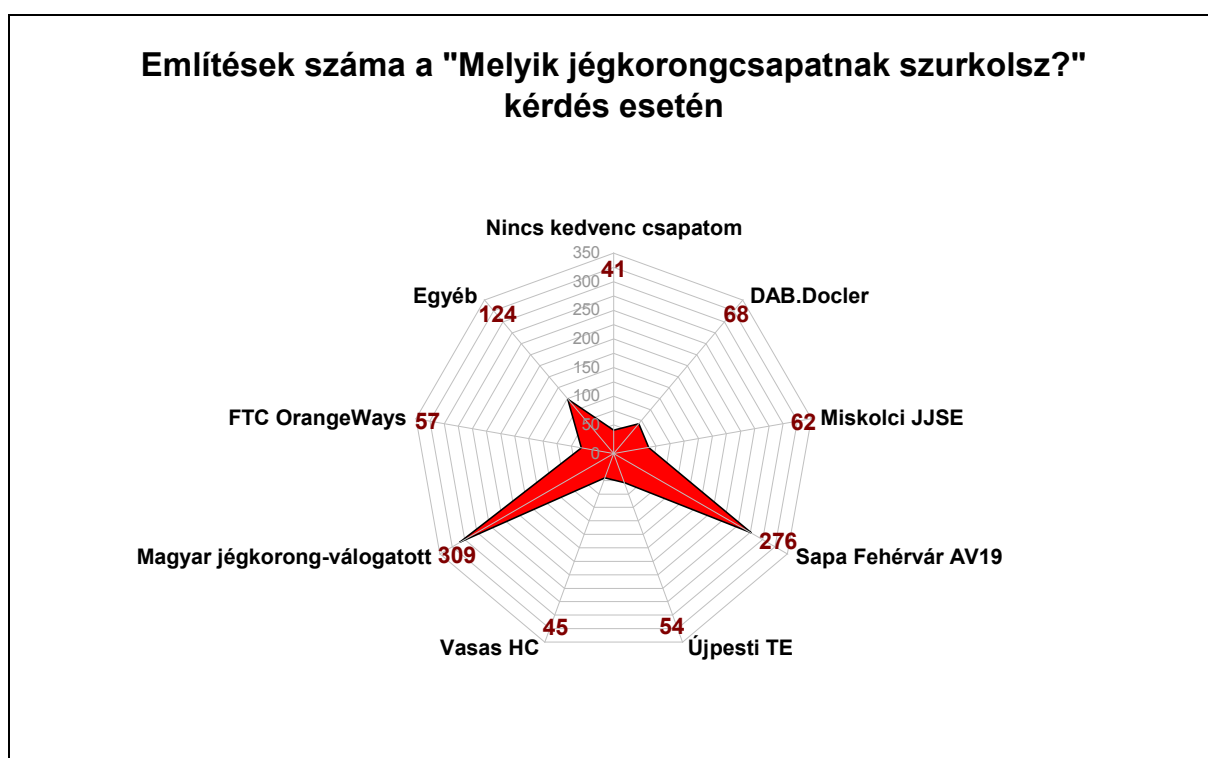
Tehát hiába látja a többség tv-ben a jégkorongot, a válaszok alapján kell egy kulcsembert, aki rábeszéli arra, hogy kimenjen a jégpályára, hiszen: - egyik kérdőívkitöltőt idézve - „Minden sportot jobb élőben nézni!” Ez az a mondat, ami alapjaiban véve a kulcsmondat az elbeszélések alkalmával. Természetesen nem lehet elvárni senkitől, hogy olyan élménybeszámolót tartson a kedves ismerősnek, rokonnak vagy barátoknak, amivel azonnal lenyűgözi a potenciális szurkolót, de ezt a mondatot sok esetben nehéz megcáfolni.

2.3.4.5. Kialakult szokások

Maslow az emberi szükségleteket hierarchikus rendszerben szemlélteti, azaz amíg az alacsonyabb szinten lévő szükségletek nincsenek kielégítve, addig nincs meg a motiváció a magasabb szinteken lévő szükségletek kielégítésére.

Fontos megjegyezni, hogy a többség szurkolónak vallja magát (lsd. Függelék: 15. ábra), véleményem szerint ezzel is eleget tesznek a szükségleti piramis második szintjén található valahová tartozás szükséglet kielégítésének.

A kérdőívkitöltők válaszai alapján is látszik, hogy a Sapa Fehérvár AV19 nemcsak teljesítménye, hanem szurkolóinak száma alapján is kiemelkedő a többi magyarországi csapat közül. (lsd. 4. ábra) Az egyéb válaszlehetőségnél meghatározó számban jelentek meg utánpótlás, női, amatőr illetve külföldi csapatok.



4. ábra: A kérdőív 10. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)

Mivel a kérdésre több válasz is jelölhető volt, így az említések száma alapján alakult ki az egyes csapatok közötti sorrend. Az számomra viszont megdöbbentő, hogy az 575 válaszadó csupán 53,74 %-a jelölte be, hogy szurkol a magyar jégkorong-válogatottnak, én közel 100 %-os arányt vártam erre a válaszlehetőségre. Hiszen ha a kedvenc csapat játékosa bekerül a nemzeti csapatba, akkor az motiváló tényező. Ugyan a magyar jégkorong-válogatott speciális helyzetben van, mert alapját a székesfehérvári egyesület játékosai adják, de nagy számban találhatunk más városok csapataiból is neveket az egyes mérkőzések nevezési listáin. Nem elhanyagolható azon szurkolók száma, akik egy klub

miatt járnak ki mérkőzésre, és a jégkorong sportág válogatottjának mérkőzésére nem feltétlenül kíváncsi. De az a tény is a fenti elvárást erősítette bennem, hogy a legtöbben a saját favoritjuk mellett más csapatok mérkőzéseit is látogatják. (Izd. Függelék: 16. számú ábra) Sőt, a magyar jégkorong-válogatott külföldi mérkőzésein is szívesen szurkolna a többség, ha lenne rá lehetősége. (Izd. Függelék: 17. ábra) A nemzeti válogatott mérkőzések minden sportágban jobban eladhatóak, nagyobb az imázsértékük.

2.3.5. Következtetés

A demográfiai adatokat figyelembe véve, annak ellenére – vagy éppen ezért –, hogy a magyar emberek éppen melyik életciklusukban járnak, a népesség minden rétegéből találkozhatunk szurkolóval a jégcsarnokokban.

De mégis hogy lehetséges ez? Mi vonzza az embereket hétről-hétre a jégpályákhoz? Egyszerűen magyarázták mindkét szurkolótábor tagjai. Látványos, mozgalmas, izgalmas, gyors, dinamikus, változatos, fordultatos. A pillanatba sűrített történések varázsa a legfőbb vonzereje, sehol máshol nincs olyan a sportágak között, hogy 5 másodpercenként itt és ott is alakulhat ki gólhelyzet, nincs előre lejátszott meccs, gyakorlatilag az utolsó pillanatig sem dől el semmi. Pörgős, szórakoztató sport, mely leköti, lenyűgözi az embert, és „ki tudja eresztetni a gőzt.” A jégpályán jól tudja érezni magát mindenki. (Egy foci- vagy kosármecsen nem, pedig mindegyiken voltak a



10. kép: Dinamizmus
(xlsport.hu)

válaszadó, nem is egyszer.) Emellett a jégkorong kombinatív, a legösszetettebb csapatjáték, nem lehet megunni. Speciális – tanulandó – képességet igényel. A gyorsaság mellett megfelelő keménységet is megenged, a szerelés pedig gladiátorokká változtatja a sportolókat. A világ leggyorsabb csapatsportja, amiben sajátos szabályok vannak, csapatjátékra nevel, a kanadai táblázatban ugyanolyan pontot ér a gólpasz, mint a gól.

Nagyon szépek az akciók, és ahogy korcsolyáznak, az legtöbbször emberfeletti látvány.

Korosztályonként azért mégis más és más a vonzó szurkolói szempontból a jégkorongban. Az öregebbeket a nosztalgia vonzza a jégpályára. Az idősebb emberek nagy része már a '60-as években járt hokimeccsen. A harmincasokat a sikerszéria, és a megalkuvás nélküli győzni vágyás motiválja. Itthon értékelik azokat, akik különösebb támogatás nélkül világra szóló sikereket érnek el. A fiatalabbak pedig szeretnék megélni azt az örömet, amit a hokisok átélnek, szeretnének olyanok lenni, mint ők – jó kiállítású gyerekek, és nem hátrány, hogy ismerkedési lehetőséget biztosít kulturált közegben.

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

Olyan hely a jégcsarnok, ahol – főleg az utóbbi években – balhémentesen, barátok és „nem barátok” között, igényesen lehet azt a kevés szabadidőt eltölteni, ami a mai rohanó világban van. A napi felgyülemlett feszültséget egy kis drukkolással kiválóan lehet oldani. A többi sportággal szemben a családosok, kisgyerekesek is nyugodtan látogathatják, pontosan a balhénélküliség miatt.

Így az első számú hipotézis megállja helyét: *Nincs tipikus jégkorongszurkoló, így: A demográfiai adatokat figyelembe véve a népesség minden rétegéből találkozhatunk szurkolóval a jégcsarnokokban.*

2.3.6. Fókuszcsoporthoz tartozó interjúk egyéb megnyilvánulásai

2.3.6.1. „Konfliktusokozók”

A székesfehérvári fókuszcsoporthoz tartozó interjú résztvevő két nem jégkorongszurkoló fő közül az egyik személy inkább a kézilabdát részesíti előnyben, míg a másik a labdarúgást. Az előbbi azzal magyarázza e sport iránti szeretetét, hogy – a jégkoronghoz hasonlóan – fordultatos, izgalmas, és nem utolsó szempont, a látvány. A fiatallembert idézve „tapadós rövidnadrágos lányok” játszó. Egyébként ő kijár időnként jégkorongmeccsre is, de a tanulmányai miatt más városba kényszerül, így nem jut ki a székesfehérvári jégpályára. Emellett, hogy szereti a jégkorongot, a médiában igyekszik követni az eseményeket.

A futball-szurkoló szerint a foci a sportok királya, igazi csapatjáték, technika, ügyesség, intelligencia, akarat, harcoság kell hozzá. Hatalmas embertömegeket mozgat meg, nem véletlenül a világ legnépszerűbb sportja. Viszont ő is belátja, hogy a labdarúgás ma már egyáltalán nem vonzó a fiatalok körében. Úgy gondolja, hogy Magyarországon még mindig messze ez a legnépszerűbb sport, annak ellenére is, hogy a színvonallal akadnak gondok. Véleménye szerint sajnos sokan inkább a divatsportágakat választják – amelyek közé szerinte a jégkorong is beletartozik –, hála a magyar médianak. Kifejtette, hogy hokimeccsre zömében azért mennek az emberek, mert manapság divat oda járni. Az újjgazdag elkényelmesedett emberek sportjának tartja, akik mindössze azért járnak ki, mert – őt idézve – „cool hokimeccsre menni”. Hirtelen vált sikersportággá az utóbbi években. Ő úgy látja, hogy azért mennek ki sokan, mert mindenhol a jégkorong folyik, ezt látják a tv-ben, ezt tukmálja rájuk a média. Szerinte a magyar ember nem azért jár ki, mert szereti a hokit, hanem mert divat kimenni, azért megy ki, mert kimegy a munkatársa, mert kimegy a barátja, de nem a jégkorong iránti szeretet, szenvedély miatt. Mivel hiányzik belőlük a csapat iránti szeretet, a sportág iránti elkötelezettség, a szenvedély. Csöndben nézik a

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

meccset, nincs hangulat így, ezért nincs vagy csak jelentéktelen a szervezett szurkolás, nincs igazi meccshangulat, csak néha-néha egy „Hajrá Volán!”. Az emberek lusták, hogy tapsoljanak. És azért tipikusan a felsőbb társadalmi csoportok járnak, akik lenézik a fociszurkolókat. Ezért tartja őket divatszurkolóknak, és a hokit divatsportnak. Sajnos a fehérvári jégkorong- és futballcsapat szurkolótábora között is van ellentét. Ő úgy látja, hogy kölcsönösen lenézik egymást a Vidi ultrái és a Volán szurkolói. Persze itt is a kivételről van szó.

A Volán-szurkolók is úgy látják, hogy van egy réteg hokimeccseken, akiknek gyorsan elmegy a kedve, ha a csapatnak nem megy a játék. Ezt azzal magyarázzák, hogy persze közülük a többség nem is igazán szurkoló, hanem néző. Ez pedig sajnos nagy különbség! Viszont a hangulattal kapcsolatos megjegyzésekkel én sem értek egyet, de persze ezt nem tudhatja az, aki a jégcsarnok közelébe sem hajlandó menni.

2.3.6.2. Háttértámogatás

Svájcba kiment kb. 3-4.000 ember, és ott kint őrzöngtek és éltették a csapatot. Fehérváron az előző évben és idén is minden hazai meccsen 2.500 nézőnél több volt, úgy tűnik rövidesen mindenféle rekordot megdönt a látogatottság.

Az, hogy a magyar válogatott épp a gazdasági válság idején került fel az „A” csoportba, - a VB helyszíne a 2009-ben Svájc volt - nem tett jót a magyar



11. kép: Magyar szurkolótábor egy része Svájcban (saját készítés, 2009.04.26.)

jégkorongszurkolók pénztárcájának – már aki megtehetette, hogy bevállalja. Még akkor sem, ha volt egy évük, hogy spóroljanak erre a megismételhetetlen kirándulásra. (Csak egy kisebb réteg, az alacsonyabb jövedelemmel rendelkező réteg az, melyet a kialakult gazdasági helyzet visszafogott a fogyasztás terén.) És mégis, több ezren látogattak el a zürichi, illetve a berni jégpályára, hogy láthassák a magyar válogatottat, hogy

részesei legyenek ennek a különleges eseménynek. De a 2010-es világbajnokságon sem hagyták magára a magyar válogatottat a szurkolók, hiszen Szlovéniában is támogatták őket az újbóli feljutás reményében, a szeretetüket leplezetlenül kimutatva.

Papp Nikolett: Jégkorszaki szakí - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

Szurkolói részről megvan a támogatottság, és ez folyamatosan nő. A megfelelő szurkolói háttér megalapozása nem lenne lehetetlen, de a pénzügyi támogatásokban általában a labdarúgást részesítik előnyben. Ma még a médiában is nehéz eladni egy jégkorong meccset, dacára a szapporói és svájci helyállásnak. Szponzori támogatást csak tv-s közvetítés után lehet szerezni, de az egyes csatornák nem érdekeltek a közvetítésben, mert az drága (közvetítő kocsi, kamerák, kábelezés, riporterek, szakértők...stb.), ezért nem szívesen közvetítik a hokit, ami ráadásul tv-n eleinte nehezen követhető, és nem szívesen nézik emberek. Viszont a tv közvetítések hiánya a szurkolók hiányát is jelenti, mert a szurkolók úgy is teremődnek, hogy látják a tv-ben, hogy ez egy érdekes sport, s akkor eljönnek megnézni a helyszínen is. Ennek hiányában sokakhoz nem jut el az információ.

De nem látnak benne pénzt a befektetők, szponzorok, sokan úgy gondolják, hogy nincs reklámértéke a jégkorongnak. Nem volt hagyományosan sikersportág a múltban – mára ez szerencsére kezd változni – , hiányoztak a létesítményi hátterek a csapatok mögül, nem volt hír- (ezen keresztül reklám-) értéke a bajnokságoknak, csapatoknak, eseményeknek. Miután feljutottunk az „A” csoportba mindenki azt várta, hogy jönni fognak a szponzorok, talán az állam is több pénzt fog adni a jégkorongszövetségnek, de közben meg bejött a gazdasági válság, ami az egész világot sújtotta.

Üzletileg sokkal kisebb a lehetőség a jégkorongban, mint a foci esetén. A futballbajnokság nagy múltra tekint vissza, és majdnem minden település rendelkezik focicsapattal, ebből kifolyólag jobban népszerűsíthető is. Könnyebb egy focipályát fenntartani, mint egy jégpályát, a szponzornak csak a pénz, és a reklám érték számít ugyebár, mégha figyelembe is vesszük a multik által behozott nyugati sporszponzori kultúrát.

Ezek alapján persze a vállalatoknál elhanyagolhatatlan, hogy legyen egy olyan vezető beosztásban lévő döntéshozó, aki fanatikus a jégkorong irányában. Hiszen jelenleg a vállalatok többségének nem jut eszébe, hogy támogassa a hokit - vagy bármely más sportágat - , hacsak nincs egy olyan személy, aki felhívja a figyelmet ennek lehetőségére.

A cégeknél sajnos nem érhető tetten a startégiiai gondolkodás, így nem látják a lehetőséget ebben a sportágban. Érdekes ez, nincs szponzor, aki a helyzet javításában segítséget nyújtana a klubcsapatoknak, mert nem látják, hogy megérné számukra is befektetni.

Így a második hipotézis megállja helyét:

Az eredmények ellenére nincs meg az a teljes körű háttér, amit a jégkorongsport megérdemel.

3. Marketing munka

Az utóbbi években látványosan emelkedtek a nézőszámok, így talán néhány év múlva megfelelő támogatók is fognak érkezni. Megfelelő marketing munkával azért meg lehet őket találni, de nyilván eredmények nélkül ez lehetetlen. Ördögi kör ez, mert ha van produktum, van pénz, ha nincs pénz, nehezebb eredményt felmutatni. Lássunk néhány példát arra, hogy mi az, ami jelenleg a magyar jégkorongkultúrát körülveszi, hogyan vélekednek erről a jégkorongszurkolók, és mik azok a javaslatok, amik a sportág jövőjében követendők lehetnek!

3.1. Múlt és jelen

Nem mehetünk el szó nélkül amellett a kezdeményezés mellett, amivel az észak-amerikai példát követve a miskolciak álltak a beteg gyermekek mellé.

A legenda szerint a kanadai Kitchenerben borították be először a jégpályát játékmackókkal még a nyolcvanas évek derekán. Aztán szerte Kanadában elterjedt a szokás, és ma már szinte az összes ifjúsági és sok alsóbb szintű ligában is repülnek a mackók. Az eseményt karácsony környékén rendezik jótékonysági céllal. A hagyomány lényege, hogy az első hazai gólnál a nézők, a szurkolók püssmackókat vagy más figurát dobjanak be a jégre. A meccs ekkor rövid időre leáll, ezalatt a kis szünet alatt jégkorongos gyerekek szedik össze a bedobált játékokat. A játékok összelapátolását követően maguk a játékosok viszik el rászoruló gyerekeknek. (bodicsek.blog.hu)

A Miskolci Jegesmedvék vezetőik és ötletadóik miatt lassan kiérdemelték a legkreatívabb hokicsapat címet a 2008/2009-es szezonban. Érdekes akcióikkal céljuk az volt, hogy minél több nézőt csalogassanak ki és tartsanak a csarnokukban a hokimeccseken. Először kitalálták, hogy a telt ház összehozásához megfelelő hírverést kell csapni, ingyenesen engedtek be minden nézőt a jégcsarnokba. Aztán újabb ötletekkel álltak elő, először is kedvezményesen volt megváltható két egymást követő, pénteki és a vasárnapi meccsjegy együttesen. A legmeghatározóbb azonban egy vasárnapi mérkőzésre meghirdetett jótékonysági akció volt. Nem saját a találmány, de jobbtól nem szégyen tanulni. „Dobj egy macit!”, hirdette plakátjuk, azaz az amerikai Teddy Bear Toss mintájára cselekedtek. A macikat, illetve minden más plüssfigurát elsősorban miskolci gyerekek kapták meg, akik épp kórházban voltak, és hosszabb gyógykezelésre szorultak. (jegkorong.blog.hu)

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

Ezt a jópofa tradíciót folytatta a Magyar Jégkorong Szövetség. A felhívás szerint a 2009. április 2-ai Pannon Hoki Gálán, a Finnország elleni mérkőzés első magyar góljánál a szurkolók pályára dobták a Papp László Budapest Sportarénába magukkal vitt macikat, egyéb plüssállatokat, amelyeket a válogatott játékosai adtak át a Heim Pál Gyermekkorház és a Tűzoltó utcai Gyermekklinika betegeinek. Ekkor 4532 db plüssállatot gyűjtöttek össze.



**12. kép: „Dobj egy macit!”
akció logója
(jégkorong.blog.hu)**

11-én a Pannon Hoki Gála Magyarország-Norvégia mérkőzésén az első magyar gól után ismét pályára dobálhattuk a plüssállatokat, amelyekből a Tűzoltó utcai Gyermekklinikán kívül az erdélyi Bőjte Csaba Alapítvány és a balassagyarmati Reménysugár Gyermekotthon fiataljai kaptak a válogatott játékosoktól. Ez esetben 4451 db plüssállatról volt szó.



**13. kép: Plüssállatok a jégen
(www.telesport.hu)**

Mindezen kezdeményezések nem kerülnek sokba, mégis jót tesz a jégkorongnak, pláne azoknak a kis betegeknek, akik részesültek a meglepetésből.

A 2010-es esztendő sajnos több katasztrófát is hozott, a jégkorong.blog.hu és a Magyar Jégkorong Szövetség saját lehetőségeihez mérten kívánta segíteni az árvíz sújtotta területen élőket. Hokis relikviákat árvereztek jótékony céllal, összesen 2 569 441 Ft gyűlt össze a szendrői tűzoltóknak, melyet a magyar szövetség 3 millió forintra kerekített, miközben több csapat szurkolótábora is segédkezett a helyszínen.

A magyar csapatok közül első körben az FTC és a Fehérvár jelezte, nem nézi tétlenül a kolontári vörösiszap-katasztrófát. Előbbi egyik mérkőzésének teljes bevételét, az EBEL csapat a meccsbevétel 10 %-át ajánlotta fel a bajba jutottaknak, továbbá urnás gyűjtés is volt mindkét helyszínen, melyhez a játékosok is hozzájárultak.

Viszont története egyik igen nehéz időszakát éli az Újpesti TE, pénztelenség következtében szinte valamennyi kulcsemberüket elveszítették. A jelenlegi helyzet nem méltó a megyeri úti hagyományokhoz, így érzik ezt a rivális csapatok szurkolói is, akik közös meccsnézésre invitálnak minden hokibarátot október 31-ére. E kezdeményezés azt is szimbolizálja, hogy a bajban a magyar jégkorong-társadalom képes összefogni. Az ötletgazdáknak hagyományteremtő szándéka is van: a későbbiekben is szeretnék

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

megünnepelni a Magyar Jégkorong Összefogás Napját, mégpedig minden évben október 31-én, amit a Magyar Jégkorong Szövetség is támogat. (www.icehockey.hu)

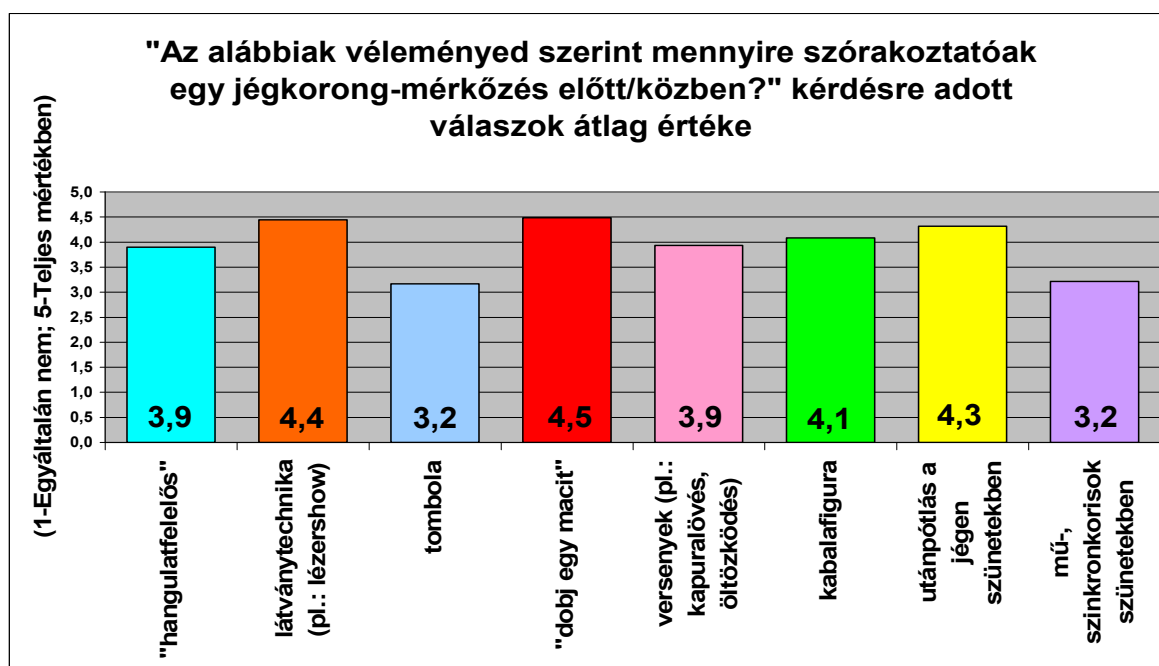
Ugyan a fent felsoroltak között vannak olyanok, melyek elsősorban PR és társadalmi felelősségvállalás témakörébe tartozó akciók, de marketing szempontból is nagy jelentőségük van - mégha közvetetten is.

3.1.1. Magyar Jégkorong Szövetség legutóbbi akciója

A kiállítások, vásárok a marketingkommunikáció legkomplexebb elemei, napjainkban egyre meghatározóbb, jelentős piacbefolyásoló hatásaik vannak. Ilyen a BNV2010 elnevezésű kiállítás is, melyen elsődleges szempont a népszerűsítés, megismertetés. Erre a Magyar Jégkorong Szövetség is kitelepült, ahol lehetőség volt egy kérdőív kitöltésére (lsd. Melléklet: Kérdőív), mellyel VIP belépőt lehetett nyerni a 2010. november 12-14. között esedékes Telenor Hoki Kupa Magyarország – Franciaország mérkőzésére. Ugyan befolyásoló tényező lehet az eredmények kiértékelésekor, hogy általában maguk a jégkorongbarátok azok, akiknek felkelti az érdeklődését egy-egy ilyen akció. Viszont azt a tényt is figyelembe kell venni, hogy ennek a vásárnak nem a sport a fő témaköre, nem egy szakkiállításról, hanem egy általános kiállításról van szó, és így is sikerült több mint 400 főt a jégkorongos standhoz vonzani. Az említések számát figyelembe véve előkelő helyen szerepelt a jégkorong a válaszadók sportolási szokásait tekintve, akárcsak a sportágak figyelemmel kísérése kapcsán feltett kérdések esetén is. Az egyik kérdés arra vonatkozott, hogy milyen szempontokat tart szem előtt a válaszadó egy sportesemény előben történő megtekintése kapcsán. (lsd. Melléklet: 19. ábra) Ebben az esetben kiemelkedő volt a válaszok között a játékosokkal való interakció lehetősége a mérkőzés után, ami szenzációéhségről tanúskodik. Míg a legalacsonyabb átlagértéket (2-t, az 1-től 5-ig értékelő skálán) kapta a mérkőzés színvonala, tehát érdekes módon az átlag magyar szurkolónak szinte jelentéktelen, hogy milyen eseményen vesz részt

3.2. Szurkolói vélemények

A kérdőívem 18. és 19. kérdése a jelenlegi marketing eszközök hatására vonatkoznak, azaz mennyire hatásos Magyarországon a jégkorong ismertté tételében/tömegvonzó hatásában például a különböző médiumokban való megjelenés, plakátok/szórólapok, „szájreklám”, vidéki válogatott mérkőzések/tornák, az ingyenjegy? (Izd. Függelék: 18. ábra) Illetve mennyire szórakoztató a jégkorongmérkőzések előtt/közben a látványtechnika, „dobj egy macit” akció, nyereményjátékok, kabalafigura és „hangulatfelelős” jelenléte, utánpótlás és mű-/szinkronkorcsolyázók bemutatkozása a szünetekben? (Izd. 5. ábra) Egyik esetben sem számolhatunk olyan átlagot, mely elenyésző eredményt mutatna az egyes válaszlehetőségeknél. Ismertté tétel esetén a legmagasabb értéket a televíziós megjelenés kapta, ez az első találkozásra vonatkozó kérdésnél (Izd. Függelék: 14. ábra) már kiemelkedőnek bizonyult, akárcsak a „szájreklám”, amibe beletartozik a család, a barátok, a lakhelyen lévő ismerősök elbeszélése. Az első találkozásra vonatkozó kérdés eredményei ellenére sokan úgy gondolják, hogy a médián keresztül megfogható a potenciális közönség, tehát a tv-n kívül fontos az írott sajtóban, interneten megjeleneni, de a rádiós megjelenés sem kapott elhanyagolható értékelést.



5. ábra: A kérdőív 19. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)

A „dobj egy macit” akció népszerűsége a legmagasabb a felsorolt hangulatfokozó eszközök közül, ez a hozzá kapcsolható segítségnyújtás miatt is lehetséges. Csalogató érv a (leendő) szurkolók számára, hogy bizonyos mérkőzések előtt színvonalas műsor van (pl. mostanság elég gyakori válogatott mérkőzések előtt a lézer-show), akárcsak a büszke

szülőknek, ha saját gyermekét láthatja a szünetekben a jégen, ami mások számára is örömteli, megmosolyogtató, szívet melengető érzést nyújt. Az utóbbi időszakban nagy népszerűségnek örvend a magyar jégkorong kabalafigurája, Csúszka, a jegesmedve. Nem csak a gyermekek imádják, hanem a felnőttek is szívesen fényképezkednek vele, szívesen látják a lelátón mérkőzés alatt is!



14. kép: Csúszka a jégen
(www.estihirlap.hu)

3.2. Javaslatok a jövőre nézve

A jégkorongban rejlő lehetőségeket az amerikai marketingesek már jóval korábban felfedezték, hozzájuk képest jókora lemaradásban vagyunk. A vizsgált 575 fő kérdőívkitöltő 18-21. kérdésekre adott brainstorming szerű válaszai, illetve a fókuszcsoporthoz tartozók interjúin hallottak és saját ötleteim alapján javaslatot teszek a jégkorongsport népszerűsítése és a mérkőzések hangulatfokozása érdekében.

3.2.1. Fiatalok (18 év alattiak)

Alapvető dolognak tartom, hogy ami jól működik, azt meg kell tartani, esetleg más akciókkal társítva továbbfejleszteni. Ilyen bevált kezdeményezés Székesfehérváron, hogy bizonyos mérkőzésekre ingyenes belépést biztosítanak iskolás csoportok számára. Természetesen ajánlott, hogy legyen közöttük egy hozzáértő személy, aki némi szabálymagyarázattal is szolgálhat. Mindenesetre egy-egy osztályból biztos lesz néhány gyermek, akiket magával ragad a jégkorong, és felnőtt korukban is kijárnak játékosként, szurkolóként vagy akár szponzorként. „Gyermekekből lesz a jövő szurkolója” - írja az egyik kérdőívkitöltő.

Megoldás, hogy magát a jégkorongot testközelbe kell hozni a potenciális szurkolókhöz. Egyre több válogatott mérkőzést visznek vidéki városokba. De megfelelő lehetőség lehet az is, hogy úgynevezett „road-show”-ként bemutató játékokat szervezzenek a vidéki városokban felállított mobil jégpályákon is. A Magyar Jégkorong Szövetség kutatásából is kiderült, van erre igény, és biztos vagyok abban, hogy felnőtt jégkorongozók is szívesen vállalnák e feladatot. Mindez csak szervezés kérdése némi anyagi háttér meglétével, melyet megbeszélés alapján a vidéki önkormányzatok magukra

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

vállalhatnának, akik egyébként segítségnyújtásként több helyen is a jégpályák fenntartói. Erre már tettek lépéseket a Magyar Jégkorong Szövetség Utánpótlás Bizottsága által, így létrejött a HÍD országos fejlesztési program, ami 2010. október 8-án indult, 2012. május 12-én zárul és három fő célja van: szakmai irányítás és munka fejlesztése, toborzási nehézségek megoldása és szponzori célokhoz igazodva program kiszélesítése. (www.icehockey.hu)

A gyermekek megcélzása tehát fontos a jégkorong jövőjét tekintve. Sokat lendítene a magyar hokin, ha az iskolában - vagy akár már az óvodában is - beiktatnák a testnevelésórák tantervébe a korcsolyaoktatást. Megoldás, hogy magát a jégkorongot testközelbe kell hozni a potenciális utánpótláshoz. A jégkorong alapjait nem csak a téli időszakban, jégpályák fedele alatt lehet elsajátítani, hanem a rokonsportágak megismertetésével is: a „mezítlásos hoki”, a floorball, vagy akár a görhoki is jó példa lehet erre.

Ha már az alapokat ismeri, tud korcsolyázni a gyermek, akkor már vonzza magával a szülőket a jégpályákra, így javasolt a családi jegyek bevezetése, hiszen családi programként is megállja helyét egy-egy jégkorongmérkőzés megtekintése.

3.2.2. Fiatal felnőttek (18 és 25 év közötti)

A merchandising termékek közül többen említették, hogy az NHL-es (és mostmár EBEL csapatokról készült) jégkorongos kártyák bevezetését szívesen venné a magyar bajnokságban résztvevő csapatok esetén is, tehát nem csak a gyermekek lennének ennek az akciónak a célpontjai, hanem a fiatal felnőtt közösség is. Ugyanígy nagy népszerűségnek örvend (szinte) korosztálytól függetlenül a válogatott mérkőzések előtt az arcfestés is, amit szintén javasolnék szélesebb körben alkalmazni. A csapattagok fényképeiből készült naptárakat is hasonlóképp hasznosnak tartom mind az egyesület, mind a szurkolók részéről.

A zenés-táncos szórakozóhelyeken (discokban) bevált szokás, hogy a hölgy vendégek ingyen léphetnek be. Egyes jégkorongmérkőzéseken (pl.: nőnapon, vagy más ünnepnapokon) ezt két lány esetében „egyét fizet, kettőt kap” alapon vezetném be.

3.2.3. Felnőttek (25 és 59 év közötti)

A kényelmes parkolás nagyban megkönnyíti a családoknak a jégpályák megközelítését, sokat javít a körülményeken egy megfelelően kialakított parkoló. Többen írták a családi szektor kialakítását, de én ezt nem látom minden jégpályán megvalósíthatónak, persze ez nem jelenti azt, hogy különleges eseményekkor - mint például a Winter Classic - nem tartom jó ötletnek.

Mindenképpen fontos, hogy egyre több döntéshozó (pl.: vállalatigazgató, képviselő) ember kerüljön a jégkorong közelébe, ezzel is lehetőséget biztosítva a támogatások szétosztásának irányításában. Ha ez nem adott, akkor olyan mérkőzésre kell kivinni a potenciális támogatót, amely várhatóan nagyszámú nézőt vonz, teltház esélye áll fenn, ott láthatná, hogy micsoda hangulat, szeretet van a jégcsarnokokban, de főképp reklámfelületek, és tömeges célcsoport-kibővítési, népszerűsítési lehetőség.

Többen is azt javasolták, hogy sajnos muszáj lenne bevonni a bulvársajtót is a népszerűsítés érdekében. Szerencsére már többször szerepelt különböző kereskedelmi csatornák magazinműsoraiban is válogatott jégkorongozó, de így sem elég hangsúlyos a megjelenésük. Az már egy jó példa, hogy Szuper Levente részt vett egy főzőműsorban, de ennél több megjelenésre lenne szükség természetesen az „elcelebesedést” elkerülve.

A másik megoldás, hogy ismert, népszerű arcokhoz kellene társítani a jégkorongot, illetve a Mol Zrt (mint a MOL Liga névadó szponzora) és a Telenor Magyarország Zrt. (mint a Telenor Hoki Kupa névadó szponzora) által jégkorongozókat reklámokban szerepeltetni.

3.2.4. Időskorúak (60 év feletti)

Fontos, hogy a városok más tradicionális sportágaival összehangoltak legyenek a mérkőzésnapok, hogy a sportbarátoknak ne kelljen dönteniük egyik vagy másik sportág javára (saját kárára) személyes megtekintés terén. Illetve ez a sportágak közötti keresztpromóciók miatt is fontos.

Javaslom, hogy mérkőzések előtt már legalább egy órával be lehessen menni a jégpályákra, fel lehessen menni a lelátókra. Hiszen a mérkőzés előtt így több lehetőség nyílna az esetleges jégkorong-relikviák megvásárlására, a szurkolói társaság a jégcsarnokon belül együtt hangolódhatna rá a mérkőzésre, akár egy forral bor és lilahagymás zsíros kenyér mellett. De ehhez változtatni kellene a jégkorongbarátok

hozzállásán is, hiszen sokan csak a mérkőzés kezdete előtt, gyakorlatilag az utolsó pillanatban érkeznek a sporteseményekre.

3.2.5. Korosztálytól függetlenül

Természetesen az ötletek nagy része a befektetett pénz hiányában nem valósul meg. Általánosságban egyik alapvető probléma, hogy a csapatok nem profitorientált szervezetként tekintenek magukra. Pedig az egyesületeknek is be kell látniuk, hogy a saját érdekük, hogy nőjön a szurkolótábor, mert ha több néző van, akkor jobb a hangulat, jobb érzéssel játszanak a játékosok, jobb eredményeket érnek el, és ez vonza a támogatókat, azaz a pénzeszközöket. Tehát át kell váltani a szolgáltatói szemléletmódra, mert amíg nincs előrelépés a marketingben, addig nincs szurkoló sem. Azaz példát kell venni a külföldi csapatoktól, hiszen nem szégyen a jobbtól tanulni.

3.2.5.1. "Termék"

Lássuk mi az, amibe érdemes (lenne) befektetni!

- A mérkőzések előtt hatásos eszköz a plakátok kihelyezése forgalmas helyekre, ez esetben széles a publicitás, erős figyelemfelkeltő hatásúak, sőt mérettől függően növelhető ez a hatás. Ezzel párhuzamosan alkalmazható a szórólaposztás akár jégpályákhoz közeli bevásárlóközpont(ok)ban is.
- Javaslom külföldi példák alapján a mérkőzésenkénti műsorfüzet minél szélesebb körű bevezetését. Ebben ajánlott feltüntetni a csapatlistát és a tabella aktuális állását, melyeket ki lehet egészíteni a játékosok bemutatásával, majd a szezon előrehaladtával az egyesület jégkorongozóival (vagy akár az egész csapattal) történt érdekes glosszákkal, szurkolói dalok szövegével. Ezeket nem csak a pénztárnál helyezném ki szabadon elvihető kiadványként, hanem az utánpótlás (vagy önkéntesek) bevonásával a bejáratnál osztogatnám a belépő szurkolók számára.
- Ennek megkönnyítése érdekében javaslom, hogy minden csapat tegye meg azt a lépést, hogy egy általa kiválasztott újságíró/riporter minden egyes idegenbeli mérkőzésére utazhasson együtt a csapattal.
- Az internet és a televízió hatása sokak szerint lendíthet a népszerűsítésben. Javítani kellene az on-line közvetítések minőségén és mennyiségén, mindez vonatkozik a videó-összefoglalókra is. Természetesen ehhez a jégcsarnokok technikai felszereltségén kell javítani. Fontos lenne, hogy ne csak a tematikus sportcsatornákon

lehesen jégkorong közvetítéseket követni. A mérkőzéseket lehetőség szerint főműsoridőben kellene leadni, de figyelve arra is, hogy ne minden esetben legyen ez élőkép, hiszen akkor nem biztos, hogy motiválná a „fotelszurkolókat”, hogy személyesen is kilátogassanak. A reggeli beszélgetős rádióműsorokat is alkalmasnak tartom a megjelenésre.

- És ha már a technika lehetővé teszi az élőképet, akkor a sokak számára gondot okozó büfé elhelyezkedése is részben megoldódna: a jégcsarnokok büféjénél javaslom kivetítők felhelyezését, melyen az élőképet mutatják a pályán zajló mérkőzésről.
- A tv-s közvetítéshez szokott szurkolók igénylik a mérkőzések meghatározó pillanataiban a visszajátszást, ezt is a csarnok megfelelő szegletében elhelyezett kivetítővel lehetne megoldani.
- A magyar jégpályák közül nem mindenhol van egy olyan kialakított hely a lelkesen szurkoló tábornak, ahol alapvetően állóhelyek vannak csak, ennek meglétét hiányolja több kérdőívkitöltő is.
- Szintén külföldi mintára javaslom a „hangulatfelelős” létét a mérkőzéseken. Ugyan megoszlanak a vélemények a személyével kapcsolatban, mert van aki szerint csakis egy vezérszurkoló képes irányítani a „keménymagot”, de viszont a többi szurkolót véleményem szerint nem. És pont az a lényeg, hogy ne csak a „B-közép” szurkoljon, hanem mozgósítva legyen az egész lelátón helyet foglaló tömeg. Így én hivatásos hangulatfelelős(ök) alkalmazását javaslom a válogatott mérkőzéseken, a magyar bajnokságban - a látogatottságot tekintve - bevezetésképp csupán a bajnoki döntőkön. Külföldön egyébként nagyon jól működnek az olyan kezdeményezések, hogy például a bemondó a góloknál csak a gólszerző vezetéknevét mondja, mire a szurkolótábor egyszerre kiáltja a keresztnevet. Ennek a bevezetése persze nem működik egyik napról a másikra, de például Miskolcon nagyon összehangoltan tud szurkolni a lelátó két oldala a „Hajrá...” felkiáltásra rögtön jön a „...Miskolc!” válasz.
- A válogatott mérkőzéseken igenis szükség van a show-elemekre, mint például lézershow, de egy klubcsapatok közötti derbi előtt is megoldható lenne, hogy a nevezett játékosok a lista felolvasásának sorrendjében lépjenek jégre a sötét csarnokban, miközben csupán az aktuális sportoló van megvilágítva.
- Hangulatfokozásra sokan jelezték, hogy legyen bevezetve kabalafigura - Csúszka példájára - minden egyes csapatnál a korábban már említett népszerűsége miatt.
- A szünetekben mind az utánpótlás bemutatójátéka, mind a versenyek fontos helyszínei a gyermekek bemutatkozásának, szórakoztatásának. Ezt semmiképp sem hagynám feledésbe merülni, sőt bővíteném a versengés lehetőségeit. Külföldön

Papp Nikolett: Jégkorszaki szaki - avagy kik a magyar jégkorongszurkolók?

bevált szokás, hogy a bejáratnál számozott korongokat lehet vásárolni, melyet a szünet meghatározott pillanatában be kell dobni a pályára, lehetőség szerint minél közelebb a pálya közepén lévő bedobóponthoz. Természetesen a győztes olyan nyereményben részesüljön, mely szorosan kapcsolódik a jégkorongsporthoz.

3.2.5.2. „Szolgáltatás”

Az alábbiak megvalósítása javarészt elhatározás kérdése.

- Az első szünetben lezajló versenyek nem tárgyasult nyereményei között lehet például az, hogy a győztes a következő szünetben a rolbán - a jégfelújító gépen - utazhat jégfelújítás közben. A gyermekek imádják a jégfelújító gépet nézni a szünetekben, biztos örömmel versengenének a rajta való utazásért, mint ahogy ezt a kérdőívkitöltők között is többen jelezték. Feltételezem, hogy rajtuk kívül is többen lennének, akik játékonysági akció keretei között szívesen részt vennének egy licitálásban, ami minden mérkőzésen lehetőséget biztosítana a rolbá közelebről való megismerésére.
- A szünetek megfelelő helyszínt biztosítanak az utánpótlás eredményeinek elismerésére, ezzel is látja a jégkorongbarát, hogy megvan az utánpótlás, a továbbiakban is érdemes lesz követnie a sportág eseményeit. Ilyen esetekben meghívott vendégként a díjátadók között szerepeltetnék olyan sportolókat, akik a helyi csapat városában elismertek más sportágban.
- Fontos megjegyezni, hogy a játékmegszakításkori zene bejátszásakor figyelemmel kellene lenni a szurkolótábor éneklésére, illetve alapvető elvárás, hogy igazodjon a meccshangulathoz, egy-egy jól elkapott bejátszás sokat javíthat a közönség kedélyállapotán.
- A „Dobj egy macit!” akciókban mindenki szívesen vesz részt, hiszen a jótett mellett ez egy látványos dolog is egyben. Javasolnám minden válogatott tornán ennek bevezetését, sőt a bajnoki döntők egyik mérkőzése is jó alkalom lehet ennek levezénylésére.



15. kép: Rolba
(www.varoskert.hu)

A fentiek alapján megállja helyét a harmadik hipotézis is, azaz:

A jégkorongsport magyarországi népszerűsítése könnyen megvalósítható folyamat.

Összefoglalás

A két egymást követő évben (2009, 2010) lefolytatott fókuszcsoporthoz tartozó interjúk alkalmával kiderült, hogy a demográfiai adatokat figyelembe véve a népesség minden rétegéből találkozhatunk szurkolóval a jégcsarnokokban, de a jégkorongsport sajnos eredményei ellenére sem kap megfelelő háttértámogatást. Ezeket a beigazolódni látszó megállapításokat alátámasztottam egy kérdőíves kutatás keretein belül, melyből az is kiderült, hogy a sportág magyarországi népszerűsítése könnyen megvalósítható folyamat.

Tehát nagyon fontos, hogy marketing szempontból növeljük a sportág ismertségét, akár olyan helyeken, ahol nem is ismerhetik a jégkorongot. A médián keresztül nagyon széles körben elérhetőek lennének a potenciális jégkorong-szurkolók. A szabályismertetésen keresztül, a sportolók bemutatásán át, egészen a mérkőzések közvetítéséig lehet válogatni a jégkorongsport bemutatásának módjai közül. És ha már valaki találkozott a TV-ben ezzel a téli sportággal, akkor óhatatlanul is feltűnik neki az írott sajtóban is. Viszont személyesen is részt kell venni ebben a toborzásban, mert a „szájreklámnak” is meghatározó szerepe van abban, hogy hány embert ragad magával a jégkorong! Elsősorban a gyermekeket kell megszólítani, mert ők nem csak a sportolók között jelentenek utánpótlást, hanem a szurkolók között is. Sőt meghatározó lehet évtizedek múlva támogatói kérdéseket illetően. Igazából „csak” azt az első lépést kell megtenni a potenciális szurkolók felé, mellyel kicsalogatjuk a jégkorongmérkőzésre, utána úgyis magával ragadja őket a sport. Marad az a lehetőség, hogy a már meglévő csarnokokat kell megtölteni szurkolók ezreivel, akiknek „csak” egy kis „löket” kell a helyes úton való elinduláshoz. Mert aki egyszer már elkötelezte magát, az nehezen szabadul ettől a sportágtól.

Az egyesületeknek a jó külföldi csapatok eddigi munkájának példáját kellene követniük, tekintve mind az utánpótlás-nevelés, mind a szurkolók szórakoztatását illetően. A feltételek megvalósíthatósága miatt fontos lenne legalább minden megyeszékhelyen fedett jégpálya építése, de másik végletként bármilyen egyszerű, szívből jövő kezdeményezés is segíthet abban, hogy ez a téli sportág egy magasabb szintre léphessen Magyarországon. Biztos vagyok abban, hogy sok-sok kis ötlet, az összefogás hatására megkapja a magyar jégkorong a megérdemelt népszerűséget és egyben háttértámogatást. Sajnos ebben a sportágban is helytálló Montecuccoli ismert mondása: „*A háborúhoz három dolog kell: pénz, pénz és pénz*” Remélem ebből a „háborúból” a magyar jégkorong győztesként vonul be a történelembe!

Köszönetnyilvánítás

Köszönet

Sasné Grósz Annamáriának, témavezetőmnek, aki rendkívül inspiráló volt tudományos munkám kezdetekor, majd szakmai tapasztalatával, értékes tanácsaival segítette a kutatást, türelmesen fogadott a konzultációk alkalmával;

Forrás Zoltánnak, a Magyar Jégkorong Szövetség Marketing és PR Menedzserének, aki idejét nem sajnálva vállalta a külső konzulens szerepét;

Szilágyi Attilának, aki önzetlen támogatásával, kritikus javaslataival, kapcsolatrendszerével hozzájárult sikeres munkámhoz;

Halász Zoltánnak, a jegkorong.blog.hu szerkesztőjének, és **Kovács Zoltánnak** a Magyar Jégkorong Szövetség Főtitkárának, akik segítettek a kérdőívem minél szélesebb körben történő terjesztésében;

azon **székesfehérvári** és környékbeli jégkorong - , futball és kézilabda - szurkolóknak, **illetve miskolci** és környékbeli **szurkolóknak**, akik a dolgozatom alapját képező kutatásban rendelkezésemre álltak;

az **összes kérdőívkitöltőnek**, akik válaszaikkal sokszor elgondolkodtató, és időnként vidám perceket nyújtottak munkám során;

Gurdon Bernadettnek, aki nélkül ez a dolgozat nem jött volna létre, ha 2000-ben nem hívott volna ki jégkorongmérkőzésre;

illetve **családtagjaimnak**, akik biztosították továbbtanulásom lehetőségét, és türelemmel fogadták tanulmányaim miatti távolléteimet;

és mindazoknak, akik bármilyen formában hozzájárultak dolgozatom minőségének javításához!

Papp Nikolett
2010.12.03.

Szakirodalomjegyzék

- Amler Zoltán – Szűcs Miklós (2008): JÉGKORSZAK. ...avagy az aranygeneráció hihetetlen története. Budapest. Ringier Kiadó Kft.
- Dvorcov V.(1979): Hokkejnje batalii. SSSZR-Kanada. Moszkva. Fizkultura i sport
- Jakabházy László (1965): Jégkorong ABC. Budapest. Állami nyomda
- Jakabházi László (1979): Téli sportok mindenkinek. Budapest. SPORT
- Jang Szkott (1988): Moj Kumir Hokkej. Moszkva. Fizkultura i sport
- Karagyin Jurij (1987): Szregyi Ricarej Hokkeja. Novoszibirszk. Novoszibirszkoje knizsnoje izdatyelsztvo
- Klimin V.P., Kolosov V.I. (1982): Upravlenyie podgotovkoj hokkeisztov. Moszkva. Fizkultura i sport
- Koch Walter (1906): Wintersport in Graubünden Schweiz: Schlitteln, Eislauf, Hockey, Curling. Zürich. Lith Gebr. Fetz
- Kun László – Sipos Attila (1979): A SPORT Magyarországon. Budapest. Kossuth Könyvkiadó
- Németh Csaba (1996): Sportágat választok. Budapest. Útmutató Kiadó
- MAGYAR JÉGKORONG SZÖVETSÉG (2007): „JÉGHOKKI”. A magyar jégkorong 80 éve. Budapest. Pharma Press. kézirat: Magyar Jégkorong Szövetség Jubileumi kiadványa
- Makarov Szergej (1987): Bisztreje, Vise, Szilnyeje. Moszkva. Fizkultura i sport
- Maslow A. H. (1954): Motivation and Personality. New Jersey. Harper & Brothers
- Murry Peter (2008): Jégkorong. Budapest. Nemzeti Tankönyvkiadó
- Tejfalussy Béla – Kovács Attila (2008): MAGYAR HOKI sztori. A „szögletes” korongtól az „A” csoportig. Budapest. G-ADAM Stúdió Kiadó
- Török László (1984): REKVIEM A HOKIÉRT. Budapest. SPORT zsebkönyvek
- Tretyak Vlagyiszlav (1986): Vernoszty. Moszkva. Fizkultura i sport
- Zsolt Róbert (1983): Sportolók, Sporterkölcsök. Budapest. NYIFÜ
- http://www.albavolanhockey.hu/index.php?pg=menu_60 [2009. szeptember 20.]
- <http://www.bandynijmegen.nl/?content=bandy> [2009. szeptember 15.]
- <http://bodicsek.blog.hu/2008/12/22/mackodobalas> [2010. október 22.]
- <http://www.bpstars.hu/csatat.php?method=tortenelem> [2009. szeptember 20.]
- <http://dabdocler.hu/accelbikak/tortenelem/> [2009. szeptember 20.]

- <http://drukkerfoto.hu/kep/24155/?sapa-fehervar-av19-ev-vienna-capitals#kep> [2010. november 26.]
- http://www.erstebankliga.at/de/archiv/saison_2008_2009/ [2009. szeptember 24.]
- http://www.erstebankliga.at/de/archiv/saison_2009_2010/ [2010. október 14.]
- <http://www.estihirlap.hu/sport/pannonhoki/19611-csuszka-norvegia-ellen-is-vezerszurkolo-lesz> [2010. november 26.]
- <http://forum.index.hu/Article/viewArticle?a=105046685&t=9018157> [2010. november 19.]
- <http://forum.index.hu/Article/viewArticle?a=105049119&t=9195332> [2010. november 19.]
- <http://www.fradihoki.hu/index.htm> [2009. szeptember 20.]
- <http://hockeynightticker.servustv.com/ebel/servustv.html> [2010. október 14.]
- http://hokikomment.blog.hu/2010/11/21/szakdolgozat_a_jegkorongszurkolokrol [2010. november 21.]
- http://www.icehockey.hu/index.php?pg=menu_173 [2010. október 14.]
- http://www.icehockey.hu/index.php?pg=menu_174 [2009. szeptember 24.]
- http://www.icehockey.hu/index.php?pg=menu_193 [2010. október 14.]
- http://www.icehockey.hu/index.php?pg=menu_194 [2009. szeptember 24.]
- http://www.icehockey.hu/index.php?pg=news_14_1704 [2010. november 23.]
- http://www.icehockey.hu/index.php?pg=news_14_1816 [2010. november 23.]
- http://www.icehockey.hu/index.php?pg=news_13_1715 [2010. november 30.]
- <http://www.iihf.com/iihf-home/history.html> [2009. szeptember 22.]
- http://jegkorong.blog.hu/2008/03/18/116_eves_a_stanley_kupa [2009. szeptember 15.]
- http://jegkorong.blog.hu/2008/06/18/nemzeti_jegcsarnok_kisstadion_helyett [2009. szeptember 15.]
- http://jegkorong.blog.hu/2009/03/09/palyara_dobalni_szabad_sot_ajanlott [2009. szeptember 15.]
- <http://jegkorong.lap.hu/> [2009. szeptember 15.]
- <http://kep.tar.hu/utemarilyn/50656580/39069181#2> [2009. október 17.]
- <http://www.miskolcijegesmedve.hu/mjjsse.php?hoki=3&szekon=1> [2010. október 10.]
- <http://www.offline.hu/kikapcs/2010/01/elo-nhl-kozvetitesek-neten> [2009. október 17.]
- <http://www.origo.hu/sport/jegkorong/20090101-jegkorong-2008-hokinemzet-lett-a-magyar.html> [2009. október 17.]
- <http://www.pingvinekhoki.hu/kronika.php> [2009. szeptember 20.]

- <http://soosto.freeblog.hu/archives/2009/11/> [2009. október 17.]
- http://www.telesport.hu/Hirek/2010/04/16/12/Negy_es_fel_ezer_plussallat_repult_a_jegre.aspx [2010. november 26.]
- <http://www.utehoki.hu/index.php?m=1&am=1&mp=8&mpf=8> [2009. szeptember 20.]
- <http://www.varoskert.hu/index.php?p=gyartok&t=271&kep=186> [2010. november 26.]
- <http://www.vasashoki.hu/csapat/tortenet/> [2010. október 14.]
- <http://hu.wikipedia.org/wiki/J%C3%A9gkorong> [2010. november 21.]
- http://hu.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1sztor_Gy%C3%B6rgy [2009. október 17.]
- <http://www.xlsport.hu/showcikk.php?scid=1024613> [2010. november 26.]

Függelék

Interjúvázlat

- ♣ Mivel foglalkozol? Mennyi idős vagy? Mit lehet tudni Rólad?
- ♣ Hol találkoztál először a jégkoronggal, mint sportággal?
- ♣ Miért a jégkorongot választottad kikapcsolódásként? Miben jobb a többi sportággal szemben?
- ♣ Mivel csalogattak ki jégkorongmeccsre? Mivel lehet kicsalogatni az embereket?
- ♣ Véleményed szerint a többi korosztályt mi vonzza a jégpályára?
- ♣ Miért lepődnek meg még manapság is, ha egy lány jégkorongszurkoló?
- ♣ Kilátogatsz a mérkőzésekre és/vagy a médián keresztül követed az eseményeket?
- ♣ Mióta jársz ki mérkőzésekre?
- ♣ Milyen rendszerességgel jársz mérkőzésekre?
- ♣ Kikkel jársz mérkőzésekre?
- ♣ Milyen céllal kezdted látogatni/látogatód most a rangadókat? (A baráti társaság miatt kezdtél kijárni? Vagy pedig maximálisan csak a mérkőzés érdekel?)
- ♣ Tagja vagy a szurkolói egyesületnek?
- ♣ Rendelkezel bérlettel?
- ♣ Milyen közlekedési eszközzel közelíted meg a helyszínt?
- ♣ Ellátogatsz más városokba is egy-egy mérkőzésre?
- ♣ Vásárolsz a sportlétesítmény büféjében a mérkőzés ideje alatt? Miket részesítesz előnyben vásárláskor? Különböző városok jégpályáin vannak kedvenc termékeid?
- ♣ Mekkora összeget költesz egy-egy mérkőzéslátogatás alkalmával?
- ♣ Milyen céllal látogatód most a rangadókat? (A baráti társaság miatt? Vagy pedig maximálisan csak a mérkőzés érdekel?)
- ♣ Mi a mérkőzés utáni programod? (Hazamész? Összeülsz szurkolótársaiddal?)
- ♣ Mi a titka annak, hogy a miskolci jégkorongcsapattal mindenki szimpatizál? (2010. - Miskolc)
- ♣ Mi az oka annak, hogy nincs olyan (szurkolói/szponzori) háttere a jégkorongsportnak, mint amit megérdemel?

Kérdőív

Kik a magyar jégkorongszurkolók?

„Kedves Jégkorongbarát!

Az alábbi kérdőív alapján szeretném kideríteni, hogy mik az általános jellemzői a magyar jégkorong szerelmeseinek.

A kitöltéssel elsősorban szakdolgozatom megírásában segítesz.

Illetve mint magyar jégkorongszurkoló remélem, hogy e sportágban rejlő szépségeket a potenciális szurkolótársak is minél többen felismerik, és kutatásommal segítséget nyújthatok a kluboknak és a Magyar Jégkorong Szövetségnek.

Köszönettel:

Papp Nikolett”

Információk a kitöltőkről:

Nem

Iskolai végzettség

Foglalkozás

Állampolgárság

1. Gazdasági aktivitásod:

- önálló keresettel nem rendelkező
- önálló keresettel rendelkező
- gyermekgondozás/nevelés címen ellátásban részesülő
- nyugdíjas
- munkanélküli
- egyéb: ...

2. Életkorod:

- fiatal (18 év és azalatti)
- fiatal felnőtt (18-25 év közötti)
- felnőtt (25-59 év közötti)
- időskorú (60 év feletti)

3. Településtípus, ahol élsz:

- község
- város
- főváros

4. Családi állapotod:

- hajadon/nőtlen, szülővel/szülőkkel él
- hajadon/nőtlen, egyedül él
- élettársi kapcsolat
- házas
- elvált
- özvegy

5. Gyermek(e)i(d) száma:

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4, vagy annál több

6. Hol találkoztál először a jégkoronggal? (pl.: családon belüli sportágválasztás, tv-s közvetítés, barátok elbeszélése... stb.)

7. Jégkorongszurkolónak vallod magad?

- Igen
- Nem
- Egyéb: ...

8. Mi motivált, hogy személyesen megnézz egy jégkorongmérkőzést?

- "szájreklám": rokon/barát/ismerős invitálása
- TV-s közvetítés
- írott sajtó/internetes megjelenés
- Egyéb: ...

9. Kivel/Kikkel jársz jégkorong mérkőzésre? (több válasz lehetséges)

- egyedül
- családdal
- barátokkal
- Egyéb: ...

10. Melyik jégkorongcsapatnak szurkolsz? (több válasz lehetséges)

- nincs kedvenc csapatom
- DAB.Docler
- Miskolci JJSE
- Sapa Fehérvár AV19
- Újpesti TE
- Vasas HC
- Magyar jégkorong-válogatott
- FTC OrangeWays
- Egyéb: ...

11. Saját csapatod mérkőzésein kívül jársz más meccsre is?

- Igen
- Nem

12. Elkíséred a Magyar jégkorong-válogatottat külföldre?

- igen, mindig
- igen, lehetőségeimhez mérten
- nem, de szeretném
- nem

13. Számodra mennyire meglepő, ha egy lány jégkorong-szurkoló?

1 2 3 4 5

Egyáltalán nem Teljes mértékben

14. Tudomásod szerint van Magyarországon női jégkorong?

- igen
- nem
- nem érdekel

15. Tudomásod szerint a Magyar női jégkorong-válogatott melyik csoportban fog szerepelni a 2010/2011-es szezonban?

- "A"-csoport
- Div. I.
- Div. II.
- Div. III.
- Div. IV.
- Div. V.

16. Mióta jársz jégkorongmérkőzésekre?

- kevesebb, mint 1 éve
- 1 éve
- 1-5 éve
- 5-10 éve
- több, mint 10 éve

17. Milyen gyakran jársz jégkorongmérkőzésre? (több válasz lehetséges)

- csak interneten/tv-n keresztül követem
- szezononként néhány alkalommal
- szezononként több alkalommal
- csak válogatott mérkőzésre
- csak kedvenc csapatom hazai mérkőzéseire
- csak kedvenc csapatom minden mérkőzésére
- Egyéb: ...

18. Az alábbiak véleményed szerint mennyire hatásosak Magyarországon a jégkorong ismertté tételében/tömegvonzó hatásában?

	Egyáltalán nem	Kis mértékben nem	Semleges	Kevésbé	Teljes mértékben
TV-s megjelenés					
rádiós megjelenés					
írott sajtó/internetes megjelenés					
plakátok/szórólapok					
"szájreklám": rokon/barát/ismerős invitálása					
vidéki válogatott mérkőzések/tornák					
ingyenjegy					

19. Az alábbiak véleményed szerint mennyire szórakoztatóak egy jégkorong-mérkőzés előtt/közben?

	Egyáltalán nem	Kis mértékben nem	Semleges	Kevésbé	Teljes mértékben
"hangulatfelelős"					
látványtechnika (pl.: lézershow)					
tombola					
"dobj egy macit"					
versenyek (pl.: kapuralövés, öltözködés)					
kabalafigura					
utánpótlás a jégen szünetekben					
mű-, szinkronkorisok szünetekben					

20. Milyen javaslatot tennél a sportág magyarországi népszerűsítésére? Kérlek, fejtsd ki állásponatod!

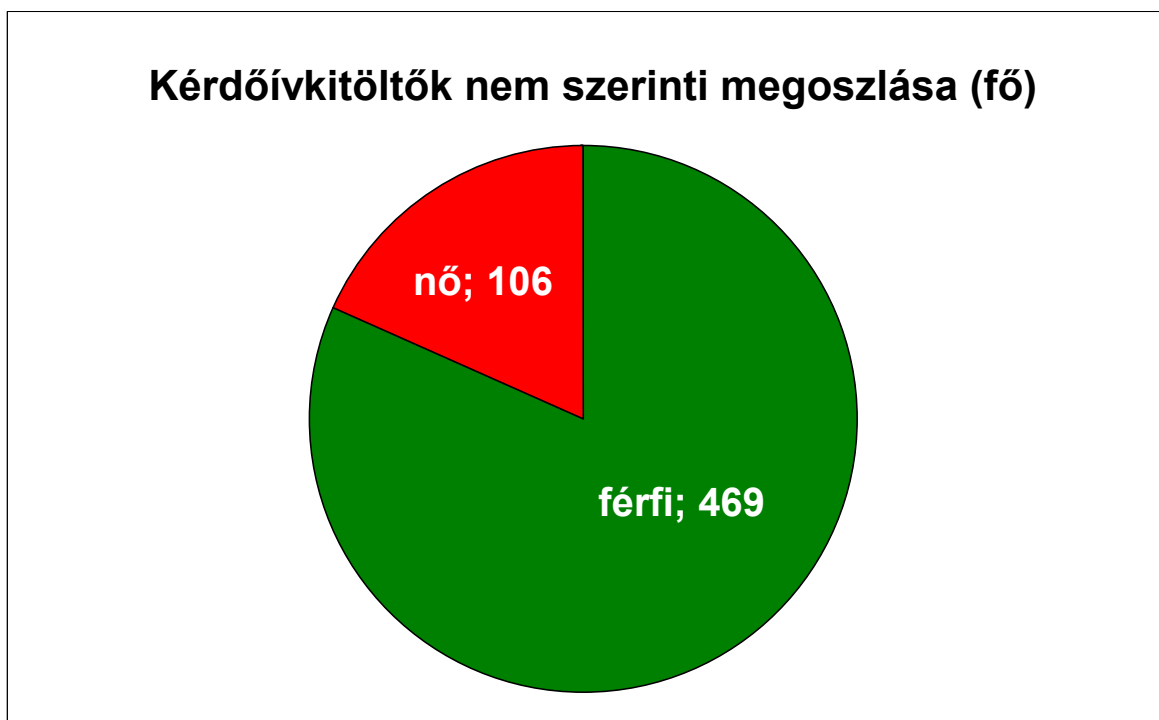
21. Milyen javaslatot tennél a mérkőzések hangulatnövelésére? Kérlek, fejtsd ki állásponatod!

„Köszönöm, hogy részt vettél felmérésben!

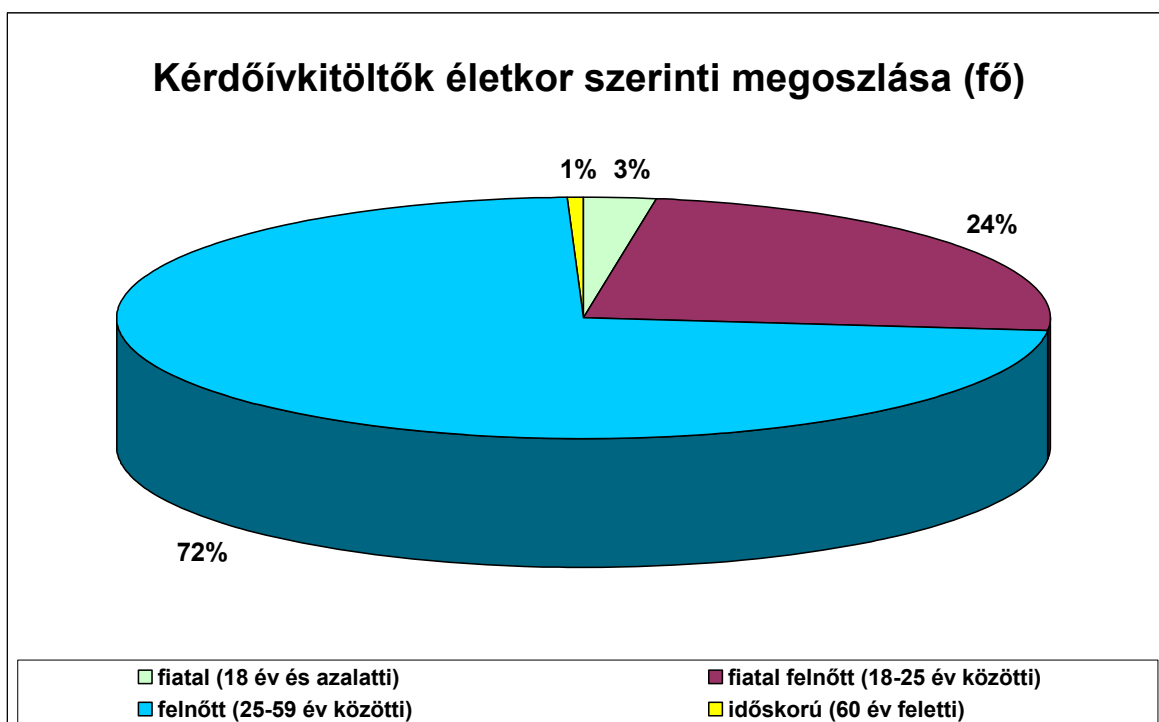
További szép napot!

Jó szurkolást! :)”

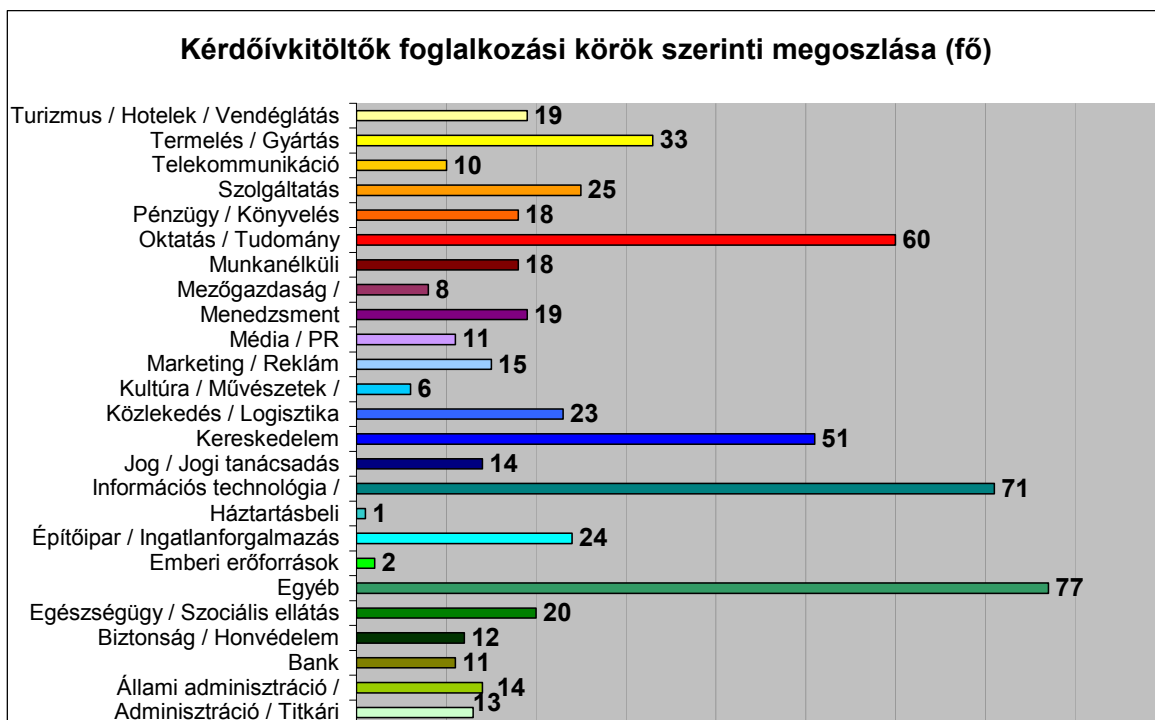
Ábrák



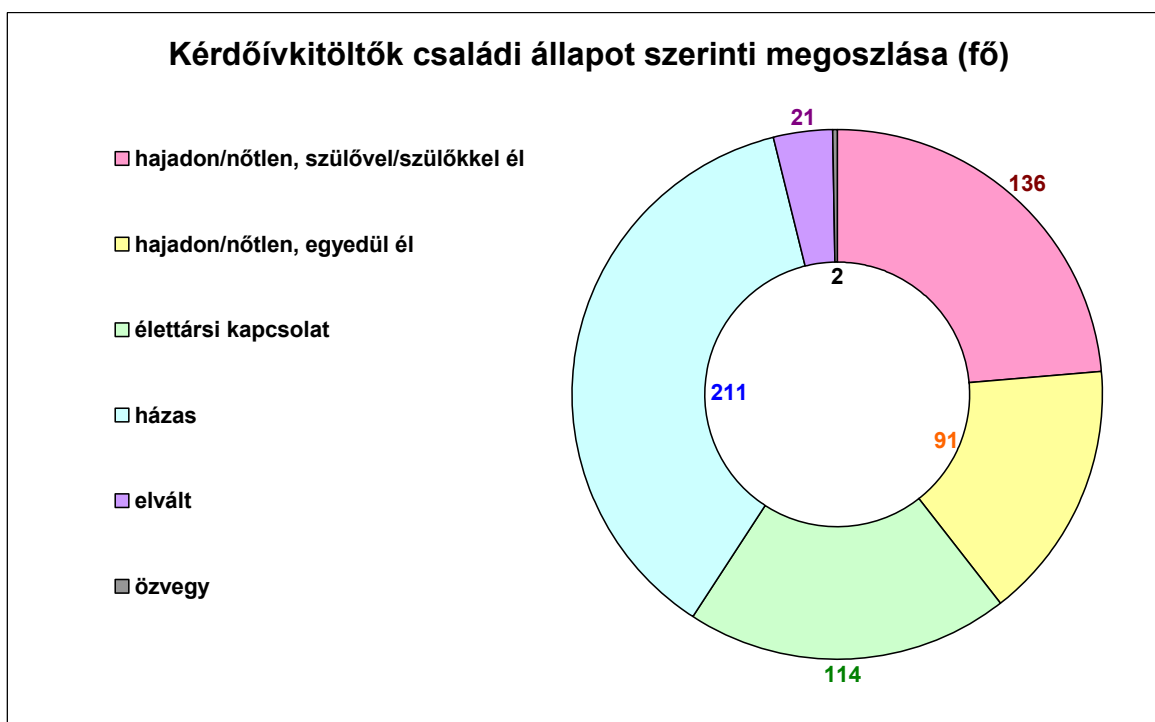
6. ábra: Válaszadók nem szerinti megoszlása (saját szerkesztés)



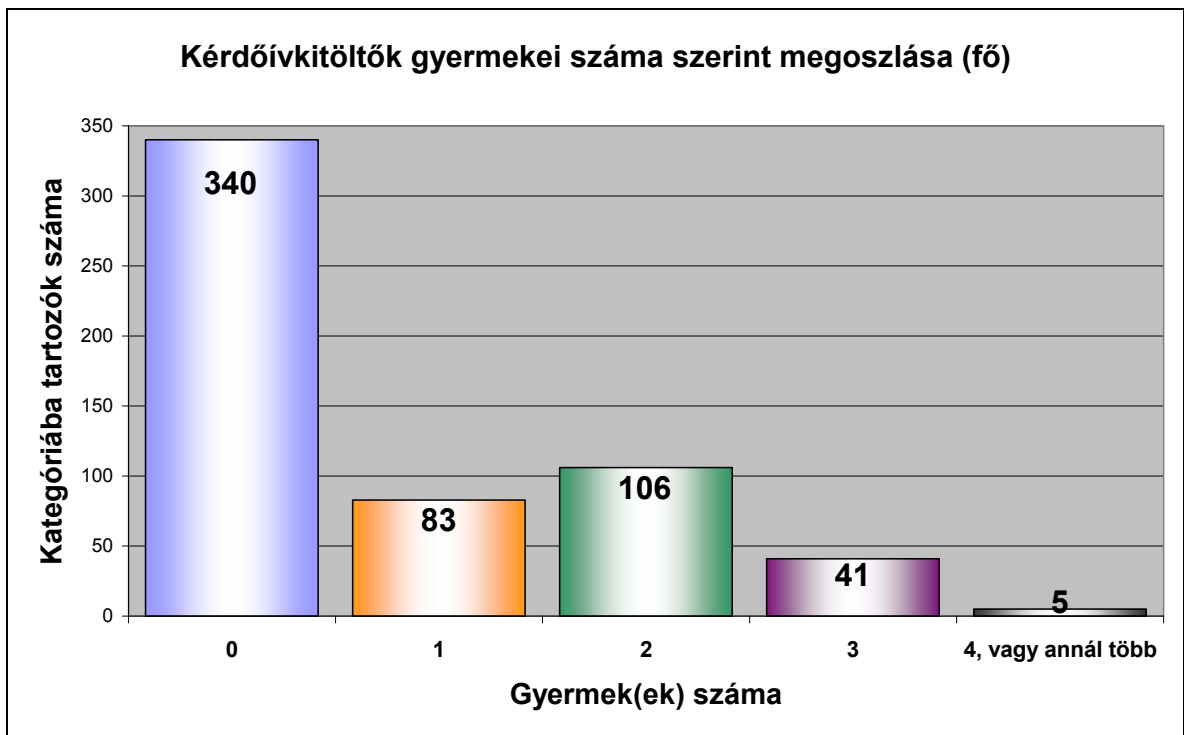
7. ábra: Válaszadók életkor szerinti megoszlása (saját szerkesztés)



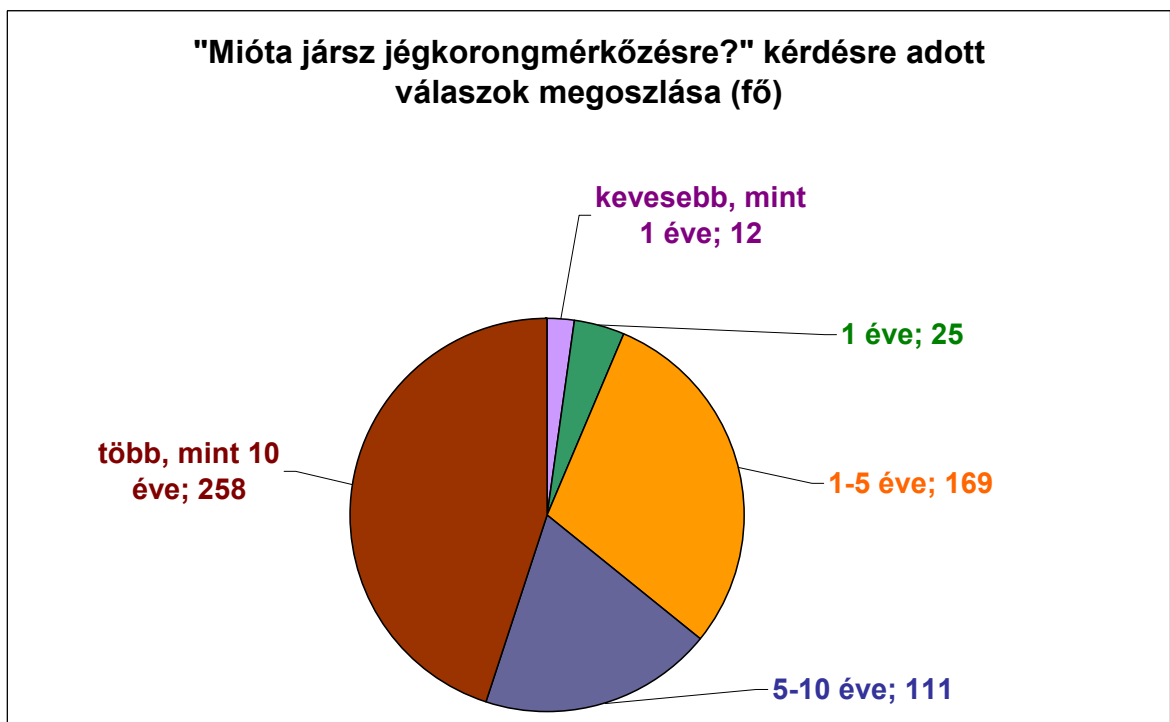
8. ábra: Válaszadók foglalkozási körök szerinti megoszlása (saját szerkesztés)



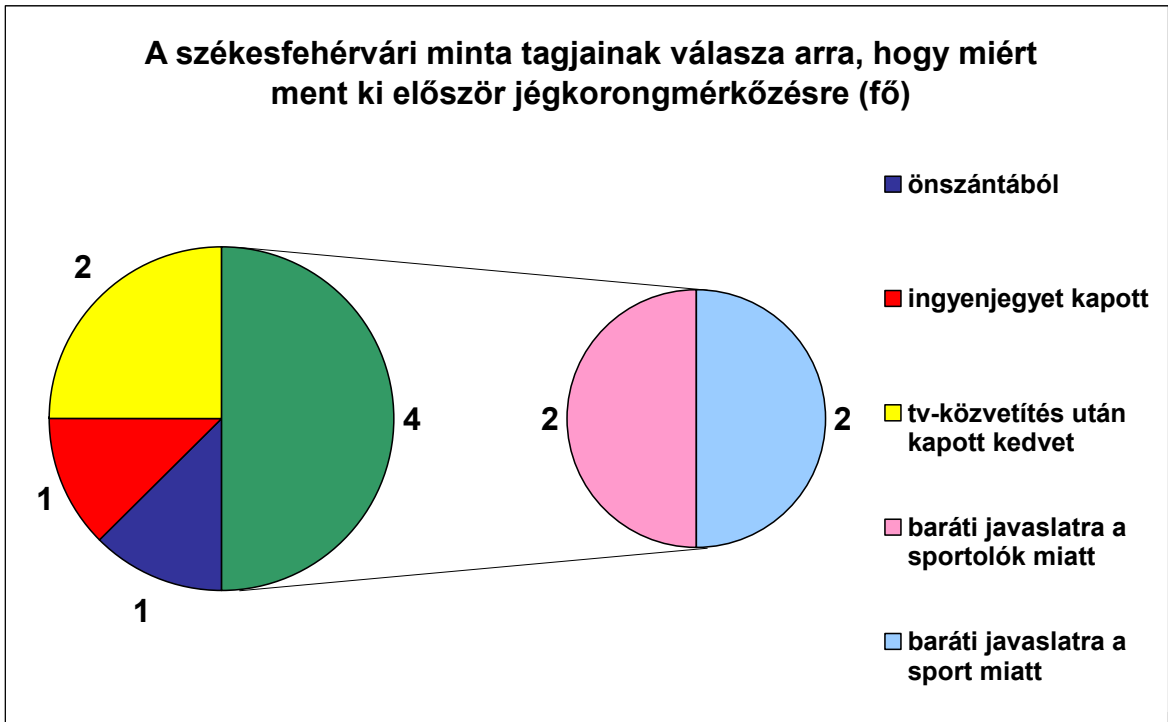
9. ábra: Válaszadók családi állapot szerinti megoszlása (saját szerkesztés)



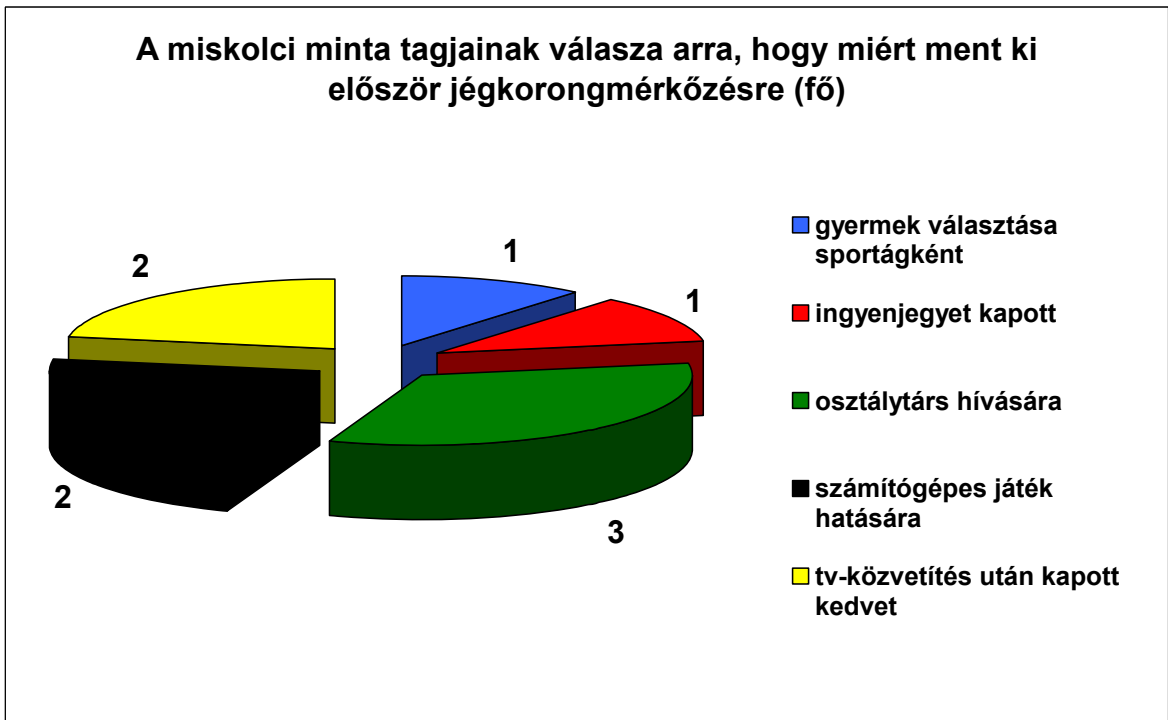
10. ábra: Válaszadók gyermek(ek) száma szerinti megoszlása (saját szerkesztés)



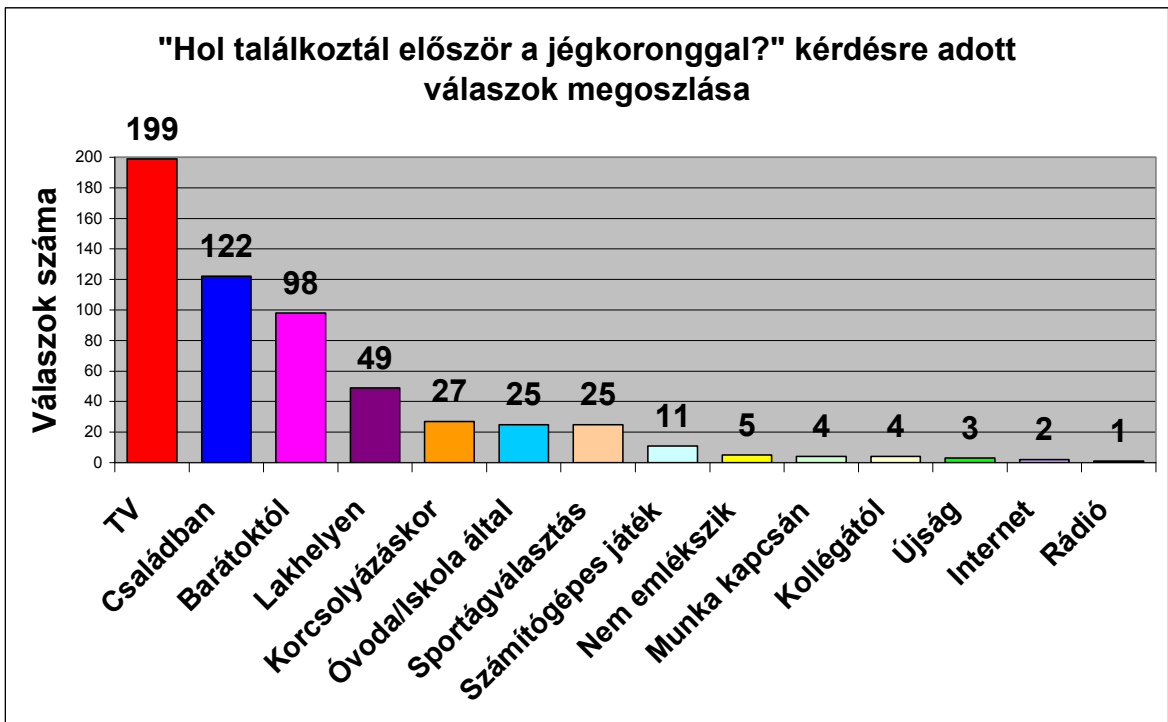
11. ábra: A kérdőív 16. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)



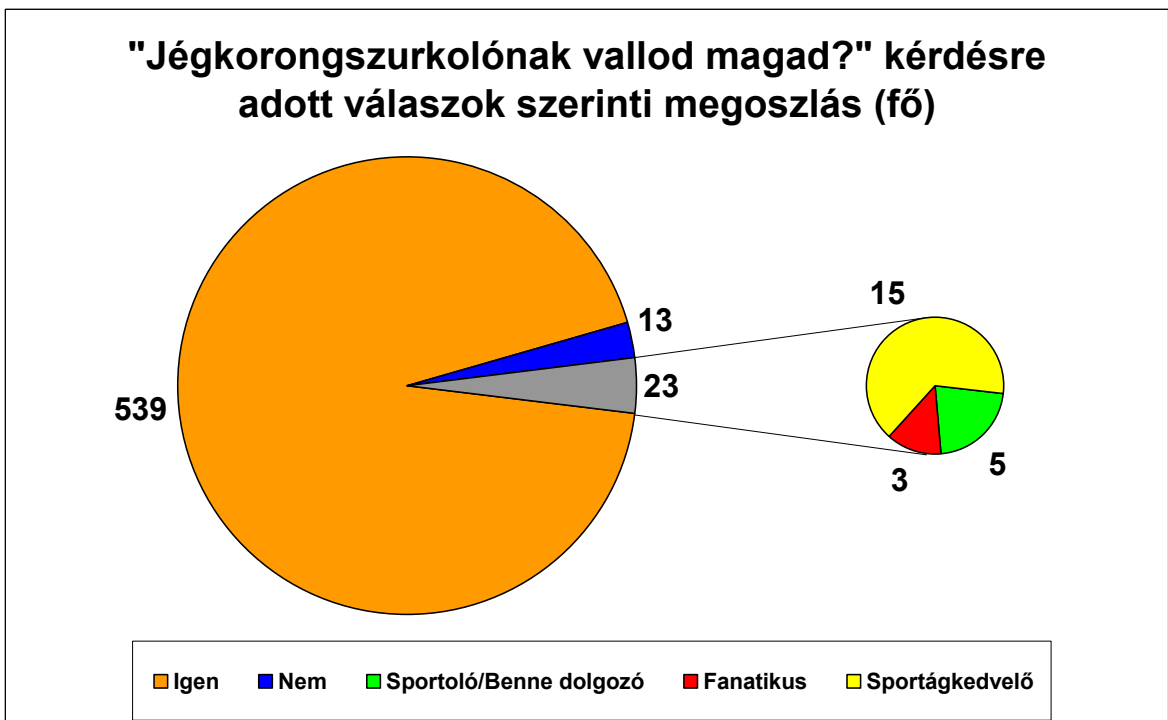
12. ábra: Székesfehérvári interjúalanyok megoszlása aszerint, hogy miért ment ki először jégkorongmérkőzésre (saját szerkesztés)



13. ábra: Miskolci interjúalanyok megoszlása aszerint, hogy miért ment ki először jégkorongmérkőzésre (saját szerkesztés)

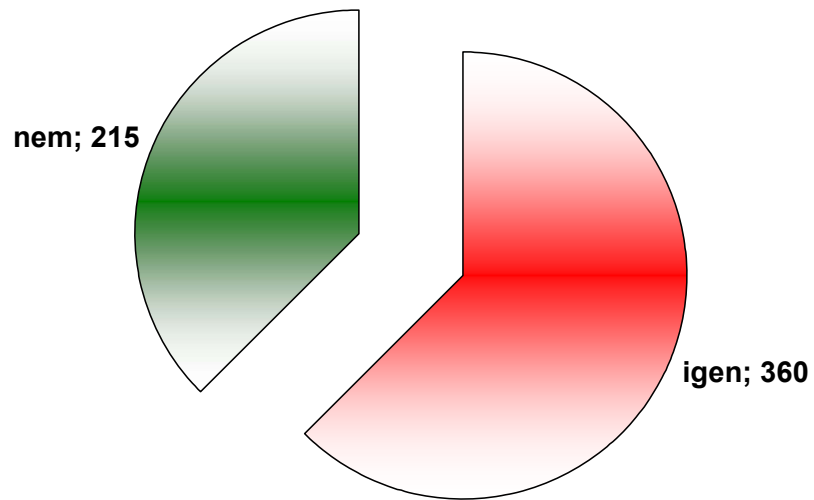


14. ábra: kérdőív 6. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)



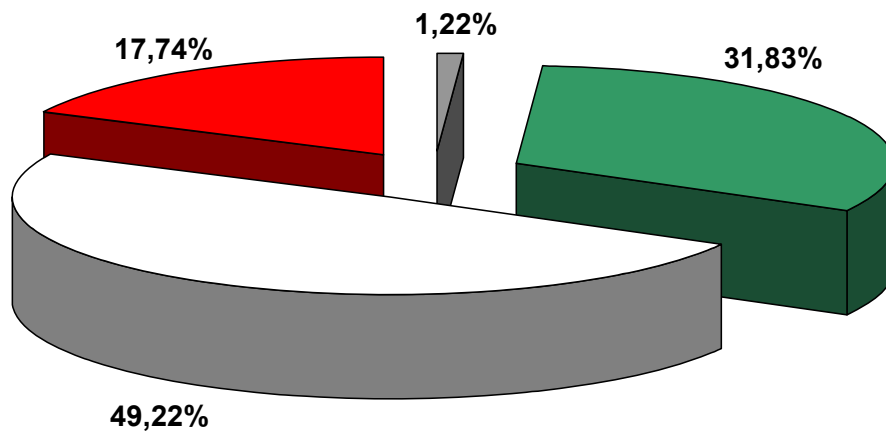
15. ábra: A kérdőív 7. kérdésére adott válaszok megoszlása (fő) (saját szerkesztés)

"Saját csapatod mérkőzésein kívül jársz más meccsre is?" kérdésre adott válaszok megoszlása (fő)



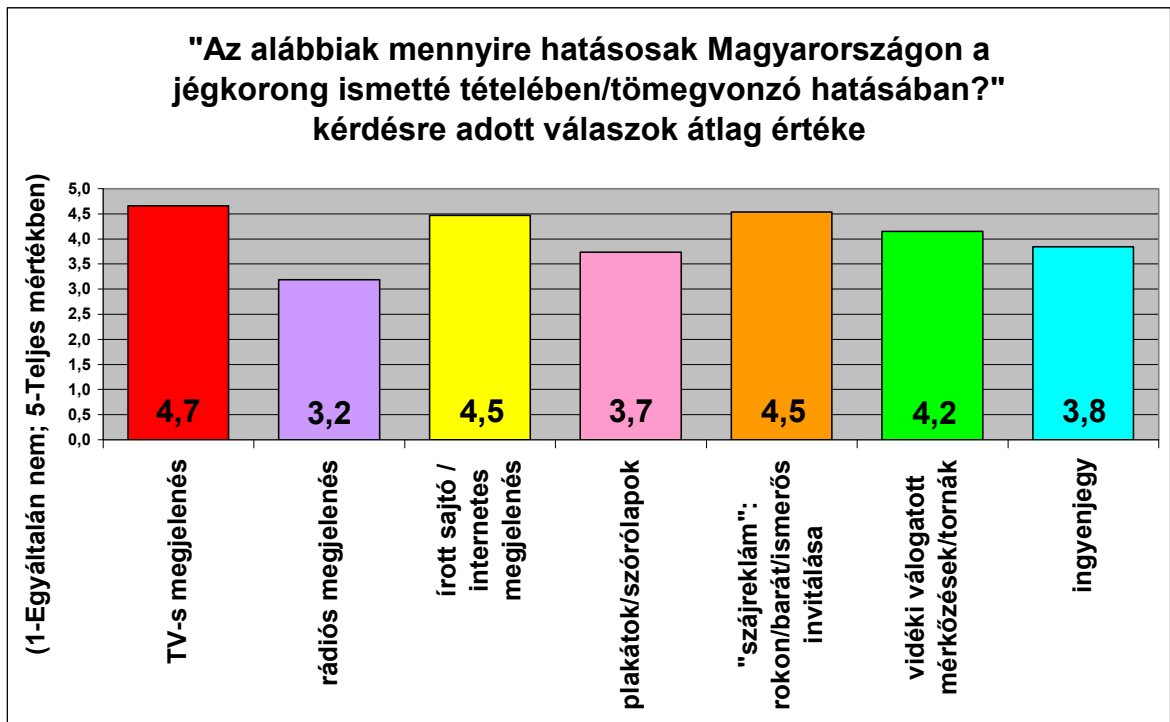
16. ábra: A kérdőív 11. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)

"Elkíséred a Magyar jégkorong-válogatottat külföldre?" kérdésre adott válaszok aránya



■ igen, mindig ■ igen, lehetőségeimhez mérten □ nem, de szeretném ■ nem

17. ábra: A kérdőív 12. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)



18. ábra: A kérdőív 18. kérdésére adott válaszok megoszlása (saját szerkesztés)

Válogatás kérdőívkitöltők válaszaiból

A „20. Milyen javaslatot tennél a sportág magyarországi népszerűsítésére! Kérlek, fejtsd ki álláspontodat!” kérdésre adott válaszokból néhány kiemelt:

„Elsősorban jég kell. Azokon a helyeken, ahol természetes jég lehet (Balaton, tavak) tehetségkutató akciók, szakemberek vezetésével táborok, edzések gyerekeknek, akik később (14 éves koruk körül, pályaválasztáskor) választhatnak olyan iskolát, ahol egyesület közelébe költözhetnek, és választhatják a jégkorongot.”

„Általános iskolás osztályokat, évfolyamokat elvinném a csarnokba, mondjuk testnevelés helyett. Játszatnám őket, úgy, hogy közben apránként megismertetem velük a szabályokat és egy kis showval is csinálnám a kedvet pár ügyes, profi játékossal. Ingyen jegyeket, esetleg videókat adnék nekik.”

”1.) Általános iskolások részére toborzás, akár hivatalos formában, a testnevelésórák keretein belül. 2.) Ugyanezen korosztály részére ingyenyjegyek szétoosztása. 3.) MOL-liga mérkőzéseinek rendszeres tévés közvetítése (pl a belga I. osztályú focimeccsek helyett).”

”Minél több sajtómegjelenésre van szükség. És sok marketing ötletet át lehetne venni az NHL-ből. Pl: Online közvetítések a neten, több és színvonalasabb videó összefoglaló a meccsekről. Kártyák a MOL liga játékosairól is, nem csak az EBL-ről.”

„ A sajtóban még kiemeltebben kellene foglalkozni az eredményekkel. A sportágat népszerűsítő rendezvényeket is lehetne többet kitalálni. A jégkorongmérkőzéseket olyan időpontokban kellene leadni a tévében, amikor a legtöbben otthon vannak és van idejük megnézni.”

”Olyan TV-s reklámszpot a legnézettebb TV csatornákon, ahol a szezon legszebb jelenetei mellett látható, hogy egész családok járhatnak ki gyerekekkel együtt nyugodtan egy mérkőzésre és megjelenik benne pl. a maci-dobáló karitatív ság is. TV-s meccsek alkalmával szabálymagyarázat!

Az elsővel elérhetnék, hogy olyan emberek is kilátogassanak, akik azt gondolják, hogy ez a sport agresszív és ezzel együtt a nézők is olyanok és ebbéli félelmük miatt nem jut eszükbe hétfégi programként meccsre járni vagy legalább egyszer kilátogatni kíváncsiságból, míg a másodikkal azt a problémát oldanánk meg, hogy értsék is, mi történik a pályán, mert enélkül nem lehet nézni egy hokimeccset sem.”

”1. Sokat járunk külföldi mérkőzésekre, onnan sok jó példát lehetne áthozni a nézők szórakoztatására, de ezek súlyos összegeket emésztene fel és sajnos a magyar jégkorong egyesületek nem engedhetik meg maguknak a nagy látvánnyal járó "show" elemeket. Kicsit 22-es csapdjának érzem erre valószínűleg majd a szponzorok fognak megoldást jelenteni (lásd:Telenor kupa) akik a szórakoztatáshoz szükséges technikai háttérrel is biztosítják. Így a jégkorong közelebb kerül majd a "családi program" kategóriához mint jelenlegi "az apa kimegy a meccsre" programhoz. 2. A TV-s közvetítések a népszerűsítésben véleményem szerint kulcsfontosságúak.”

”Több TV közvetítés, több információ, hír a sport és hírműsorokban a hazai és nemzetközi jégkorong világból. Télen a nagyobb korcsolyázóhelyeken road-show jelleggel magyar jégkorongozók bevonásával ingyenes rendezvények, játékok stb. (mint pl a meccsek szüneteiben) Iskoláknak pár ingyen jegy (a jegyet jutalomképpen kaphatják akik az iskolai SPORT teljesítményükkel kiemelkednek) Egyéb amatőr, fél-amatőr sport egyesületeknek ingyen jegy felajánlása azok részére akik adott sportágban, a saját szintjükön jól teljesítettek. Más sportágak népszerű SPORTOLÓIT (nem celebeket...) bevonnai a reklámozásba, népszerűsítésbe.”

„A MOL-liga mérkőzéseire jó ötlet lenne az, amit néhány városban a kosárlabda-mérkőzésekre szoktak: iskolákban jegyosztás, esetleg szervezni is lehet iskolásoknak a mérkőzészátogatást.

Másik jó ötlet, hogy a legtöbb városban, ahol jégkorongcsapat van, van vagy elsőosztályú labdarúgócsapat vagy kosárlabda. Ha valaki az egyikre vált jegyet, azt beváltva ingyen (vagy nagyon olcsóért) kapna jegyet a másikra is; így nem csak a jégkorong, hanem a másik sportág népszerűsíthető volna, lehet hogy sokaknak megtetszene egyik, ill. másik. Persze ehhez városon belül össze kell hangolni a mérkőzések időpontjait.”

„Szerintem a televízióban több lehetőség rejlik, mint amennyit jelenleg kihasználnak. A nagy közszolgálati tv-kben például én még soha nem láttam arra vonatkozó reklámot, hogy X helyen válogatott vagy ilyen-olyan mérkőzés lesz. Nem mindenkinek van Sport tv-je, a potenciális nézőkhöz nem jut el az információ, így nem is mennek jégkorong-mérkőzésre, pedig szerintem aki egyszer kimegy, az ott is ragad :)”

„Jo uton haladunk, erdemes kulfoldi edzokre kolteni. Csaladok szempontjabol erdemes lenne merkozeseenkent nehany ingyenjegyet kisorsolni a kovetkezo meccsokra (1 ingyenjegy pldul, de egyedul ugyse jonne el szinte senki, szoval mar hozna magaval valakit). Es talan a legfontosabb, hogy legyenek NHL mintara csaladi belepok! 2felnott 2 gyerek esetleg a jegy tartalmazna az udito arat vagy akar gyorsbufeben valamit es legyen annyira visszautasithatatlanul jo aron, hogy megerje az apukanak azon torni a fejet, hogy kompromisszjmkent mit csinaljon meg a felesegenek cserebe, hogy eljogjon vele a meccsre. Csaladi belepokkal meg mondjuk lehetne nyerni valami igazan "ferfivonzot" (jegkorong ereklye, felszerelés stb.)”

„Véleményem szerint semmi más nem kéne tenni, csak több riportot készíteni a játékosokkal, mert biztos vagyok benne, hogy aki hall, vagy olvas egy interjút, rögtön beleszeret a játékosokba, mert csodálatos emberek a jégkorongozóink, onnantól pedig nem kérdés, hogy kimegy-e az amúgy látványos meccsokra, ill. lényegesen nagyobb reklámfelületet adnék a sportnak, hogy Magyarországon is minél többen lássák meg a jégkorong szépségeit és járjanak ki a meccsokra.”

„Amikor a kedvenc csapatod vagy a válogatott csapat a városodban "megjelenik", hogy találkozhas velük, beszélgethess, autogramot kérhess, közös fotó készülhessen, még a gyerekedet is elviszed, az nagy öröm, és a fiatalok, a gyerekek felnéznek rájuk, példát vesznek róluk. De megnézel egy műsort is a tv-ben, ha velük beszélgetnek, és mindenképpen felemelő egy iskolás korú gyerekek, ha a sulijában megjelennek a "kedvencek" és esetleg eltöltenek velük egy-két órát, akár egy játékos sportvetélkedőn. (Tuti, hogy a szülők sem hagynák ki.) Persze ehhez kell egy jó csapat, egy CSAPAT, aki nem azért megy el egy ilyen népszerűsítési rendezvényre, mert kötelező, hanem mert ő is fontosnak tartja. És ezért nem csak a jó játék miatt szeretjük őket. Cserében bátran "élvezhetik" a népszerűséget. A mi CSAPAT-unk ilyen Fehérváron... és ilyen Magyarországon.”

„több szurkolói ankét, hokikártyák, nyereményjátékok jégkorongos ajándékokkal (elsősorban internet), jeges rendezvények a csapatokkal, válogatottal”

„Hát, Niki... szerintem azokat kéne erősíteni, amiket a 18-asnál felsoroltál. Ritkán nézek TV-t, de soha nem láttam még jégkorongról reklámot... A rádióban nééha, de az is ritkaság. A neten csak akkor, ha rákeresek, plakátot csak a nagyobb meccsek előtt láttam, ingyenjegyre vevő mindenki szerintem... Persze, a jégkorong olyan, hogy magáért beszél, és akik szeretik tudják, hogy jók, de pl az olyan laikusokat, mint én a fentiekkel lehetne elcsábítani ("szájreklám" a leghatásosabb... reklámozd Te a TV-ben :D), illetve az érdeklődésemet felkelteni. Igen, azt hiszem, ha Te nem lettél volna, de pl többet hallom a rádióban, akkor rákeresek a neten a csapatokra, mérkőzésekre.”

„azt tapasztaltam, hogy akinek nincsen hokis ismerőse azokat nem érdeklik a mérkőzések, viszont aki egyszer elmegy egy mérkőzésre az beleszeret ebbe a sportágba, és akik szeretik ezt a sportot azok mindenkit ismernek és egy nagy családot alkotunk.”

A „21. Milyen javaslatot tennél a mérkőzések hangulatnövelésére? Kérlek, fejtsd ki állásponddat!” kérdésre adott válaszokból néhány kiemelt:

„NHL-, DEL-, KHL- tapasztalatok gyűjtése, azok hazai viszonyokra való átültetése. Nem szégyen tanulni a jobbtól:)”

„Profi, akár fejlettebb hokikultúrával rendelkező országokból átvett hangulat- és látványelemek használata. A hokimeccs nem csak , mint mérkőzés, hanem egész estés programként kezelése.”

„20 év meccsrejárás tapasztalatai (nemcsak jégkorong, hanem foci és kosárlabda is) alapján azt mondom, hogy semmi érdemi jelentőség és eredménye nincsen a hangulatbővelőnek tartott körítésnek. Ha erős az érzelmi kötődés a csapat felé a szurkolók részéről és küzdelem van, akkor lesz hangulat, ez még csak a színvonalon sem múlik. A Volán meccseken sem most az Ebelben van a legjobb hangulat. A mostani - valóban nem rossz hangulat - össze sem hasonlítható a 90-es évek közepi "hisztérikus" és mindent elsőprő lelkesedésével és szurkolásával, pedig a játék színvonala össze sem hasonlítható a mostanival.”

”Szerintem egy mérkőzésen a jégen folyó "történesek" a mérvadóak! Ha jó és színvonalas egy meccs ,az megfelelően izgalomban tartja és szórakoztatja a nézőket,akkor emellett minden látvány-,show-,vagy hangulatelem csak másodlagos-igaz segíthet a "komplex élményfokozásban"(főleg,ha jól játszik és győz a kedvenc...). Ha viszont csuszi-hoki van a küzdőtéren, akkor a lelátó népét nem pótolja a hiányzó sportértékért - különösebben - semmi sem!”

„A hangulatfelelősök általában még véletlenül sem szurkolók, így nem értenek ahhoz, hogy kell ezt csinálni. A hangulat igazi felelősei a vezérszurkolók, illetve a különböző szurkolói csoportok tagjai lehetnének. Ők azok, akik ismerik az adott klub, nóták, dalok hagyományait, ők képviselik igazán a folytonosságok a reklámcelebek helyett. Aki szervezettebb és jobb hangulatot akar, annak elsősorban ezekkel a szurkolói csoportokkal kellene felvenni a kapcsolatot, kikérni a véleményüket, ne adj isten, a segítségüket is. Minden más módszer halva született próbálkozás, ahogy azt az elmúlt húsz évben számtalanszor láthattuk.”

„Félmeztelen lányokat a pályára!!!

Na jó ez a vicc helye volt (szakdoga írás közben néha kell egy kis humor :)), mivel én fehérváron járok meccsre, és szerintem ott igen jó a szurkolás, így nem gondolom, hogy oda túl sok hangulat növelő elem kéne, a többi meccsen pedig szerintem először meg kéne tölteni a lelátókat és utána lenne igazából értelme erről beszélni.

Egyébként én különben sem vagyok a szünetekben történő bohóckodások híve (sem kicsik amikor játszanak, sem a kapuralövöldi, sem a felöltözködős játék) például most volt a Telenor kupa Székesfehérváron, voltak a szünetekben ezek a játékok, de senkit sem érdekelt kb azokon kívül akik játszottak, és a szurkolás is elmaradt egy sima volán meccséhez képest.

Végül de nem utolsó sorban szerintem ez alapvetően kultúraidegen Magyarországon a kabalafigura és a közönség hergelés úgy általában.”

”A jó hangulat feltétele a megfelelő nézőszám. A Mol liga mérkőzésein ez a feltétel csak ritkán adott. Az EBEL mérkőzéseken fantasztikus hangulat van. Ezt fokozni már csak ingyen sörrel lehetne :) Úgy gondolom a fehérvári jégcsarnokban a technikai és műszaki korlátok miatt közel ez a maximum. A válogatott mérkőzéseken az arénában kiválóak a lehetőségek és ezeket ki is használják. Itt is csak a külföldi példákra tudok utalni, de ez újra a pénz kérdést veti fel.”

„Leginkább kivetítővel (+ a hozzá tartozó hangosítással) lehetne még szórakoztatóbbá, érdekesebbé, hangulatosabbá tenni a mérkőzéseket. Gólok újrajátszása, játékosok bemutatása, reklámok stb.”

„Nem sok minden csak sok jó szurkoló kell, és kész a jó hangulat. Volt szerencsém ott lenni Svácban és Szlovéniában is és egyik helyen sem kellett hangulat felelős. Teljesen mind1 volt, hogy melyik magyar csapat a kedvenced nagyon jó hangulat volt. Együtt szurkolt miskolci,újpesti,fradista,újvárosi,fehérvári és stars-os, nem volt ellenségeskedés. Vagy ott volt a Szurkolói összefogás napja ott sem volt hangulat felelős mégis jó hangulat volt. Szerintem az a lényeg,hogy jó sokan legyünk!!!!”

„Fehérváron ez is jó úton halad. Épp most volt megbeszélés az egységesítés témájában. Régi szurkolói nóták szövegeit osztogatjuk majd szórólapokon, a szurkolói oldalra dallammal együtt tesszük majd fel őket és folytatjuk az élőképek gyártását, amik eddig is nagyon látványosra sikerültek. Ezen kívül a dobokat próbáljuk középre helyezni, hogy a hang mindenhova elérjen és a "keménymag" a dobok köré csoportosulna.”

„A hangulatért felelős kollégák jobban válogassák össze a zenéket. Azaz egy bunyó után ne valami lagymatag zene következzen. Ne random módon játsszák le a zenéket, hanem a meccs hangulatának megfelelően.”

„Jó csapat, jó edző, szívből jövő játék, örjítő dobhangok, akkor a hangulat jó. Előéneklő ember, aktívabb kabalafigurák, csarnokok fejlesztése(hangtechnika, kivetítő, parkoló, nézőtér.)”

”Alapvetően jó hangulat akkor alakul ki egy mérkőzésen,ha maga a meccs jó iramú, változatos, kreatív játékkal. Azt mondanám, hogy 80%-ban tehát a csapatok formáján múlik. Ekkor belépnek a képbe a dobok, szurkolói dalok, poénos bekiabálások,amelyek feldobják a hangulatot.

A válogatott meccseken alkalmazott show-elemek, hangulatfelelős, stb. eladhatóak, de jórészt nem ezen múlik, inkább csak arra jó, hogy drágább legyen a jegy. Persze a közönséget ki kell szolgálni, a mai társadalom pedig az ilyesmit kajálja,de nem gondolnám,hogy bárkinek hiányozna a lézershow, ha nem lenne:) A harmadok közti játékokat jó ötletnek tartom, a tombolát kevésbé.”

”Fehérváron kellőképpen el vagyok kényeztetve ami a hangulatot illeti. A teltház már önmagában garancia arra, hogy felrobban a csarnok. Ha van egy olyan törzsszurkoló bázis, aki a nézők döntő többségét rá tudja venni ez egységes szurkolásra (rigmusok, dalok) az fergeteges hangulatot tud csinálni. Szerencsére a sportág népszerűségének és színvonalának emelkedése egyértelműen növeli a szurkolói kultúrát és ezzel együtt a jó hangulatot is.”

„Lehetne a nézők közül kisorsolni valakit minden szünetben, aki utazhatna a jégfelújítás alatt a rolbával:))

Minden mérkőzésen a szünetben kis gyerekeknek kéne játszani a sportág népszerűsítése miatt fontos.

Minden csapatnak kellene kabala állat mint Csúszka aki a nézők között lenne a mérkőzés alatt mint vezérszurkoló.”

„Csúszkát sokszorosítsuk!!!!!!”

„Erről ne engem kérdezz ;) Én mindent megteszek és még sok meglepetést szeretnék Nektek szerezni!Készülök nagyon a VB-re is!Ha bármi kérdésed lenne, keress nyugodtan.Ha tudok szívesen válaszolok.

üdvözlettel

Csúszka

Jég Veled!

email:csuszkaslider@gmail.com

fb: csuszkaslider”

Melléklet

Kérdőív

1. Mely sportág(ak)at űzöd?

.....

2. Mely sportág(ak) mérkőzéseit szoktad megnézni élőben?

.....

3. Mely sportág(ak) mérkőzéseit szoktad megtekinteni a televízióban?

.....

4. Mely sportág(ak) történéseit szoktad figyelemmel követni a különféle médiumokban illetve az interneten?

.....

5. Milyen sporttal (kedvenc sportággal) foglalkozó internetes oldalt szoktál látogatni?

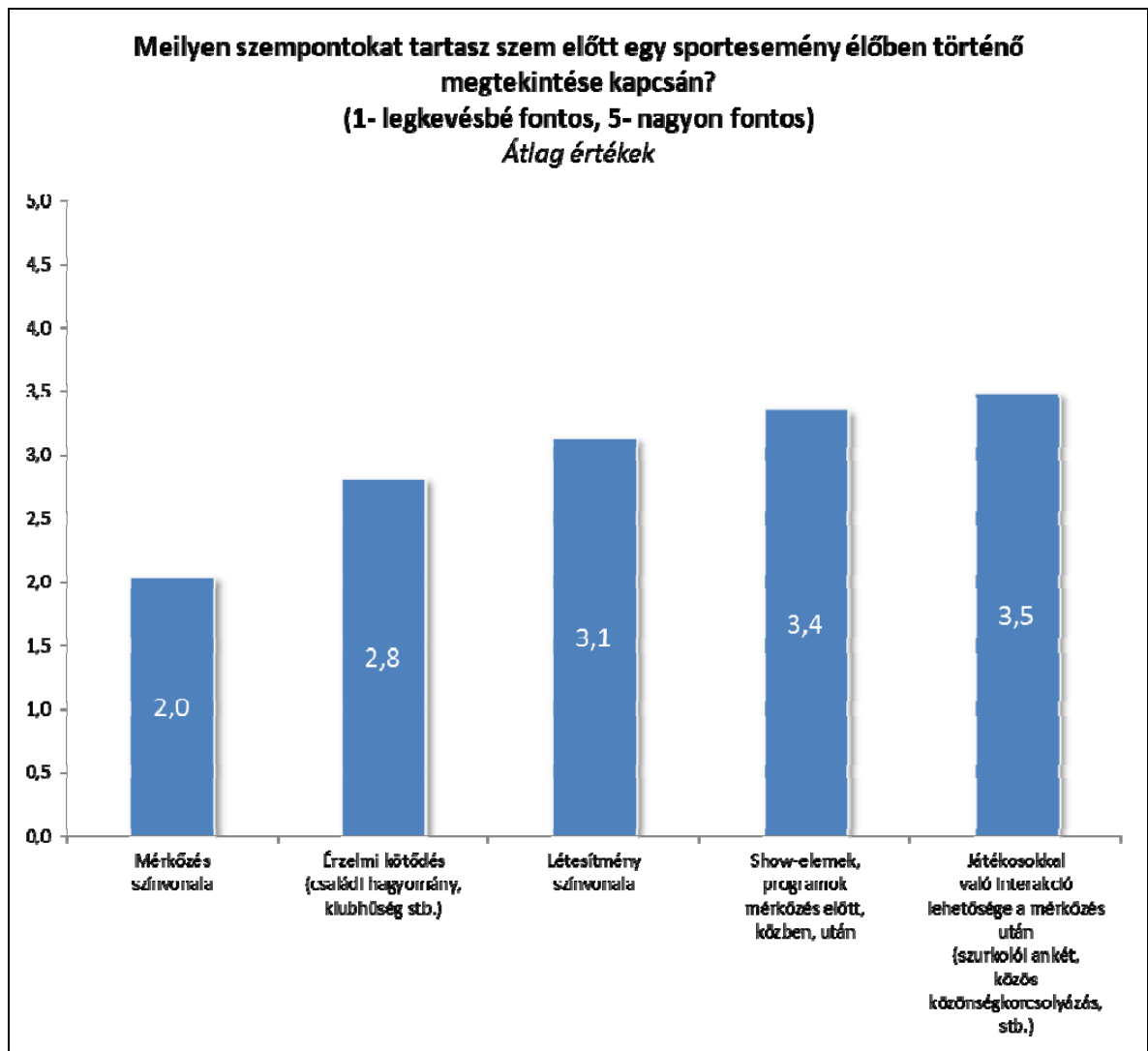
.....

6. Értékelj 1-5-ig növekvő sorrendben (5-legfontosabb, 1-legkevésbé fontos), hogy milyen szempontokat tartasz szem előtt egy sportesemény élőben történő megtekintése kapcsán:

- Mérkőzés színvonala
- Érzelmi kötődés (családi hagyomány, klubhűség, stb.)
- Létesítmény színvonala
- Show-elemek, programok a mérkőzés előtt, közben, után
- Játékosokkal való interakció lehetősége a mérkőzés után (szurkolói ankét, közös közönségkorcsolyázás, stb.)

Amennyiben megadod e-mail címedet, részt veszel sorsolásunkon, melynek keretein belül 4 db VIP belépőt sorsolunk ki a 2010. november 12-14. között esedékes Telenor Hoki Kupa Magyarország – Franciaország mérkőzésére!

.....



19. ábra: Magyar Jégkorong Szövetség BNV2010 kiállításon lefolytatott kérdőíves kutatásának 6. kérdésére adott válaszok megoszlása (MJSZ)