

## Ha a hallgató vizsgáztat – elégedettségi vizsgálat a Campus Fesztivál 2013-on

Bácsné Bába Éva<sup>1</sup>

**Abstract**      **If the student tests – satisfaction survey at Campus Fest 2013.** The amount of young people's free time increases significantly in summer. At this time of the year music festivals have an important role in meeting the recreational needs of this generation. In our country several thousands of festivals are organised, but only two of them focus on students in higher education as their target audience. Campus Festival has been held in our city, Debrecen, since 2008. A significant number of its visitors are higher education students. Festival visitors have filled in a questionnaire of satisfaction. Through the statistical analysis of the data provided by the questionnaire, it is possible to assess from what source the students obtain information about the festival, what entertainment forms they prefer, what the main factors determining their satisfaction with the event are, and what participation tendencies can be expected in the future.

On the whole, the findings of the satisfaction survey show a positive picture of Campus Festival. The organisers reached the target audience, as most of the visitors were aged between 21 and 24, who came mainly from the region.

It is interesting that the festival visitors heard about the event mostly from friends and people they know. At the same time, the role of the Internet also increased in obtaining information compared to earlier years. The interviewed people were satisfied with the information they found on the Facebook page and the website of Campus Festival.

For the visitors of the festival the music programmes were the most important ones. They especially favoured rock music, but also liked pop, drum and bass, and dance music. Sports programmes took the second place among all programmes, with the theatre and cinema performances and other programmes following them closely. The fact that the large part of the visitors are planning to attend the event again next year reflects satisfaction with the festival.

The survey showed clearly that the event had reached its target audience, i.e. higher education students. Besides, the number of visitors (nearly 60 thousand) confirms that every July the youth of festivals represent themselves in Debrecen, as well.

**Keywords**      higher education • students' festivals • quality management

---

<sup>1</sup> Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar  
E-mail: babae@agr.unideb.hu

## 1. Bevezetés

Magyarországon évente 3-6 ezer fesztivált rendeznek, hiszen a 21. században a kulturális áruk közül ezek a rendezvények tűnnek a legpiacképebbnek. Ezt bizonyítja, hogy éves szinten a fesztiválok 5-6 millió látogatóval büszkélkedhetnek (BENEDEK – STARK, 2009). A fesztiválok egyik típusát a nyári, nagy tömegeket megmozgató, zenei fesztiválok képezik. Ezek a rendezvények jellegükből adódóan elsősorban a fiatalabb korosztályok igényeinek kielégítésére törekszenek. Ennek a korosztálynak egyik speciális szegmensét a felsőoktatásban tanulók képezik. A hazai könnyűzenei fesztiválok közül mindössze kettő fókuszál célközönségként a felső oktatási hallgatókra.

Városunkban, Debrecenben 2008 óta rendezik meg a Campus Fesztivált, amely látogatói bázisának jelentős részét felsőoktatási intézmények hallgatói adják. Véleményük felmérésére a fesztivállátogatókkal kitöltetett elégedettségi kérdőív ad lehetőséget. A kérdőívből nyert adatok statisztikai vizsgálatával megállapítható, hogy a fiatalok milyen forrásból szereznek információt a rendezvényről, milyen szórakozási lehetőségeket preferálnak, mik a főbb tényezők, amelyek meghatározzák a rendezvényvel való elégedettségüket, és hogyan alakulnak a részvételi tendenciák a jövőben. Ezek az eredmények mind a szervezői mind a látogatói oldal számára értékes információkat szolgáltathatnak.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

### 2.1. Fesztiválok ifjúsága

Magyarországon a 90-es évektől ment végbe az az ifjúsági korszakváltás, amely a fejlett nyugati országokban az 50-es évek végén, 60-as évek elején indult meg és a nyolcvanas évekre befejeződött. Az ifjúsági korszakváltás jellemzője az oktatási expanzió – az, hogy a fiatalok egyre szélesebb csoportja egyre nagyobb számban kerül be a közép- és felsőoktatásba. Az oktatási expanzió közel két évtizede alatt jelentősen meghosszabbodott az ifjúsági életszakasz, a fiatalok egyre korábban kezdtek önállósodni – már tinédzser éveik elején, s váltak fogyasztóvá – miközben egyre később váltak a szó valódi értelmében felnőtté, azaz álltak munkába és alapítottak családot. A képzési idő meghosszabbodása révén a kereső tevékenység kényszerétől relatíve mentesített iskolai ifjúsági életszakasz jön létre, amelyben tág tere nyílik a személyes időfelhasználásnak és a személyes aktivitásoknak (GÁBOR, 2005).

A fiatalok iskoláztatásának kiterjedésével egy időben csökkent a család és iskola, általában véve a felnőtt-társadalom ellenőrző szerepe, viszont egyre nagyobb befolyásoló szerephez jutott a média és a fogyasztói ipar. Ez a változás a fesztiválok ifjúságának kialakulásához vezetett. A fesztiválok ifjúságának kialakulása a fogyasztási státusz differenciálódásával és a kommunikációs státusz teljes megváltozásával járt együtt. Ez összefügg az életkor szerinti összetétel kiszélesedésével és a fiatalok életvitelének megváltozásával (GÁBOR, 2005).

A fiatalok kulturális igényeinek kielégítésére világszerte elterjedtek a fesztivál jellegű rendezvények. A fesztivál bár korábban kifejezetten művészeti rendezvény volt, egyre inkább az intenzív élményt és kötetlen kikapcsolódást nyújtó, a fogyasztói világ ízlését leginkább tükröző rendezvény szinonimájává vált (BENEDEK – STARK, 2009). Hazánkban - bár némi késéssel - szintén megjelentek és egyre inkább a fiatalok

szórakozási célú érdeklődésének középpontjába kerültek a fesztiválok, bizonyítva, hogy nálunk is „kialakult a fesztiválok ifjúsága”-ként definiált fiatal fogyasztói réteg, amelynek meghatározó jellemzője a tanulási, felsőoktatási életszakasz meghosszabbodása.

## **2.2 Fesztiválok története**

A fesztiválok története a legendássá vált Woodstock fesztiválhoz kötődik. Ez az esemény magába sűrítette a kor és a hippie szubkultúra esszenciáját. A hippie mozgalom az ifjúság nemzetközi lázadássorozatának egyik fontos, jellegzetes tünete volt. A jómódú középosztály egyetemre járó gyermekei teremtette amerikai ellenkultúra a domináns kultúrával való szembenállás (SZAPU, 2002). A fogyasztói társadalom hamis ideáljai és csillogó felszíne mögött megbújó céltalansága és kiábrándultsága, a csak materiális javakat hajszoló életszemlélet polgári nihilizmusa, a rendszer gazdasági nehézségeiből következő politikai bizonytalansága először az angolszász társadalmakban vezetett egy új ifjúsági szubkultúra megjelenéséhez. A 60-as évek elejének első sztárzenekara, az angol Beatles együttes adta meg a kezdő lökést a „nagy generáció”, azaz a 60-as évek fiatalsága számára. Az együttes munkássága nyomán kialakult új ifjúsági szubkultúra, a „beatek”, majd a „hippik” kezdték meg a polgári társadalom bevett normái elleni lázadást. A szubkultúra leginkább a társadalmi tabukat támadta, például a szexualitás elfojtottságát. Idővel a hippie-mozgalom megjelenésével pedig előtérbe került a fiatalok békevágya is (a vietnámi háború elleni állásfoglalásként) (EDENEYE, 2006). A hippie kultúra népszerűsítésére 1967 januárjában, a San Franciscó-i Golden Gate Parkban megtartották az első Emberi Együttlétet (Human Be-In), amely zenés tüntetés volt a békéért és a toleranciáért, a szabad gondolkodásért és a szerelemért. Ez az esemény láncreakcióként vezetett az USA nyugati partján kialakult legendás Nyári Szerelemhez (Summer of Love) és a Keleti Parton megrendezett 1969-es Woodstocki Fesztiválhoz. A hippie és a beat-mozgalom nyugaton a '68-as diáklázadásokban csúcspontot ért el, majd az irányzat a '70-es években kifulladásra jutott. Idővel a Woodstock által képviselt ellenkultúrát magába olvasztotta a fogyasztói világ: bekerült a hippie öltözködés is a divatba, a lázadást kifejező zenéből pedig a szórakoztatóipar egyik legjobban jövedelmező üzletága lett (MORVAY – SEBESTYÉN, 2009).

Magyarországon az 1960-as évektől voltak fesztiválszervezési kísérletek, amelyek azonban sikertelenek voltak. Az első, klasszikus értelemben is fesztiválnak tekinthető rendezvényre a rendszerváltás után 1991-ben került sor „Búcsúzzunk szépen Iván” címmel. Az első „kelet-európai rock fesztivál” szervezői hagyományt szerettek volna teremteni, ez azonban még nem sikerült, hiszen már a következő évben elmaradt az ismétlés. Az elképzelést két évvel később a Sziget Fesztiválnak sikerült megvalósítania (JÁVORSZKY, 2002). A legismertebb magyar fesztivált azóta minden évben, augusztusban rendezik meg Budapesten, az Óbudai-szigeten. A Sziget története 1993-ban a Diáksziget fesztivállal kezdődött, melynek „Kell egy hét együttlét” volt a szlogenje. 1994-ben a woodstocki fesztivál 25 éves jubileuma alkalmából a rendezvény az Eurowoodstock alcímet viselte (és a legendás woodstocki fesztivál több fellépője is koncertezett). A fesztivál 1996-tól 2001-ig Pepsi Sziget néven, 2002 óta Sziget Fesztivál néven működött. 1993-ban még „csak” 43 ezer fő, következő évben százezerrel több, 2001 óta pedig 350-390 ezer fő látogatott el a rendezvényre. 2012-ben a Yourope, az Európai Fesztiválszövetség és a Virtuals Festivals Europe által szervezett szavazáson Európa 25 legnagyobb fesztiválja közül a Sziget lett az első. Hasonló nyári könnyűzenei

és kulturális rendezvények még: a szintén 1993-ban induló Volt Fesztivál Sopronban, a 2000-től megrendezett Hegyalja Fesztivál Tokajban, és a 2007-től látogatható Balaton Sound Zamárdiban a Balaton partján.

Az ifjúsági fesztiválok közt feltétlenül meg kell emlékezni az EFOTT-ról, az Egyetemisták és Főiskolások Országos Turisztikai Találkozójáról (röviden: EFOTT-ról), amelyet 1976-ban rendeztek meg először. Az első találkozóra 350 hallgató érkezett 25 felsőoktatási intézményből. A közönség száma a '80-as években is csak ezer fő körül mozgott. A rendszerváltás hatására az EFOTT elvesztette korábbi agitpropoz arculatát, és ideológiai, politikai befolyásolás helyett a fiatalok szórakoztatását tűzte ki célul. Ennek a váltásnak a hatását mutatja a látogatói létszám növekedése, ami jelenleg 70 ezer körüli.

A Campus Fesztivál szervezői korábban maguk is részt vettek EFOTT-ok szervezésében (1997. Tokaj, 1998. Hajdúszoboszló), majd 2002-től 2006-ig Debrecen határában rendezték meg a Vekeri-tó Fesztivált. 2007-ben a Vekeri-tó lett az EFOTT helyszíne, majd 2008-ban itt tartották meg az első Campus fesztivált, melyre 27 ezer látogató érkezett. A fesztivál helyszínét a következő évben áthelyezték a jobban megközelíthető debreceni Nagyerdő területére, ahová a legutóbbi alkalmakkor már több mint 60 ezer látogató érkezett.

A Campus Fesztivál és az EFOTT is első sorban a felsőoktatásban tanulókat tartja fő célközönségének, ám míg az EFOTT országos bázisból merít, addig a Campus Fesztivál első sorban a régióban tanulókat, azon belül is a debreceni hallgatókat célozza meg.

### 3. Kutatás anyaga és módszere

#### 3.1. A kutatás módszere

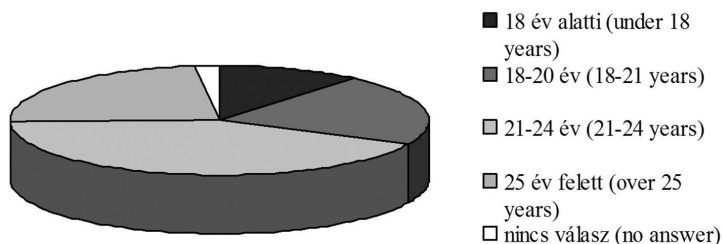
Jelen kutatás egyrészt a Campus Fesztivál látogatóinak véleményét hivatott felmérni, másrészt a jövőben megrendezendő fesztiválok megtervezését segítheti.

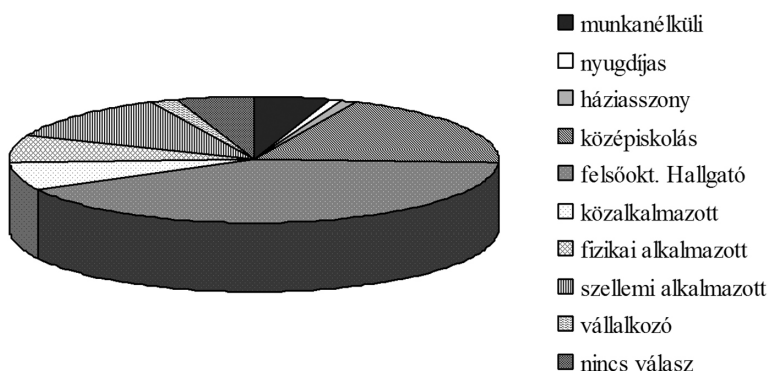
A kutatási eredmények a közönség jellemzésére, a látogatók fesztivállal való elégettségének felmérése, és jövőbeli kilátások előrejelzésére adnak lehetőséget.

A 2013-as rendezvényen kérdezőbiztosok segítségével kérdőíves felmérés folyt. A kérdőív első része a véletlenszerűen kiválasztott válaszadó személyes adataira kérdez rá (életkor, lakhely, foglalkozás, elérhetőségek, stb.); a második rész a fesztivál értékelésére vonatkozó kérdéseket tartalmazza. A mintaszám 300 volt (N=300).

#### 3.2. A közönség jellemzése

A szervezők várákozásának megfelelően a közönség legnagyobb részét főiskolások, egyetemisták adták.





**1. ábra | Látogatók megoszlása életkor és foglalkozás szerint -**  
**Graph 1 Division of visitors according to age and occupation (N=300)**

*Forrás: saját vizsgálat (Source: own survey)*

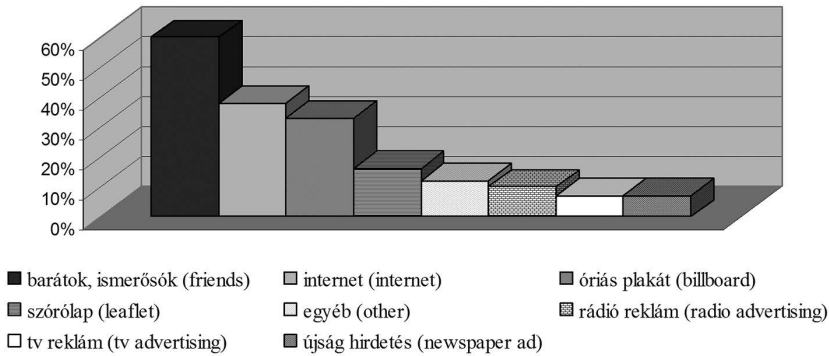
Amint az 1. ábráról leolvasható a fesztivállátogatók 42%-ának életkora 21-24 év között volt (a látogatók átlagéletkora 24 év), és ugyanennyien vallották magukat felsőoktatási intézet hallgatójának. A válaszadók 72% a Debreceni Egyetem hallgatója volt.

A szervezői várakozásnak megfelelően a rendezvénynek helyszínt adó városból a látogatók több mint fele, 53% érkezett. A városiakkal együtt a város vonzáskörzetéből érkezők a résztvevők 68%-t adták (Hajdú-Bihar megye). A tágabb régióból a közönség 85%-a érkezett. Magyarország távolabbi területeiről mindössze 11%, külföldről 4% érkezett. Ez az eredmény megerősíti, hogy a célközönséget elérték a szervezők, hiszen első sorban a Debreceni Egyetem hallgatói közt népszerűsítették a rendezvényt, és eközben a helyi nem egyetemen tanuló fiatalokat is sikerült meggyőzniük, hiszen 19% középiskolás, és 28% fiatal foglalkoztatott járt a rendezvényen (1. ábra).

#### **4. Elégedettségi vizsgálat a fesztiválon - satisfaction survey AT Festival**

Egy rendezvény esetében az egyik legfontosabb tényező az, hogy hogyan lehet elérni a célközönséget, milyen forrásból szerezhetnek tudomást a rendezvényről.

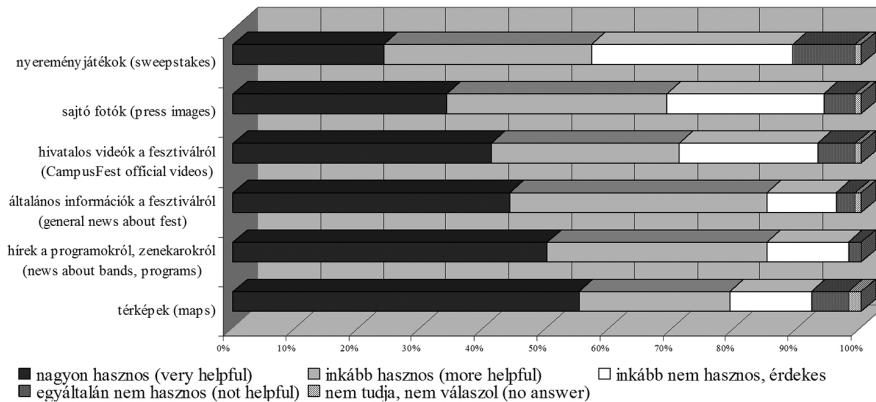
A fesztiválózók leginkább – 60%-ban - barátoktól, ismerősöktől szereztek tudomást a rendezvényről (2. ábra). Ugyanakkor az Internet szerepe – 38% - jelentősen megnövekedett az információszerzésben a korábbi évekhez képest.



**2. ábra | A rendezvényről szóló információ forrása -**  
**Graph 2 Source of information about the event (N=300)**

*Forrás: saját vizsgálat (Source: own survey)*

Különösen fontos szerep jutott a fesztivál Facebook vagy weboldalának a későbbiekben, amikor azután, hogy értesültek az érdeklődők a rendezvényről a részletekről akartak tájékozódni. A 81%-uk illetve 83%-uk ismerte ezeket az internetes oldalakat. Az elégedettségi vizsgálat először éppen arra kérdezett rá, hogy mennyire elégitette ki a kíváncsiságukat a rendezvény honlapja, illetve Facebook oldala.

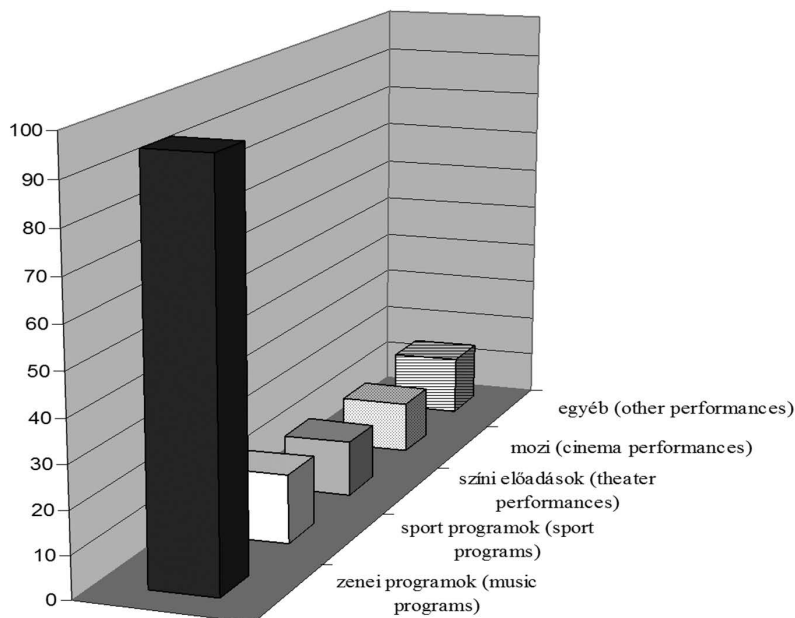


**3. ábra | Elégedettségi felmérés eredményei a fesztivál Facebook oldaláról -**  
**Graph 3 Findings of the survey about satisfaction with the Facebook page of the festival**

*Forrás: saját vizsgálat (Source: own survey)*

Amint a 3. ábra mutatja, a látogatók közel 80%-a mind a rendezvényről szóló általános információkkal, mind a zenekarokról, a programokról szóló hírekkel, mind a tájékozódást segítő térképekkel, illetve összességében nagyon, vagy inkább meg volt elégedve a rendezvény Facebook oldalával. A Campus Fesztivállal kapcsolatos videókat, fotókat már csak 70% értékelte így, míg a nyereményjátékok esetében már 45% nem kapott kellő információt.

A weboldal szinte teljesen azonos értékelést kapott, azaz több mint 80%-ban elégedettek voltak a megkérdezettek. A Campus Fesztivál weboldalán a Facebook oldalhoz képest többlet információként a jegyárakkal kapcsolatos tájékoztatás is szerepelt. Ezzel kapcsolatban a válaszolók 61% nagyon, 25% inkább hasznos információkat tudott szerezni ebből a forrásból.



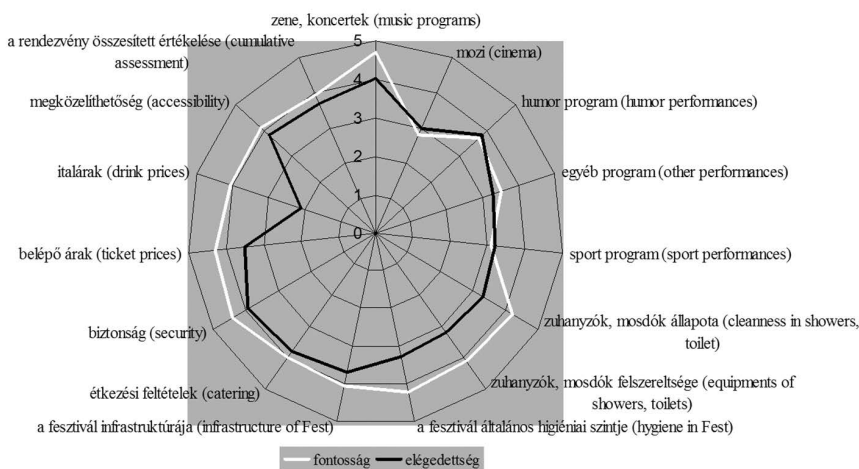
**4. ábra | Legkeresettebb programok -**  
**Graph 4 The most popular programmes (N=300)**

*Forrás: saját vizsgálat (Source: own survey)*

Arra a kérdésre, hogy melyik programtípus volt a legvonzóbb a Campus Fesztiválon (4. ábra) természetesen az a válasz érkezett, hogy első sorban a zenei programok fontosak a rendezvényre látogatóknak, hiszen a válaszadók 95%-a ezt válaszolta. Ezt az eredményt részletezve megállapítható, hogy a fesztiválozók zenei ízlése rendkívül változatos, átlagosan 4-5 féle zenei stílust kedvelnek. A vezető szerep a rockzenéé, de a pop, drum and bass és a tánczenét szeretők aránya is magas.

Biztató, hogy a programok palettáján a sportprogramok a második helyen végeztek, nem sokkal maradtak el mögöttük a színi- és mozi előadások, és egyéb programok (ez utóbbiak alatt civil szervezetek, kulturális, politikai előadások, nyereményjátékok értendők). Összességében megállapítható, hogy az előző évekhez képest némi növekedést mutat azok aránya, akik a zene mellett más szórakozási lehetőséget is keresnek.





### 5. ábra | A rendezvény főbb tényezőivel való látogatói elégedettség és fontosság vizsgálata -

#### *Graph 5 Review of importance and visitors' satisfaction with the main factors of the event (N=300)*

*Forrás: saját vizsgálat (Source: own survey)*

Az elégedettségi vizsgálat központi kérdése volt, hogy mennyire fontosak a látogatóknak egy zenei fesztivál esetében a következő tényezők, illetve mennyire elégedett ezekkel a Campus Fesztivál esetében, összehasonlítva azt más zenei fesztiválokkal: a programok, a megközelíthetőség, a jegyárak, a biztonság, az étkezés, az italárak, és a higiéniai feltételek.

A válaszadóknak egy zenei fesztiválon a zenei programok, a zuhanyzók mosdók, tisztasága, az általános higiénia a legfontosabb. De alig marad el ettől a biztonság, és a belépő árak. Az eredmények alapján legkevésbé a sport és mozi programok számítanak (5. ábra).

A Campus fesztivállal a válaszadók többnyire kevésbé elégedettek voltak, mint az általuk támasztott elvárás. Különösen a higiéniai feltételek és az italkínálat maradtak el az elvárásoktól. A rendezvény azonban a sport, a humor, és a mozi programok tekintetében az elvárások felett teljesített.

A fesztivált 10-es skálán összességében értékelve 7,99 átlag született. Ez a rendezvény pozitív megítélését tükrözi, és az eredmény összességében az elvárások vizsgálatának eredményével (5. ábra).

A 4 napos rendezvényen a válaszolók átlagosan 3,08 napot töltöttek. Az eredményt demográfiai bontásban vizsgálva azt tapasztaljuk, hogy az egyetemisták, és a 18 év alattiak átlagosan több időt töltöttek a fesztiválon, a 25 év feletti látogatók pedig az átlagnál hosszabb ideig maradtak a rendezvényen. Ez az eredmény is alátámasztja, hogy a rendezvény képes volt több napig fenntartani a fesztiválozók érdeklődését a programjai iránt. A Campus Fesztivál programjainak vonzó voltát bizonyítja az is, hogy a megkérdezett látogatók 53% bérlettel – ebből 6% DE hallgatói bérlet, 13% DE dolgozói bérlet – 22% napi jeggyel, a fennmaradó rész tisztelet- és kedvezményes jeggyel érkezett a rendezvényre.



A fesztivállátogató korosztály egyik jellemző vonása az okos telefon használat, a megkérdezettek 73% rendelkezik ilyen készülékkel. A telefonjukat legtöbbször fényképezésre és videózásra használták, de népszerű volt az sms, mms küldés, illetve az internetes keresés is. A telefont használók több mint háromnegyede használta ezeket a funkciókat a fesztivál ideje alatt. A férfiak telefonjukkal inkább a neten keresgéltek, a nők ezzel szemben fényképeztek, videóztak vagy sms, mms küldésre használták a készüléküket. A 18-24 év közötti korosztálynak, - amely a legaktívabb a közösségi médiában - 83%-a facebookozott a fesztivál alatt. Érdekes, hogy a rendezvény alatt a Fesztivál saját honlapját mindössze a telefonhasználók 10%-a kereste fel. (Ez egyébként utalhat arra, hogy a helyszínen az információ áramoltatás megfelelően működött.) A válaszadók fogyasztási szokásait jellemzi még, hogy 53%-uk dohányzik, bár 30%-uk csak alkalmasszerűen.

A fesztiválózó 84% mentálisan és fizikailag átlagos, vagy annál jobb állapotban érezte magát. A 21-24 év közöttieknek csupán 27%-a értékelté kiválóra a testi kondícióját, és 32% gondolkodott így szellemi fittségéről, ez az aránya a többi korcsoportnál jóval magasabb volt.

A meginterjúvoltak 59% még nem vett részt korábban a Campus Fesztiválon, 55%-uk ebben az évben nem vesz részt más fesztiválon, viszont 92%-uk gondolja úgy, hogy jövőre ismét eljön a rendezvényre.

## 5. Összegzés

Az elégedettségi vizsgálat eredményei összességben pozitív képet tükröznek a Campus Fesztiválról. A szervezők elérték a célközönséget, hiszen többségében a 21-24 éves korosztály képviseltette magát, akik első sorban a régióból érkeztek. (Sőt a megkérdezettek 72%-a egyenesen a Debreceni Egyetem hallgatója volt.)

Érdekes tapasztalat, hogy a fesztiválózó leginkább barátoktól, ismerősöktől szereztek tudomást a rendezvényről. Ugyanakkor az Internet szerepe is növekedett az információszerezésben a korábbi évekhez képest. A megkérdezettek elégedettek voltak a Campus Fesztivál Facebook és weboldalának tájékoztatásával.

A fesztiválon első sorban a zenei programok voltak fontosak a rendezvényre látogatóknak. A fesztiválózó zenei ízlése rendkívül változatos volt, átlagosan 4-5 féle zenei stílust kedveltek. A vezető szerep a rockzenéé volt, de a pop, drum and bass és a tánczenét szeretők aránya is magas volt. A programok palettáján a sportprogramok a második helyen végeztek, nem sokkal maradtak el mögöttük a színi- és mozi előadások, és egyéb programok (ez utóbbiak alatt civil szervezetek, kulturális, politikai előadások, nyereményjátékok értendők). Összességében megállapítható, hogy az előző évekhez képest némi növekedést mutat az aránya, akik a zene mellett más szórakozási lehetőséget is keresnek. A rendezvény éppen a sport, a humor, és a mozi programok tekintetében az elvárások felett teljesített.

A rendezvényre bérlettel érkezők aránya, és az átlagos részvételi idő alapján megállapítható, hogy a rendezvény képes volt több napig fenntartani a fesztiválózó érdeklődését a programjai iránt. A fesztivállal való elégedettséget tükrözi, hogy a látogatók 92% tervezi, hogy jövőre ismét részt vesz majd a rendezvényen.

A látogatói oldal összességében pozitív visszajelzése megerősítheti szervezőket abban, hogy megfelelő irányba halad a fesztivál. Az eredmények azonban arra is felhívják a figyelmet, hogy a rendezvény népszerűsítése tekintetében, valamint a higiénia és italkínálat területén vannak még fejlesztési lehetőségek.

A vizsgálat azonban egyértelműen igazolta, hogy a rendezvény elérte a célközönségét, a felsőoktatásban tanulókat. A közel 60 ezres látogatói létszám pedig igazolja, hogy a fesztiválok ifjúsága Debrecenben is képviselteti magát minden év júliusában.

### **Irodalom - References**

- Benedek M., Stark J. (2007). Fesztiválvilág In: Turizmus Bulletin XIII. évf. 3. szám  
Gábor K. (2005): Fesztiválok ifjúsága és a drog Belvedere Meridionale Kiadó, Szeged  
Jávorszky B. (2002) Nagy Sziget könyv: 10 év hév. Budapest, Crossroads Records Kiadó  
Edeneye (2003): Könnyűzenei kultúra a Kádár korszakban  
Morvay, Sebestyén (2009) [http://members.chello.hu/idol2003/Cikkek/konnyuzenei\\_kultura\\_a\\_kadar\\_korszakban.htm](http://members.chello.hu/idol2003/Cikkek/konnyuzenei_kultura_a_kadar_korszakban.htm)  
Szapu M. (2002): A zűrkorszak gyermekei. Budapest, Századvég Kiadó