

Pécsi Tudományegyetem
Nyelvtudományi Doktori Iskola
Nyelv és Kommunikáció Doktori Program

**A Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak kommunikációs
hálózatai**

A közösségi médiumok szerepe a nemzetközi hallgatók mindennapi életbeli eligazodásában

DOKTORI DISSZERTÁCIÓ

Specht Hedvig

Témavezető: Dr. Szijártó Zsolt, PhD, dr. habil. egyetemi tanár



Pécs

2024

Köszönetnyilvánítás

Szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, dr. Szijártó Zsoltnak fáradhatatlan munkájáért és kitartásáért, aki nélkül ez a dolgozat nem készülhetett volna el.

Köszönöm Prof. dr. habil. Polyák Gábornak, aki egyetemi tanulmányaim alatt mindvégig támogatott és munkásságával inspirált.

Továbbá, köszönöm a Pécsi Tudományegyetem Nemzetközi Igazgatósága munkatársainak segítségét, valamint a nemzetközi diákoknak, akik kérdések végeláthatatlan sorát válaszolták meg, és nyíltan beszéltek tapasztalataikról, a nemzetközi diákéletről és saját élményeikről, ezzel segítve empirikus kutatásomat.

Köszönöm Velősy Gabinak, hogy az adminisztráció végtelen útvesztőjéből mindig kiutat talált.

Köszönettel tartozom szüleimnek, akik tanulmányaim kezdete óta támogattak, motiváltak és bármikor végtelen türelemmel végighallgattak.

Köszönet kollégáimnak is, Fruzsinnak, Csabának és Flórának, valamint Clemensnek, akik a dolgozat elkészítésére bízattak.

Tartalomjegyzék

I.	Bevezető, témamegjelölés, fogalmi keretek.....	1
I.1.	Kérdésfelvetés	7
I.2.	Fogalmak tisztázása: <i>külföldi hallgató, nemzetközi hallgató vagy sojourner?</i> Kiket tekinthetünk nemzetközi hallgatónak?	12
I.2.1.	Országhatárokon alapuló meghatározások.....	13
I.2.2.	Az idő mint meghatározó faktor	13
I.2.3.	Anyagi dimenzió, felkészültség, motiváció	14
I.3.	További lehetséges értelmezési keretek.....	15
I.4.	Nemzetközi hallgatói létszámok a Pécsi Tudományegyetemen	16
I.5.	A közösségi médiumokról röviden	16
II.	A Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak kommunikációs hálózatai: egy lehetséges értelmezési keret.....	21
II.1.	Közösségi média mint híd	24
II.1.1.	Küldő ország.....	27
II.1.2.	Fogadó ország.....	31
II.1.3.	Az angol nyelvtudás jelentősége a nemzetközi hallgatók mindennapi életében	32
II.2.	Közösségi média mint határ	33
II.3.	Közösségi média mint hibrid tér.....	38
II.4.	A média mint az otthon kulisszája.....	38
II.5.	Polimédia.....	41
II.6.	Összegzés, következtetések	45
III.	Az Iráni Iszlám Köztársaságból érkező nemzetközi hallgatók médiahasználati stratégiái a Pécsi Tudományegyetemen	45
III.1.	Miért az iráni hallgatók?	46
III.2.	Az Iráni Iszlám Köztársaság médiarendszere és médiahasználati trendjei	47
III.3.	Kutatási előzmények és módszerek: hogyan használják a nemzetközi hallgatók a médiát?	48
III.4.	A kérdőíves felmérés eredményei	53
III.4.1.	Eszközök	54
III.4.2.	Alkalmazások	54
III.4.3.	Kommunikációs hálók.....	55
III.4.4.	Információforrások, tájékozódás	56
III.4.5.	A hallgatók és a város	59
III.4.6.	Következtetések	60
III.5.	Interjúk iráni származású nemzetközi hallgatókkal	64

III.5.1. Stratégiák a cenzúrázott média megkerülésére.....	64
III.5.2. Social media	65
III.5.3. Televíziózás.....	67
III.5.4. Eszközhasználat	70
III.5.5. Az okostelefon mint „otthon”	71
III.5.6. Összegzés, következtetések.....	73
IV. Közösségi médiahasználat hatása a nemzetközi hallgatókra a Covid-19 világjárvány idején	74
IV.1. Nehézségek	74
IV.2. A közösségi médiahasználat nemzetközi hallgatókra gyakorolt hatása	76
IV.3. A kérdőíves felmérésről.....	77
IV.4. Kutatási eredmények.....	78
IV.4.1. A nehézségek megoldására irányuló stratégiák	80
IV.5. Következtetések, összegzés	83
V. A nemzetközi hallgatók online oktatással összefüggő tapasztalatai	83
V.1. Kutatási előzmények: online oktatási eszközök hatékonysága és megítélése a hallgatók körében.....	83
V.2. Az online oktatás fogalma.....	87
V.2.1. eLearning.....	88
V.2.2. Webalapú tanulás	89
V.2.3. Távközetítés	89
V.2.4. Online oktatás/tanulás	90
V.2.5. Összegzés	91
V.3. Az online oktatási módszerek megítélése a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak körében	92
V.3.1. Demográfiai adatok	92
V.3.2. Eszközhasználati preferenciák.....	94
V.3.3. Hallgatók által előnyben részesített médiumok az online oktatás során	95
V.3.3.1. Közös munkát elősegítő alkalmazások.....	96
V.3.3.2. Egy bizonyos funkciót előtérbe helyező platformok.....	97
V.3.3.3. Főként közösségi funkciókat előtérbe helyező alkalmazások	100
V.3.3.4. Összegzés, következtetések.....	101
V.3.4. A nemzetközi hallgatók élményei az online oktatással kapcsolatban: az online oktatási módszerek előnyei és hátrányai a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatók nézőpontjából	101
V.3.4.1. Elszigeteltségből fakadó problémák.....	101
V.3.4.2. Technológiai jellegű nehézségek.....	103

V.3.4.3. Nyelvi korlátok.....	104
V.3.4.4. Az online oktatás előnyei a nemzetközi hallgatók körében	104
V.3.4.5. Időhöz való viszony megváltozásából adódó pozitívumok.....	104
V.3.4.6. Az oktatás digitális jellegéből adódó előnyök.....	105
V.3.4.7. Milyen hatással volt az online oktatás saját akadémiai és mindennapi életbeli teljesítményükre?	105
V.3.4.8. Jövőképek.....	107
V.3.5. Összegzés, következtetések.....	108
VI. Pécsi Tudományegyetem közösségi médiakommunikációja	108
VI.1. Nemzetközi hallgatók jelenléte a különböző social media site-okon.....	109
VI.2. Nemzetközi hallgatók az Instagramon: a Studyinpecshungary Instagram oldal.....	112
VI.3. Tartalmak vizsgálata	112
VI.3.1. Az egyetem által megosztott tartalmak	113
VI.3.1.2. Arculat.....	113
VI.3.1.3. Formai jellemzők	114
VI.3.1.4. Tartalmi jellemzők	115
VI.3.2. A diákok tartalmi.....	118
VI.3.2.1. Helyek Magyarországon	119
VI.3.2.2. Helyek Pécsen – Az étel és étkezés mint a kultúra kommunikációjának eszköze	121
VI.3.2.3. Helyek Magyarországon kívül	125
VI.3.2.4. A diákok és a turista tekintet.....	127
VI.3.2.5. Különbségek a tartalomelőállítók között	130
VI.3.2.6. Szórakozás	136
VI.3.2.7. Természethez köthető jelenségek.....	136
VI.3.2.8. Covid.....	138
VI.3.3. További közösségi oldalak.....	140
VI.3.4. Összegzés, következtetések	141
VII. A dolgozat összegzése.....	143
Irodalomjegyzék	145
Egyéb hivatkozások	157
Függelék	161

Choose Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram and a thousand others ways to spew your bile across people you've never met. Choose updating your profile, tell the world what you had for breakfast and hope that someone, somewhere cares. Choose looking up old flames, desperate to believe that you don't look as bad as they do. Choose live-blogging, from your first wank 'til your last breath; human interaction reduced to nothing more than data.

(részlet Danny Boyle: T2 Trainspotting c. filmjéből)¹

I. Bevezető, témamegjelölés, fogalmi keretek

A dolgozat felütésének szánt, olykor verbálisan igazán erős, mondhatni vulgáris kifejezőeszközöket használó idézet Danny Boyle 2017-ben készült *T2 Trainspotting* c. filmjében hangzik el, az egyik főszereplőt - Rentont - alakító Ewan McGregortól. Szavain átüt a kiábrándultság, melyet a közösségi médiahasználók sekélyessége, a komoly problémákkal szembeni érzéketlensége váltott ki. Úgy véli, a közösségi médiahasználat nem más, mint a goffmani értelemben vett homlokzat kialakításának eszköze, és melyhez kapcsolódó szerepek mögött semmiféle mélyebb értelem nem rejtőzik. Éppen ezért is, a kattintások, megosztások, állapotfrissítések, kedvelések az interperszonális kommunikációt csupán emberi érzések nélküli adatokra, számokra redukálják, melyek valójában csak a hirdetőknak és nagyvállalatoknak kedveznek, kizsákmányolják az embereket. Ebben a dolgozatban egy ellenkező álláspontra törekedem, és bemutatom, hogy a közösségi médiahasználati mintázatok okkal alakulnak ki, és kialakulásukat valódi, mindennapi életbeli szükségletek, célok, érzések és helyzetek motiválják.

Az interkulturális kommunikáció kihívást jelent a felsőoktatás szereplői számára, legyenek azok az egyetemek oktatói, vagy a más országokból érkező hallgatók. Nemcsak a különböző kulturális és társadalmi háttérrel rendelkező diákoknak kell egymással megértetniük magukat, azonban a felsőoktatási intézményeknek is komoly erőfeszítésekre van szüksége ahhoz, hogy kutatóik, tanáraik és a diákok között sikeres kommunikáció és ezáltal eredményes együttműködés alakulhasson ki. E témaválasztás mögötti személyes motivációmot erősíti, hogy én magam is tapasztalatokkal rendelkezem ezen a területen, ugyanis több alkalommal vehettem részt kreditmobilitási programokban, két kulturálisan rendkívül sokszínű világvárosban – Berlinben és Bécsben –, ahol a hallgatói közösség tagjaként nem csak az egyetemi tananyaggal, hanem e városok dinamikájával és az

¹ Az idézet szöveges átirata a következő weboldalon érhető el:
<https://www.imdb.com/title/tt2763304/characters/nm0000191>

interkulturális kommunikáció széles spektrumával is szembesülhettem. Az én szemszögemből nézve az imént említett kreditmobilitási programok lehetőséget kínáltak arra, hogy fejlesszem kulturális érzékenységet és azokat a készségeket, amelyek szükségesek a hatékony kommunikációhoz és együttműködéshez különböző kultúrákból származó hallgatókkal.

Ezen kívül, a Pécsi Tudományegyetemen (PTE) nyelvtanárként való tevékenységem során különleges lehetőséget kaptam arra, hogy nemzetközi hallgatókkal dolgozzak. Ez a tapasztalat tovább mélyítette az érdeklődésemet és felkeltette figyelmemet a nemzetközi hallgatók kommunikációs hálózatai iránt. Az oktatási folyamatok során észrevettem, hogy a hallgatók közötti kulturális különbségek befolyásolják a tanulási élményeket, folyamatokat, módszerek sikerességét és a csoportdinamikát, és ezekről gyakran és intenzíven folytatnak párbeszédet. A nemzetközi hallgatói közösségek kulturális sokszínűségének megértése és kezelése nem csupán az akadémiai, hanem a szociális kapcsolatok terén is kiemelt fontosságú.

Ez a dolgozat arra törekszik, hogy feltárja és elemezze a nemzetközi hallgatók kommunikációs hálózatainak kialakulását, fenntartását, kiemelt tekintettel a diákok kulturális hátterére és az általuk használt médiumokra. A személyes tapasztalataim és az ezekből levont tanulságok segítenek mélyebb betekintést nyerni a témába, és remélhetőleg hozzájárulnak az interkulturális kommunikáció és oktatás terén történő fejlesztésekhez.

Jelen dolgozat a felsőoktatás *nemzetköziesítésének* tágabb kontextusában helyezhető el. A *felsőoktatás nemzetköziesítése* az a folyamat, mely célja az interkulturális vagy globális dimenzió integrálása az oktatás céljához, funkcióihoz vagy megvalósításához. (de Wit 2010:9) Mi is azonban az az interkulturális vagy globális dimenzió? Ahogy a következőkben látni fogjuk, a felsőoktatás *interkulturalitását* és *nemzetköziesességét*, számos aspektusból meg lehet közelíteni, de e megközelítések valahogy mindig figyelmen kívül hagyják a felsőoktatás főszereplőit, a diákokat, és az ő szubjektív szemszögüket. Teichler (2017) a *nemzetköziesítés* definícióit összegyűjtve a folyamat különböző szintjeit határozta meg:

- (1) *világméretű/határokon átnyúló tudásátadás* (azaz könyvek és egyéb médiumok, tananyagok, kutatási eredmények...stb.),
- (2) *az országok közötti fizikai mobilitás* (ez a nemzetköziesítés kvázi, leglátványosabb formája, azaz a hallgatói és oktatói mobilitás; vendégoktatók, nemzetközi hallgatók jelenléte a felsőoktatási intézményekben),

- (3) *nemzetközi együttműködés és kommunikáció* (tehát az országok, felsőoktatási intézmények, kutatók közötti határokon átívelő kommunikáció, kutatások, közös projektek... stb.),
- (4) *nemzetközi oktatás és kutatás* (e kategóriába sorolhatjuk a kulturális összehasonlító megközelítéseket, az interkulturális tanulást, szocializációt a nemzetközi megértés érdekében. Ez tehát a tanulás, megismerés kulturális dimenziója, mely a különböző kultúrák együttműködését segíti elő),
- (5) *nemzetközi hasonlóság* (egyfajta konvergencia, globalizáció, európaizálódás a felsőoktatási trendekben), valamint a
- (6) *nemzetközi hírnév* ("világszínvonalú egyetemek", „nemzetközi minőség” létrejötte).

Az elmúlt évek nemzetköziesítési törekvéseinek „legkézzelfoghatóbb” bizonyítéka a nemzetközi hallgatók számának folyamatos növekedése. Évről-évre egyre több hallgató vesz részt rövidebb, hosszabb mobilitási programokban, az UNESCO legfrissebb, 2018-as adatai szerint 2016-ban 4.854.346 hallgató tanult származási országától eltérő ország felsőoktatási intézményében.² Ez a szám jelentős növekedést jelent az elmúlt közel húsz év adataihoz képest. Az UNESCO felmérése szerint a globálisan mobil hallgatók száma 2002-ben 2,1 millió, míg 2009-ben már 3,4 millió volt és egyes becslések 2020-ra már 6 milliós nemzetközi hallgatói létszámot jósoltak. (Nicolescu-Galale 2013) Ezek a számok egy folyamatos, 12%-os növekedést mutatnak évente.

A nemzetköziesedés folyamata – ugyanúgy, ahogy a „nemzetközi hallgatók” mobilitása, gondoljunk csak a középkori egyetemekre – nem új keletű jelenség, azonban az 1960-as évektől kezdett felerősödni, ebben az időszakban jöttek létre azok a fő hallgatói áramlási útvonalak, melyek ma is a leginkább meghatározzák a mobilitási trendeket. A hallgatói mobilitás fontosságát az is alátámasztja, hogy a migráció tíz legjelentősebb fajtáját elemző migráció-kutató központ a 9. helyre sorolta a tanulmányi célú vándorlásokat. Globális kitekintésben az Egyesült Államok, Nagy-Britannia, Ausztrália, Kanada, Németország és Franciaország a legtöbb nemzetközi hallgatót fogadó országok. (Császár-Alpek 2018) Ezen

² *Internationally mobile students, global, 2011-2017.*

<https://migrationdataportal.org/themes/international-students>

Meg kell azonban jegyezni, hogy más statisztikák eltérő eredményeket mutathatnak, attól függően, hogy a felmérések készítői kiket tekintettek nemzetközi hallgatónak.

nagy fogadó országok számára hosszú távon lényeges a nemzetközi hallgatók jelenléte, hiszen e hallgatók tanulmányaik elvégzése után magasan képzett munkaerővé válnak akár a fogadó ország számára.

Nem csak az egyetemek, hanem az egyetemeknek otthont adó városok is érdekeltek a nemzetközi hallgatók toborzásában. A tehetségek megszerzése mellett ma már a bevételszerzés is központi szerepet tölt be az egyetemek és a városok életében. (Császár – Alpek 2018) E hallgatók jelenléte a városban pozitív hatású, gazdaságdinamizáló szerepet tölt be, többletbevételt eredményez, vagy akár új munkahelyek létrehozásához, a munkaerőpiac átalakulásához is vezethet. Habár a nemzetközi hallgatók „pénze” külföldről származik, mindennapi életüket a városban élik, a városban fizetnek a lakhatásért, vásárolnak be, járnak szórakozni, ennek következtében számos felsőoktatási intézmény és egyetemváros jelentős bevételi forrásként tekint e hallgatókra.

Van azonban a gazdasági szemponton túl még egy aspektus, mely az egyetemeket érdekeltté teszi a nemzetközi hallgatók fogadásában. A *nemzetköziesítés* és ezzel összefüggésben a minél magasabb nemzetközi hallgatói létszám növeli a felsőoktatási intézmények presztízsét, hiszen mely egyetem ne lenne büszke arra, ha a világ minden tájáról érkeznek fiatalok, hogy az ő programjaikban vegyenek részt, és ez egyben változatosabbá is teszi az intézmény kulturális összetételét.

Magyarországon a nemzetközi hallgatók körében népszerű felsőoktatási intézmények élmezőnyében a budapesti Semmelweis Orvostudományi Egyetem, a Debreceni Egyetem, a Pécsi Tudományegyetem, valamint a Szegedi Tudományegyetem állnak. Ezen intézmények karai közül is az orvostudományi karok a legkedveltebbek a mobilitás céljának szempontjából. (Wusching 2017) A Pécsi Tudományegyetem országos viszonylatban az egyik legtöbb nemzetközi hallgatót fogadó intézmény, külföldieknek szánt képzései angol nyelven az Általános Orvostudományi Karon már 1987-ben elindultak, így látható, hogy a Pécsi Tudományegyetem az ezredforduló óta egyértelműen szintén *nemzetköziesedés* útjára lépett. (M. Császár-Wusching 2014)

A Pécsi Tudományegyetem kutatói által végzett felmérések segítségével azonban nem csak a város és az egyetem, hanem a nemzetközi hallgatók szemszögéből is rálátást nyerhetünk a mobilitást erősítő faktorokra. A hallgatói elégedettség állandó monitorozása alapvető feladata az egyetem nemzetközi kapcsolataival foglalkozó munkatársainak, hiszen e hallgatók viszik tovább az intézmények jó hírnevét, mely meghatározza azt is, hogy a következő években hány új külföldi diákot köszönhet majd az egyetem. Wusching (2017) kvantitatív kutatása a nemzetközi hallgatók motivációit, tapasztalatait és elégedettségét

hasonlította össze két hazai felsőoktatási intézményben, a Debreceni Egyetemen, valamint a Pécsi Tudományegyetemen. Wusching doktori értekezése azért is jelentős, mert rávilágít arra, hogy még ugyanazon ország vidéki egyetemei között is jelentős eltérések jelentkezhetnek a hallgatói motivációk, tapasztalatok és felmerülő nehézségek terén. Amikor a hallgatók egy magyar egyetemet választanak, a döntéshozatal során kulcsfontosságú szempontként jelennek meg a képzés költségei, valamint a mindennapi kiadások. A nyugati országokból gyakran azért érkeznek hozzánk a diákok, mert küldő országukban a képzések jóval drágábbak, a tanulmányaik alatt használt eszközök költségeit saját maguknak kell állniuk – gondoljunk csak az orvostanhallgatókra – vagy az ottani karok férőhelyeinek száma korlátozott. Wusching kutatásában a megkérdezett hallgatók körében azonban az anyagi szempontok mellett gyakori motiváló erő a kíváncsiság, nyitottság, a más kultúrák megismerésének vágya. A mobilitásban részt vevő hallgatók interkulturális kompetenciája fejlődik a fogadó országgal való interakciók során, később is nyitottak maradnak az efféle kihívásokra, és mind a továbbtanulás, mind pedig a munkavállalás szempontjából szívesen kötelezik el magukat a küldő és a jelenlegi fogadó országtól eltérő további ország mellett. Habár a nemzetközi hallgatók itt tartózkodása intenzíven foglalkoztatta a PTE kutatóit (M. Császár-Wusching 2014; Császár-Alpek 2018; Wusching 2017), e kutatásokkal kapcsolatban megjegyezhető, hogy inkább az ideérkező hallgatók gazdaságban betöltött szerepét vizsgálták és nem merültek mélyebbre az itt élő diákok mindennapi életének részleteiben. A külföldről érkező diákokról nagy mennyiségű információ áll rendelkezésre az egyetem adatbázisában; megtudhatjuk, mely országból érkeztek, milyen típusú ösztöndíjjal rendelkeznek, mely karon, szakon tanulnak, sőt még velük készült elégedettségi kérdőívekhez is hozzáférhetünk. Ezek az adatok azonban mintha inkább kvantitatív jellegűek lennének, melyek kissé önkényesen is értelmezhetőek, és kontextustól függően úgy alakíthatók, hogy illeszkedjenek az egyetem népszerűsítésének további folyamataiba. Ebből fakadóan megfogalmazódik az igény olyan kvalitatív kutatásokra is, melyek nem csak a nemzetközi hallgatókkal összefüggő számokat vizsgálják, hanem azt is, milyen valójában nemzetközi diáknak lenni, mely problémákkal, akadályokkal szembesülnek a hallgatók mindennapi életük során, és mi ragadja meg a figyelmüket, hogyan látják a várost, amiben élnek, mik az ő prioritásaik a magyar diákokkal, más külföldi diákokkal vagy a városlakókkal összehasonlítva.

Pécs, Baranya megye székhelye egykori bányászváros, jelenleg vidéki egyetemváros, lakossága megközelítőleg 140.000 főre tehető.³ Jóllehet, az egyetemi statisztikákban megjelennek a külföldi hallgatók, ellenben a város statisztikáiban nincs nyomuk annak ellenére, hogy e diákok aktív közreműködők a város életének formálásában. Szórakozóhelyeket látogatnak, kulturális programokat szerveznek és azokon vesznek részt, különböző szolgáltatásokat vesznek igénybe, sőt, üzleteket működtetnek, szüntelenül kommunikálnak a várossal és lakóival, valamint különböző közösségi médiumokban a városról is, melynek nem csak gazdasági, hanem társadalmi és kulturális hatásai is vannak. Mikor megérkeznek Pécsre, eltérő mértékben rendelkeznek információval a városról, intézményeiről és lakóiról, illetve más és más kapcsolati és információs háló veszi őket körül, mely vagy segíti, vagy éppen ellenkezőleg, akadályozza őket itteni mindennapi életbeli eligazodásban. A nehézségek repertoárja rendkívül széles, mellyel e hallgatók szembesülhetnek. Kezdetben olyan alapvető akadályokba ütközhetnek, mint a nyelvi korlátok és az ebből fakadó olyan további hétköznapi problémaforrások, mint az ügyintézés, bevásárlás, tájékozódás, közlekedés során felmerülő bonyodalmak, kulturális előítéletek, vagy az egyetemi és város közeghez való alkalmazkodás, kulturális viselkedések, folyamatok megértése. (Wusching 2017)

Napjainkban az egyetemek körében “divatos” a *nemzetközi, nemzetköziesített* jelző használata, hiszen e kifejezés emeli az intézmény presztízsét, és feltételezi, hogy egy multikulturális, külföldön is elismert, magas színvonalú képzéseket biztosító intézmény, mely kedvelt célja a mobilitásban részt vevő diákoknak. Ahhoz, hogy egy egyetem és az intézménynek otthont adó város valóban egy kulturálisan is sokszínű közeggé válhasson, alaposabban meg kell ismernie a diákjait.

Miért is fontos ez a megismerés? E dolgozat elkészítéséhez végzett kérdőíves, interjú és tartomelemző kutatások tanulmányozása rávilágított azonban arra, hogy mikroszinten a diákok nap mint nap olyan kultúrák közötti találkozásokról adódó kihívásokkal szembesülnek, melyekre a válasz, a megoldás informális, alulról szerveződő csatornákon keresztül érkezik, és e csatornák és az ezeken áramló információk hallgatói csoportonként eltérő mintázatokat mutathatnak. Ahogy Miller és Madianou (2012) rámutat arra, a digitális kommunikáció állandó fejlődésével a különböző országokban, kultúrákban az emberek más és más kommunikációs csatornákat, médiumokat, alkalmazásokat, platformokat más és más mértékben részesítenek előnyben, mely jelenségnek számos oka lehet, a médium adott

³ Pécs népessége
<http://nepesseg.com/baranya/pecs>

országban való hozzáférhetőségétől kezdve a platformok által kínált kifejezőeszközök repertoárjáig. Az azonos médiumok használatának módja is különbözhet országoként, kultúránként, azaz a felhasználók különböző attitűdöket mutathatnak egyazon médiummal szemben, eltérő funkciókkal és attribútumokkal ruházhatják fel ezeket, eltérő céllal, eltérő kommunikációs helyzetekben alkalmazhatják őket.

Ha ismerjük e hallgatói csoportok médiahasználati szokásait, ezeken keresztül könnyebben megismerhetjük azt a látásmódot, melyen keresztül a diákok az egyetemet, Pécsét és lakóit látják, mindennapjaikat élik, ezáltal pedig könnyebben megszólíthatjuk és bevonhatjuk őket a kommunikációba, elkerülve azt, hogy inkább felépítenek olyan saját kommunikációs hálókat, párhuzamos társadalmakat, amelynek a fogadó ország lakói és az egyetem nem részei.

I.1. Kérdésselvetés

A digitális médiumok mindennapi életünk meghatározó kontextusává váltak az utóbbi évtizedekben. Olyan mediális környezetet biztosítanak, amelyben az emberek szerte a világon kommunikálhatnak, információt cserélhetnek, megoszthatják tudásukat és kölcsönhatásba léphetnek egymással, függetlenül a távolságoktól, amely elválasztja őket. Ha mélyebbre tekintünk, a digitális, de leginkább a közösségi médiumokat bizonyos értelemben interpretálhatjuk "kulisszaként" is Erving Goffman *kulissza* fogalmának kontextusában (Goffman 1959). A közösségi médiumokon keresztül az emberek különböző szerepeket jeleníthetnek meg, és az ott megjelenített identitások is hasonlóan működhetnek, mint a Goffman által leírt színpadi szerepek. A közösségi médiumokon a felhasználók saját profilokat hoznak létre, ahol kiválaszthatják, mindennapi életük mely aspektusait szeretnék megosztani a közösséggel. Ezeket a felhasználói profilokat és bejegyzéseket értelmezhetjük a "színpadként" is, ahol a diákok a kiválasztott szerepeiket játsszák el, hiszen ahogy majd a későbbi fejezetekben láthatjuk, a diákok reprezentálni fogják magukat többek között *nemzetközi diákként, egészségügyi dolgozóként, világjáróként, saját kultúrájának képviselőjeként egy másik országban, szülőként, házastársként, gyerekként...etc.*, és ráadásul e szerepek a kommunikációs helyzet, partner és választott médium, azaz a színpad függvényében is változni fognak. A diákok vagy az intézmények a közösségi médiumokon keresztül előadják szerepüket, és a bejegyzéseikkel, képeikkel, videóikkal, szöveges posztjaikkal olyan képet alkothatnak magukról, amelyet mások láthatnak és amely megfelel az adott közösség vagy a társadalmi normáknak. A szerep megjelenítése azonban nem egyszerű feladat, a felhasználóknak válogatni kell azon információk és tartalmak között,

amelyeket megosztanak, és azok között, amelyeket megtartanak maguknak. Habár Miller (2011) megkérdőjelezi az offline és online tér elválasztásának szükségességét, ebben az értelemben lehet a közösségi média egyfajta "kulissza", ahol az emberek néha kilépnek a reflektorfénybe, hogy életük bizonyos aspektusait megosszák másokkal, míg máskor visszalépnek a függöny mögé, így váltogatva online és offline életük között. A szerepeket azonban folyamatosan fenn is kell tartani a kívánt társadalmi benyomás elérése és megőrzése érdekében. Ezek a szerepek azonban nem hamisak, vagy a valóságtól elrugaszkodottak, hanem a hallgatók mindennapi életének különböző részletei.

Fontos azonban megjegyezni, hogy a közösségi médiumok használata azért mégis sokszorosán összetettebb tevékenység, mint a Goffman által leírt személyes interakciók színházábrázolása, ugyanis a különböző digitális médiumok sajátosságai miatt egyedi kihívásokkal és lehetőségekkel jár. E médiumok szinte észrevétlenül szövik át hétköznapjainkat, és miközben mi, mint aktív felhasználók folyamatosan alakítjuk, újabb és újabb funkciókkal ruházzuk fel, vagy éppen korábbi rendeltetésüktől fosztjuk meg őket, azonban, e platformok, eszközök, alkalmazások, csatornák szintén meghatározzák a mi mindennapjainkat, térhez és időhöz, más emberekhez, de talán még önmagunkhoz fűződő viszonyunkat, valamint napirendünket is.

Amikor a nemzetközi mobilitásban részt vevő hallgatók Magyarországra érkeznek, rendelkeznek egy bizonyos kommunikációs hálózattal és rájuk jellemzően és általuk felépített mediális környezettel, valamint speciális médiahasználati szokásokkal, melyek létrejöttében közrejátszottak a küldő országban domináló médiahasználati trendek, az egyén és a kommunikációs hálója tagjainak kompetenciái, életkoruk, adott globális trendek, valamint azon kultúrák és országok szokásai, melyekben a hallgató hosszabb ideig tartózkodott.

Megérkezés után az új szociokulturális közeg azonban olyan változásokat eredményezhet, mely kihat a hallgatók mindennapi életének összes területére. A hallgatók kapcsolatba kerülnek más országból érkező nemzetközi hallgatókkal, magyar hallgatókkal, városlakókkal, valamint a város különböző tereivel, intézményeivel és szolgáltatásaival is. Mindezekkel párhuzamosan ugyanakkor számos kommunikációs kapcsolat fűzi őket a származási országukhoz és globálisan az általuk használt közösségi médiumok más felhasználóihoz.

Sawyer 2012-es tanulmányában az *interkulturális alkalmazkodás* fogalmával magyarázza azt a folyamatot, melyet a diákok e kezdeti időszakban tapasztalhatnak. Az interkulturális alkalmazkodást egy dinamikus, szubjektív folyamatként értelmezhetjük, melynek

meghatározó aspektusa az idő, azaz ez egy idővel fejlődő képesség, és magában foglalja a különböző kulturális kihívásokra való rugalmas reagálást, ezekhez való alkalmazkodást és az általuk való tanulást. A személyes fejlődés, a szerzett tapasztalatok és a kulturális érzékenység fejlesztése mind hozzájárulhat az interkulturális alkalmazkodás sikeréhez. E folyamat magában foglalja mindazokat az interakciókat, melyek a kulturális megértés előmozdítását célozzák, hogy az új kulturális környezet elvárásaihoz alkalmazkodjanak. A kutatások azt mutatják, hogy a gördülékenyebb alkalmazkodás során a közösségi médiumok kiemelt szerepet játszanak, miközben arra is alkalmasak, hogy a diákok fenntartsák a kapcsolatukat az „otthonnal”, azaz a származási kultúrájukkal. (Sawyer 2012)

A 2020-as év komoly változásokat hozott mindannyiunk hétköznapjaiban. Az egész világon végigsöprő Covid-19 okozta pandémia, függetlenül attól, hogy ez otthon, vagy attól távol, az új, átmeneti otthonban érte az embereket, jelentősen átalakította a mindennapi élet legtöbb területét. A kormányok járványügyi intézkedéseinek következtében az emberek meghatározó része a biztonságot nyújtó otthon falai között maradt, a személyes társas érintkezések mennyisége jelentősen csökkent. Az olyan munkahelyeken, ahol ezt a munkakörök lehetővé tették, home office-t, távmunkát, mobil munkavégzést, az oktatási intézményekben online oktatást vezettek be. Ez azonban nem csak azt eredményezte, hogy az egy háztartásban élő családtagok a hol szigorúbb, hol lazább lakhelyelhagyási, kijárási tilalmak miatt idejük nagy részét egymással töltötték, hanem azt is, hogy számos ember magára maradt, köztük egyedülállók, egyetemisták, külföldön dolgozók, ezzel pedig az olyan családok, melyekben a szülők egyik tagja külföldön dolgozik, vagy gyermekük a származási országtól eltérő országban tanul, hosszabb ideig arra kényszerültek, hogy egymástól távol töltsék mindennapjaikat. Akár hétköznapi tapasztalatainkra támaszkodva is tudhatjuk, hogy a média ebben az időszakban egyfajta „biztonságos menedékké” alakult sokunk számára. Ebben az időszakban a járványról megjelenő (ál)hírek, a bezártság érzete, a munkahelyek elvesztése, anyagi problémák, a családtagoktól való elszigeteltség okozta frusztráció miatt különösen fontossá váltak a közösségi médiumok. Tekintve, hogy Magyarországon igen szigorú kijárási tilalom lépett érvénybe a kezdeti időszakban, a közösségi médiumok hírfolyamai váltak a járvánnyal kapcsolatos az (1) *információk forrásává*, itt azonban nem szabad megfeledkeznünk az álhírek megsokasodásáról sem⁴. Ezek a platformok szolgálták a (2) *kapcsolattartás elsődleges csatornájául* is, gondoljunk

⁴ *Félretájékoztató és álhírek: virusszerűen terjednek a COVID-19 járvány idején*
<https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200326STO75917/felretajekoztatas-es-alhitek-virusszeruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen>

csak a videóhívásokra, akár csoportos hívásokra, online konferenciákra, vagy a különböző, korábbi offline tevékenységek online térbe helyeződésére. Nem utolsó sorban pedig a különböző online médiumok a munka és a tanulás eszközeivé és helyszíneivé is átalakultak, és előtérbe kerültek azok az alkalmazások, mint például a *MS Teams*, melyek lehetővé tették a közös munkát.

Azonban nem csak a médiumok hatottak a felhasználók mindennapi életére, hanem fordítva is, a járvány során megváltozó és újonnan létrejövő felhasználói igények is befolyásolták a médiumok fejlődésének irányát, mind tartalmi, mind formai szempontokból tekintve. A platformoknak szigorúbban kellett szabályozniuk és ellenőrizniük a COVID-19 témájú tartalmakat, új intézkedéseket és algoritmusokat kellett bevezetniük. Mindazonáltal, a kormányzati szervek is előszeretettel alkalmazták a közösségi platformokat a járvánnyal kapcsolatos információk kommunikálására, gondoljunk csak Magyarországon a *Facebookon* élőben közvetített kormányinfókra.

Érdeemes továbbá, kiváltképpen a járvány időszakában, de általánosságban a közösségi médiára, mint szórakozásra is tekinteni. danah boyd (2014) *It's complicated: the social lives of networked teens* c. könyvének közösségi média függőségről szóló fejezetében boyd megkérdőjelezi a "függőség" fogalmát, ugyanis ez túlságosan leegyszerűsíti a közösségi média összetett használatát és szembe helyezi a sokoldalú használhatóságával, amely magában foglalja a *kommunikációt, szocializációt, szórakozást és identitáskeresést*. Habár boyd alapvetően a tizenévesek közösségi médiahasználatát vizsgálja, számos aspektusa kiterjeszhető a fiatal felnőttek csoportjára, és különösen azokra, akik származási országuktól eltérő országban töltik mindennapjaikat. A társas kapcsolatok fenntartásának fontossága központi kérdéssé vált a pandémia idején és a közösségi média lehetőséget nyújtott a társakhoz való csatlakozásra, akár új kapcsolatok kialakítására és szociális világuk navigálására. boyd (2014) megjegyzi, hogy még a fokozott közösségi médiahasználat is egy stratégiaileg jól megtervezett tevékenység, mely a mindennapi élet összetett szociális dinamikáinak kezelésére szolgál. Amikor az emberek a járvány alatt arra kényszerültek, hogy napjaikat a négy fal között töltsék el, nem feltétlen csak a társas kapcsolatok fenntartása és az információszerzés, hanem a szórakozás miatt is megnövekedett a közösségi médiumokkal eltöltött idő. boyd (2014) Csikszentmihályira hivatkozva ezt a jelenséget „flow”-nak nevezi, és ahogy majd a későbbi fejezetekben is láthatjuk, a hallgatók gyakran számoltak be arról, hogy a kijárási tilalom alatt talán néha túlzottan sok időt is töltöttek el, például *Instagram reels-videók* nézegetésével.

Habár Miller *Tales from Facebook* (2011) c. könyvében a címben szereplő közösségi site-tal kapcsolatban megjegyzi, a kiterjedt közösségi hálózatokra épülő platformok korában egyre inkább értelmét veszti az online és offline tér közötti különbségtétel, a világjárvány eredményeképpen azonban azt is megfigyelhettük, mintha mindannyian migránsokká váltunk volna, ahogy egyik napról a másikra az offline térből átvándoroltunk az online-ba, áthelyeztük kapcsolatainkat, irodáinkat, osztálytermeinket. A járvánnyal kapcsolatos intézkedések a társadalom nagy részét újfajta kihívások elé állították, olyan médiumokat, platformokat kezdtünk el használni, amikkel előtte nem találkoztunk, olyan kapcsolatok kerültek az online térbe, melyek korábban a kapcsolatok jellege vagy a találkozások sűrűsége miatt az offline térben maradtak volna. Ebben, a nehézségekkel és frusztrációval teli időszakban az otthonunktól távol élő egyének életében még inkább szükség volt a kapcsolattartásra, melyben a közösségi média kiemelt szerephez jutott.

A dolgozat egyik központi kérdése, hogy miként segíthette a nemzetközi hallgatókat a közösségi média az alkalmazkodási folyamatokban, azaz abban, hogy megértsék és igazodni tudjanak a mindennapi életükben bekövetkező változásokhoz, úgy, hogy közben a meglévő kommunikációs kapcsolataikat sem szakítják meg, különös tekintettel a 2020-as év elején elterjedő világjárványra, mely váratlan helyzetek elé állította a diákokat és az egyetem munkatársait egyaránt? Továbbá, ehhez kapcsolódóan adódik a kérdés, egyáltalán segítette-e őket a közösségi médiahasználat, vagy e médiumok használata izolációt, egymással kölcsönhatásba nem lépő, zárt közösségek kialakulásához vezetett? Ahhoz, hogy a dolgozat erre a két alapvető kérdésre választ adhasson, a következő kérdések vizsgálatára volt szükség:

- *Milyen hétköznapi nehézségekkel szembesültek a nemzetközi hallgatók, milyen problémák merültek fel megérkezésüket követően?*
- *Milyen, különösen a nemzetközi hallgatói csoportokra nehézségek voltak megfigyelhetőek a világjárvány alatt?*
- *Hogyan épül fel a nemzetközi hallgatók mediális környezete, milyen médiumokat, médiumrendszereket használnak, és ezeket milyen speciális funkcióval látják el, azaz bizonyos kommunikációs helyzetekben, meghatározott személyek esetében, meghatározott célok megvalósításához milyen kommunikációs stratégiákat hoznak létre?*

- *Hogyan tudják fenntartani a meglévő kommunikációs hálózatokat az otthoniakkal, és ezeket a hálózatokat miként terjesztik ki a célország lakóira is?*
- *E hálózatok kialakításában milyen szerep jut az egyetemnek?*

I.2. Fogalmak tisztázása: külföldi hallgató, nemzetközi hallgató vagy sojourner? Kiket tekinthetünk nemzetközi hallgatónak?

A nemzetközi mobilitásban részt vevő hallgatók számával kapcsolatos adatokra a nyilvános diskurzusban gyakran úgy hivatkoznak, hogy közben nem adnak magyarázatot arra, kiket is értenek a hallgatók e csoportja alatt. Sokszor egyszerűen “külföldi hallgatóknak” vagy “cserediákoknak” nevezik őket, figyelmen kívül hagyva mobilitásuk típusát, motivációját vagy származási országukat. A nemzetközi mobilitásban részt vevő hallgatók száma ugyanakkor valóban nehezen állapítható meg, ugyanis különböző, egymástól igen kis részletekben eltérő, vagy egymást átfedő definíciók mentén magyarázható, kik sorolhatók a hallgatók e csoportjába.

Az OECD és az Eurostat meghatározása szerint azok a hallgatók tekinthetők *nemzetközi hallgatóknak*, akik nem állandó lakosai annak az országnak, melyben felsőoktatási tanulmányaikat folytatják, vagy korábbi tanulmányaikat más országok felsőoktatási intézményeiben végezték.⁵ Az intézmények, amennyiben nem áll rendelkezésükre megfelelő adat, gyakran a külföldi hallgatókat (*foreign students*) tekintik nemzetközi hallgatónak. E hallgatók státuszát állampolgárságuk határozza meg, azaz a nemzetközi hallgatók a külföldi hallgatók részhalmazát képezik.⁶ E meghatározás értelmében, ha a Pécsi Tudományegyetem hallgatóit tekintjük, bármely, az ország földrajzi határain kívül eső területről érkező hallgató, aki alapvetően magyar anyanyelvű, magyar nemzetiségűnek vallja magát, éppenséggel csak az állampolgársága egy szomszédos országé, vagy kettős állampolgársággal rendelkezik, *külföldi diáknak* tekinthető.

⁵ [...] *the OECD and Eurostat define international students as those who are not residents of their country of study or those who received their prior education in another country.*

Lásd.: OECD: How is international student mobility shaping up? *Education Indicators in Focus* – 2013/05 (July). p.1.

[https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20\(eng\)-Final.pdf](https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20(eng)-Final.pdf)

⁶ *Foreign students are defined according to their citizenship. International students are thus a subset of foreign students.* Lásd.: OECD: How is international student mobility shaping up? *Education Indicators in Focus* – 2013/05 (July). p.1.

[https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20\(eng\)-Final.pdf](https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20(eng)-Final.pdf)

I.2.1. Országhatárokon alapuló meghatározások

Az UNESCO 2015-ös definíciója alapján *nemzetközileg mobil hallgató (internationally mobile student)* az a személy, aki fizikai, két ország közötti nemzetközi határt lépett át azzal a célkitűzéssel, hogy a célországban oktatási/tanulási tevékenységekben vegyen részt, és melyben a célország különbözik a származási országtól.⁷ Az imént ismertetett meghatározásokban az a közös, hogy mindkettő a nemzetközi jelleget abból eredezteti, hogy a mobilitás célállomása egy származási országtól eltérő ország, valamint a mobilitás motivációját a célországban található fogadó felsőoktatási intézményben folytatott tanulmányok képezik. Ezek a meghatározások lényegében a térbeli távolságokra, államhatárok átlépésére, a földrajzi szétszórtságra fókuszálnak.

I.2.2. Az idő mint meghatározó faktor

Találhatunk azonban olyan definíciókat is, melyek a mobilitás típusát helyezik középpontba. A mobilitás szempontjából megkülönböztethetők a *kredit-* és a *diploma-mobilitási programok*. Míg az első típus azokat a részképzéseket foglalja magába, melyek általában pár hónapra, legfeljebb egy-egy félévre szólnak, a kreditek a mobilitás idejének leteltével pedig elszámolhatók a küldő intézményben, az utóbbi típus a teljes alap- vagy mesterszakos, valamint posztgraduális képzéseket tartalmazza. (Berács et al. 2017: 57) A diploma-mobilitásban részt vevő hallgatók csoportja tulajdonképpen megfeleltethető a külföldi hallgatók csoportjának abból a szempontból, hogy hosszabb ideig tartózkodnak a célországban tanulási/oktatási céllal. A *külföldi hallgatókra* a szakirodalom hivatkozik úgy is, mint azok az egyének, akik a célország felsőoktatási intézményeiben tanulnak, azonban az ország állampolgárságával nem rendelkeznek. Itt azonban a meghatározások már nem tesznek különbséget azon hallgatók között, akik vízummal érkeznek, és akik állandó tartózkodási engedéllyel rendelkeznek. Az előbbi csoport azokat a hallgatókat foglalja magába, akik érkezésük után szabadon maradnak, míg utóbbi azokat, akik például még szüleikkel érkeztek a fogadó országba, és így 1,5-generációs migránsok.⁸ A hallgatói csoportok imént ismertetett definiálásának középpontjában a fogadó országban eltöltött vagy eltölthető idő áll.

⁷ *An internationally mobile student is an individual who has physically crossed an international border between two countries with the objective to participate in educational activities in a destination country, where the destination country is different from his country of origin.* V.ö.: *Internationally mobile student definition.* <https://migrationdataportal.org/themes/international-students> (2019.10.23.)

⁸ OECD: *How is international student mobility shaping up? Education Indicators in Focus – 2013/05 (July).* [https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20\(eng\)-Final.pdf](https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20(eng)-Final.pdf)

I.2.3. Anyagi dimenzió, felkészültség, motiváció

Egy 2012-ben az Egyesült Államokban tanulmányokat folytató, külföldről érkező diákokat vizsgáló tanulmány (Rahul et. al) az anyagi dimenzió és a felkészültség találkozási pontjainak mentén tett kísérletet a nemzetközi hallgatói csoportok definiálására. A diákokat megkérdezték továbbá azzal kapcsolatban is, hogy a felkészülés, tájékozódás, intézményválasztás során, mely információkat tartották a legfontosabbnak. Ezen faktorok alapján a kutatók a diákok négy csoportját különítették el.

Az első csoportot a “törekvők” (*strivers*) alkotják, akik hosszú távú célokkal, felkészülten, kiforrott tervekkel érkeznek az országba. Mivel anyagi forrásaik korlátozottak, jellemzően az egyetem mellett munkát vállalnak, hogy finanszírozni tudják tanulmányaikat. Tekintve, hogy megélhetésük fenntarthatósága számukra kulcsfontosságú kérdés, a különböző anyagi támogatásokkal és pénzszerzési lehetőségekkel kapcsolatos információkra voltak a leginkább kíváncsiak.

A tanulmány a második csoportba a “küszködőket” (*strugglers*) sorolja. E hallgatók szintén korlátozott anyagi forrással rendelkeznek, és további felkészülésre van szükségük ahhoz, hogy jól teljesítsenek egy felsőoktatási intézményben, azonban figyelmük középpontjában inkább az egyetemek hírneve állt.

A “felfedezők” (*explorers*) nagyon szívesen folytatnak tanulmányokat külföldön, azonban érdeklődésük nem korlátozódik a tanulmányokra, jóval inkább a tanulás, a megismerés személyes és tapasztalati aspektusai vonzzák őket – éppen ebből következően kevésbé felkészültek, mint a törekvők. Minthogy az egyetemek hírneve az ő esetükben másodlagos szempontot képez, információigényük középpontjában a diákszolgálatokkal kapcsolatos tájékoztatások álltak.

A “magasan szárnyalók” (*highfliers*) olyan akadémiailag jól felkészült diákok, akik megfelelő háttérrel rendelkeznek ahhoz, hogy magasabb költségű képzéseken vegyenek részt anélkül, hogy anyagi támogatást várnának az iskolától. Ők elsősorban az intézmények presztízse miatt tanulnak külföldön, az iskola hírneve számukra prioritást képezett.

Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni, hogy ezek a kategóriák, melyek elméletben éles határok mentén elkülöníthetőek, a valóságban egyrészt gyakran átfedésben állnak egymással, másrészt nehézkesen meghatározhatóak, valamint a motivációk nem feltétlen oly mértékben szélsőségesek, mint ahogy a definíciókban szerepelnek. Gondoljunk csak a nyugati országokból a Pécsi Tudományegyetemre érkező hallgatókra, akik, habár összehasonlításban a saját küldő országukkal, egy alacsonyabb megélhetésű országba

érkeznek, ahol az oktatás mellett a mindennapi élet költségei is jóval kedvezőbbek, és ez az az elsődleges aspektus, mely miatt ezt az intézményt választják, ez azonban mégsem feltétlenül jelenti azt, hogy a saját származási országukban egyáltalán nem lenne lehetőségük a továbbtanulásra.

I.3. További lehetséges értelmezési keretek

Mivel ahogy ez az előbbi definíciós kísérletekből is világossá válik, nem könnyű feladat rendet tenni a nemzetközi hallgatókhoz kapcsolódó fogalmi hálóban, az *Academic Cooperation Association* két főbb tanulmányt készített a fogalmak tisztázása érdekében. (Teichler 2017) E tanulmányok arra a következtetésre jutnak, hogy hét főbb kérdés magyarázata szükséges a nemzetközi hallgatók meghatározásával kapcsolatban: különbségtétel (1) *hallgatói mobilitás, külföldi hallgatók és „study abroad”*; (2) *befelé és kifelé irányuló mobilitás*; (3) *rövid és hosszú távú mobilitás*; (4) *vertikális és horizontális mobilitás*; (5) *mobilitás tanulmányi célból és tanulmányokkal kapcsolatos mobilitás*; (6) *a mobilitásnak nevezhető időintervallum küszöbértéke*; valamint (7) *a mobilitás egy meghatározott időpontban és mobilitás a felsőoktatási tanulmányok folyamán között*. (Teichler 2017)

Láthatjuk azonban, hogy a kategorizálásnál mégis csak a fogadó országban eltöltött idő hossza, illetve a mobilitás típusa meghatározó faktor. Habár a nemzetközileg mobil hallgatók meghatározásai igen kiterjedt fogalmi hálót képeznek, a kreditmobilitásban részt vevő hallgatókat a mobilitás időtartamára és a képzés kimenetére tekintettel nem, vagy csak kevésbé tekintik nemzetközi hallgatóknak, mivel a meghatározások többnyire azon hallgatókra vonatkoznak, akik teljes képzésekre jelentkeztek, és elsődleges céljuk a diploma megszerzése, így a célországban való tartózkodásuk legalább egy évtől akár hét évig is terjedhet.⁹

Mint ahogy az előzőekből láthatjuk, a nemzetközi (nemzetközileg mobil) hallgatók csoportja igen változatos meghatározásokkal írható le, így a különböző szervezetek és különösen a felsőoktatási intézmények, melyek között egyfajta versengés is megfigyelhető a *nemzetköziesítés* terén, (Árvai 2019) más és más módokon határozzák meg a nemzetközi hallgatói létszámot, annak függvényében, miként határozhatják meg a számukra legkedvezőbb statisztikákat.

⁹ lásd.: Migration Data Portal: *International Students*.
<https://migrationdataportal.org/themes/international-students>

Érdemes lehetne azonban még egy aspektus bevezetése, mely a fogadó országban eltöltött idő faktorával áll összefüggésben, azonban egy eltérő megközelítésből, mely az alkalmazkodás mértéke, valamint ezzel összefüggésben a tanórákon, egyetemen kívüli tevékenységek. Milyen mértékben vannak jelen a fogadó ország lakói a nemzetközi hallgatók mindennapi életében és kommunikációs hálójában, valamint milyen fokú elköteleződés jelenik meg a város iránt.

I.4. Nemzetközi hallgatói létszámok a Pécsi Tudományegyetemen

A Pécsi Tudományegyetem Nemzetközi Igazgatóságának angol nyelvű honlapja szerint¹⁰ az intézmény 106 partnerintézménnyel rendelkezik, melyekkel különböző típusú megállapodások mentén érvényesülnek az egyetemmel. Az egyetem a mobilitási programok számos típusát kínálja a *study abroad* és *csereprogramoktól* kezdve, a *nyári egyetemeken*, *kreditmobilitási programokon* keresztül egészen a *diplomamobilitási programokig*.¹¹

Az elmúlt évtized nemzetközi hallgatói létszámának globális szintű növekedése a Pécsi Tudományegyetem hallgatói létszámaiban is megmutatkozott. Míg 2014/15-ös tanévben az egyetem összes külföldről érkező¹² hallgatóinak száma 2741-re tehető, addig a 2018/19-es tanévben számuk átlépte a 4700 főt, az aktív hallgatók száma pedig a 4200-at. (Árvai 2019) Amennyiben a külföldről kizárólag teljes képzésre érkező állami ösztöndíjban részesülő vagy költségtérítéses hallgatóit vesszük, a 2014/15-ös tanévben az egyetem nemzetközi hallgatóinak létszáma 924 volt, mely a 2018/19-es tanévre 1420-ra nőtt. (Árvai 2019)

A tíz legnagyobb küldő ország listáján a 2018/19-es tanév őszi szemeszterében Németország (733 hallgató), Kína (527 hallgató), Irán (498 hallgató), Norvégia (236 hallgató), Törökország (179 hallgató), Jordánia (170 hallgató), Dél-Korea (124 hallgató), Japán (101) Pakisztán (100 hallgató), Nigéria (100 hallgató) szerepelt.

I.5. A közösségi médiumokról röviden

Mielőtt rátérnénk a dolgozat tárgyára, azaz a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak kommunikációs hálóira, tekintsük át, milyen lehetőségek közül választhatnak a

¹⁰ *A Pécsi Tudományegyetem partnerintézményei*

<https://international.pte.hu/international-relations/inter-university-agreements> (2024. 02. 29.)

¹¹ *A Pécsi Tudományegyetemen elérhető mobilitási programok*

<https://international.pte.hu/mobility-programs> (2024. 02. 29.)

¹² Ebbe a csoportba az egyetem *Kapcsolati és Nemzetköziesítési Igazgatósága* az összes olyan hallgatót sorolja, akik rész- vagy teljes képzés keretein belül állami ösztöndíjas vagy költségtérítéses formában az egyetemen tanulnak. Felmerül a kérdés, tekinthető-e nemzetközi hallgatónak egy olyan hallgató, aki egy Magyarországgal szomszédos országból érkezik, akár kettős állampolgársággal is rendelkezik és magyar anyanyelvű.

diákok, mikor a mindennapi életükben navigálnak, mely kommunikációs csatornákat biztosítja az egyetem és végül a közösségi médiumok rövid történetének áttekintésével kissé közelebb kerülhetünk annak a kérdésnek a megválaszolásához is, miért örvendenek oly nagy népszerűségnek e platformok, médiumok, alkalmazások? Továbbá, mik azok a közösségi médiumok és milyen szempontrendszer mentén nevezhetjük ezeket közösséginek?

Először is, célszerű meghatározni, mit is érthetünk a *közösségi média* fogalma alatt. E fogalom megmagyarázása nem egyszerű feladat, hiszen számos aspektus mentén állíthatunk fel definíciókat és kategóriákat, így a következőkben, a fogalom definiálására kísérletet tevő tanulmányok alapján rövid áttekintem a közösségi médiumok megszületésétől egészen a mai napig létrejövő definíciók bonyolult hálóját.

Carr és Hayes (2015: 49) a következőképpen határozza meg a közösségi média fogalmát: *internet-alapú, korlátlan és tartós tömegkommunikációs csatornák, amelyek megkönnyítik a felhasználók közötti interakciók észlelését, amelyek elsősorban a felhasználók által létrehozott tartalmakból nyerik az értéket.* Tehát, ez a definíció a médium (1) online mivoltát, (2) a felhasználók által készített tartalmakat (*user generated content*), valamint az ezen alapuló (3) felhasználók közötti kölcsönös kommunikációt feltételezi. Ez tulajdonképpen egy igen találó, általánosságban minden közösségi médiumot leíró meghatározás. Aichner et al. (2021) hat évvel későbbi tanulmánya ezzel szemben egy rendkívül alapos összeggzéssel szolgál e fogalom magyarázatáról és annak alakulásáról. Ahogy a dolgozat által gyakran idézett Daniel Miller *Tales from Facebook* (2010) c. könyvében megállapította, nem létezik olyan, hogy Facebook, csak „Facebookok”, utalva ezzel a kijelentésével arra, hogy valójában kultúránként, életkori csoportonként, sőt egyéneként is más és más jelentéstartalommal, funkciókkal ruházzák fel a felhasználók az adott közösségi médiumokat. Itt érdemes röviden kitérni arra, milyen „típusú” platformok is különíthetőek el aszerint, mely célokat szánták nekik, mely funkciókkal népszerűsítik létrehozóik, melyek Aichner et al. (2021) szerint a következők:

- kapcsolattartás a barátokkal és a családdal,
- társkeresés,
- cégekkel és márkákkal való kapcsolattartás,
- álláskeresés és szakmai kapcsolatépítés,
- üzleti tevékenység.

Aichner et al. (2021) ebben az írásában azonban nem csak a készítőik és olykor felhasználók által szándékolt funkciókat, hanem az infrastruktúra fejlettségét és a platform szerkezetét is

figyelembe veszi az elmúlt közel harminc év meghatározásainak vizsgálata által végzett definíciós kísérlete során. Ahogy a következő bekezdésekben majd láthatjuk, hogy különböző szerzők, a médiumok fejlődése során különböző időpontokra datálják a „mai értelemben vett” közösségi médiumok megjelenését.

Saha & Karpinski (2016) összefoglaló tanulmánya a közösségi médiumokról négy szakaszt nevez meg a közösségi médiumok fejlődésének. Az első közösségi oldalak története a 90-es évek végén a *Six Degrees* nevű oldallal kezdődött, mely oldal dinamikája a hatlépésnyi távolság elméletén¹³ alapult. Ez az oldal például a közösségi médiumok legalapvetőbb funkciójával rendelkezett, azaz lehetővé tette, hogy a felhasználók profilokat hozzanak, képeket töltsenek fel és kapcsolatba lépjenek más felhasználókkal. Megjelentek még további oldalak is hasonló funkciókkal, mint például a *Friendster* vagy a *Myspace*, azonban az SNS-ek fejlődésének e szakasza a *Facebook* indulásával zárult, mely egy időre vezette a közösségi médiumok népszerűségi listáját.

Ez után érkeztek meg az olyan *mikroblogging platformok*, mint a *Twitter* és a *Tumblr*, melyek lehetővé tették a felhasználók számára, hogy rövid üzeneteket, fényképeket és videókat osszanak meg követőikkel, megkönnyítve ezzel az információmegosztást és a szélesebb közönséggel való kommunikációt. Különösen a *Twitter* vált a hírek közlésének és a valós idejű információk megosztásának hatékony eszközévé.

A *mikroblogok* térnyerését követően a vizualításra, képekre, videókra helyeződött át a hangsúly, és talán teljes bizonyossággal állíthatjuk, az *Instagram* vált a legnépszerűbbé, mely oldal a 2023-as évben 1,35 milliárd felhasználót¹⁴ számlálhatott. Ez a vizuális átalakulás megkönnyítette a felhasználók számára, hogy megosszák élményeiket és kreatívan fejezzék ki magukat.

A negyedik, és a tanulmány szerint egyben utolsó szakasza is a közösségi médiumok evolúciójának, a különböző platformok összekötése, médiumok integrálása más médiumokba, gondoljunk itt például a Meta óriási kezdeményezésére, a metaverzum projekt létrehozására, vagy a számos közösségi alkalmazáson belül használható alkalmazásokra, a játékokba integrált platformokra, vagy épp ellenkezőleg, a platformokba integrált játékokra,

¹³ Az elmélet lényege, melyre először Karinthy Frigyes 1929-ben megjelent *Láncszemek c. írásában* utalt, majd Stanley Milgram fejlesztett tovább, hogy mindenki hat vagy annál kevesebb társadalmi kapcsolatra van másoktól.

SixDegrees.com – The Start of Social Media

<https://medium.com/@emijones/sixdegrees-com-the-start-of-social-media-86e287d46e9e> (2024. 02. 19.)

¹⁴ *Instagram felhasználók száma 2020-2025*

<https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-use-instagram> (2024. 02. 19.)

illetve az újonnan megjelenő funkciókra, mint akár a Facebook által kínált adománygyűjtési lehetőségek.

Saha & Karpinski (2016) közösségi média evolúciója ezen a ponton lezárul, azonban a tanulmány megjelenése óta eltelt nyolc évben, megközelítőleg a pandémia időszakában kezdett körvonalazódni egy trend, és egy azt létrehozó médium, mely 2024-re már teljesen ki is bontakozott: a *TikTok*, mely 2023-ban már közel másfél milliárd felhasználóval rendelkezett¹⁵. Mi is vezetett a *TikTok* népszerűségéhez, ami motiválta a többi olyan nagy közösségi oldalt, mint az *Instagram*, vagy a *Facebook*, hogy új funkciókat fejlesszenek? Miben rejlik e platform sikere, ha a Z-generációs felhasználóinak közel fele a *Google keresőmotorok* helyett a *TikTokot* és az *Instagramot* használják keresési célokra?¹⁶

A *TikTok* egy bárki által ingyenesen használható alkalmazás, kifejezetten rövid videók készítésére és megosztására alkalmas. A videók között felfelé és lefelé görgetéssel lehet navigálni és a videók készítőinek olyan különböző eszközök állnak rendelkezésükre a tartalomkészítés során, mint a szűrők és különböző hangok és zenék. A *TikTok* érdekessége és nagy előnye a többi közösségi médiummal szemben, hogy a felhasználóknak még intenzívebb közösségi élményt és együttműködési lehetőségeket nyújt a *válaszvideók* és a *duettek* által. Ahogy az Instagramon vagy a *Twitteren* is, a hashtagek a *TikTokon* szintén kivételes szerephez jutnak, valójában e hashtagek képezik a platform funkcionális szervezőelvét. A felhasználók e hashtagek köré gyülekeznek, melyek különböző vicceket, kihívásokat, trendeket jelölnek, melyek újabb és újabb videók formájában megismétlődnek átalakulnak, új jelentéstartalmakkal bővülnek, megváltozik az olvasatuk. Nemcsak azért olyan vonzó e médium, mert különböző eszközök – hangklipek, népszerű dalok, rövid filmrészletek – gazdag tárházát biztosítja a felhasználók számára a tartalmak előállításához, hanem azért is, mert a kihívások és a videókbán megjelenített sablonok által cselekvésre szólít fel. Mindazonáltal, az algoritmus folyamatos tartalomáradattal látja el a felhasználókat, így szinte nekik gondolkodniuk sem kell azon, mit nézzenek.¹⁷ Fontos formai jellemzője e videóknak, hogy nem hosszabbak, mint egy-két perc, így fogyasztásuk, megértésük nem igényel komolyabb erőfeszítéseket, sem hosszabb időt a felhasználók részéről. Nemcsak a videók formája, hanem maga a platform struktúrája is rendkívül

¹⁵ Number of TikTok users worldwide from 2018 to 2027.
<https://whatsthebigdata.com/tiktok-statistics/> (2024. 02. 19.)

¹⁶ lásd.: u.o.

¹⁷ A *TikTok* fenti leírásáról lásd Hermann, John: *How TikTok Is Rewriting the World* c. The New York Timesban megjelent *TikTok* sikerességéről szóló cikkét
<https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html> (2024. 02. 20.)

egyszerű, így például ellentétben a *Facebookkal* vagy az *Instagrammal*, nem szükséges a különböző almenük között navigálni. A *TikTok* előretörésével egy újfajta médiahasználati trend, kommunikációs forma kezdett kibontakozni és elkezdett megváltozni az időbeliséghez való viszony; a felhasználók egyre kevesebb érdeklődést mutattak az olyan „maradandó” bejegyzések iránt, mint például a fotók albumba rendezése *Facebookon*, vagy az *Instagram* profilra feltöltött képek, ehelyett inkább csak az egy meghatározott ideig megjeleníthető, eltűnő bejegyzéseket kezdték el előnyben részesíteni. Mindazonáltal, 2023 elején a *Facebook* és az *Instagram* vezetősége is közzétette¹⁸, hogy a posztolás visszaesése mellett megfigyelhető, hogy a felhasználók sokkal több privátüzenetet váltanak, és naponta közel egymilliárdszor osztják meg újra és újra a *Reels-videókat* privát üzenetként az *Instagramon*. Ez az elmozdulás olyannyira megfigyelhető, hogy számos mém, videó is reagál a kommunikáció verbálistól vizuális felé elmozdulására:



kép forrása: <https://ifunny.co/video/me-and-my-friend-sending-each-other-memes-all-day-c5ny3jCRA>

Ez a trend az olyan nagy social media platformokat is arra motiválta, hogy a felhasználói szokásokhoz, átalakuló igényekhez igazodva újragondolják e médiumok működését, szerkezetét, tartalmegosztásra irányuló lehetőségeit. Ennek következtében figyelhetjük meg azt is, hogy például a *Facebook*, *Instagram* és még a *YouTube* is az olyan rövid és könnyen fogyasztható képi és videós tartalmakra helyezte át a hangsúlyt, mint a *Facebook* és *Instagram reels* vagy a *YouTube shorts* videók, továbbá a „történetekben” elhelyezhető bejegyzések. Így pedig, ahogy a fejezet első felében ismertetett közösségi médiumok fejlődési szakaszaiban is megfigyelhettük, a platformok egymásba olvadnak, ahogy

¹⁸ Az átalakulási trendről szóló híreket lásd.: *Facebook Chief Outlines Plans to Re-Integrate Messaging into the Main App*;

<https://www.socialmediatoday.com/news/Facebook-Looks-to-Re-Integrate-Messaging/644372/>

Ezért kell búcsút inteniünk a Messenger alkalmazásnak

<https://24.hu/tech/2023/03/10/meta-facebook-messenger-ujraegyesites-tiktok/>

Instagramon TikTokerek videóit nézhetjük, vagy az Instagram profilunkon megosztott képeket egy kattintással egyidejűleg Facebookon is megoszthatjuk.

Az előbb említett közösségi médiumok természetesen nem részei az egyetemi hivatalos kommunikációs csatornáknak. Gyakran ezek olyan csatornák, amelyeket a hallgatók hoznak létre különböző okokból, mint például tanulói csoportok, közös érdeklődési körök, szórakozás vagy tájékoztatás céljából létrehozott csatornák, közös kulturális háttérű diákokat magukba foglaló csoportok, vagy éppen közös lakóhely alapján létrehozott csoportok stb., melyek esetében a diákok közösségi médiapreferenciái tükröződnek.

Bár a hallgatóknak lehetőségük van az egyetem hivatalos kommunikációs csatornáinak használatára is – mint például a Neptun, hírlevelek, intézményi honlap, a későbbi empirikus kutatásokból körvonalazódni látszik egy tendencia, hogy valamiféle elmozdulás következett be, különösen az hivatalos platformokon zajló kommunikáció terén a világjárvány alatt bevezetett intézkedések óta – megfigyelhetővé vált az, hogy az inkább közösségi jellegű, kollaborációt támogató platformok iránti elköteleződés növekszik.

II. A Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak kommunikációs hálózatai: egy lehetséges értelmezési keret

A nemzetközi hallgatókkal végzett kutatások skálája igen széles, számos különböző tudományterületről származó tanulmány született, mely a nemzetközi hallgatók és a (közösségi) médiahasználat összefüggéseit vizsgálja.

Ahogy a bevezetésben, a szülőhazájukat elhagyó vagy elhagyni kényszerülő egyéneket övező fogalmi háló bemutatása során ismertettem, azok az egyének, akik elhagyják származási országukat, összetett motivációkkal és célokkal rendelkeznek, és ezek a tényezők jelentős mértékben függenek attól, hogy milyen időtartamra tervezik tartózkodásukat vagy mennyi ideig kényszerülnek maradni a fogadó országban. Berry és Sam (1997) és Kim (2001) által végzett kutatások arra tettek kísérletet, hogy elkülönítsék a *migránsok*, *menekültek* és *átutazók* csoportjait, tekintettel arra, hogy ezek a kategóriák különféle migrációs tapasztalatokat és célkitűzéseket hordoznak magukban. Fontos hangsúlyozni, hogy az említett csoportok elkülönítése nem csak az egyének migrációs státuszának pontosabb meghatározására irányul, hanem a távollét időtartamának hosszával és az otthoni, valamint a befogadó környezet közötti kapcsolatok minőségével kapcsolatos eltéréseket is felismeri.

Berry és Sam (1997) kutatásaiban például az átutazók, migránsok és menekültek csoportjai közötti különbségeket a migrációs tevékenység motivációjában, a fogadó országba való

beilleszkedés mértékének, valamint otthoni kapcsolatok fenntartásában és fenntarthatóságának tekintetében vizsgálták. A három csoport közötti elkülönítés célja az volt, hogy a migrációs tapasztalatok sokszínűségét és a különböző migrációs státuszok hatását értelmezzék. Az ilyen differenciált megközelítések célja a migránsok, menekültek és átutazók heterogenitásának kiemelése, és hangsúlyozza, hogy a migrációs élmény és kapcsolatok jellegzetességei szorosan összefüggenek a migrációs státuszukkal és a tartózkodásuk időtartamával a fogadó országban.

Más, pszichológia terén végzett vizsgálatok, mint például Berry és munkatársai (1987) valamint Berry (2006) kutatásai a származási ország elhagyása, valamint a fogadó országba való érkezés és új találkozások okozta stressz és frusztráció az egyén mentális egészségére gyakorolt hatásait vizsgálták. Ezek a vizsgálatok azt állapították meg, hogy a médiahasználat kulcsfontosságú szerepet tölthet be a migránsok és menekültek mindennapi életében az imént említett a pszichológiai terhek kezelésében. A származási ország elhagyásának és a fogadó országban való új környezetbe való beilleszkedésnek a pszichológiai hatásait tekintve, a médiumokat a stressz és frusztráció csökkentésére alkalmazott eszközként értékelik. Berry et al. (1987) munkájukban kiemelik, hogy a médiumok, különös tekintettel az online platformokra, a kapcsolattartás és az információkeresés, tájékozódás eszközeiként szolgálhatnak, elősegítve a migránsok és menekültek társas támogatását, kulturális azonosulását és érzelmi kiegyensúlyozottságát.

Berry et al. (2004) kutatásában tovább elemzi a médiumok pszichológiai szempontú hatásait, különös tekintettel az adaptációs folyamatokra. A médiumok, mint stresszkezelési stratégiák, lehetőséget teremtenek a távoli kapcsolatok fenntartására, az otthoni kultúra és kulturális identitás megerősítésére, amelyek hozzájárulhatnak az egyén pszichológiai alkalmazkodási mechanizmusaihoz a migráció során.

Ezen fejezet kiindulópontjának azt 2016-ban készült kutatást tekintem, melyet Sleeman et al. végeztek, és amelynek célja a nemzetközi hallgatók közösségi médiahasználatával kapcsolatos kutatások kategorizálására irányuló lehetséges megoldások bemutatása volt. Sleeman et al. (2016) a Google tudományos keresője, *Google Scholar* mellett különféle

könyvtári adatbázis-platformokkal, mint például az *Informit*¹⁹, *SAGE*²⁰ és *Proquest*²¹ dolgozott. Ezek a platformok lehetővé tették számukra, hogy feltérképezzék, mely témák foglalkoztatják a kutatókat ezen a területen. Az adatbázisok vizsgálata során Sleeman és munkatársai azt tapasztalták, hogy a nemzetközi hallgatók közösségi médiahasználatát vizsgáló kutatások gyakran összpontosítanak a közösségi oldalakra, mint a kapcsolattartás kulcsfontosságú eszközére, valamint megállapították, hogy ezeknek az oldalaknak az elsődleges szerepe a nemzetközi hallgatók számára a társadalmi hálók bővítése, kapcsolataik kialakítása és fenntartása.

A következő lépésben e feltáró, átgondolt empirikus tanulmányok elemzése során a szerzők a következő kérdésre keresték a választ: „milyen módon befolyásolja a közösségi média személyes/privát és oktatási felhasználása a nemzetközi hallgatók tartózkodási tapasztalatait?”

Sleeman et al. (2016) a kutatások tanulmányozása után arra a következtetésre jutott, hogy a közösségi média használata a nemzetközi hallgatók körében három különböző funkciót láthat el: (1) *összeköt*; (2) *elszigetel*; (3) *egy különleges, adott csoportra jellegzetes médiahasználati stratégiák által támogatott teret hoz létre*. Összeköt, azaz *hidat* képez egyrészt az „otthonnal”, másrészt a célország lakóival, elősegíti a társadalmi hálók kiterjesztését és a beilleszkedést egy idegen országban. A közösségi médiahasználat azonban el is szigetel, azaz *határvonalat* alkot a kultúrák és tagjai között, gátolja az interakciókat a célország lakói és a nemzetközi hallgatók között oly módon, hogy a célország lakóival szemben zárt közösségek jönnek létre. Ennek számos oka lehet, ugyanis az elszigetelődés adódhat a különböző kultúrák által preferált médiumok eltéréseiből, és ebből következően pedig abból is, hogy a felhasználók a saját preferenciáikra és ezáltal küldő országuk tagjaira fognak fókuszálni. A Sleeman által vizsgált tanulmányokból az is kiderül, hogy a nemzetközi hallgatók közösségi médiahasználatát során különleges, csoportspecifikus

¹⁹ Az *Informit* eredetileg a Melbourne RMIT Egyetem hallgatói, tudósai és könyvtárosai számára készült. Az *Informit* a mély közösségérzetre épül, és az emberek ismeretek révén történő felhatalmazására szolgál. Jelenleg az *Informit* együttműködik mind a lokális, mind a nemzetközi könyvtárakkal, a kormányokkal, a kiadókkal és az információforrásokkal, hogy támogassa a megbízható kutatási eredményeket, valamint olyan vezetői és minőségi szabványokat, amelyek elősegítik a jövőbeni információcserét.

<https://www.informit.org/who-is-informit>

²⁰ A *SAGE Open* egy, a *SAGE* által recenzált, nyílt hozzáférésű folyóirat, amely interaktív, nyílt hozzáférésű formában publikálja az eredeti kutatási és áttekintési cikkeket. A cikkek lefedhetik a társadalom- és viselkedési tudományok, valamint a humán tudományok teljes spektrumát.

<https://journals.sagepub.com/home/sgo>

²¹ A *ProQuest* számos adatbázis gyűjteménye, amely folyóiratok, magazinok, újságok, disszertációk és egyéb kiadványok ezereihez fér hozzá.

<https://libguides.bellevue.edu/c.php?g=148415&p=974953> (2020. 05. 01.)

médiahasználati stratégiákkal támogatott *hibrid tereket* is kialakulnak, melyben az eltérő kultúrák elemei időről-időre újraértelmeződnek a különböző médiahasználati gyakorlatok révén.

Ezek a *hidak, határok, hibrid terek* a legváltozatosabb formákban jelenhetnek meg, az egyetemi platformoktól kezdve, a nyelvtanulós applikációkon keresztül a legnépszerűbb közösségi alkalmazások zárt csoportjaiig. Lényeges kérdés, hogy miként alakulhatnak ki ezek a különböző *összekötő* vagy éppen *elszigetelő* funkciók. Ennek számos okát fogom a következő alfejezetekben ismertetni, ahol azokat a nemzetközi hallgatók közösségi médiahasználatára és a beilleszkedésére közötti összefüggéseket vizsgáló tanulmányokat tekintem át, melyek a Sleeman által létrehozott tipológiába illeszkednek. Ezek az okok mind a közösség szintjén értelmezhetőek, azonban nem szabad megfeledkezni a nemzetközi hallgatók, mint közösségi médiahasználók egyéni motivációjáról sem. Guo et al. 2012-es tanulmányában a Japánban tanuló kínai hallgatói csoport kapcsolati hálóinak felépítését és pszichológiai jólétét vizsgálta a közösségi médiahasználattal összefüggésben. A tanulmány arra a következtetésre jutott, mely eredményeket majd a későbbi, kérdőíves felmérés eredményeinek kiértékelésénél is megfigyelhetünk, hogy amikor a nemzetközi hallgatók megérkeznek a fogadó országba, a kezdeti időszakban megnövekedik a közösségi médiahasználattal eltöltött idő. Guo et al. azonban arra hívja fel a figyelmet, hogy ez a megnövekedett intenzitású közösségi médiahasználat önmagában nem elegendő a küldő ország elhagyásának következtében kialakuló honvágy, bizonytalanság, valamint a fogadó ország kultúrájával való találkozásokból adódó stressz kezelésére, csökkentésére. A felmérés során arra derült fény, hogy alapvetően nem mennyiségi, hanem minőségi szempontok határozzák meg a médiahasználatot, azaz a leglényegesebb aspektus, hogy a hallgatók mely funkciókkal látják el az általuk használt médiumokat.

II.1. Közösségi média mint híd

A közösségi média a kulturális kapcsolatok megőrzése érdekében áthidalhatja a földrajzi határokat és segít összekötni a fogadó kultúrával. (Saha-Karpinski 2016)

Otthontól való távollét számos negatív hatást gyakorolhat az egyén mindennapi életére. Ahogy azt már a dolgozat előző alfejezeteiben is említett tanulmányok hangsúlyozzák, a származási országukat elhagyó egyének egy olyan új élethelyzetben találják magukat, melyben a legalapvetőbb mindennapi tevékenységek is nehézségekbe ütközhetnek. A nemzetközi hallgatókat vizsgáló tanulmányok középpontjában gyakran az e mindennapi életbeli változások által okozott frusztráció áll, melyet a pszichológiai, interkulturális

pszichológiai (Berry 1997; Rudmin 2003; Deardorff & Smith 2017; Borsfay & Nguyen Luu 2018) megközelítések akkulturációs stresszként definiálnak. E dolgozatnak nem célja a pszichológiai tényezők vizsgálata, azonban a stresszt kiváltó okok (környezetváltozás, társas kapcsolatok megváltozása, az otthoniaktól eltérő egyetemi elvárások megjelenése, nyelvi és egyéb kulturális különbségek, lakhatás megteremtése, szórakozási lehetőségek, szabadidős tevékenységek megtalálása... etc.), valamint a közösségi médiumok nehézségek leküzdésében játszott szerepe jelentős támpontot nyújt az e fejezet alapjául szolgáló empirikus kutatáshoz.

Ellison és Boyd (2007) szerint a közösségi médiaplatformok legjelentősebb funkciói közé tartozik, hogy felhasználók létrehozhatnak egy személyes profilt, melyen keresztül informálódhatnak, híreket és információkat oszthatnak meg, új szociális kapcsolatok hozhatnak létre, valamint a meglévő kapcsolataikat tarthatják fenn. (Boyd-Ellison 2007) E legfőbb funkciók játszanak szerepet az otthoniakkal, illetve az új kultúrával való híd kiépítésében. Az otthoniakkal való kapcsolattartás nem csak érzelmi, hanem társadalmi és információs támogatást is nyújt az otthonukat elhagyó hallgatók mindennapi életében. (Sandel 2014)

Seo et al. (2016) a nemzetközi hallgatók hálózatait három típusba sorolja: (1) *monokulturális*, (2) *bikulturális*, valamint (3) *multinacionális* kapcsolatok. A *monokulturális* kapcsolatok általánosságban azon személyek között alakulnak ki, akik ugyanazokat vagy nagyon hasonló értékeket, normákat, szokásokat és kommunikációs stílusokat osztanak meg egymással. E kapcsolatok többféle formában nyilvánulhatnak meg, mint például homogén kulturális, etnikai vagy vallási csoportok, de gondolhatunk akár az azonos nyelvet beszélő emberek közötti kapcsolatokra vagy országból, vagy régióból származó emberek közötti kapcsolatokra. Mivel *monokulturális* kapcsolatok hasonló értékeken alapulnak, hasonló háttérrel rendelkeznek, tagjai kölcsönösen megértik egymást és jóval könnyebben működnek együtt. Tehát, a következőkben nemcsak az azonos származási országokból érkező hallgatókat, hanem a közös kulturális, etnikai és vallási háttérű, esetleg azonos nyelveket beszélő diákok kapcsolatait is *monokulturális* kapcsolatnak tekintem.

A *bikulturális* kapcsolatoknak tekinthetjük azokat a találkozásokat, melyek során két különböző kultúra, identitás, háttér találkozik, és az egyén mindkét kultúrával kölcsönhatásba kerül. A nemzetközi hallgatók esetében *bikulturális* kapcsolatokról akkor beszélhetünk, amikor a hallgató egy származási országától eltérő országban tanul, és ezzel egyidejűleg két különböző kulturális környezettel kerül kapcsolatba: a küldő országával és a fogadó országgal. A *bikulturális* kapcsolatok a nemzetközi hallgatók és a célország lakói

közötti kapcsolatokat jelöli. Ezek a kapcsolatok lehetnek gazdagok és komplexek, azonban komoly kihívások elé is állíthatják a hallgatókat, mivel meg kell küzdeniük a két különböző kultúra közötti egyensúly megtalálásával és fenntartásával úgy, hogy közben gyakran szembesülnek a kettős kulturális identitás kihívásaival, és egyensúlyozniuk kell a szülőhazájuk és az új környezetük kulturális értékeit, normáit, szokásait és elvárásait, anélkül, hogy ez küldő országukhoz kapcsolódó identitásuk elvesztéséhez vezetne.

A nemzetközi hallgatók mind az egyetemi környezetben, mind a felsőoktatási intézménynek otthont adó városban és azon kívül is kapcsolatba kerülnek származási országuktól eltérő országból érkező hallgatókkal. E kapcsolatokat tekintjük multinacionális kapcsolatoknak. E kapcsolatok kiemelt szerepet játszanak a nemzetközi hallgatók szociális hálójában, hiszen elősegítik az interkulturális tanulást, valamint a kulturális sokféleség megértését. Ez a fejlődés azonban nem csak a személyes, hanem a szakmai tapasztalatszerzést is támogatja.

Milyen szerepet töltenek be a közösségi médiumok az imént tárgyalt kapcsolatok kialakításában és fenntartásában? A közösségi alkalmazások könnyebbé teszik a határokon átnyúló azonnali kommunikációt. A felhasználók azonos időben léphetnek kapcsolatba egymással, kommunikálhatnak, oszthatják meg az információkat, véleményüket, gondolataikat. (Saha & Karpinski 2016)

Saha & Karpinski (2016) *The Influence of Social Media on Globalization* c. a közösségi médiumok globalizációra gyakorolt hatásáról szóló tanulmányában kiemeli e médiumok használatának egyik jelentős hozományát, a *kulturális cserét*. A közösségi média felhasználói gyakran megosztják kultúrájuk, hagyományaik és mindennapi életük egyes aspektusait, gondoljunk csak azokra észak-amerikai őslakos közösségekből, vagy balkáni országokból érkező véleményvezérek *TikTok* vagy *Instagram* videóira, melyekben kultúrájukkal kapcsolatos előítéleteket igyekeznek feloldani, vagy éppen humoros formában, szatirikusan bemutatni. Ezek a tartalmak lehetővé teszik a közvetlen *kulturális cserét*, az információk megosztását, melyek során az egyének megismerhetik és értékelhetik mások sokszínűségét. Azáltal, hogy a felhasználók a közösségi médiában különböző nézőpontokkal találkoznak, tudatosabbá válnak az interperszonális kapcsolatok során is a kulturális találkozásokkal szemben. A felhasználók különböző szokásokkal, hagyományokkal és nézőpontokkal találkozhatnak, ami elősegíti a kulturális sokszínűség jobb megértését és megbecsülését.

Saha & Karpinski (2016) kiemeli továbbá a közösségi médiumok nyelvtanulásban betöltött szerepét. Azonfelül, hogy a hallgatók számára rendelkezésre állnak olyan alkalmazások, melyek kimondottan a nyelvtanulást célozzák (lásd. például *Duolingo*), a közösségi

médiában megosztott tartalmak is fejleszthetik a felhasználók nyelvi kompetenciáit, új idegen nyelveket, nyelvi variánsokat, dialektusokat sajátíthatnak el, azonban akár úgy is gyakorolhatják és fejleszthetik nyelvtudásukat, hogy anyanyelvi beszélőkkel folytathatnak beszélgetéseket, kommentelnek, ami segít nekik nemcsak a nyelv, hanem a kulturális gyakorlatok árnyaltabb megértésében is.

A tanulmány (Saha & Karpinski 2016) továbbá megemlíti, hogy nemcsak a közös kulturális háttér, de a közös érdeklődési kör és az azonos célok megvalósításának vágya is meghatározó motivációja a közösségi médiumokon keresztül való összekapcsolódásnak, gondoljunk csak a különböző országok egyetemeinek kutatóinak közös, országhatárokon átívelő projektjeire, melyeket az online összekapcsolódás tesz lehetővé. Mindazonáltal, ez nem csak a közös munkát, hanem a szakmai kapcsolatok hálójának bővítését, munkalehetőségek hatékonyabb megtalálását is elősegíti. *(lásd. a korábbi fejezetben Teichler 2017 felsőoktatási mobilitásra vonatkozó meghatározásait)*

Tekintve, hogy a dolgozat empirikus eredményeit szolgáltató kutatás jelentős része a pandémiát követő időszakban készült, és a dolgozat több fejezete is a világjárvány következtében megjelenő újszerű nehézségeket vizsgálja, nem szabad megfeledkezni arról sem, hogy globális események vagy válságok idején a közösségi média hatékony eszközzé válik a kultúrák közötti szolidaritás és támogatás kifejezésére, megkönnyíti az információk terjesztését, az erőforrások és érzelmi támogatás megosztását.

II.1.1. Küldő ország

Sandel 2014-ben az Egyesült Államokban egyetemisták kis csoportjaival végzett kutatásokat. Egyrészt, olyan „otthoni” hallgatókat vizsgált, akik korábban valamilyen mobilitás keretében külföldön tanultak, valamint nemzetközi hallgatókat, akik az Egyesült Államokban folytatták felsőoktatásbeli tanulmányaikat. A tanulmány arra a kérdésre kereste a választ, *hogyan befolyásolja a barátokkal és a családdal való online és közvetített kommunikáció a nemzetközi hallgatók tapasztalatait? Hogyan befolyásolják ezek a tevékenységek a lokális kapcsolatokat?* A kutatás eredményei azt a feltételezést igazolták, hogy az otthoniakkal való kapcsolattartás a közösségi médián keresztül jelentősen hozzájárult az újfajta kihívások okozta nehézségek és ennek következtében kialakuló stressz leküzdésében. Sandel (2014) olyan alapszakos hallgatókkal készített mélyinterjúkat, akik amerikai állampolgárok, és éppen a mobilitásuk felkészülési fázisában jártak, azaz készültek egy másik, ázsiai vagy európai országba, vagy visszatértek egy rövid időtartamú, legfeljebb egy hónap hosszúságú programról, illetve olyan diákokkal, akik az adott egyetemen

nemzetközi hallgatói státuszban tanultak – tehát, amerikai hallgatók, akik Európában vagy Ázsiában jártak, ázsiai hallgatók, akik az Egyesült Államokba érkeztek, és ázsiai hallgatók, akik más ázsiai országokban tanultak. Az alanyok egyrészt önként jelentkeztek a kutatásra, másrészt a kutatást segítő hallgatók léptek velük személyesen kapcsolatba. Az interjúkérdések a következő pontokra tértek ki: (1) *demográfiai kérdések* (származási ország, életkor), (2) a *tudományos program* (szak, beszélt nyelvek, kar, vélemény az oktatás színvonaláról), (3) a *résztevő társadalmi kapcsolatai a fogadó állampolgárokkal* (társadalmi hálók mennyisége és minősége), (4) a *fogadó közösség / ország ismerete* (honnan szereznek információkat, mennyi információval rendelkeznek), 5) *közösségi oldalak használata, online tevékenységek és médiafogyasztás* (kikkel, mely platformokon, milyen gyakorisággal és hogyan kommunikálnak), és (6) *észlelt kihívások és változások*.

Sandel (2014) kutatása rendkívül figyelemreméltó eredményeket hozott. Az általa vizsgált mindkét csoport esetében azt figyelte meg, hogy a diákok médiahasználatát a fogadó országban is a küldő országban domináló médiumok határozzák meg, azaz az Ázsiából érkező hallgatók továbbra is *Renren*-t²² és *QQ*-t²³ használták, míg az amerikaiak a Facebook-ot és a Skype-ot részesítették előnyben. Mindezekből a kutatók azt a következtetést vonták le, hogy a nemzetközi hallgatók a fogadó országban is jelentős időt töltenek azzal, hogy otthon maradt családtagjaikkal, barátaikkal tartsák a kapcsolatot.

A második jelentős felismerés, hogy a technológia hozzáférhetősége is nagymértékben befolyásolja, hogy milyen csoportspecifikus médiahasználati stratégiák alakulnak ki a nemzetközi hallgatók körében. A kutatásból az is kiderült, hogy az amerikai hallgatók külföldön jóval több időt töltöttek online, mint otthon. Ez az amerikai hallgatókra azért volt különösen jellemző, mivel az olyan korábbi kapcsolattartási formákat a családtagokkal, barátokkal, mint a telefonálás, felváltotta a közösségi médiumok használata. Ez azért is volt jelentős változás az amerikai hallgatók médiahasználati szokásaiban, mert ezzel együtt a

²² A *Renren* 2005 decemberében született, mint egy diákokra összpontosító platform, eredetileg *Xiaonei* néven és gyakran a kínai Facebooknak tekintették, azaz a Facebookhoz hasonlóan egyetemi platformként indult, és még a kék-fehér színösszeállítás is megegyezett. Egy ideig a két platform közvetlen versenyben állt egymással Kínában, mígnem 2009-ben a Facebookot blokkolták, miután a platformot az urumcsi szeparatisták használták. Még ugyanabban az évben a *Xiaonei* a felhasználói bázis szélesítése érdekében *Renren* - azaz "Mindenk" - lett, és a "Jelentkezz be a *Renren*-be, találd meg az osztálytársaidat" szlogent kezdte el alkalmazni. lásd.: <https://www.sixthtone.com/news/1002846>

²³ *Indulásakor a QQ* (akkor még *OICQ* néven) egy egyszerű azonnali üzenetküldő alkalmazás volt, és az *ICQ* nevű izraeli app másolataként. Azonban a hihetetlen mértékű fejlesztéseknek köszönhetően ma már online játékokat, testreszabható avatarok létrehozását, e-mailek és nagyméretű fájlok küldését és fogadását, *Snapchat*-szerű eltűnő videók és animációk megosztását és hasonló gondolkodású emberek online csoportjaihoz való csatlakozást tesz lehetővé. lásd.: <https://www.clickz.com/qq-the-biggest-digital-platform-youve-never-heard-of/113476/>

közösségi médiához fűződő attitűdjük is megváltozott. Míg mobilitásuk előtt szívesebben adták meg a telefonszámukat, mint a Facebook profiljukat, mivel úgy érezték, egy telefonszám kevésbé személyes, mint a közösségi platformokon megosztott képeik, a külföldön eltöltött idő alatt a magas hívásdíjak miatt az online alkalmazások használatára „kényszerültek”.

A harmadik nem elhanyagolható eredményt Sandel (2014) kutatásában az időfaktor felismerése képezte. A kutatásban résztvevő amerikai hallgatók csupán egy hónapig tartó mobilitásban vettek részt. Ezt a tényt az eredmények vizsgálatakor nem szabad figyelmen kívül hagyni, ugyanis e diákok esetében a beilleszkedés nem volt szükségszerű a mindennapi életben való boldoguláshoz, így ők nem sajátították el a fogadó ország nyelvét, valamint kevés helyi barátot is szereztek, hiszen az otthoniak kielégítő támogatást nyújtottak nekik e rövid időintervallum alatt. Az a felvetés, hogy a fogadó országban eltöltött idő hossza meghatározó szerepet játszik a médiumválasztásra, már jóval korábbi kutatásokban is felmerült. Ye (2006) Egyesült Államokban tanulmányokat folytató kínai hallgatókkal végzett vizsgálatokat, melyek folyamán megállapította, hogy a fogadó országban eltöltött idő jelentős befolyást gyakorol a beilleszkedési folyamatokra. Azok a hallgatók, akik még kevesebb időt töltöttek a fogadó országban, inkább a küldő ország népszerű médiumain keresztül és az azonos kulturális háttérrel rendelkezőkkel tartottak fenn kapcsolatokat. Az idő múlásával azonban ezek a hallgatók a fogadó országban előnyben részesített közösségi médiumokat kezdték el használni, és ezek segítségével a fogadó ország tagjaival alakítottak ki kapcsolatokat.

Az érzelmi, társas támogatáson kívül további szempontok is szerepet játszottak a nemzetközi hallgatók közösségi médiahasználatára és beilleszkedése közötti összefüggéseket vizsgáló tanulmányokban. Mikal és Grace (2011) tanulmányának fókuszát szintén a nemzetközi hallgatók interkulturális adaptációja képezi. Mikal és Grace (2011) eredményei arra mutattak rá, hogy azok a nemzetközi hallgatók, akik több kapcsolattal rendelkeznek a küldő országgal, könnyebben alkalmazkodtak mind az akadémiai, mind a mindennapi életbeli kihívásokhoz. További fontos megállapításuk, hogy a küldő ország kultúrája nem korlátozódik egy bizonyos platformra, hanem a hallgatók eltérő médiumok, alkalmazások segítségével egy támogató *polimediális környezetet* hoztak létre, melyben a különböző platformokat különböző funkciókkal látták el, melyek különböző célokat szolgálnak.

Chen és Yang (2015) Szingapúrban tanuló kínai hallgatókkal végzett hat hónapig tartó kutatása azt mutatta be, hogy az azonos országból érkezőkkel való kapcsolattartás társadalmi, érzelmi és információs támogatást nyújt. Ezek a hallgatók már a küldő ország

elhagyása előtt csatlakoztak egy közösségi oldal csoportjához, mely kifejezetten azzal a céllal jött létre, hogy szociális támogatást nyújtson a külföldön tanuló diákoknak. Az, hogy a csoport tagja nyíltan megoszthatták egymással esetleges félelmeiket, negatív érzéseiket, segített nekik a mindennapi életbeli nehézségek leküzdésében.

Az érzelmi faktortól kissé eltávolodva, szélesebb spektrumon vizsgálta Sin és Kim (2013) a nemzetközi hallgatók médiahasználatát. E kutatás érdekessége, hogy a diákok mindennapi életbeli információs szükségletét mérte fel, és ezen információs szükséglet hatására kialakuló médiahasználati stratégiákat vizsgálta. Ez azért is jelentős eredmény, mert a szociálpszichológiai megközelítésekkel ellentétben, melyek a honvágygal, társas kapcsolatok hiányával, akkulturációs stresszel foglalkoztak, ez a kutatás feltárta a nemzetközi hallgatók alapvető információs szükségleteit is. Az eredmények azt mutatták, hogy a diákokat – származásuktól függetlenül – leginkább a küldő országot érintő témák foglalkoztatták. E témák között első helyen a különböző pénzügyek, a lakhatás, az egészségügy, a szórakozás, valamint a küldő ország belpolitikai hírei álltak.

Henze & Zhu (2012) tanulmányában az Egyesült Államokban tanuló kínai hallgatók egy olyan platformját mutatta be, mely segített az új életük adaptálásában, azonban szoros kulturális kötődést is biztosított a küldő országgal. Henze & Zhu diskurzuselemzése egy speciális, diákok számára létrehozott platformon azt vizsgálta, miként használják a nemzetközi hallgatók e közösségi site-ot kulturális és etnikai identitásuk megkonstruálásának és fenntartásának érdekében, valamint hogyan válik hasznossá ez az oldal a nemzetközi hallgatók számára a beilleszkedés közben, egyáltalán megfelel-e a hallgatók előzetes elvárásainak. Henze & Zhu vizsgálatai négy jelentős problémakört tudtak elkülöníteni. A hallgatók megérkezésük után gyakran *nyelvi nehézségekkel* szembesültek, mely komoly frusztrációt okozott esetükben. Problémát okozott továbbá az is, melyre a szerző *kisváros szindrómaként* (Henze & Zhu 2012: 102) hivatkozott. Mivel a nemzetközi hallgatók interkulturális adaptációjával foglalkozó szakirodalom számottevő része a nagyvárosok egyetemének diákjait vizsgálta, Henze & Zhu kutatása jelentősen hozzájárult a nemzetközi hallgatók vizsgálati szempontrendszerének bővüléséhez. E kutatás alanyai olyan vidéki egyetemeken tanultak, amelyeknek otthont adó városok lakossága néha még az 50.000 főt sem érte el²⁴. E kisvárosokban a nemzetközi hallgatóknak az az érzése támadt, mintha a városlakók egy „idegenekkel” szemben, kifelé zárt közösséget alkotnának, akik kételkedve figyelik az újonnan érkező hallgatókat. A harmadik szignifikáns megfigyelés,

²⁴ A tanulmány egy 27.150 fős várost említ. (Zhu 2012: 102)

hogy a kínai nemzetközi hallgatók tulajdonképpen egy *online Chinatown*-t hoztak létre ezen az egyébként amerikai fejlesztésű platformon. A diákok a fogadó országban, a fogadó ország által fejlesztett site-on, saját származási országukból érkező hallgatókkal, saját kulturális hagyományaikat ápolták.

Habár a diákok az azonos küldő országból érkező hallgatókhoz kötődtek szorosabban, annak lehetősége, hogy hasonló nehézségekkel küzdő egyénekkel vitathatták meg saját problémáikat, mindegyikükre motiválóan hatott, és megkönnyítette az amerikai hallgatókkal való kapcsolatfelvételt és az alkalmazkodást a fogadó kultúrához.

II.1.2. Fogadó ország

Az előbbieken világossá vált, hogy a kapcsolattartás a küldő országgal elhanyagolhatatlan részét képezi az otthonukat elhagyó nemzetközi hallgatók mindennapi életének. A közösségi oldalak kapcsolatokban betöltött híd vagy összekötő kapocs szerepe azonban nem csak a küldő, hanem a fogadó ország perspektívájából is meghatározó. Az SNS-használat gyakran kulcsfontosságú kapcsolattartási pont az egyetemen az új barátságok kialakításában, mind a nemzetközi, mind a hazai hallgatók számára. (Yang, Brown, & Braun, 2014)

Shao & Crook (2015) kutatása abból a szempontból is jelentős, hogy ez az empirikus vizsgálat a korábbiakhoz képest nagyobb figyelmet szentelt a nemzetközi hallgatókat érintő mindennapi nehézségek feltárásának. A 192 audiónapló elemzésén alapuló kutatás arra az eredményre jutott, hogy a kínai hallgatók Angliában hasonló tapasztalatokkal és problémákkal szembesültek, mint a más fogadó országokban tanuló diákok. Az általuk leggyakrabban tapasztalt nehézségeket és problémákat az ételek, az eltérő szokások, kommunikáció, azaz az ország hivatalos nyelve, az épületek, az utazás, a tanulás és vásárlás képezték.

Ebben a moblogging (*mobile blogging*) kutatásban a résztvevőket arra kérték meg, hogy gyűjtsenek hasznos és érdekes információkat abból a célból, hogy más nemzetközi hallgatóknak segítsenek. A résztvevők megjegyezték, hogy a kutatásban való részvétel után figyelmesebbé váltak a kulturális eltérésekkel kapcsolatos kérdésekre is.

N. Park et al. (2014) kérdőíves kutatása az Egyesült Államokban tanuló kínai és koreai diákokkal, szintén azt az eredményt hozta, hogy a közösségi médiumok nélkülözhetetlen szerepet játszanak a beilleszkedési folyamatokban. A kutatók egyrészt az USA-ban népszerű Facebook, másrészt a Kínában és Koreában kedvelt médiumok használatát vetették össze. Míg a küldő országban használatos médiumok az otthoniakkal való kapcsolattartást szolgálták, addig a Facebook az amerikai diákokkal jelentette az összekötő kapcsolatot.

Akadnak azonban olyan vizsgálatok is, melyek a nemzetközi hallgatók médiahasználatának teljes átalakulásáról számoltak be. X. Li és Chen (2014) szintén összehasonlító kutatást végzett az Egyesült Államokban tanuló ázsiai hallgatókkal. Ebből a vizsgálatból többek között az is kiderült, hogy a kínai és koreai hallgatók a Facebook segítségével egyszerűbben megértik a fogadó kultúrát és társadalmat, valamint nyelvi kompetenciáik is fejlődnek a médiahasználat által. Ennek az eredménynek azonban részben ellentmond Rui és Wang egy évvel későbbi (2015) ugyancsak koreai és kínai hallgatókkal végzett kutatása, mely szerint a nyelvtudás alapvető feltétele annak, hogy a diákok egyáltalán elkezdjék használni e site-okat. Abban mindazonáltal mindkét imént említett tanulmány egyetért, hogy azok a hallgatók, akik mobilitásuk alatt a fogadó országban népszerű közösségi médiumokat is használják, vagy kizárólag azokat használják, könnyebben alkalmazkodnak a fogadó kultúrához. Ennek oka, hogy e platformok segíthetnek a különböző kulturális háttérrel rendelkező egyénekkel való kapcsolatok kialakításában, valamint további kommunikációs lehetőségeket kínálhatnak a fogadó kultúra tagjaival is. (Sleeman et al. 2016: 395)

A társas és információs szükségleteken túl a közösségi médiumok még egy további jelentős aspektusára, kifejezetten a nyelvi szempontra reflektál Qiu, (2011) és Umar (2011) doktori disszertációja. E dolgozatok alapjául szolgáló kutatások a közösségi médiahasználat nyelvi kompetenciákra gyakorolt pozitív hatására hívták fel a figyelmet. Shao (2015) A moblogolás a nyelvi kompetenciákra is hatással volt, a kínai hallgatók egy idő után elkezdtek kínai helyett angolul posztolni.

II.1.3. Az angol nyelvtudás jelentősége a nemzetközi hallgatók mindennapi életében

Mielőtt a hallgatókat akadályozó tényezőkre összpontosítanánk, érdemes beszélni az angol nyelvtudás jelentőségéről és annak hiányával járó mindennapi életbeli nehézségekről e két alfejezet között. Mivel a Pécsi Tudományegyetemen működő nemzetközi programok oktatási nyelve az angol, ez a nyelvtudás kulcsfontosságú szerepet játszik a hallgatók egyetemi pályafutásában. Ugyanakkor, a mindennapi életben is állandóan jelen van, mivel segítségével a diákok kapcsolatot teremthetnek társaikkal, a más küldő országból érkező hallgatókkal, valamint a városlakókkal is, különösen, ha magyar nyelvtudással nem rendelkeznek. Az következőkben a mindennapi élet azon területeit mutatom be, ahol elengedhetetlen a nyelvtudás.

Az angol nyelvtudás meghatározó az egyetemi órákon, előadásokon és szemináriumokon való részvételkor, hiszen a hallgatóknak nem csak az oktatók, hanem társaik által használt angol nyelvű anyagokat is meg kell érteniük, és képesnek kell lenniük együttműködni.

(Woodrow 2006; Schneider & Lin 2020) Ez összefüggésben áll a további, tanulmányokkal kapcsolatos tevékenységgel, azaz a beadandó dolgozatok, szakdolgozatok, kutatások elkészítésével. A hallgatóknak egy bizonyos fokú nyelvtudással kell rendelkezniük ahhoz, hogy a munkájukhoz szükséges információk forrását értelmezni tudják.

Azonban, a tanórákon kívüli időközökben, órák közötti szünetekben, nemzetközi hallgatóknak szervezett események során is elengedhetetlen a nyelvtudás a nemzetközi hallgatók körében, ugyanis a hallgatók által beszélt közös nyelv segíti elő a hatékony kommunikációt és a társakkal való szocializációt. (Schneider & Lin 2020)

Mindazonáltal, nem szabad megfeledkezni olyan mindennapi életbeli helyzetekről sem, melyek, habár származási országunkban nem jelentenek nehézséget, azonban, különösen a megérkezést követően, akár különböző folyamatok, rendszerek ismeretének hiányában kifejezetten nagy kihívásokkal szembesíthetik a hallgatókat. Egy-egy bevásárlás, szolgáltatások megrendelése, olyan hivatalos ügyek intézése, mint például a vízum, komoly fennakadásokat okozhat a hétköznapiakban, különösen akkor, ha a kommunikációs helyzet résztvevői nem rendelkeznek egy közös közvetítő nyelv ismeretével.

Láthatjuk tehát, hogy az angol nyelv ismerete valóban jelentős befolyással bír a nemzetközi hallgatók mindennapi életére, ugyanakkor nem tekinthetünk erre ennyire egyoldalúan, mivel, ahogy a hallgatók mind az interjúk, mind pedig a kérdőívek kitöltése során kiemelték, számos helyzetben azoknak a partnereknek az angoltudása sem érte el azt a szintet, amely biztosítaná a sikeres kommunikációt.

II.2. Közösségi média mint határ

A közösségi média használata nem csak hidakat, hanem virtuális határokat is létrehozhat a nemzetközi hallgatók és a fogadó ország hálózatai között. (Mikal et al. 2015) Míg az előbbi alfejezetben ismertetett kutatások a közösségi platformok kapcsolatteremtő és -fenntartó funkcióit támasztották alá, ezen alfejezet célja annak bemutatása, hogy a nemzetközi hallgatók közösségi médiahasználata hogyan akadályozhatja a fogadó országgal való kapcsolatok kialakítását, kultúrájának megértését és miként vezethet izolációhoz.

Találhatunk példát olyan kutatásokra, melyek alapvetően kétségbe vonják, hogy a közösségi médiahasználat bármilyen hatást gyakorolna a beilleszkedésre, a fogadó kultúra megértésére, vagy a fogadó ország nyelvének megtanulására. Ilyen például Lee és Ranta (2014) tanulmánya, mely kifejezetten a *Facebookra* fókuszálva a nyelvi kompetenciák, kommunikációs hajlandóság és a fogadó ország tagjaival való kapcsolatok közötti összefüggéseket kereste. A kutatók az eredmények alapján azt feltételezték, hogy a

nemzetközi hallgatók nem tartják szükségesnek, hogy a közösségi médiumokon keresztül a fogadó ország tagjaival is tartsák a kapcsolatot. Ebben az esetben azonban nem árt megjegyezni, hogy ez a kutatás Kanadában tanuló ESL (*English as a second language*) hallgatókat vizsgált és nem vette figyelembe a származási országok közti különbségeket. Hasonló eredményekre jutott Hossain és Veenstra (2013) tanulmánya is. A nemzetközi hallgatók az Egyesült Államokban nem új kapcsolatok létrehozására, jóval inkább társadalmi megfigyelés, valamint már létező kapcsolatok fenntartásának céljából használták a közösségi médiumokat. Megállapították továbbá azt is, hogy e diákok társadalmi hálójának kiterjedése szignifikánsan kisebb volt, mint az amerikai diákoké.

Olding (2013) Ausztráliában tanuló kínai hallgatókkal végzett közösségi hálóelemzésén alapuló esettanulmánya arra mutatott rá, hogy a nemzetközi hallgatók többnyire a küldő országbeliekkel állnak kapcsolatban. E tanulmány három jelentős faktort (Olding 2013: 5) említ, mely befolyásolhatja a hallgatók médiumválasztását: (1) *kommunikációs hajlandóság*, (2) *külső tényezők*, (3) *társas kapcsolatok erőssége*. E kutatás érdekessége, hogy habár kifejezetten a *Facebook* használatára fókuszált, az eredmények azt a jelentős felismerést hozták, hogy a nemzetközi hallgatók médiahasználata nem redukálható egy domináns médium használatára, a kommunikációs kapcsolat minősége, valamint az interakció célja nagymértékben befolyásolja a médium, platform, alkalmazás megválasztását. A külső tényezők között hangsúlyos szerephez jutnak az offline kapcsolatok. Olding (2013) a *Facebook*-használat tanulmányozása során azt állapította meg, hogy az ezen az online platformon létrejövő kapcsolatok alapját legtöbb esetben már korábban létrejött offline kapcsolatok képezik. Itt összefüggéseket fedezhetünk fel a *hidak* alfejezetben ismertetett rövid, ázsiai vagy európai mobilitási programokban résztvevő amerikai diákok médiahasználataival, akik eleinte szintén idegenkedtek attól, hogy *Facebook* profiljukat adják meg elsődleges elérhetőségként. Tehát, ha a Kínából érkező hallgatók még használnák is a fogadó ország előnyben részesített közösségi médiumait, az online platformok használata nem jár kapcsolati hálójuk kiterjesztésével, azaz új fogadó országbeli kapcsolatok létrejöttével, a *Facebook* esetében kevésbé látják úgy, hogy számukra elsődleges funkciója az új emberek megismerése lenne, e platform legfeljebb a meglévő kapcsolatok fenntartásához járul hozzá.

Arra a kérdésre, hogy mi motiválja a nemzetközi hallgatók médiahasználatait, valamint ezek a motivációk milyen kapcsolatban állhatnak a diákok beilleszkedésével, Lee et al. (2011) tanulmányában azt a választ állapította meg, hogy habár az online médiumok használata betölti azon funkcióját, hogy lehetőséget biztosít a meglévő kapcsolatok ápolására, azok a

hallgatók, akik csak a küldő ország közösségi médiumait használják, nehezen boldogulnak a beilleszkedés közben azokkal a hallgatókkal ellentétben, akik a fogadó ország közösségi platformjain is aktívak.

Eltávolodva az érzelmi és társas aspektusoktól, a *hidakról* szóló alfejezetben már felvetődött az információszükséglet kérdése. Esett már szó többek között homogén, azaz azonos származási országokból érkező nemzetközi hallgatók csoportjának médiahasználati szokásairól, azonban akadtak teljesen véletlenszerűen kiválasztott diákokkal végzett kutatások is. Kifejezetten érdekes és új perspektívából közelíti meg Chang et al. (2012) kutatása a diákok médiahasználatára és beilleszkedésére közti összefüggéseket. E kutatás alanyai különböző országokból érkeztek, és ennek magyarázata, hogy a nemzetközi hallgatók komplex egyéniségek, különböző identitásokkal és információs szükségletekkel rendelkeznek, melyeket nem a származási ország határoz meg. A tanulmány feltételezi, hogy ezek a nemzetközi hallgatók azon túl, hogy világpolgárok, mivel a 80-as évek után születtek, digitális bennszülöttek is, azaz információs szükségleteiket online elégítik ki. Azonban, mivel különböző információs és nyelvi kompetenciákkal rendelkeznek, digitális médiahasználatuk eltérő felhasználói csoportokat fog eredményezni. Ezek a felhasználói csoportok egyediek, Anderson (1983) *elképzelt közösségeknek* hívja azokat, amelyek földrajzi és nemzetiségi határaikon kívül léteznek.

A kutatók feltételezték, hogy eltérő kulturális háttérrel rendelkező hallgatók eltérő médiahasználati stratégiákat dolgoznak ki, mely stratégiák a beilleszkedésükre is hatást gyakorolnak. Az alanyok ily módon való kiválasztása azt támasztotta alá, hogy a „nemzetközi hallgató”, elvetendő kategória, e diákok köre semmiképp se tekinthető homogén csoportnak. E tanulmány egyrészt arra kereste a választ, pontosan milyen mintákat is lehet felfedezni abban, ahogyan a nemzetközi hallgatók érkezésük előtt információkat gyűjtenek az egyetemről? Milyen hatást gyakorolnak a társadalmi szerepek / hálózatok arra, hogyan és hol használják a nemzetközi hallgatók ezeket az információkat?

A nemzetközi hallgatók igen sokszínű csoportját gyakran csak külföldi diákoknak nevezik úgy, hogy figyelmen kívül hagyják mobilitásuk típusát vagy származási országukat. Chang et al. (2012) hét fókuszcsoporthozos interjú után a hallgatók három csoportját tudta elkülöníteni, ahol a származási ország, a médiahasználat, valamint a társas kapcsolatok minősége bizonyult meghatározó faktornak: (1) hallgatók, akik kapcsolati hálójában az *azonos küldő országból érkező hallgatók* dominálnak, (2) hallgatók, akik kapcsolati hálóinak meghatározó részét *más országból érkező hallgatók* határozzák meg, (3) hallgatók, akik kapcsolati hálóiban a *fogadó ország hallgatói* vannak többségben. E három csoportban bizonyos küldő

országok jelenléte meghatározóbb volt, mint a többi országé. Azok a diákok, akik kapcsolati hálóiban a saját küldő országukból érkező hallgatók vannak többségben, Vietnámból, Kínából, Hongkongból, Malajziából, Indonéziából érkeztek. Azok a diákok, akik más országokból érkező nemzetközi hallgatókkal léptek inkább kapcsolatba, indiai, iráni, afrikai, valamint dél-koreai diákok. Azok a hallgatók, akik hajlamosabbak voltak a fogadó országgal való kapcsolat kialakítására, Japánból, az Egyesült Államokból, valamint Brazíliából érkeztek. E kategorizálás alkalmával arra is fény derült, hogy habár csoporttól függetlenül a hallgatók azonos információforrásokra támaszkodnak, azok a diákok, akiknek a kapcsolati hálója sokszínűbb volt, jóval több információforráshoz fértek hozzá, különösen a mobilitást megelőző felkészülési időszakban.

Az Ausztráliában tanuló ázsiai hallgatókról különböző más kutatások (Gomes 2015) is megállapították, hogy tanulmányaik befejeztével kevés ausztrál ismerőssel, barátal rendelkeznek, beilleszkedésük az ausztrál társadalomba nem mondható egyértelműen sikeresnek. Ennek többek között az is lehet az oka, ahogy Gomes (2015) feltételezi, hogy a Melbourne-ben tanuló ázsiai hallgatók egy párhuzamos társadalmat építenek fel. Az ázsiai hallgatók azért is barátkoztak ázsiaiakkal, mert így „otthon érezhették magukat”. További faktort képezett a nyelv, mely szintén jelentős szerephez jutott, hiszen a diákok kevésbé érzik magukat zavarban, ha anyanyelvükön szólalhatnak meg és nem kell angolul beszélniük egy ausztrállal.

Az online közösségi média megjelenése és terjedése számos aggodalmat vetett fel a felhasználók számára gyakorolt negatív hatásokkal kapcsolatban. (Saha & Karpinski 2016) A világjárvány terjedése idején, bár sok előnyét is megtapasztalhattuk, még inkább kiéleződtek a közösségi médiahasználat potenciális kockázatai. Az alábbiakban bemutatom a világjárvány előtt és alatt végzett kutatások által feltárt hatásokat, amelyek bizonyos szempontból határként is szolgáltak a közösségi médiahasználat során.

Az első, és kiemelkedő aggodalomra okot adó tényező a hamis információk elterjedése volt a pandémia idején. A közösségi médiában megjelent megbízhatatlan forrásokból származó álhírek számos területen terjedtek, beleértve az eredetet, az otthoni gyógyítási módszereket, az elleni védekezést és az oltások hatásait. (Venegas et al. 2020) Az Egészségügyi Világszervezet és az Európai Unió kénytelen volt olyan információs anyagokat közzétenni, melyek nem csak a közösségi médiában terjedő álhíreket cáfolták, azonban a megtévesztő információk szűrésének módszereire is felhívták a figyelmet.²⁵

²⁵ *Küzdelem a dezinformáció ellen.*

Ahogy azt majd a hallgatók pandémiával kapcsolatos tapasztalatait vizsgáló kérdőíves felmérésre adott válaszokat tárgyaló későbbi fejezetben megfigyelhetjük, a világjárvány idején megnövekedett a nemzetközi hallgatók közösségi médiahasználatával eltöltött ideje. Azonban, Akram (2018) arra a trendre felhívja a figyelmet, ez a növekedés nem mindig vezetett pozitív eredményekhez. A céltalan, órákon át tartó közösségi médiahasználat függőséghez, a társaktól való elszigetelődéshez és a koncentrációs képességek romlásához vezethetett. Fontos megjegyezni, hogy a hallgatók nem mindig használták ki az időt a társakkal való kapcsolódásra vagy a családjukkal való kapcsolattartásra, ami negatívan is befolyásolhatta az akadémiai teljesítményüket.

Az online média használata nemcsak a tanulási folyamatokat érinthette, hanem hatással lehetett a nyelvhasználatra is. A fogyasztott tartalmaktól függően változó hatások érzékelhetők, és ezt nem mindig lehet egyértelműen a közösségi média számlájára írni. (Akram 2018)

Elengedhetetlen azonban kiemelni a kiberbiztonsági kockázatokat is, különösen a világjárvány idején. A nemzetközi hallgatóknál általános trend, hogy gyakran előnyben részesítik az online vásárlást, egyrészt, mert az idegen országban nem feltétlen érzik akár a nyelvi különbségekből vagy idegenellenességből eredő nyomást, azonban a személyre szabott ajánlatok és az oldalak további, keresési előzményeken alapuló funkciói miatt is szeretnek inkább ebben a formában vásárolni. (Aliyami & Spiteri 2015) A kijárási tilalmaknak köszönhetően azonban nőtt az online bevásárlás mértéke, például Európában az online vásárlás közel 50%-kal nőtt a világjárvány idején, a ruházati cikkek és a háztartási gépek voltak a legkeresettebbek.²⁶ Az online shopok fizetési rendszerei azonban nem mindig biztonságosak, nem megfelelő kiberbiztonsági feltételek mellett a hackerek könnyen érzékeny fizetési adatokhoz juthatnak, amely jelentős anyagi károkhoz vezethet.

Végül, a nemzetközi hallgatók szempontjából kiemelkedő fontosságú tényező a kultúra. A közösségi média lehetőséget nyújt a kulturális cserefolyamatokra, ugyanakkor kulturális izolációhoz is vezethet, különösen, ha a hallgatók saját kulturális buborékjukban maradnak az online térben, ellenben a közösségi média által terjesztett tartalmak is elszakíthatják az embert saját kulturális háttérétől.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/hu/article/20200326STO75917/felretajekoztatas-es-alhitek-viruszeruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen>

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation_hu#hogyan-ismerhetjk-fel-az-sszeeskvs-elmleteket

²⁶ *The Impact of Covid-19 on the surge in online shopping across the globe*

<https://medium.com/data-and-beyond/the-impact-of-covid-19-on-the-surge-in-online-shopping-across-the-globe-602df30dec1d>

II.3. Közösségi média mint hibrid tér

Ugyanakkor az is lehetséges, hogy mind az otthoni, mind a fogadó kultúrához a hibrid terekben a közösségi médián keresztül lehet alkalmazkodni. (Martin-Rizvi 2014)

Martin és Rizvi (2014) Ausztráliában tanuló kínai és indiai hallgatókkal végzett kutatásokat. E hallgatók melbourne-i tartózkodásuk alatt speciális médiahasználati stratégiákat és hibrid tereket hoztak létre. Ez a hibridizáció lehetővé teheti „a kulturális elemek közötti párbeszédbe újraértelmezés lehetőségét összecsapás nélkül”. (Kim et al., 2009: 166) A fogadó és a küldő országbeli médiumok használata nem kell, hogy kölcsönösen kizárja egymást, sőt, lehetőségeket teremtenek a „kulturális különbségek összehasonlítására és tárgyalására”. (Qiu 2011:103)

Shao & Crook (2015) az Egyesült Királyságban tanuló kínai hallgatók blogolási szokásait vizsgálták, mely folyamán megfigyelték, hogy az elsőéves hallgatók megosztották tapasztalataikat egy csoportos blogban, fényképeket és személyes megjegyzéseket tettek közzé. A kutatók azoknál a nemzetközi hallgatóknál, akik már hosszabb időt töltöttek az Egyesült Királyságban, hibrid nyelvhasználatot is megfigyelhettek.

A korábbi fejezetekben már említett Sandel (2014) kutatásában azonban nem csak az amerikai hallgatók, hanem a kínaiak esetében is érdekes médiahasználati stratégiákat jegyezhetek fel. E diákok gyakran néztek olyan sorozatokat, melyek az Egyesült Államokban élő kínaiak mindennapjaival foglalkoztak.

II.4. A média mint az otthon kulisszája

A nemzetközi hallgatókkal, illetve tágabb kontextusban a származási országuktól távol élő médiahasználókkal számos kutatás foglalkozott már. Az otthonuktól rövidebb-hosszabb időre eltávolodó egyének mindennapi életük során olyan nehézségekkel szembesülhetnek, mint különböző pszichológiai problémák, kulturális különbségek okozta frusztrációk, mint nyelvi, vallási eltérések. Ezeknek a nehézségeknek a leküzdésére a média megoldást kínálhat. Ebben az esetben pedig nem csak a tömegmédiumokra, „hivatalos” site-okra és információforrásokra kell gondolni, hanem azokra a platformokra, alkalmazásokra, médiumokra, melyek szinte olyan megszokottak, olyan mélyen a mindennapokba ágyazódtak, hogy használatuk fel sem tűnik.

Bonini (2011) Fülöp-szigetéről érkező migránsok médiahasználatát vizsgáló kutatásában Siverstone gondolatai jelennek meg, amikor azt idézi, a média képes „átmeneti szállást” nyújtani azoknak, akik valamilyen okból elhagyják hazájukat. A média képes arra, hogy

segítségével megteremtjük azt a keretet, amiben biztonságban érezzük magunkat, amiben úgy tehetünk, mintha „otthon lennénk. Ebben a keretben, mediális környezetben az otthonát elhagyó egyén is megtapasztalhatja a családiasság érzését. Bonini (2011) metaforája, a jelenség illusztrálására, miszerint a média hordozható készletként szolgál, egy moduláris háttérként, amely az otthonunkat képviseli, és amelyet utazás közben is használhatunk arra, hogy képet készítsünk magunkról, és úgy tegyünk, mintha soha nem mentünk volna el.

Bonini imént említett tanulmányában azt is megjegyzi, hogy a tér belakásának, kisajátításának megvan a jellegzetes eszköze, a mobiltelefon. A városi flâneurok, a nagyvárosi nomádok és a tinédzserek törzsei folyamatosan mobiltelefont használnak a határok újratárgyalására saját javukra. (Itō et al., 2014) Habár a jelenlegi okostelefonok rendkívül sok funkciót ötvöznek, nem célszerű ezt a folyamatot egyetlen eszközre korlátozni.

Hogyan teremődik meg mégis ez a biztonságot nyújtó és támogató közeg, amiben az egyén az otthon érzését tapasztalhatja? Bausinger (1984) *tanulmányában megfogalmazott nézetei pár év múlva, 1991-ben jelentek meg újra az angol médiakutatásban, [...] a domesztikációs elmélet képviselőinek – Roger Silverstone (2008 [1999]), David Morley (1999b [1992]) – írásaiban. Számos megállapításuk ismerősként köszön vissza Bausinger szövegéből: annak hangsúlyozása, hogy a televízió nem egy elszigetelt médium, hanem a számos, egymással összekapcsolt információs és kommunikációs technológiák egyike, illetőleg az a megállapítás, mely szerint a médiumok használatát más, háztartásbeli gyakorlatok összefüggésében kell vizsgálni. Ugyancsak hangsúlyos szerepet kap a háztartások térbeli elrendezésének vizsgálata éppúgy, mint a médiahasználat rituális jellege, azaz időbelisége.* (Szijártó 2015)

Habár az egyre inkább mediatizált társadalmunkban ezen elképzelés kézenfekvőnek tűnhet, Morley és Silverstone gondolatai a közösségi hálózatok vizsgálata során még inkább hangsúlyossá válnak. Éppen ezért, mint ahogy az a későbbi empirikus fejezetekben is láthatóvá válik, miközben a nemzetközi hallgatók mindennapi médiahasználati stratégiáit vizsgálom, kérdéseimet nem szűkítem egy-egy meghatározott médiumra, hanem kiterjesztem e médiumok, platformok és eszközök hálózatára.

Bausinger (1984) azon gondolataira hivatkozik a Martin és Rizvi (2014) szerzőpáros is, miszerint a média meghatározza a mindennapi élet rutinját, segít rendet teremteni, a médiahasználat a napirend része. Ezeket a megállapításokat a szerzőpáros már azokra a mikroszintű transznacionális média-kapcsolatokra vetítve jegyzi meg, amelyek fenntartják a

nemzetközi hallgatók mindennapi életét tengerentúli tartózkodásuk alatt. (Martin-Rizvi 2014)

E tanulmány arra mutat rá, hogy az új technológiák átalakítják a tér és a kapcsolatok érzékelését. A nemzetközi hallgatók médiahasználatán keresztül mutatja be, hogy a média egyrészt közel hozza az otthont, ahogy e hallgatók az otthon használt médiumok segítségével kapcsolatban maradnak otthoni családtagjaikkal, barátaikkal, anyanyelvükön kommunikálhatnak, hallgathatnak zenét, olvashatnak híreket, követhetnek saját származási országukból származó *influencereket* vagy nézhetnek sorozatokat. Másrészt, a médiahasználat mindig „helyben” történik, az egyetemen, a kollégiumban, az albérlésben, a város különböző tereiben, szórakozóhelyeken, a város nevezetességei közelében, bevásárlóközpontokban. Miközben származási országuktól távol vannak, hordozható eszközeiket, mint az „otthon kulisszáit” magukkal viszik és ezáltal teremthetik meg egy újszerű lokalitást. Ehhez a lokalitáshoz azonban nem elég az eszközök megléte, ez a hely a másokkal való kapcsolatokon keresztül is artikulálódik. Mi következik e transznacionális „fizikai és digitális élmények hibridizációjából”? (Lee, 2010: 267) Amint az „otthon” apró darabjai laptopok és okostelefonok révén materializálódnak az „itt kint” (fogadó ország) tágabb földrajzi és tapasztalati terében, hozzájárulnak az „itt” megalkotásához, például, videóhívásokat folytatnak vásárlás közben, mintha a szüleik vagy barátaik is ott lennének és egy közös időtöltés lenne.

Az otthon megteremtése azonban nem minden esetben olyan egyszerű, akadályokba is ütközhet. Előfordulhat, hogy a technológiához való hozzáférés korlátozott, néha a megszokott médiumok nem elérhetők a származási országon kívül, és ilyenkor más megoldást kell találniuk a hallgatóknak, bizonyos médiumok használata háttérbe szorul, másoké új funkciókkal bővül. Ameddig ez nem történik meg, gyakran komoly frusztrációkkal küzdenek a hallgatók, hogy teljesen elvágva, elhagyatva érzik magukat ameddig nem sikerül helyreállítani a kapcsolatot a világgal és az otthonnal. (Martin-Rizvi 2014)

Amikor a nemzetközi hallgatók az otthonhoz kapcsolódnak, megfigyelhető az a tendencia, hogy olyan kulturális gyakorlatokat is elkezdjenek alkalmazni, melyeket előtte nem végeztek, azonban küldő kultúrájukra jellemző és az otthonukra emlékezteti őket. (Pl.: vallás, zene)

A nemzetközi hallgatók otthon megteremtésére irányuló tevékenységei nem csak a médiahasználaton keresztül artikulálódnak. Olyan országokban, melyekben egy-egy nemzetiség nagy létszámban van jelen, e csoportok belakják a városi tereket. Mint különböző nagyvárosokban a Chinatown, a mecsetek, a boltok, úgy vannak jelen Pécsen is

a különböző éttermek, vízpipabárok, fűszerboltok, melyek berendezésükkel, dekorációjukkal igyekeznek azt a látszatot kelteni, mintha az oda látogatók otthon, vagy a városlakók otthonuktól távoli helyen lennének.

Míg a nemzetközi hallgatók szemszögéből a tér belakása a médiumokon keresztül válik lehetségessé, addig az otthon maradottak számára digitalizált formájában maga az otthon tekinthető úgy, mint Virilio (1991) szerint az „utolsó jármű” (idézi: Spigel, 2001: 400), ahol a kényelem, a biztonság és a stabilitás boldogan együtt élhet azzal a lehetőséggel, hogy az egyén azonnal máshova repüljön, vagy a „másutt” kívánt elemeket behozza az otthonba. (Silverstone-Haddon 1996)

II.5. Polimédia

Az már bizonyos, hogy a nemzetközi hallgatók – legyen szó általánosságban a világ bármely részén tartózkodó „átutazókról” (*sojourners*), vagy a PTE-re érkező külföldi hallgatókról – médiumok széles repertoárját használják mindennapi kommunikációjuk során. Felmerül a kérdés, mi befolyásolja őket e médiumok kiválasztásában? Milyen tényezői vannak annak, hogy bizonyos kommunikációs helyzetekben egyes médiumokat előnyben részesítenek másokkal szemben? Léteznek-e közös vonások az iráni hallgatók mediális környezetének felépítésében?

Ahogy az a korábbiakban felmerült, számos oka lehet annak, amiért egy-egy felhasználó bizonyos médiumokat, meghatározott kommunikációs helyzetekben előnyben részesít más médiumokkal szemben.

Mirca Madianou és Daniel Miller (2012) *Migration and new media* c. kötete egy lehetséges keretet kínál az otthontól távol élők mediális környezetének értelmezéséhez, ez az elméleti keret pedig a *polimédia* elmélete. Habár a médiarepertoár polimédia szerinti értelmezése valamelyest újszerű gondolat, olyan korábbi elméletekben gyökerezik, illetve olyan jelenségek vezetnek a kialakulásához, mint a *konvergencia*, a *médiagazdaságosság*, *média-multiplexitás*, a *determinizmus* vagy a *domesztikáció*. (Madianou-Miller 2012:135-136)

A *polimédia* fogalmának bevezetése abból a szempontból is szükségessé vált, hogy az olyan korábbi fogalmak, mint a *multimédia*, *multiplatform* nem voltak már képesek pontosan leírni az állandóan változó médiumokat, sem pedig azt a jelenséget, hogy különböző kapcsolatok különböző médiahasználati stratégiákat hoznak létre.

Tehát, a szerzőpáros, Miller és Madianou e fogalommal kísérletet tettek arra is, hogy áthidalják azon szakadékokat, melyek a korábbi elméletek hiányosságai mentén jöttek létre. A korábbi éles határ a technológia, médium, platform, applikáció a *konvergencia*

következtében már kevésbé egyértelmű. Vegyük példának a *Facebookot*. A *Facebook* története kezdetben egy *Facemash* nevű alkalmazással kezdődött, az oldalt a Harvard hallgatói, valamint tanárai használhatták, egy zárt platformként működött, melyet később kiterjesztettek az *Stanford*, *Columbia* és a *Yale* egyetemekre is. Ezután, nagy népszerűségének következtében már minden 13 évnél idősebb személy regisztrálhatott. A *Facebook* nem egy egyszerű alkalmazás vagy platform, hanem *hyperlinkek hálózata*. Habár „közösségi oldalnak” nevezzük, számos funkciója van, mely önmagában is értelmezhető lenne alkalmazásként, vagy akár médiumként. (Brügger 2015)

A következő jelentős fogalom, mely életre hívta a *polimédiát*, a *remedializáció* elmélete (Bolter-Grusin 2000). Ezen elmélet arra mutat rá, hogy egy-egy médium miként gyakorol hatást a következő megszületésére. *A médium az, ami remedializál. Birtokba veszi más médiumok technikáit, formáit, azok társadalmi jelentőségét, és a valós nevében megkísérel versenyre kelni velük, vagy megpróbálja átformálni őket. A médium a mi kultúránkban soha nem működhet elszigetelve, mivel a többi médiummal a tiszteletadás és a rivalizálás révén folyamatos kapcsolatot tart fenn.* (Bolter-Grusin 2000) A *polimédia* abban a tekintetben haladja meg ezt az elméletet, hogy pontosítja e médiumok egymáshoz való viszonyát.

A *multimédia* fogalma szintén közel áll a *polimédiához*, hiszen egy-egy médiumhoz egyszerre több funkció kapcsolódik. A multimédia azonban félrevezető lehet, ugyanis ez egy médium több funkciójának, vagy több médium egyidejű használatára utal.

A *polimédia* megváltoztatja a médiumokat, bizonyos funkciók az előtérbe kerülnek, bizonyos médiahasználati stratégiák a háttérbe szorulnak, médiumokat új szerepekbe helyezünk, egyesek használatát pedig örökre mellőzzük. Gondoljunk csak a telefonhívásokra. Ha pár évtizednyire visszatekintünk, a mobiltelefonok használata még a legkevésbé sem volt elterjedt. Utazások során gyakran telefonfülkékből értük el szeretteinket, majd később az elérhető áru mobiltelefonok elterjedésével már bárhol telefonálhattunk. Az elmúlt évtizedben az okostelefonok és a mobilnet segítségével pedig már különböző csevegő-alkalmazásokon keresztül folytathatunk hanghívásokat, sőt, videochaten is kommunikálhatunk.

Nem csak az eszköz ment át jelentős változásokon, hanem annak felhasználási módja is. Míg korábban egy telefonhívás az egymástól távol élő családtagok, rokonok, ismerősök egyik kedvelt kommunikációs formájának számított, ugyanis a hanghívások jóval személyesebbé teszik a kommunikációt és képesek összetettebb érzelmek közvetítésére, addig, ahogy Madianou és Miller is a fülöp-szigeteki családokkal végzett kutatásaik eredményeként

megjegyzik, mára a chatelés sokkal kedveltebb kommunikáció, sőt, elvárt forma, hogy előtte írásban értesítjük a partnert a hívásról.

A *polimédia* jellegét tekintve kettős, egyrészt a médiumok konvergenciájából indul ki, közben azonban e médiumok különbözőségein alapul. Habár számos médium funkcióit, használatát tekintve rendkívül hasonló egymáshoz, mégis a köztük felfedezhető kisebb-nagyobb különbségek miatt bizonyos kommunikációs helyzetekben, meghatározott partnerekkel más és más médiumok kerülnek előtérbe. A *polimédia* azonban nem egy stabil állapot, hanem folyamat, melynek a felhasználók, felhasználói csoportok különböző fejlettségi fokait érik el. Mégis mi határozza meg, hogy mely kommunikációs helyzetekhez mely médiumok társulnak? Továbbá, milyen tényezők befolyásolják a *polimédia* megvalósulását, illetve a folyamat elindulását?

Madianou és Miller (2012) megállapítja, hogy a *polimédia* folyamata akkor kezdődhet el, ha három alapvető feltétel megvalósul. A *polimédia* első feltétele a technológiához való hozzáférés, amit a szerzőpáros számszerűsít is, azaz a felhasználónak legalább fél tucat médiumhoz kell hozzáférnie ahhoz, hogy az eszközhasználat ne akadályozó tényezőként jelenjen meg. Amint észrevehető, Madianou és Miller e feltételnél sem tesz különbséget technológia, eszköz, médium, platform és eszköz között. E feltétel megléte tulajdonképpen azt bizonyítja, hogy az anyagi szempont háttérbe szorul más szempontokkal szemben, és a technológia, eszköz, médium, szolgáltatás költsége nem akadályozza a felhasználót a médium megválasztásában, hanem éppen ellenkezőleg, a választás teljes mértékben önkényes és a felhasználótól függ. Tehát, ez a dolgozat alanyainak szempontjából ideális esetben azt jelentené, hogy egy-egy nemzetközi hallgató nem azért nem választja a telefonhívást a szüleivel való kapcsolattartás során, mert annak költségei magasabbak, hanem azért, mert például *WhatsApp*-en vagy *Viber*-en keresztül videóhívást is folytathatnak, mely sokkal személyesebb.

A *polimédia* második feltétele a médiaműveltség, médiajártasság (media literacy). A *médiakörnyezet konvergenciája, az egyre komplexebbé és bonyolultabbá váló kommunikációs környezet a médiaműveltség korábbi, hagyományos fogalmának újragondolását is felveti. Számos olyan műveltségterületről lehet olvasni az elmúlt években, mint például a digitális-, információs-, kritikai műveltség, amelyek a kommunikációs tér használatának különböző aspektusai, a tájékozódáshoz és részvételhez kapcsolódó különböző képességek mentén értelmezhetőek és fogalmazzak meg fejlesztési*

célok.²⁷(Nagy 2016) Alapvetően számos meghatározás létezik, mely a médiaműveltség fogalmának és feltételeinek meghatározására tesz kísérletet, azonban Scheibe és Rogow (2012) *a médiaműveltség fogalmát a mindennapi médiahasználatra, és a digitális technológia által teremtett kommunikációs környezet kihívásaira közvetlenebbül reagáló lista alapján adja meg.* (Nagy 2016) E lista magába foglalja a (1) *hozzáférést*, (2) *megértést*, (3) *tudatosságot*, (4) *értelmezést*, (5) *értékelést*, valamint a (6) *részvételt*. E pontok arra kívánnak reflektálni, hogy egy felhasználó képes az eszközökön és technológiákon keresztül hozzáférni az adott médiatartalmakhoz (1. pont), képes azok lényegét megragadni (2. pont), valamint ezen üzenetek jelenlétét tudomásul venni (3. pont), képes továbbá a megszerzett információkat kritikusan értelmezni (4. pont), illetve ezekről saját életére vonatkoztatva és tágabb kontextusban is gondolkodni (5. pont), végül pedig maga a felhasználó is birtokában van annak a tudásnak, hogy hasonló tartalmakat állítson elő (6. pont). Madianou és Miller (2012) érvelése azonban igen meggyőző abban a tekintetben, hogy a polimediális környezet kialakulása nem függhet egyetlen felhasználtól, figyelembe kell venni – jelen esetben – a nemzetközi hallgatók kommunikációs partnereit is. Azaz, nem elegendő, ha a hallgató képességei megfelelnek az imént ismertetett hat pontnak, szüleiknek, rokonaiknak, barátaiknak, általánosságban kapcsolataiknak mind rendelkezniük kellene ezen készségekkel, képességekkel, tudással. A médiaműveltség mindazonáltal – a polimédiához hasonlatosan – nem egy kialakult állapot, jóval inkább egy folyamat, melyben a felhasználók különböző szinteket érnek el. Előfordulhatna például, hogy egy hallgató szívesebben használna Instagramot a szüleivel folytatott kommunikációban, azonban ezt nem tudja megvalósítani, mivel szüleinek nincs profilja, okostelefonja, nem tudják a platformot kezelni...etc. Amikor egy felhasználó akadályoztatott egy bizonyos médium használatában, akkor ez a helyzet különböző következményekkel járhat. Madianou és Miller (2012) megemlíti, hogy kutatásuk során találkoztak olyan szülőkkel, akik akár különböző informatikai kurzusokra is beiratkoztak, csak hogy megtanulják azon médiumok használatát, melyeket gyermekeik is használnak. Fülöp-szigeteki kutatásaik során Miller és Madianou ennek a magatartásnak az ellenkezőjét is megfigyelték a gyerekeknél, fiataloknál, akik szándékosan választottak olyan médiumokat, melyek használatával a szülők nem voltak tisztában. Ennek pedig az az oka, hogy így kikerülhettek a szülői kontroll alól.

²⁷ Nagy, Krisztina: Literacy és felhasználói tudatosság. *Infokommunikáció és Jog*, 2016/1, 17-21.

II.6. Összegzés, következtetések

A fenti kategorizációból világossá vált egy-egy tendencia, mely a nemzetközi hallgatók médiahasználatára, valamint beilleszkedési folyamatai között fennálló összefüggéseket vizsgáló kutatásokat meghatározza. E kutatások öt kérdésre keresték választ: (1) milyen szerepet játszanak, milyen funkciókat töltenek be a közösségi médiumok a diákok mindennapi életében; (2) mik azok a gyakori nehézségek, melyekkel a nemzetközi hallgatók a fogadó országba érkezés után szembesülnek; (3) mik a diákok motivációi, céljai a médiahasználat során; (4) milyen faktorok befolyásolják a médium kiválasztását, valamint a médiahasználatot; valamint, mindezekből következően, milyen hatást gyakorol a médiahasználat a beilleszkedésre.

Ahogy Bausinger (1984), Morley, Silverstone (1999), Miller & Madianou (2012) is kifejtették, a felhasználók a médiumoknak, platformoknak és eszközöknek otthonteremtő funkciókat tulajdonítanak, melyek egyfajta átjáróként szolgálnak az "itt benn" és az "ott kinn" között. Ezek segítségével a felhasználók távoli ismeretlent hozhatnak a nappaljukba, miközben az átmeneti tartózkodási helyüket otthonná varázsolhatják. Ezek a "kulisszák" állandóan változnak a médiumok repertoárjának és a felhasználók aktuális tartózkodási helyének függvényében.

III. Az Iráni Iszlám Köztársaságból érkező nemzetközi hallgatók médiahasználati stratégiái a Pécsi Tudományegyetemen

2017-ben a legtöbb nemzetközi hallgatót küldő országok globális listáján Irán a tizedik helyet foglalta el 51.600 hallgatóval. (Raghuram & Sondhi 2022) A Pécsi Tudományegyetem legfrissebb felmérése (Árvai 2019) szerint az Iráni Iszlám Köztársaság 2019-ben 498 hallgatóval, Németországot és Kínát követően a harmadik helyen állt a legtöbb nemzetközi hallgatót küldő országok tízes listáján. A 2018/19-es tanévtől eltekintve elmondható, hogy az iráni hallgatók száma növekvő tendenciát mutatott az elmúlt öt évben. A 2014/15-ös tanévben 211 hallgató, a 2015/16-os tanévben 310 hallgató, a 2016/17-es tanévben 435 hallgató, majd a 2017/18-as tanévben a legtöbb, 537 hallgató folytatta tanulmányait a Pécsi Tudományegyetemen.

Finanszírozási forma szerint az összes félévben 2015 és 2017 között egy állami ösztöndíjas hallgatótól eltekintve kizárólag költségtérítéssel formában vettek részt az iráni hallgatók az oktatásban. A hallgatói létszámok alakulását, valamint a finanszírozási formát figyelembe véve arra a következtetésre juthatunk, hogy az iráni hallgatók teljes képzésekre érkeznek a PTE-re, azaz legalább kettő évet töltenek az egyetemen.

III.1. Miért az iráni hallgatók?

A mai globális társadalomban az információhoz való hozzáférés, a média és a kommunikáció szabadsága alapvető jogok, hiszen ezek járulnak hozzá ahhoz, hogy az egyének szabadon alkothassanak véleményt és e véleményalkotási folyamathoz megfelelő tájékozottsággal rendelkezhessenek. Ebben a kontextusban a Pécsi Tudományegyetem iráni nemzetközi hallgatói különleges pozíciót töltenek be, kommunikációs csatornáiknak és stratégiáiknak, valamint kapcsolati hálózataiknak, illetve a különböző kommunikációs helyzeteikből szerzett tapasztalatainak feltárása és megértése jelentős, ugyanis a hazájukban egy erősen, a politikai rezsim által cenzúrázott médiarendszer és kommunikációs háló részesei.

Az iráni hallgatók a Pécsi Tudományegyetemen olyan közegben tanulnak, érintkezhetnek másokkal, navigálhatnak mindennapi életükben, ahol bár szabadabbak lehetnek a kommunikációs eszköztárak használatának tekintetében, mégis a hazájukban maradt családjuknak, barátaiknak, társaiknak korlátozott lehetőségeik vannak az információk elérésére és megosztására, illetve bizonyos információk megosztása komoly következményeket vonhat maga után. Az iráni politikai berendezkedés és médiarendszer ellenőrzése komplex kihívásokat teremt mind az otthon maradtak, mind a külföldön tanuló hallgatók számára, és megnehezíti a valódi párbeszéd létrejöttét, az érzelmi támogatást, a több forrásból való tájékozódás lehetőségét, valamint az információk szabad megosztását.

Tehát, a következő fejezet célja nem más, minthogy bemutassa az empirikus kutatásban részt vevő iráni nemzetközi hallgatók kommunikációs stratégiáit, akik küldő és fogadó országukban is egyaránt tapasztalják az információhoz való hozzáférés korlátozását. Ennek a csoportnak a bemutatása révén megkísérlem feltárni, hogyan élik meg és hogyan alkalmazkodnak a cenzúrával átszótt kommunikációs környezethez, milyen kihívásokkal néznek szembe mindennapi életük során és ez milyen hatást gyakorolt a kérdőívet kitöltő és interjúalanyaim magánéletére. Nem szabad megfeledkezni továbbá arról a körülményről sem, hogy a kérdőív kitöltése és az interjúk lefolytatása a világjárvány kitörésének idejéhez rendkívül közel tehetők, így azok a magyarországi események, illetve morális pánik kitörése, félelem- és gyűlöletkeltés az Iránból visszaérkező hallgatókkal szemben jelentős aspektusát képezték egyrészt a küldő ország lakosaiban nemzetközi hallgatókról kialakított kép létrejöttében, másrészt újabb akadályokat gördített a nemzetközi hallgatók elé.

A következő alfejezetekben bemutatom azt a mediális környezetet, melyből e hallgatók érkeznek, majd ismertetem az iráni hallgatók mindennapi életbeli nehézségeiből, valamint a különleges médiarendszerekből adódó egyéni problémák megoldása során szerzett

tapasztalataikat. Végül, bemutatom, hogy e hallgatók, mind a szükség teremtette helyzeteknek, mind pedig saját közösségi médiumokban szerzett jártasságuknak, valamint egyéni kreativitásuknak köszönhetően, milyen módon kezelik és alakítják a kommunikációs korlátokkal teli mediális környezetüket, milyen médiahasználati stratégiákat dolgoznak ki a kooperációra, és ezáltal hogyan képesek navigálni küldő és fogadó országukban kiépített kommunikációs hálóik között.

III.2. Az Iráni Iszlám Köztársaság médiarendszere és médiahasználati trendjei

Irán médiarendszerének erős cenzúrája azon kettős politikai rendszeréből is következik, mely a síita ideológiát és az európai modernizációt ötvözi. *Az országban a legfőbb hatalom Istené, alkotmánya szerint „az iszlám köztársaság egy olyan rendszer, amely azon a hiten és meggyőződésen alapul, hogy egy Isten van, és az ő kizárólagos joga irányítani, míg az embernek kötelessége magát az isteni parancsoknak alárendelni. Az isteni kinyilatkoztatásnak alapvető szerepe van a törvények megalkotásában.* (N. Rózsa 2010) Ez egy vegyes rendszer a demokratikus tendenciákat az autokratikus ellenőrzéssel ötvözi. Az Iráni Iszlám Köztársaságban az idősebb lakosság körében még mindig a televízió a legnépszerűbb médium, a lakosság több mint 95%-a nézi, és azonosítja az információszerzés (hírek) és a szórakozás (filmek) elsődleges forrásával. Az Iráni Iszlám Köztársaság műsorszóró szervezetét nagyrészt állami költségvetésből finanszírozzák, de független szervezet, közvetlenül a vallási legfelsőbb vezető (Rahbar), és az Iráni Iszlám Köztársaság kormánya, törvényhozása és igazságszolgáltatása által létrehozott Tanács felügyelete alatt áll.²⁸

Az online médiumok használata sokáig elmaradott volt a fejlett országokhoz képest, különösen az internet-hozzáférésben, 2016-ban azonban már 56,7 millió iráni internethasználó volt a 82 milliós lakossághoz viszonyítva. (Baghestan-Hassan 2010) Az internetezők meghatározó részét városi fiatalok, leginkább Teheránból és vonzáskörzetéből képezik, és ezekről a felhasználókról elmondható, hogy többségében egyetemi hallgatók, vagy egyetemi végzettséggel rendelkeznek és valamely kulturális, szociális vagy politikai területen tevékenykednek.

Az online újságírás elterjedt, köszönhetően a televízió és a nyomtatott sajtó cenzúrájának, valamint azoknak a nehézségeknek, melyekkel az újságíróknak és a szerkesztőségeknek kell megküzdeniük.

²⁸ *Media Landscapes – Iran*
<https://medialandscapes.org/country/iran>

Az Iráni Iszlám Köztársaság 2007-ben Kína után a második legtöbb bloggal rendelkező ország volt, mindazonáltal, a számos kormányellenes blogra felfigyelve a 2000-es évektől kezdve az iráni kormányt támogató blogok is megjelentek. Számos, a kormány nézeteitől eltérő nézeteket osztó bloggert börtönbüntetésre ítélték, és hasonló következményekkel kellett később a közösségi médiaplatformokon tevékeny aktivistáknak is szembenéznük, különösen a 2009-es utcai demonstrációk után, ezen online terek ellenőrzésére 2011-ben alakult meg a *Cyber Police*.²⁹

Az Iranian Students Polling Agency 2016-ban a Financial Tribune-ben megjelentetett angol nyelvű cikke az iráni közösségi médiahasználattal kapcsolatos felmérés eredményeit ismertette.³⁰ A kutatás eredményei szerint az iráni lakosság 53%-a használt legalább egy közösségi médiaplatformot. *Teheránban* a lakosság 60%-a, provinciális székhelyeken 56%-a, városokban szintén 56%-a, valamint falvakban 42%-a aktív a közösségi médiában. Az iráni közösségi médiahasználók legnépszerűbb chatszolgáltatása a *Telegram*, az összes közösségi médiahasználó mintegy 71%-a használ *Telegramot*. A közösségi médiahasználatot nagymértékben befolyásolta az iskola végzettség. Az egyetemisták 75%-a, a középiskolai vagy annál alacsonyabb végzettségűek azonban csak 39%-a használt valamilyen közösségi médiumot. A második legnépszerűbb chatszolgáltatás a *WhatsApp* volt, melyet a 18 év feletti teljes lakosság 26%-a használt. A legelterjedtebb közösségi médiumok listáján a *WhatsApp* mellett a lakosság szintén 26%-ával az *Instagram* áll. Az Iráni Iszlám Köztársaságban a *Facebook* és a *YouTube* használata tiltott, azonban anti-filter proxykkal ezek a site-ok is elérhetők. A *Facebookot* 2016-ban 17,2 millióan használták, ez az akkori lakosság 20,8%-át képezte.

III.3. Kutatási előzmények és módszerek: hogyan használják a nemzetközi hallgatók a médiát?

A dolgozat e fejezete a következő kérdésre kereste a választ: tekintettel a magyar társadalom elmúlt években felerősödő idegenellenességre és az Iráni Iszlám Köztársaság közösségi médiumok felett gyakorolt szigorú ellenőrzésére, hogyan tudnak a Pécsi Tudományegyetemre érkező iráni nemzetközi hallgatók a közösségi média segítségével

²⁹ *Media Landscapes – Iran*

<https://medialandscapes.org/country/iran>

³⁰V.ö.: *53% of Iranians Use Social Media*

<https://financialtribune.com/articles/economy-sci-tech/33702/53-of-iranians-use-social-media>

alkalmazkodni a mobilitás következtében kialakuló mindennapi életbeli változásokhoz és hogyan navigálnak az otthoni és az új kommunikációs hálóik között?

Ahogy a korábbi, témában végzett vizsgálatok példáján keresztül látható, rendkívül sokszínű módszertani repertoárral igyekeztek a kutatók választ találni a nemzetközi hallgatók mindennapi médiahasználatával kapcsolatban felmerülő kérdésekre. Shao (2015) audionapló-elemzése megfelelő eszköznél bizonyult ahhoz, hogy feltárja a hallgatók mindennapi életét érintő nehézségeket. A diákok minden nap, egyetemi óráik után, kollégiumi szobájukban vagy albérletükben egyszerűen elmesélték az aznapi történeteiket, melyek alapján a kutató rekonstruálni tudta a kínai hallgatók mindennapi életében bekövetkező változások okozta nehézségeket. Még ugyanezen évben Shao és kutatótársa Crook (2015) e nehézségekkel való megküzdést vizsgálta a médiahasználati stratégiákat középpontba helyezve. A kutatók a vizsgálatban résztvevő hallgatókat arra kérték, hogy csatlakozzanak egy a kutatás céljából létrehozott bloghoz, melyen az újonnan érkező és a már hosszabb időt a fogadó országban eltöltött diákok megoszthatták egymással tapasztalataikat, kérdezhettek, segítséget nyújtottak, hasznos tanácsokkal látták el a még tapasztalatlanabb társaikat. Habár e kísérletből az a tendencia rajzolódott ki, hogy a nemzetközi hallgatók előszeretettel használták a platformot egymás segítésére, sőt, a kutatók egy idő után kínai-angol hibrid nyelvhasználatra is figyelmesek lettek, nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy ez a blog egy kutatók által „mesterségesen” létrehozott platform.

Az alanyok interaktivitását megkövetelő módszerektől távolodva találhatunk példát „hagyományos” módszerekre is. Chen és Yang (2015) egy bizonyos közösségi oldalon létrehozott csoportban aktív diákok online tevékenységét figyelte meg majd elemezte, miként használják a diákok e csoportot az információs szükségletek kielégítése, valamint a társadalmi kapcsolatok fenntartására. Chang et al. (2012) fókuszcsoportos interjúkat készített hallgatókkal abból a célból, hogy részletesebb képet kapjon a nemzetközi hallgatók kapcsolati hálójáról. E fejezet szemszögéből figyelemre méltó N. Park et al. (2014) kérdőíves felmérése, mely a hallgatók különböző kapcsolatainak fenntartására fókuszált, valamint Sandel (2014) interjúk módszere, mely átfogó, általánosabb médiahasználatra vonatkozó kérdéseket tartalmazott.

Jelen fejezet célját egyrészt egy elemzési szempontrendszer kidolgozása képezte, mely egyrészt rendszerezi a nemzetközi hallgatók beilleszkedési folyamatait, valamint médiahasználatuk közötti kapcsolatra vonatkozó kérdéseket, illetve az ezekkel kapcsolatban

felmerülő fogalmakat, továbbá az online kérdőívre adott válaszok alapján lehetővé teszi a médiahasználati stratégiák csoportosítását.

Az empirikus kutatás két módszert, a kérdőívet és az interjút ötvözte. Az előbbi célját annak felmérése képezte, hogy hogyan írhatók azok a nehézségek, melyekkel kifejezetten a Magyarországra érkező iráni hallgatók szembesülnek, mely tényezők gyakorolhatnak közvetett, illetve közvetlen hatást a médiahasználat és az alkalmazkodási stratégiák közötti kapcsolatra, valamint hogyan épülnek fel a diákok kommunikációs hálói.

A szakirodalom (Smith & Khawaja 2011) számos lehetséges tényezőt említ, melyek általánosságban nehézségeket okozhatnak a nemzetközi hallgatók beilleszkedése közben. Ilyenek például a *nyelv*, az *oktatás*, az olyan szociokulturális faktorok, mint a *társas kapcsolatok* vagy az *elutasítás*, *kulturális hasonlóságok és különbségek*, vagy a gyakorlati tényezők, mint például a *lakhatás* vagy a *közlekedés*. A nehézségek vizsgálatakor számos, túlnyomórészt pszichológiai, interkulturális pszichológiai tanulmány (Chavajay & Skowronek 2008, Li et al. 2017, Ramos et al. 2016, Wang & Mallinckrodt 2006) az érzelmi aspektust, pontosabban az olyan érzelmi kötelékek, mint a családtagok, barátok, ismerősök környezetváltozással fellépő hiányát helyezte előtérbe, azonban vannak a környezetváltozásnak további szempontjai is, melyek egyáltalán nem elhanyagolhatók. Ilyen szempontot képezhet akár az eltérő *időjárás*, vagy az aktuális *város mérete*. Problémát okozhatnak továbbá az eltérő egyetemi *elvárások* is, előfordulhat, hogy a nemzetközi hallgatókkal szemben támasztott elvárások alacsonyabbak, mint a fogadó országból származókkal szembeni követelmények, azonban megeshet ennek ellenkezője is, hogy az oktatók nem veszik figyelembe e diákok státuszát. Nehezíthetik a beilleszkedést a kulturális különbségek, melyek az *ételekben*, *szokásokban*, *kommunikációban* és a *nyelvben* jelentkezhetnek. Végül pedig, különösen kiutazás előtti időben a megfelelő információk megszerzése is bonyodalmas folyamat lehet.

A kérdőív struktúrája szerint hat részre tagolható. Az első rész az adatközlők olyan személyes adatait tartalmazza, mint a nem, életkor, állampolgárság, egyetemi kar, szak, a képzés szintje, a Magyarországon eltöltött idő, általánosságban a nyelvtudás, illetve a magyar nyelv ismerete.

Korábbi kutatások áttekintése alkalmával, különösen az Európába érkező amerikai diákok példáján keresztül kirajzolódott, a technológia hozzáférhetősége is befolyásolja a médiumválasztást és -használatot. Feltételezhető, hogy a nemzetközi hallgatók eszközhasználat a származási ország elhagyása után kezdetben megváltozik és inkább a mobileszközök, valamint online alkalmazások használatát fogják előnyben részesíteni.

A harmadik rész alkalmazások használatáról szól. E kérdések célját az képezte, hogy lehetővé tegye egy pontosabb kép alkotását a PTE iráni hallgatóinak médiahasználatáról. Ebben a részben arra kerestem a választ, hogy a diákok milyen alkalmazásokat, kikkel, mi célból használtak egyrészt a kiutazás előtt otthon, másrészt már Magyarországon, azaz milyen médiahasználati stratégiákkal rendelkeztek akkor, és milyeneket építettek fel a fogadó társadalomban. A két állapot – otthoni és magyarországi – vizsgálata azért lényeges, mert láthatóvá válnak médiahasználatban esetlegesen végbemenő változások.

A negyedik rész a kommunikációs hálók felépítésére vonatkozó kérdéseket tartalmazta. A kommunikációs hálók egyrészt okai, másrészt következményei is bizonyos médiumok használatának. Okok alatt érthető, hogy amennyiben a diákok kapcsolati hálóit a bi- és multikulturális kapcsolatok határozzák meg, úgy nagyobb valószínűséggel kezdik el a fogadó ország médiumait használni, melynek következtében még több fogadó országbeli diákkal, városlakóval építhetnek ki új kapcsolatokat, mely kapcsolatok hozzájárulnak beilleszkedés sikerességéhez.

Az ötödik rész az információigényéről és az információforrások felhasználásáról szól. Amint az a korábbi kutatások példáján keresztül világossá vált, vannak bizonyos tényezők, melyek befolyást gyakorolhatnak arra, miként választják ki a nemzetközi hallgatók a fogadó országban a médiumokat. E vizsgálatok (Ye 2006, Sandel 2014, Shao 2015) eredményei mind arra utaltak, hogy a fogadó országban eltöltött idő jelentős hatást gyakorol arra, hogy a diákok mely médiumokat, kikkel és mi célból használják. E kérdéskör középpontjában arra összpontosít, milyen eszközökkel, milyen platformokról, kiktől szerzik az iráni hallgatók a mindennapi életükhöz szükséges információkat, milyen mértékben tették magukévá a fogadó országbeli médiumok, alkalmazások, platformok használatát, egyáltalán szükségesnek érzik-e, hogy magyarországi tartózkodásuk alatt a fogadó országot érintő híreket, történéseket nyomon kövessék. Elmondható, hogy a kreditmobilitási programok résztvevői, akik legfeljebb egy szemeszterre hagyják maguk mögött otthonukat, kevésbé használják a fogadó ország médiumait, ellentétben azokkal, akik teljes képzésekre érkeznek. Minél hosszabb az országban eltöltött idő, annál nagyobb eséllyel fogják a diákok a fogadó társadalomban népszerű médiumokat használni. A korábbi kutatások áttekintése során megfigyelhető az a tendencia, hogy e vizsgálatok a közösségi médiumok közösségi jellegére helyezik a hangsúlyt, azaz új kapcsolatok kiépítésére, valamint meglévő kapcsolatok fenntartására, azonban találhatunk példát olyan tanulmányokra is (Sandel 2014, Chen & Yang 2015, Shao 2015), melyek e fókuszot kiszélesítik az információszükséglet perspektívájával. E kutatások által világossá válik, hogy az információgyűjtés a legkevésbé

sem elhanyagolható már időszakban, sem a nemzetközi hallgatók mindennapi életbeli sikeres eligazodásában és beilleszkedésében. Meghatározó faktorként jelenhet meg továbbá a származási ország is. Chang et al. (2012) vizsgálatából kiderült, a kelet-ázsiai országokból érkező hallgatók hajlamosabbak arra, hogy kapcsolati hálójukat az azonos küldő országból érkező diákok határozzák meg és egy kifelé zárt közösséget hozzanak létre. Ehhez kapcsolódóan felmerül a kérdés, hogy a nyelvtudás nehézségként, médiumválasztást meghatározó faktorként, esetleg feltételként (Rui és Wang 2015) vagy éppen a médiahasználat motivációjaként (Li és Cheng 2014) értelmezhető. Amennyiben a hallgatók bizonytalanok a fogadó ország nyelvét illetően, inkább az olyan médiumok, alkalmazások, platformok használatát fogják előnyben részesíteni, melyek a saját anyanyelvükön is elérhetők. Feltételezhető továbbá az is, hogy az olyan hallgatók, akik származási országa nagyobb számban küld diákokat az adott fogadó országba, nagyobb valószínűséggel fognak inkább *monokulturális* kapcsolatok kiépítésére törekedni és kevésbé fogják a fogadó ország médiumait használni.

E kapcsolatokból kiindulva feltételeztem továbbá azt is, hogy azok a diákok, akik a fogadó országbeli tanulmányaik előtt sokszínűbb kapcsolati hálóval rendelkeznek, azaz kapcsolataikat bi- és multikulturális kapcsolatok határozzák meg, fogékonyabbak lesznek a fogadó kultúrában előszeretettel használt médiumok adaptálására.

A hatodik, és egyben utolsó kérdéskör a diákok és a város kapcsolatára fókuszál. E kérdések kifejezetten a diákok pécsi életére, a várossal kapcsolatban felmerülő olyan mindennapi nehézségekre összpontosít, mint a lakhatás, közlekedés, bevásárlás, vagy a szórakozás. E kérdésekkel arra keresem a választ, hogyan látják a diákok a várost, mennyit látnak belőle? Képesek a várost egy idő után otthonuknak tekinteni, vagy turistaszemmel látják Pécsét?

A kérdőívet a Pécsi Tudományegyetem iráni hallgatói egyrészt emailben, az egyetem Kapcsolati és Nemzetköziesítési Igazgatóság munkatársának közreműködésével, valamint különböző, a PTE-hez kapcsolódó, nemzetközi hallgatók, illetve kifejezetten iráni származású pécsi hallgatók által használt Facebook csoportokban kapták meg. A kérdőív kiosztására a 2019/20-as tavaszi szemeszter elején, közepén került sor. Habár a 2018/19-es tanévet még 498 iráni származású hallgató kezdte meg, számuk a 2019/20-as tavaszi szemeszterre rövid idő alatt 333-ra csökkent, így a kérdőívet az egyetemen keresztül ez a 333 diák kapta meg.

A minta meghatározásakor minden olyan hallgató kiválasztásra került, akinél a Kapcsolati és Nemzetköziesítési Igazgatóság adatbázisában születési országgént az Iráni Iszlám Köztársaság szerepelt. Mivel feltételeztem, hogy a demográfiai változók, a fogadó

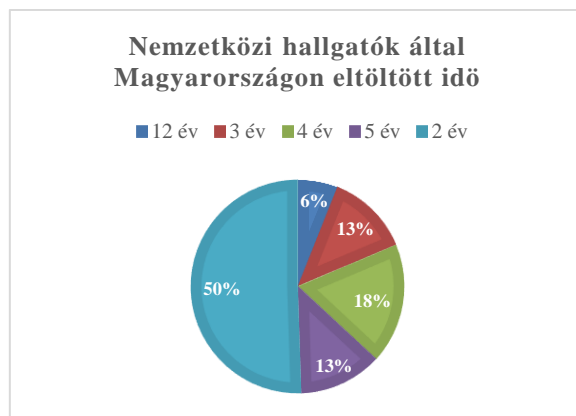
országban eltöltött idő hossza, valamint a képzés szintje jelentős tényezők a médiahasználat során, így lényeges volt, hogy minden hallgató megkapja a kérdőívet. Ez azt a célt szolgálta, hogy a beilleszkedés folyamatának esetlegesen különböző fázisai is meghatározhatók legyenek. Az alanyok kiválasztásánál lényeges szempontot képezett továbbá, hogy csak azok a hallgatók kapták meg a kérdőívet, akik diploma- és nem kreditmobilitásban vesznek részt.

III.4. A kérdőíves felmérés eredményei

A kérdőívet 20 és 32 év közötti iráni származású diákok töltötték ki, arányaiban 56% nő és 44 % férfi. Az összes kitöltő valamely egészségügyi szakterülettel foglalkozó karon tanul, 56% az Általános Orvostudományi Karon, 31% a Gyógyszerésztudományi Karon, valamint 25% az Egészségtudományi Karon. E hallgatók közül 37% fogorvostudományi, 12,5% fizioterápia, 12,5% általános orvos, 6% gyógyszerészet szakon tanul, 31% pedig nem kívánt e kérdésre válaszolni.

A képzés szintjére vonatkozó kérdésnél a válaszadók 43%-a válaszolt úgy, hogy doktori képzésben vesz részt, 18%-a alapszakos, illetve 12%-a mesterszakos.

A válaszadók 6%-a már 12 éve, 50%-a 2 éve, ~12%-a 3 éve, 18%-a 4 éve, ~12%-a 5 éve él Magyarországon.

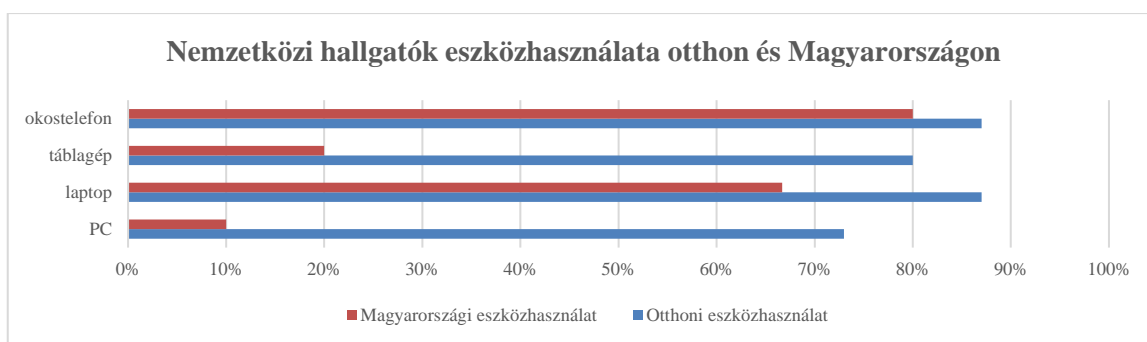


A válaszadók több mint fele válaszolt igennel arra a kérdésre, hogy tanul-e magyar nyelvet az egyetemen.

III.4.1. Eszközök

A válaszokból az látható, hogy a hallgatók számára a magyarországi médiahasználat folyamán leginkább elérhető eszköz az okostelefon, ezt a lehetőséget 80%-uk jelölte elérhetőként. Az okostelefon után az összes hallgató 66,7%-a használ laptopot/notebookot, 20%-a tabletet és mindössze 10%-a asztali gépet.

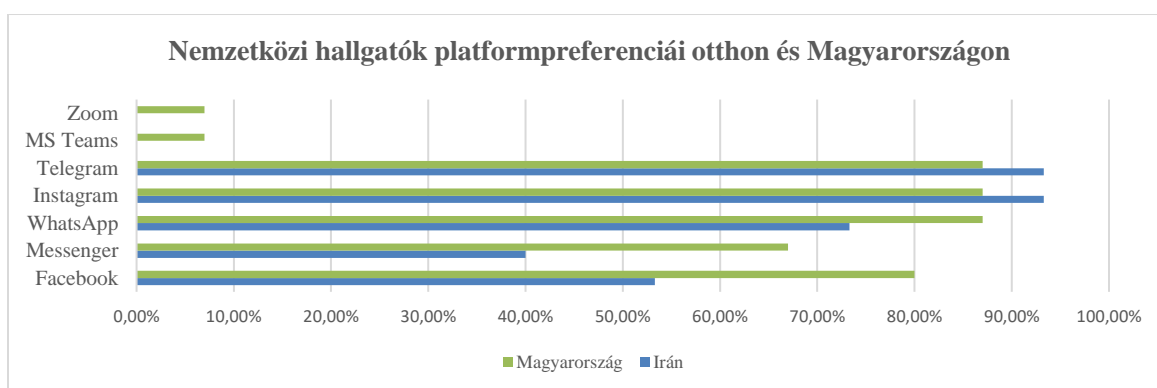
Ezek az arányok valamennyiben eltérnek az otthoni médiahasználat arányaitól. Otthon, azaz Iránban a hallgatók 87%-a használt okos telefont, ugyanennyi hallgató laptopot, 80% tabletet, és 73% asztali gépet.



III.4.2. Alkalmazások

A magyarországi médiahasználatra az olyan közösségi médiumok használata, mint az *Instagram*, *Telegram*, *WhatsApp* (87%), a *Facebook* (80%), a *Messenger* (67%), valamint jelenleg a *MS Teams* és a *Zoom* (7%) jellemző. A használat gyakoriságára vonatkozó kérdésre adott válaszokból az is kiderül, hogy leggyakrabban a *Facebookot* és a *Messengert* használják a diákok.

Ettől eltérően látható, hogy Iránban az *Instagram*, *Telegram* (93,3%) és a *WhatsApp* (73,3%) használatát részesítették előnyben a hallgatók, a *Facebook* (53,3%), valamint a *Messenger* (40%) használata kevésbé volt jellemző.



III.4.3. Kommunikációs hálók

A válaszadók 73%-a számolt be arról, hogy amióta a Pécsi Tudományegyetem hallgatója, több időt tölt közösségi médiahasználattal, mint azelőtt otthon. A hallgatók 20%-a ellenben azt állította, hogy Pécsre költözése óta kevesebb időt tölt el különböző közösségi platformokon, a fennmaradó 7% pedig úgy érezte, ugyanannyi időt tölt közösségi médiumok használatával, mint otthon.

Arra a kérdésre, hogy mit gondolnak, megváltoztak-e a közösségi médiapreferenciáik, a következő válaszokat adták:

Igen, a használat megnövekedett, többet kell kommunikálnunk más hallgatókkal, és ezt a közösségi média könnyebbé teszi.

Igen, kevesebbet használom az Instagramot, viszont több időt töltök YouTube-on, hogy a tanulmányaimhoz kapcsolódó videókat nézzek.

Megpróbálok különböző gyógyszerészeti témákat tanulni.

Kapcsolattartás szempontjából az otthoniak kapták a legtöbb figyelmet, a válaszadók 93%-a kommunikált rendszeresen Iránban élő családtagjaival, rokonaival, barátaival. Második helyen a más származási országból érkező PTE-s nemzetközi hallgatók álltak, a megkérdezettek 86%-a tartja a kapcsolatot velük. Csak utánuk következtek az azonos származási országból érkező diákok, a válaszadók 78%-a tartotta fontosnak a velük való kommunikációt. Az iráni hallgatók 50%-a olyan más iráni származású hallgatókkal is kapcsolatban állt, akik nem Magyarországon élnek. Nem csak iráni származású, hanem más országból érkező, Magyarországon, de nem Pécsen élő nemzetközi hallgatókkal (36%), valamint nem Pécsen, de Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatókkal (28%) is kapcsolatban állnak a PTE iráni diákjai. Nem Magyarországon élő nemzetközi hallgatókkal a megkérdezettek 14%-a tartotta a kapcsolatot. A hallgatók pedig nem csak más hallgatókkal, hanem az egyetem oktatóival (36%) is rendszeresen kommunikálnak.

A városlakókkal a hallgatók 21%-a tartja a kapcsolatot. A válaszadók közül egy fő áll kapcsolatban nem egyetemista iráni származású pécsiekkel. A PTE magyar származású hallgatóival egyik megkérdezett sem tartja a kapcsolatot.

A hallgatók különböző kapcsolataik fenntartására különböző eszközöket, alkalmazásokat, platformokat használtak. Az iráni hallgatók egymással – azaz azonos származási országból érkező PTE-s hallgatókkal –, az otthoni családtagokkal, rokonokkal, barátokkal

legszívesebben *telefonon, Instagramon, Telegramon* vagy *WhatsAppen* keresztül kommunikálnak. Habár a kapcsolati hálókra vonatkozó kérdésnél egy válaszadó sem jelölte meg a PTE magyar származású hallgatóit, e kérdésnél mégis megjelentek a magyar hallgatók, akikkel *Facebookon, Instagramon, Messengeren*, valamint *WhatsAppen* kommunikáltak. Más nemzetközi hallgatókkal, függetlenül attól, hogy e hallgatók Pécsen, Magyarországon, vagy a világ más országaiban tanulnak az *Instagram* és a *WhatsApp* alkalmazások bizonyultak a legnépszerűbbnek. A hallgatók az oktatókkal emailben és más egyetemi platformokon keresztül (pl.: *Neptun, Meetstreet*) tartották a kapcsolatot. A városlakókkal való kommunikálás eszközét pedig a *Facebook* képezte.

Annál a kérdésnél, hogy Magyarországra érkezésük előtt kikkel kommunikáltak és milyen csatornákon, a megkérdezettek egyöntetűen a szüleiket, rokonaikat jelölték meg. Otthon a rokonokkal, barátokkal szintén *WhatsAppen, Instagramon*, valamint *Telegramon* kommunikáltak. Egy hallgató, akinek a szülei Dubaiban élnek, a *Totok* nevű alkalmazást említette meg.

Jelentős változások mentek végbe a hallgatók kommunikációs gyakorlataiban. A megkérdezettek 46%-a azt állította, kevesebb személlyel van kapcsolatban, amióta elhagyta otthonát, 30% szerint nem történt változás a kapcsolati hálójában, 24% pedig arról számolt be, hogy amióta a PTE hallgatója, több személlyel tartja a kapcsolatot.

III.4.4. Információforrások, tájékozódás

A tájékozódással, információszerzéssel kapcsolatos kérdésekre a hallgatók a következő válaszokat adták. A diákok 79% érdeklődött az iráni belföldi hírek iránt, 50%-uk a nemzetközi hírek, és 29%-uk a lokális hírek iránt. Egy hallgató úgy nyilatkozott, hogy egyáltalán nem fogyaszt híreket.

A témákat illetően, a hallgatók legnagyobb hányada (69%) a tudományos cikkek, 61-61%-a a gazdasági és politikai témák, 31-31%-a a magyar belpolitika és a sport, 23%-a a külföldi politika iránt érdeklődik.

Külön érdekesség a válaszok között a sport iránti aktív érdeklődés megjelenése. Számos tanulmány (Bale 1986; Ward 2009; Maguire 2011; Bale) foglalkozott a sporttal, mint a nemzeti identitás kapcsolatával, ugyanis a sport és a nemzeti identitás szorosan kapcsolódnak egymáshoz, és – mint ahogy Magyarországon is megfigyelhető a labdarúgással kapcsolatban – gyakran a sportot értelmezik és használják egy nemzet identitásának kifejezésére. Ward (2009) szerint a sportnak számos olyan dimenziója figyelhető meg, amelyek hozzájárulnak a nemzeti identitás formálásához és erősítéséhez. A

sporteseményeken kivétel nélkül megjelennek a (1) *nemzeti színek és jelképek*. A nemzetközi versenyek, bajnokságok mind arra biztosítanak a nemzetek számára lehetőséget, hogy bemutathassák jelképeiket kifejezhessék identitásukat. A sportesemények, legyenek a rajongók, nézők személyesen együtt jelen, vagy egy másik helyen követve az eseményeket, esetleg egy online közvetítés komment szekciójában, mind a (2) *közösségi élmények* létrehozását motiválják. Az adott nemzet tagjai ilyenkor egy emberként azonos érzelmeket és elköteleződést élnek át, mely egy-egy játék végeztével sem ér véget, hiszen az ez után következő győzelem ünneplését is egyként teszik. Így legyen éppen bárhol a küldő országát elhagyó egyén, e pillanatokban egyként ünnepelhet nemzete többi tagjával. Mint ahogy a politikában vagy az egyszerű hétköznapiakban, úgy a sportolókban is válhatnak (3) *hősök és ikonok*. Azok a sportolók, akik nemzetüket képviselik egy-egy nemzetközi sporteseményen, valamint kiemelkedő sikerekkel teljesítenek, gyakran azon személyekké válnak, akik inspirációként, azonosulási lehetőségként szolgálhatnak a nemzet többi tagja számára. A nemzetek gyakran azonosítják magukat olyan bizonyos (4) *nemzeti sportágakkal* és a hozzájuk kapcsolódó hagyományokkal, amelyek egyediek vagy rájuk jellemzőek. Az ezekben a sportokban való sikeres teljesítés és az eredmények nemzetközi elismerése növeli a nemzeti büszkeséget, erősíti a nemzeti identitást, mindazonáltal segíti a nemzetet az önmaghatározásban a többi nemzettel szemben. Nem szabad azonban megfeledkezni a sport (5) *politikai szimbolizmusban* betöltött szerepéről sem.

Összességében a sportnak tehát jelentős szerepe van a nemzeti identitás kialakításában és megerősítésében, mivel az emberek gyakran azonosulnak az általuk támogatott csapatokkal vagy sportolókkal, és az ilyen események szorosan kötődnek a nemzetükhöz és kultúrájukhoz. Éppen ezért nem is olyan meglepő, hogy a nemzetközi hallgatók előszeretettel fogják követni a különösen származási országukkal kapcsolatos sporteseményeket és fogyasztani az ezekről közzétett információkat, hiszen ez egy lényeges módszer számukra, identitásuk meghatározására, a küldő ország elhagyását követően jelentkező kulturális eltérésekből és honvágyból fakadó stressz enyhítésére a fogadó országban.

Nyelvhasználat

Mielőtt rátérnénk kifejezetten a Pécsi Tudományegyetem iráni származású nemzetközi hallgatóinak nyelvhasználatára a médiafogyasztási szokásai tekintetében, érdemes egy rövid kitekintést tenni az angol nyelvhasználat hagyományaira az Iráni Iszlám Köztársaságban.

Az angol nyelv egész hosszú történelemre tekinthet vissza az Iráni Iszlám Köztársaságban, és kiemelkedő szerepet játszott, egészen az 1900-as évek kezdete óta. A nyelv népszerűségének növekedése egy britek által, a perzsa király jóváhagyásával megszerzett olajkoncesszióhoz kapcsolódik. Ettől kezdve az angol nyelv a modernizáció eszközévé és jelképévé vált – azonban ezt a papok már abban az időben is ellenezték. (Rassouli & Osam 2019)

Az olajipar fejlődése és az Egyesült Államok egyre növekvő jelenléte az országban az egyre inkább növelte az angol nyelvtudás jelentőségét, valamint az iráni diákok is jelentős számban utaztak az Egyesült Államokba tanulni, fejlesztve szakmai és kommunikációs készségeiket. Az 1979-es iszlám forradalom azonban véget vetett az angol nyelv népszerűségének, és az angol, mint idegen nyelv oktatása jelentősen visszaszorult. Az iszlám rezsim bezárta a nyelvoktatásra specializálódott intézményeket, kiutasította az anyanyelvi angol tanárokat, és szigorú cenzúrát vezetett be a tananyagokra. Az oktatási rendszert is iszlamizálták, törölve az angol nyelvet és az ezzel együtt jelen lévő nyugati értékrendet. (Rassouli & Osam 2019) Habár az állami intézményeket megszüntették, az angol nyelvtudás iránti érdeklődés nem csökkent, és a társadalom a rezsim ezen lépését nem hagyta annyiban, így válaszul privát angol nyelvoktató központokat hoztak létre.

Így tehát, az angol nyelv nem tűnt el az országból, sőt, a gazdasági szereplők felismerték az angol nyelv jelentőségét, különösen a turizmus előmozdításában. Az angol nyelv mindazonáltal a kormány által támogatott médiumokban is jelen van, azonban azzal a céllal, hogy szélesebb körben nyíljon lehetőség az ideológiai nézetek és hírek terjesztéséhez.

Mindent összevetve azonban, az angol nyelv és az iszlám identitás kapcsolata továbbra is feszült maradt az iráni társadalomban, a politikusok a mai napig kritizálják, továbbá, az oktatásban igyekeznek mind az általános, mind pedig a szaknyelvi nyelvoktatást a kultúra közvetítésétől elválasztani, hogy a nyugati normarendszer nyomot sem hagyhasson. (Rassouli & Osam 2019; Moharami & Daneshfar 2022)

A Pécsi Tudományegyetem iráni nemzetközi hallgatóinak nyelvhasználatát közelebbről szemügyre véve azt figyelhettük meg, hogy mindennapi médiafogyasztásukban az angol nyelv dominál, és az iráni belföldi hírektől eltekintve minden más témában angol nyelven tájékozódtak a hallgatók. Az információgyűjtés, tájékozódás elsődleges platformja a *Telegram* (69%), ezt követte az *Instagram* (40%), majd a *YouTube* (38%), végül a *Facebook* (30%).

Az angol nyelv meghatározó szerepe az iráni nemzetközi hallgatók mindennapi életében több okra vezethető vissza. Egyrészt, a nemzetközi hallgatói mobilitási programok (1)

oktatási nyelve, másrészt az (2) *egyetem* nemzetközi hallgatókkal való *kommunikációjának* nyelve is elsődlegesen az angol, mindazonáltal a (3) *város lakóival*, valamint a más származási országból érkező (4) *diákokkal* is ezen a nyelven igyekeznek megértetni magukat. Amely aspektusok azonban még ennél is lényegesebbek, azok a (5) *tájékozódásra* és *információszerzésre* irányuló tevékenységek. Ahogy a következő fejezetben az interjúalanyoknál megfigyelhetjük, mivel az Iráni Iszlám Köztársaságának médiarendszere egy az állam által erősen kontrollált és cenzúrázott rendszer, és amennyiben a felhasználók a kormánypropagandától eltérő hírekből szeretnének tájékozódni, külföldi médiumokra, vagy angol nyelven publikáló véleményvezérekre kell hagyatkozniuk. Mindazonáltal, az angol nyelv számukra egy (6) *szimbolikus jelentéssel* is bír, ugyanis ez jelképezi számukra a modernitást a megkövült, a mindennapi élet minden területére kiterjedő állami felügyelet és egyházi dogmákkal szemben.

III.4.5. A hallgatók és a város

A hallgatók több mint fele (64%) megérkezése előtt semmilyen információval nem rendelkezett a városról. Azok a diákok (36%), akik rendelkeztek valamilyen tudással a fogadó kultúráról, illetve a városról, az internetről (86%), barátoktól (29%), kifejezetten Magyarországon élő barátoktól (14%), valamint más ismerősöktől (14%, egy hallgató jelölte meg a forrását, ez pedig az édesapja egy barátja volt) tájékozódtak.

Az otthon elhagyása következtében fellépő nehézségek közül a honvágy volt a legjelentősebb, a válaszadók 61%-a számolt be erről. A nyelvhasználat szintén problémát okozott a hallgatók több mint felénél (53%). Gondot okozott még többeknél (39%) a beilleszkedés az egyetemen, az egészségügyi ellátás és a lakhatás (23-23%), valamint az adminisztráció, mind az egyetemen (15%), mind pedig a városban (8%). 6% szembesült rasszizmussal, valamint diákok ugyanekkora aránya úgy nyilatkozott, semmilyen nehézséggel nem szembesült.



Amennyiben problémákkal találkoztak a hallgatók, azt legtöbbször barátaik (84,6%), vagy más, szintén a PTE-n tanuló iráni diákok segítségével oldották meg. Fordultak azonban segítségért családtagokhoz (23%), magyar hallgatókhoz (23%), más országból érkező nemzetközi hallgatókhoz (23%), egyetemi oktatókhoz (15%) és iráni származású, nem egyetemista pécsiekhez (15%) is.

Mikor a hallgatóknak segítségre van szükségük, leggyakrabban az interneten, Telegramon, valamint *WhatsAppen* kapják meg a számukra szükséges információkat.

A leggyakrabban látogatott helyek között a *Széchenyi tér, Tettye, egyetem (POTE, „Pollack”), 400 ágyas klinika, Árkád, Spar, Lidl, Tesco, Replay és Cooltour Café* szerepeltek.

A kérdőív válaszaiból az is kiderül, hogy a hallgatók maguk is észrevették a kommunikációs gyakorlataikban végbement változásokat.

*Amióta ennyire egyedül vagyok, jóval több időt... [tölt közösségi
médiahasználattal]*

*A közösségi média a legjobb barátom Pécsen, így úgy érzem, közel lehetek
a családomhoz és a barátaimhoz.*

*Amióta ideköltöztem, a társasági életem csökkent, a közösségi médiát jóval
gyakrabban szórakozásra használom.*

III.4.6. Következtetések

Az online kérdőív kitöltői 20-32 éves iráni származású hallgatók, életkoruk alapján alapszakosok, akik átlagosan 3,7 éve élnek Pécsen. Ha közelebbről szemügyre vesszük az általuk használt eszközök repertoárját, láthatjuk, hogy származási országuk elhagyása után bizonyos mértékben megváltoztak a preferenciáik. Alapvetően az előnyben részesített eszközök sorrendje (*1. okostelefon, 2. laptop, 3. tablet, 4. asztali gép*) nem változott, azonban megfigyelhető, hogy jóval nagyobb hányaduk használt korábban asztali gépet. Ez azzal is magyarázható, hogy mivel ezek a hallgatók nem egy szomszédos vagy közelebbi országból érkeznek, utazás és szállítás szempontjából praktikusabbnak bizonyulnak a mobil eszközök. Ez részben egyezik Sandel (2014) amerikai hallgatókkal készített vizsgálatának eredményeivel, azaz a technológia/eszköz hozzáférhetősége, és jelen esetben költsége is, csakugyan befolyásolja a médiumválasztást.

Változások figyelhetők meg a közösségi alkalmazások használatában is. Az otthoni közösségi médiahasználat közben az *Instagram, Telegram* (93,3%) és a *WhatsApp* (73,3%)

használatát részesítették előnyben a hallgatók, a *Facebookon* (53,3%), valamint a *Messengeren* (40%) kevésbé kommunikáltak. Habár az *Instagram*, *Telegram* és *WhatsApp* (87%) használata kissé visszaesett, megfigyelhető lett, hogy a *Facebook* (80%), valamint a *Messenger* (67%) alkalmazások használata megnövekedett. Annak ellenére, hogy egy válaszadó sem nyilatkozott úgy, hogy lenne kapcsolata magyar hallgatókkal, a következő kérdésekből ennek ellenkezője derült ki. Ha ezeket az eredményeket összevetjük az arra a kérdésre adott válaszokkal, kikkel, mely platformokon kommunikálnak a diákok, láthatóvá vált, hogy az iráni diákok megnövekedett *Facebook* és *Messenger*-használata összefüggéseket mutat a magyar hallgatókkal való kapcsolattartással. A magyar hallgatókkal való kis számú kapcsolatnak több oka is lehet, azonban a nyelvhasználat bizonyosan gátolhatja e kapcsolatok kialakulását. Ha a hírfogyasztás, tájékozódás, információgyűjtés nyelve – eltekintve az iráni belföldi hírektől eltekintve – az angol, az egyetemi oktatásban szintén ezen a nyelven vesznek részt, feltételezhető, hogy e nyelvi akadályok inkább a fogadó ország részéről álltak fenn. Továbbá, eltekintve a magyar hallgatók nyelvtudásától, ameddig a nemzetközi hallgatók angol nyelvű képzésekben vesznek részt, a magyar hallgatókra ez kevésbé jellemző. Mivel az iráni hallgatók mindennapjaik meghatározó részét más nemzetközi diákokkal töltik, ebből következően e kapcsolatok, melyek először az offline térben alakulnak, nagyobb valószínűséggel maradnak fenn a későbbiekben is. A magyarországi tartózkodás alatt megjelentek új platformok is a hallgatók mindennapi médiahasználatában, melyek kifejezetten az egyetemhez kapcsolódnak. Ilyen például a *Neptun* és a *Meetstreet*, valamint a világjárvány következtében bevezetett online oktatás eszköze, a *MS Teams*. Érzékelhető, hogy a diákok az oktatókkal inkább olyan „hivatalos” csatornákon kommunikáltak, mint az email, azonban akadtak olyan hallgatók is, akik *Messengeren* tartották tanáraikkal a kapcsolatot. Ezek a hallgatók inkább doktoranduszok, akik gyakrabban konzultálnak oktatóikkal, és a gyakoribb, esetleg szorosabb kapcsolat miatt a kevésbé hivatalos platformokat választják. Mindezek ellenére a hallgatók legmagasabb arányban (93%) Magyarországon is az otthoniakkal tartották a kapcsolatot, ill. 78%-uk más országból érkező nemzetközi hallgatókkal kommunikáltak, ezért sem volt látható változás a preferált médiumok, platformok sorrendjében. Érdekes azonban, hogy mind az otthoniakkal, mind pedig más pécsi iráni hallgatókkal a telefon a legnépszerűbb eszköz a kapcsolattartásra. Az Iránban élő rokonokkal, barátokkal feltételezhetően egy online közösségi platformon keresztül kommunikálhattak.

Az alanyok 61%-a honvágyat érzett, mióta Pécsen élt, és ez bizonyul a hallgatók körében a leggyakrabban tapasztalt nehézségnek. Az az eredmény, hogy majdnem mindegyik alany

rendszeresen kommunikált családtagjaival, és 73%-uk több időt töltött közösségi médiahasználattal, arra enged következtetni, hogy a közösségi média valóban *hídként* szolgált a származási ország irányában. Problémaként jelent meg továbbá a nyelv, valamint a beilleszkedés az egyetemen is, melyek feltételezhetően összefüggésben állhatnak egymással. Az iráni diákok kapcsolati hálóiban nem jelentős a magyar hallgatók száma, melyben alapvetően külső tényezők – képzés formája, magyar hallgatók nyelvhasználata – is közrejátszhattak. Érdekes eredmény, hogy míg a megkérdezettek a PTE magyar származású hallgatóit nem említették kapcsolataik között, addig a magyar származású városlakókkal a diákok 21%-a kapcsolatban állt. Ez is arra engedett következtetni, hogy tulajdonképpen az izoláció a magyar hallgatóktól az egyetem falain belül történik. A fogadó kultúrától való eltávolodás megjelent a hírfogyasztással kapcsolatos kérdésekre adott válaszokban is. Ezt azok az adatok is alátámaszthatják, hogy az iráni hallgatók viszonylag kis hányada (31%) érdeklődött a magyarországi hírek iránt, és semmilyen platformon nem fogyasztottak magyar nyelvű tartalmakat. A magyarországi események ignorálása nem feltétlen a hallgatók tudatos döntése, előfordulhat az is, hogy egyszerűen nincsenek olyan site-ok, melyek a belföldi hírekről idegen nyelven tájékoztatnának, a világsajtóban pedig leginkább a nagyobb horderejű, nemzetközi jelentőségű hírek jelennek meg Magyarországról. A kultúrák közti távolságokat jól bizonyítják a hallgatók városról alkotott képei is. A válaszadók beszámolóiban olyan turisztikai helyszínekre, mint a város főtere a *Széchenyi tér*, vagy a várostól nem messze fekvő kedvelt üdülőhely *Orfű*, vagy szórakozóhelyekre (*Replay*, *Cooltour Café*) lehetünk figyelmesek. Ezeken felül vásárlási lehetőségek, mint a belváros egyetlen nagyobb bevásárlóközpontja az *Árkád*, illetve az egyetem campusai közelében található szupermarketek (*Lidl*, *Spar*) jelennek meg. A diákok megemlékeztek továbbá az egyetem olyan különböző épületeit is, mint az *Orvostudományi Kar*, valamint a „*Pollack*”, mely azon túl, hogy a Műszaki és Informatikai Karnak ad otthont, közvetlenül mellette kollégium is található, ahol nagy számban szállásolnak el nemzetközi hallgatókat. Több diák is megnevezte a *400 ágyas klinikát*, mely egyrészt a háziorvosi ügyelet miatt lehet számukra lényeges, másrészt, mivel az összes alany az Általános Orvostudományi, vagy az Egészségtudományi Kar hallgatója, szakmai gyakorlati helyszíneként szolgált számukra. Az említett városi terek között nem szerepeltek kisebb, „turistaszem” számára kevésbé látható helyszínek, egy, a városba jóval rövidebb időre érkező utazó minden bizonnyal hasonló helyszíneket említett volna. A város és a nemzetközi hallgatók kapcsolódási pontjainak hiányáról a diákok városról szerzett előzetes információi is árulkodtak. A megkérdezettek 64%-a nem rendelkezett előzetes tudással a városról, a

fennmaradó 36% 84%-a pedig az internetről tájékozódott. Ez a kérdőív egyelőre nem adott választ arra a kérdésre, mely site-okon és kiktől szereztek információkat a diákok, így az a kérdés, hogy mennyire tekinthető hatékonynak az internetes kutatómunkájuk, egyelőre még nyitott maradt.

Amennyiben a hallgatók nehézségekkel szembesültek mindennapi életük során, vagy közvetlen barátaikhoz fordultak segítségért, vagy az internet segítségével igyekeztek a felmerülő problémákra választ találni. A barátaikkal *WhatsAppen*, valamint *Telegramon* kommunikálnak, mely alkalmazások inkább az iráni és más országokból érkező nemzetközi hallgatók médiahasználatára jellemzőek. Ebből az a következtetés is levonhatóvá vált, hogy a hallgatók kevésbé szívesen fordultak a magyar diákokhoz vagy a városlakókhöz segítségért, inkább más, az ő státuszukhoz közelebb álló hallgatók segítségét kérték.

Az iráni diákok közel háromnegyede számolt be arról, hogy magyarországi tartózkodása óta több időt tölt online. E hallgatók azt is jelezték, hogy kevesebb időt töltenek társaságban, viszont a közösségi média a szórakozást jelenti számukra. Ezt alapvetően nem lenne érdemes úgy értelmezni, hogy a közösségi média gátolja a magyar hallgatókkal és a városlakókkal a kapcsolatépítést, inkább a fogadó országban fellépő olyan hiányosságokat pótolja, helyettesíti, mint a személyes kapcsolatok, szórakozási lehetőségek hiánya, vagy az otthoniak távolléte.

Összegzésként elmondható, hogy az iráni hallgatók csoportja egy részben zárt közösség, kapcsolati hálójukat a felmérés időpontjában, annak ellenére, hogy mindegyikük már legalább két éve tartózkodott Magyarországon, a *mono-* és *multikulturális kapcsolatok* határozták meg. Az eredmények arról árulkodtak, hogy habár bizonyos mértékben kapcsolódnak a városlakókhöz és a városhoz, mégis inkább „átutazóként” voltak jelen, nem rendelkeztek olyan tudással, melyet akár a városlakókkal hosszabban fennálló kommunikációs kapcsolatok eredményezhetnének. A városról alkotott képük inkább hasonlít a prospektusokból, katalógusokból, különböző online portálokról megszerezhető információkon alapuló képre.

A közösségi média jelentős összekötő kapocs az otthonnal, és e hallgatók elkülönülésére jelen felmérés eredményei szerint nem gyakorolt hatást, az izoláció inkább külső tényezőktől befolyásolt. Egy későbbi, hallgatók által előnyben részesített platform tartalomelemzése azonban pontosabb képet alkothat a nemzetközi hallgatók izolációjának okairól.

A felmérés eredményei által láthatóvá váltak a nemzetközi hallgatók mindennapi nehézségei, melyek nem mutattak jelentősebb eltérést a korábbi kutatásokban feltárt okoktól. Kezdeti feltételezésem, miszerint az érzelmi faktorok túlreprezentáltak a nemzetközi

szakirodalomban, nem teljes mértékben helytálló, mivel ahogy jelen kutatás eredményei is kimutatták, az „otthon” és „otthoniak” hiánya meghatározó problémát jelentett e hallgatók körében. Az egyetemi beilleszkedés sem bizonyul egyszerű feladatnak a diákok esetében, mely probléma adódhatott a magyar diákokkal való kontaktus hiányából, a diákok nyelvtudásának hiányosságából, és a különböző hallgatói csoportok bezárkózásából is. E nehézségek pontosabb vizsgálatára a következő, egyéni interjúk adnak lehetőséget.

III.5. Interjúk iráni származású nemzetközi hallgatókkal

III.5.1. Stratégiák a cenzúrázott média megkerülésére

B. 32 éves, Iránban, azon belül is Teheránban nőtt fel, jelenleg Norvégiában él iráni származású nagynénjével és az ő norvég férjével, azonban 6 évet töltött Magyarországon, a Pécsi Tudományegyetemen, ahol fizioterápia képzését végezte. Anyanyelvén kívül angolul és alapfokon norvég nyelven beszél. Mikor B.-t arról kérdeztem, miért is választotta Magyarországot és Pécsset, kissé meghökkentő választ kaptam, melyhez egy szomorú történet is kapcsolódott. „Véletlenül történt”. („It was by accident.”) 20 évesen édesapja a szeme láttára, menekülve az iráni rezsim elől végső elkeseredettségében öngyilkosságot követett el. Ekkor határozta el végleg, hogy elhagyja az Iráni Iszlám Köztársaságot. Ez azonban elég nehézkes, valamelyest e procedúrát azonban megkönnyítheti az, ha az ember továbbtanulási céllal utazik el. A sokkoló kezdés után úgy határoztam, hogy B. interjújának fókuszát az iráni politikai és médiarendszerére helyezem.

Miután Magyarországra érkezett, sok nemzetközi hallgatótársához hasonlóan a kezdeti hetekben, hónapokban ő is különféle nehézségekkel szembesült. Gondot okozott neki az ügyintézés, melyet egyrészt túlbonyolított folyamatoknak, másrészt a magyarok hiányos nyelvtudásának tulajdonított. A magyarokról általánosságban úgy nyilatkozott: „végtelenül rasszisták” („extremely racist”). Emlékeiben felidézte, hogy a hat Magyarországon töltött évből négyben az egyetemen dolgozott, és feladatai közé az újonnan érkezett nemzetközi hallgatók, különösen az irániak támogatása tartozott. Segített nekik a tartózkodási engedéllyel és a vízummal kapcsolatos ügyek intézésében, valamint a szálláskeresésben. A rasszizmus ilyenkor került az előtérbe, elszomorította, hogy ugyanazt a lakást a külföldről érkező hallgatóknak jóval magasabb áron kínálták.

„You know, it's just not fair. Why do I have to pay more, because I'm from Iran and not from Hungary? It's all about the respect, in Iran we respect each other, wherever you come.”

Tapasztalatait sorolva B. gyakran hasonlította Magyarországot Iránhoz.

III.5.2. Social media

B. ezután áttért az iráni médiarendszere. Iránban számos olyan közösségi oldal, mint a *Facebook*, *Telegram*, *YouTube* az állam által ellenőrzött és cenzúrázott, ezért az internetet gyakran *filternetnek* is nevezik. Azoknak, akik azonban mégis ezeket az oldalakat szeretnék használni, van egy olyan lehetőségük, hogy különböző *VPN szolgáltatásokat* vesznek igénybe. Ezáltal elkerülhetik, hogy eszközeik követhetők legyenek, és olyan bloggerek, oldalakat, influencereket is követhetnek, akiket egyébként az állam szigorú cenzúrájának áldozatul esnének. Van azonban egy hátulütője is ezen az alany által „filterbreaking”-nek nevezett applikációknak. Amennyiben az internetszolgáltató észleli az antifilter alkalmazás használatát, olyan mértékben lassítja az adatátvitelt, hogy azzal jórészt ellehetetleníti az internethasználatot. Nem példa nélküli azonban az sem, hogy az állam nem csak korlátozza, hanem teljesen lekapcsolja az internetet. 2012 februárjában, az 1979-es Iszlám forradalom évfordulóján, feltételezhetően a kormányellenes tüntetések következtében, a *Gmail*, *Hotmail*, *Yahoo*, *Google* és *Facebook* alkalmazások teljesen elérhetlenné váltak az országon belülről, valamint a legtöbb weboldal és helyi szerver sem volt hozzáférhető.³¹ Hasonló történt 2019 novemberében is, miután heves tüntetések törtek ki több városban a benzináremelés november 15-i bejelentése után.³²

Mivel a legnépszerűbb közösségi oldalak állami ellenőrzés alatt állnak, így az irániak olyan még nem kontroll alá vont alkalmazásokat használnak, mint a *Facetime*, *Viber*, vagy a *WhatsApp*. Ezen alkalmazások segítségével nagy létszámú csoportos beszélgetésekben oszthatnak meg olyan politikai vonatkozású híreket, melyek az állam szűrőjén teljes bizonyossággal fennakadnának.

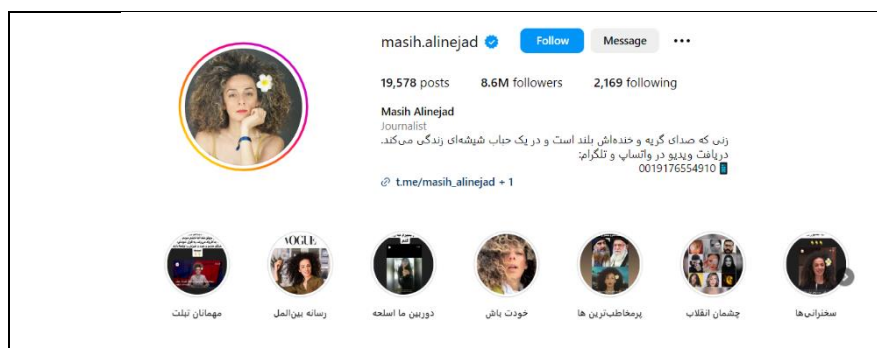
³¹ V.ö.: *Irán lekapcsolta az internetet.*

https://hvg.hu/tudomany/Iran_lekapcsolta_az_internetet_5PCF3H

³² V.ö.: *Iránban egy hete lekapcsolták az internetet, de az iráni vezetők folyamatosan használják a közösségi oldalakat.*

<https://168ora.hu/kulfold/iran-usa-internet-lekapcsolas-kulugyminiszterium-felszolitas-177772> (2020. 12. 05.)

B. egy közösségi média *influencert* említett, akit rendszeresen követ Instagramon – amit, amióta elhagyta Iránt, már következmények nélkül megtehet. *Masih Alinejad* egy iráni független újságíró, politikai aktivista, nőjogi aktivista, aki jelenleg New Yorkban él.



Munkásságát az iráni hatóságok kritikája jellemzi, különösen a nőket érintő méltánytalanságokra fókuszál. Mivel B. személyes tragédiáján keresztül is ambivalens érzésekkel beszél és informálódik politikai témákról, így jelentős segítségként látja Masih Alinejad Instagram profilját, hiszen így az ő tolmácsolásában olvashat az irániak mindennapi életét érintő politikai kérdésekről.

A közösségi média *influencerek* elvitathatatlanul nagy hatást gyakorolhatnak a politikai tájékoztatásban és véleményformálásban, hiszen egy időben képesek egyszerre több ezres nagyságrendű tömegek elérésére. Soares et al. 2018-as tanulmányában a politikai véleményvezérek két típusát említi aszerint, hogy befolyásolási tevékenységét az általa közzétett tartalmak, vagy maga a személyisége és az e köré felépülő szociális tőke és követői háló határozza inkább meg. B. által követett *influencer* helyzete azért is különleges, mivel tulajdonképpen mindkét aspektus megjelenik munkásságában, hiszen feltételezhető, hogy követői körének jelentős hányadát számos iráni, az országgal közvetett vagy közvetlen kapcsolatban, illetve az országot már elhagyó felhasználó teszi ki, azonban a tartalmak, az iráni politikai hatalommal, valamint közmédiával szembemenő, transzparens tájékoztatást célul kitűző kommunikáció is meghatározó faktor a követések során.

Mint ahogy a fenti interjúból is körvonalazódott, az olyan országokban, mint amilyen Irán is, ahol az állam szigorú ellenőrzése alá tartozik minden, beleértve az állami és a kereskedelmi médiumok nagy részét, az egyének mindennapi életében kulcsfontosságú szerepet játszanak a közösségi médiumok, függetlenül attól, hogy még az adott ország lakosai, vagy már elhagyták szülőhazájukat. E médiumok képesek egyrészt biztosítani annak lehetőségét, hogy különböző forrásokból tájékozódjanak egy-egy őket érintő témával

kapcsolatban, azonban amennyiben már elhagyták az országot, akkor sem csökken e platformok jelentősége, ugyanis nem csak az otthon maradtakkal való kapcsolattartás meghatározó eszközei, de ezek által juthatnak a családtagjaikat, barátait érintő kérdések, politikai döntések birtokába is.

Interjúalanyom médiahasználati stratégiáinak kialakításában nagyfokú kreativitás figyelhető meg, ahogy azon képesség birtokában van, hogy egyrészt a különböző platformok között navigáljon, másrészt pedig a „hivatalos”, cenzúrázott médiumok megkerülésével, mindennapi „trükkökkel”, taktikákkal, a „kiskapuk” megtalálásával utat talál a számára releváns információk fogsztásához és továbbadásához is.

III.5.3. Televíziózás

A felhasználók kreativitása azonban nem csak a közösségi médiahasználat során lenyűgöző. Iránban mindössze négy televíziócsatorna érhető el a kábelszolgáltatón keresztül. B. megjegyezte, hogy szerinte a lakosság megközelítőleg 50%-a lehet véleménye szerint iszlám vallású, hivatalos adatok szerint ez az arány 99,4%.³³ Erre a kérdésre vonatkozóan nehéz hiteles választ adni, ugyanis ahogy B. elmondásaiból kiderül, sokszor olyanok is iszlám vallásúnak mondják magukat, akik valójában nem is vallásosak, ugyanis így számos felesleges nehézségtől megkímélhetik magukat.

„In Iran you can study at university if you are religious. [...] They do not ask for any official documents, but you must mark on the application form that you are religious and especially Muslim. A lot of people do this if you don't, you don't get a job, you get fired from your position, you don't get into school.”

A hivatalosan elérhető hat-hét (az interjúalany szerint) közszolgálati csatornán politikai, vallási és propagandaműsorok érhetőek el, éppen ezért sokan parabola antennákkal igyekeznek más, nemzetközi csatornákat elérni, ahonnan cenzúrázatlanul és objektíven tájékozódhatnak. (1. ábra) Az interjúk során több hallgató is a *BBC*-t és a *CNN*-t említette információforrásként. A *BBC*-nek van egy perzsa változata is, *Persian BBC*, mely célcsoportját a fiatalok képezik.

³³ 2019 Report on International Religious Freedom: Iran
<https://www.state.gov/reports/2019-report-on-international-religious-freedom/iran/>



1. ábra: Iráni háztetők parabolaantennákkal
kép forrása: <https://shorturl.at/gwVY1>

Az iráni lakosság körében nagy népszerűségnek örvend a szatellit televíziózás is, melynek oka, hogy így az állami médián túl további csatornákat is elérhetnek. Az országban a műsorszórásért ugyanis az IRIB, az *Islamic Republic of Iran Broadcasting* – korábban Iráni Nemzeti Rádió és Televízió (*National Iranian Radio and Television*) felelős, mely egy iráni állami irányítás alatt álló médiavállalat, amely monopóliummal rendelkezik Iránban a hazai rádió- és televíziós szolgáltatások terén. Ez a médiavállalat elméletben független az iráni kormánytól, azonban *Ali Khamenei ajatollah* nevezi ki a vezetőjét.³⁴ Az IRIB a világ 20 országában 13 000 alkalmazottal van jelen, köztük Franciaországban, Belgiumban, Malajziában, Libanonban, Egyesült Királyságban, az Egyesült Államokban, az Iráni Iszlám Köztársaságban. A műsorszolgáltatás belföldi és külföldi rádió- és televíziós szolgáltatásokat kínál, 12 hazai televíziós csatornát, 4 nemzetközi hírtelevíziós csatornát, 6 műholdas televíziós csatornát sugározva a nemzetközi közönség számára, és 30 tartományi televíziós csatornát országszerte, amelyek felét kisebbségi státusú nyelveken sugározzák, például azeri és kurd nyelven, valamint a perzsa nyelv különböző dialektusaiban. Az IRIB tizenkét rádióállomást is biztosít a hazai közönség számára, az IRIB World Service-en keresztül pedig harminc rádió áll rendelkezésre a külföldi és a nemzetközi közönség számára.³⁵

³⁴ Dehghan ht, Saeed Kamali. Rouhnicare: *Iran's president promises healthcare for all by 2018*
<https://www.theguardian.com/world/iran-blog/2014/feb/06/iran-president-hassan-rouhani-healthcare-obamacare> (2014.06.02.)

IRIB is independent of the Iranian government and its head is appointed directly by the supreme leader, Ayatollah Ali Khamenei. It is the only legal TV and radio broadcaster inside the country but millions of Iranians watch foreign-based channels via illegal satellite dishes on rooftops.

³⁵ *Islamic Republic of Iran Broadcasting* 2010.
<https://www.irib.ir/English/AboutUs/index.php>.

Az iráni alkotmány 175. cikke³⁶ egyébként a következők szerint szabályozza az állami média működését:

Az Iszlám Köztársaság rádiójában és televíziójában garantálni kell a véleménynyilvánítás és a gondolatok terjesztésének szabadságát, összhangban az iszlám kritériumokkal és az ország érdekeivel.

Az Iráni Iszlám Köztársaság Rádió és Televízió vezetőjének kinevezése és felmentése a Vezető feladata. Az elnök két képviselőjéből, az igazságszolgáltatási részleg vezetőjéből és az Iszlám Konzultatív Közgyűlésből álló tanács, az iráni parlament felügyeli e szervezet működését.

A szervezet irányításának, valamint felügyeletének módját a törvény határozza meg. 1996 második felében a *Voice of America* műsorszolgáltató Worldnet szolgáltatása megkezdte a heti egyórás televíziós műsor sugárzását fárszi nyelven Irán felé, amelyet közvetlenül az amerikai kormány finanszírozott. A program hevesen vitatott témákkal foglalkozott, többek között tanácsokat az Egyesült Államokba való emigrációval kapcsolatban, valamint a száműzetésben élő népszerű iráni zenészek zenéjét sugározta, akiknek munkásságát a rendszer dekadensnek tartotta. Az egyik különösen éles interjú Meheshtit, az Egyesült Államokban élő prominens iráni énekesnőt mutatta be, amelynek során válaszolt az Iránból hívó nézők kérdéseire, és az egyiknek azt mondta: „Remélem, hogy hamarosan egyszer hazajöhetnek”. Ez olyan heves indulatokat váltott ki a kormánypártiak körében, hogy a hatóságok számtalan antennát levertek a házak tetejéről (2. ábra). (Barraclough 2001) Az érdeklődés a nemzetközi csatornák iránt azonban később sem csökkent, ennek következtében igazán érdekes látképek alakulnak ki a nagyvárosokban, az emeletes házak tetejét sűrűn borítják az ilyen antennák. Ezen antennák elhelyezése azonban nem legális, így a rendőrség gyakran ellenőrzi a házakat és leveri, elviszi az antennákat, melyek az ellenőrzések után újra és újra felkerülnek a tetőkre.

³⁶ V.ö.: *Iran (Islamic Republic of) 1979 (rev. 1989)*
https://www.constituteproject.org/constitution/Iran_1989



2. ábra: Az iráni hatóságok eltávolítják a parabolaantennákat

kép forrása: <https://irannewsupdate.com/wp-content/uploads/2014/07/Iran-Satellite.jpg>

Amikor alanyomat az iráni életéről, médiahasználatáról kérdeztem, kiderült, hogy az online kommunikáció esetében akkor jutott igazán fontos szerephez, amikor már elhagyta az országot. Előtte, mivel intenzív kapcsolatot ápolt rokonaival és barátaival, többnyire személyesen és vezetékese telefonon kommunikált velük. Az internethasználat a 21. sz. első évtizedében kezdett Iránban elterjedni, 2017-ben pedig már 62,7 millió internetezőt³⁷ számlálhatott a 82 millió lakosú ország.³⁸

Az internet és a televíziózás mellett B. megemlítette a VHS-eket is, melyekre legtöbbször amerikai videoklipeket vettek fel. Budarick (2013) tanulmányában összevetve az antennákkal, e médium egy szimbolikus aspektusára hívja fel a figyelmet. Habár a VHS-t csak 1993-ban legalizálták Iránban, a videomagnó privát médium, elrejthető, a szekrény mélyén elzárva marad, míg az antennák a ház tetején állandóan láthatóak, és nyilvánosan hirdetik a külföldi műsorok elérhetőségét – mely a kormánypártiak számára aggodalomra ad okot.

III.5.4. Eszközhasználat

Az eszközökre fókuszálva, B-vel folytatott beszélgetésünkből kiderült, hogy nagy rajongója az *Apple* termékeknek, és ennek megfelelően az Iránban maradt családtagjait is ellátta ezen eszközökkel, hogy megkönnyítse a hazafelé irányuló kommunikációt. A családdal való

³⁷ V.ö.: *Number of Internet users in Middle-East countries*

<https://www.statista.com/statistics/603061/number-of-internet-users-in-middle-east-countries/>

³⁸ V.ö.: *Iran population*

<http://www.worldometers.info/world-population/iran-population>

kapcsolattartás számára mindig is fontos szempontot képezett, még a küldő ország elhagyása előtt is, így nagyon meglepődött, mikor Magyarországra érkezett, és olyan érzése volt, hogy Magyarországon teljesen eltérőek a családról alkotott elképzelések.

„In Europe people are alone, that’s why they have a dog – too much loneliness.”

Mielőtt elhagyta Iránt, igazán erős, sőt, néha túlzottan is szoros kapcsolata volt még távolabbi rokonaival is – ellentétben Magyarországgal, ahol úgy érezte, az emberek legfeljebb csak a nagyon közeli családtagokkal (pl.: szülők) tartják a kapcsolatot. Ez a változás komoly nehézségeket okozott neki megérkezésakor. Otthoni kapcsolatai még intenzívebbé váltak, szinte az összes szabadidejét azzal töltötte, hogy *WhatsApp*-en, *Facebook*-on és *Viber*-en beszélgessen barátaival és családtagjaival.

Érdekes, hogy nem csak a konkrét alkalmazások, de a mobil eszközök bizonyos funkciói is szerepet játszhatnak az otthoniakkal való kapcsolattartásban. Édesanyjáért például különösen aggódik, ezért kitaláltak egy módszert arra, hogy sosem kelljen izgulniuk egymásért. Mivel az egész család Apple termékekkel rendelkezik, mindannyiuk készülékén elérhető a *Find My* alkalmazás. Ezen alkalmazás lényege, hogy az app segítségével az összes, felhasználóhoz tartozó eszköz látható egy térképen, így, ha éppen nem is érnék el egymást, mindig láthatják, merre jár a másik.

Számára, főleg mióta elhagyta hazáját, kiváltképpen fontos a közösségi alkalmazások használata, és az iráni állami médiáról igen kritikusan nyilatkozik. Ez nem meglepő, Budarick Ausztráliában élő iráni származású diaszpórában élő médiahasználókkal végzett kutatásában is megjegyzi, e személyek egyértelműen élesen bírálják hazai médiarendszerüket, hiszen ez a politikai rendszer az elsődleges ok, amiért elhagyták az országot.

III.5.5. Az okostelefon mint „otthon”

Z. 30 éves magyar állami ösztöndíjas gyógyszerész PhD-hallgató a PTE Gyógyszerésztudományi Karán, kettős állampolgár, iráni és magyar állampolgársággal, jelenleg Németországban él német állampolgárságú partnerével. Németországi tartózkodása egyelőre csak rövidtávú, az interjú készítésének időpontjában éppen érvényes járványügyi intézkedések bevezetése miatt határozott úgy, hogy tanulmányait online formában külföldről is folytathatja. Z. Iránban született és 10 éve érkezett Magyarországra az egyetemi

tanulmányainak megkezdése céljából. Magyar állampolgárságát 5 évvel ezelőtt szerezte, részben az akkori magyar állampolgárságú házastársának is köszönhetően. Anyanyelvén kívül folyékonyan beszél magyarul – köszönhetően korábbi magyar anyanyelvű partnerének – illetve angolul és kissé kevésbé, azonban németül is jól kommunikál.

A vele készített interjúra 2020. november 7-én került sor online, a *MS Teams* alkalmazáson keresztül. Az interjú három nagyobb kérdéskörre fókuszált, az otthoni (iráni) médiahasználatra, a jelenlegi (ebben az esetben nem csak magyarországi, hanem németországi) médiahasználatra, valamint a várossal és lakóival kialakított kapcsolatokra.

Z-t az elmúlt 10 év során szoros kapcsolatok fűzték a városhoz, aktív tagja volt a közösségnek, igyekezett minden nemzetközi hallgatónak szervezett programon részt venni. Alapvetően pozitívan gondol vissza a Pécsen töltött időre, azonban amióta Németországban él, kritikusabban tekint vissza már pécsi éveire is. Z-t Magyarországon leginkább a többi hallgatóhoz hasonlóan – a bürokrácia, valamint a magyarok idegenellenessége zavarta. Beszélgetésünk alkalmával számos példát említett, amikor elutasító magatartással találkozott. Ezek közül az egyik legemlékezetesebb számára egy más nemzetközi hallgatókkal szervezett kirándulás volt, mikor egy Pécs közeli falu lakosai rendőrt hívtak rájuk, mert illegális határátlépőknek nézték őket. Magyarországon az idegenellenesség 2015-től kezdett erősödni, amikor a magyar kormány egy, a teljes lakosságot célzó és kifejezetten erőszakosnak mondható bevándorlásellenes kampányt indított, mely elsősorban a migránsokat tette meg a januári, Charlie Hebdo szerkesztőségét ért párizsi terrortámadás bűnbakjaiként majd a nemzeti konzultáció és a plakátkampányok együttesen erősítették tovább a következő üzeneteket: (1) *a bevándorlás és a terrorizmus elválaszthatatlanok egymástól*; (2) *a beáramló migránsok elbocsátásokat okozhatnak a munkaerőpiacon*; illetve, (3) *a bevándorlók miatt nő a bűnözés*. (Sík, Simonovits & Szeitl 2016)

Amikor arról kérdeztem, miként tudná leírni kapcsolati hálóját, úgy jellemezte, nagyon összetett, számos emberrel áll kapcsolatban, és nem tudná megmondani, milyen arányban oszlik ez meg magyar és nemzetközi hallgatók között, mégis úgy véli, talán magyar ismerősei vannak kisebbségben.

Már az interjú elején kiderült, hogy Z. számára elengedhetetlen a mindennapokban az okostelefon használata.

„I’m nothing without my phone. I use it always and everywhere for every purpose. If I want to talk to my friends, or I want to find a good recipe, or I’d like to train, or I need info, want to learn a language...”

Z-nek tulajdonképpen a mindennapi élet bármely részére van egy használható okostelefon alkalmazása. Gyakran használja a *MyFitnessPal* nevű alkalmazást, mellyel edzésterveket készíthet, kedveli a *Duolingo*-t, mellyel újabb nyelveket tanul, de fontosak számára az olyan alkalmazások is, mint a *Messenger* vagy a *WhatsApp*, melyeken keresztül ismerőseivel tarthatja a kapcsolatot.

Z.-vel készült interjúm során arra lettem figyelmes, hogy a fogadó ország(ok)ban eltöltött idő, mint közösségi médiahasználatot befolyásoló faktor, igen jelentős. A beszélgetésünk során elhangzott válaszaiból kevésbé szűrődött ki a szülőhazáját érintő szélsőségesen negatív kritikái, valamint összevetve a B.-vel készült interjúban elhangzottakkal, médiahasználati szokásaiban nem mutatkozott specifikus, e küldő országra jellemző kommunikációs stratégia. Ennek oka feltételezhetően, hogy kommunikációs hálójá is máshogy épült fel, mint az őt megelőző interjúalanyok, mégpedig, vélhetően a Magyarországon, majd később Németországban eltérő nemzetiségű partnerekkel eltöltött éveknek köszönhetően kapcsolati hálójá heterogénebbé vált. Z médiahasználati stratégiáira vonatkozó magyarázatok azonban kereshetőek az egyén szintjén is, hiszen ahogy az interjúban is elhangzott, Z. egy kifejezetten proaktív személy, aki állandóan keresi a közösségi programokat, és rendkívül nyitott a más kultúrák megismerésének irányában.

III.5.6. Összegzés, következtetések

Az interjúk alapján vizsgált két iráni nemzetközi hallgató érdekes és különféle médiahasználati stratégiákkal rendelkezett, amelyek az egyéni életutak és a politikai környezetekhez való alkalmazkodás két különböző megközelítését tükrözték. Mindkét hallgató közös vonása azonban, hogy a Pécsi Tudományegyetemet választották tanulmányaik helyszínéül, és bár már nem élnek Magyarországon, mely trend nem egyedülálló, ugyanis sok hallgató választja a PTE-t anyagi megfontolásból, majd tanulmányaik végeztével tovább utaznak más, nyugat-európai országokba, egyrészt a jobb munkalehetőségek és megélhetés, másrészt a kulturálisan heterogénebb, elfogadóbb társadalmak miatt, a PTE-n eltöltött idő számottevő hatással – ha nem is éppen pozitívvval, hiszen mindkét alany az őket ért rasszizmusról számolt be – volt életükre és kommunikációs stratégiáik kialakítására.

Az első interjúalany példáján keresztül a specifikus, csoportra jellemző médiahasználati stratégiákat ismerhettük meg, melyek elsősorban egy adott felhasználói csoportra, az iráni származású médiahasználókra fókuszál. Ennek a stratégiának a középpontjában a politikai hatalom megkerülésére szolgáló eszközök kialakítását és a politikai tájékozódás jelentősége áll. Az interjúalany a politikai információk aktív követését, a politikai tudatosság lényegességét hangsúlyozta, valamint az otthon hagyott családtagokkal való rendszeres kapcsolattartást. Ezen kommunikációs hálózatban valószínűleg a *monokulturális kapcsolatok* domináltak, amelyek erősítik az egyén identitásának fenntartását és segítenek csökkenteni a politikai berendezkedéssel kapcsolatos aggodalmakat és a stresszt.

A második interjúalany esetében általánosabb, kevésbé csoportspecifikus médiahasználati preferenciák figyelhetők meg. A hallgató életében a szülőhazától távol eltöltött idő és az eltérő nemzetiségű kapcsolatok számottevő szerepet játszanak. Ez az interjúalany inkább az általánosabb, szélesebb körű médiaforrásokat részesíti előnyben, és a kommunikációs hálózata inkább diverzifikált és heterogén.

Mindkét interjúalany esetében azonban a Pécsi Tudományegyetem, mint a tanulmányaik helyszíne egy központi szerepet játszott életükben és médiahasználati szokásaikban. A két stratégia eltérő hangsúlyokkal rendelkezik, míg az első a távoli szülőhazával és az elhagyott családtagokkal való kapcsolattartás fontosságát hangsúlyozta, amelynek célja az identitás megőrzése és az érzelmi kapcsolatok fenntartása, addig a másik a hétköznapi témák, más kultúrák felé nyitás irányába tolódik inkább. Az interjúk által kinyert információk alapján látható, hogy a médiahasználat funkcióit tekintve igen széles skálán mozgott, az információkeresés, tájékozódás, illetve egyéni élmények megszerzése és kapcsolatok fenntartása is szerves részét képezték, és ezáltal meghatározó szerepet játszottak a hallgatók nemzetközi tapasztalataiban és az adaptációjukban.

IV. Közösségi médiahasználat hatása a nemzetközi hallgatókra a Covid-19

világjárvány idején

IV.1. Nehézségek

Az elmúlt évszázadokban számos olyan elsőprő járvány, mint a pestis, spanyolnátha, ebola, influenza egyaránt formálta az urbanizációt, a kereskedelem és technológiahasználat mintázatait. 2021-ben, egy évvel az új koronavírus (COVID-19) járvány kitörése után pedig már mindannyiunk számára világossá vált, hogy a válság annak számos következményével minden területen még évekig tarthat, ezáltal hosszú időre meghatározva és megváltoztatva életünket.

2020 elején a koronavírus okozta járvány mindannyiunk életében jelentős változásokat hozott, hiszen az emberek nagy része még sosem találta szemben magát ehhez hasonló válsághelyzettel, mely az élet valamennyi területére kihatott. Habár mindannyian részesültünk a nehézségekben, mégis voltak olyan csoportok, melyeknek még fokozottabban kellett megtapasztalniuk a világjárvány következményeit. E csoporthoz tartoznak azok, akik világszerte a származási országuktól távol élnek, beleértve a nemzetközi hallgatókat is.

A járvány terjedésének lassítása okán a világ többi érintett országához hasonlóan Magyarország is lezárta határait, és további korlátozásokat (kijárási tilalom, vásárlási idősávok, home office, online oktatás... etc.) rendelt el a társas érintkezések csökkentése érdekében. 2020 márciusának első felében a magyar egyetemeken megszűnt a jelenléti oktatás, a könyvtárak bezártak, a kollégiumokat pillanatok alatt kiürítették, és a nemzetközi hallgatók élete pedig egyik napról a másikra gyökeresen megváltozott. A hallgatók egy ilyen, ez idáig még nem tapasztalt válsághelyzetben, otthonuktól és családjuktól távol, megfelelő támogatás és tájékoztatás nélkül magukra maradtak a világjárvány első hullámában.

Habár a kommunikációs technológia mindennapi életünk minden szintjét átszövi, jelentősége a társadalmi távolságtartás különböző hozadékai következtében (online oktatásra, home officera való átállás) még inkább felerősödött a világjárvány alatt. E technológia magában foglalja a közösségi média bármely alkalmazását, platformját, médiumát, melyek mindegyike jelentős szerepet játszik az emberi interakciók számának növelésében és javításában, valamint a legfrissebb hírekhez és információkhoz való hozzáférésben. Az információs technológia lehetővé teszi, hogy korlátlan információ könnyen terjedhessen és egyetlen kattintással megoszthatóvá váljon, különösen a közösségi médián keresztül. (Hashim et al. 2020)

Egy online kérdőíves kutatás segítségével arra kerestem a választ, hogy a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói miként élték meg a világjárvány kezdeti időszakát egy sajátos, kisvárosi közegben. Ehhez a következő kérdések megválaszolására volt szükség:

Milyen konkrét, kifejezetten külföldi diákok csoportját érintő nehézségekkel szembesültek?

Milyen szerepet játszott, segítette, vagy akadályozta a közösségi média használata őket ezeknek a nehézségeknek a leküzdésében?

A nemzetközi hallgatókkal speciális helyzetük okán számos tudományterület foglalkozott már a COVID-19 elterjedése előtt is. E hallgatóknak otthonuktól távol, nem csak az akadémiai, hanem mindennapi életben is helyt kell állniuk, alkalmazkodniuk a mobilitás következtében létrejött változásokhoz.

A nemzetközi hallgatók helyzetét a pandémiában különböző tanulmányok vizsgálták (Chirikov-Soria 2020; Firang 2020; Chen et al. 2020), melyek az őket érintő főbb problémát azonosítására fókuszáltak. Az országhatárok lezárása következtében megszűnt, illetve jelentős mértékben (1) *korlátozódott a mobilitás*, és ebből adódóan az (2) *adminisztrációban is nehézségek jelentkeztek* a vízumügyintézésrel, valamint az országokba való ki-, belépéssel kapcsolatban. Az adminisztrációs problémákhoz hozzájárult továbbá az is, hogy a hivatalok, konzulátusok rövidített munkaidővel, kevesebb ügyintézővel, gyakran csak telefonon vagy online működtek. A kollégiumok bezárásával megnehezedett a (3) *lakhatás* is. A Tempus Közalapítvány 2021-es jelentésében³⁹ a megkérdezett Magyarországon tanuló nemzetközi hallgatók közel fele, 46 százaléka kapott családjától anyagi támogatást egyetemi éve alatt, és bő ötödük dolgozott azért, hogy finanszírozni tudja magyarországi tanulmányait. Azok a hallgatók – leginkább a PhD-hallgatók – akik a járvány előtt az egyetemen láttak el különböző munkaköröket, sok esetben (4) *elveszítették a munkájukat*. A munkanélküliség és a pénzügyi bizonytalanság közvetetten is sújtotta a hallgatókat, mivel gyakran a diákokat származási országukból támogató szülők is elveszítették a munkájukat. A bizonytalanságot erősítette továbbá (5) a *megfelelő kommunikáció hiánya*, mind a kormányok és az egyetemek, mind pedig az egyetemek és a diákok között. A lezárások következtében bevezetett (6) *online oktatás* is problémásnak bizonyult, a rendszer nem állt készen egy ilyen gyors átállásra. A bezártság, egyedüllét, vagy éppen a másokkal töltött lockdown különböző (7) *mentális problémák* kiváltó okának bizonyult, melyet csak fokozott (8) a *bizonytalanság*, mely a következő hullámoktól és lezárásoktól való félelem eredményeképp alakult ki.

IV.2. A közösségi médiahasználat nemzetközi hallgatókra gyakorolt hatása

A 2020-as év azonban nem csak az átutazók életében hozott komoly változásokat. Az egész világon végigsöprő járvány, függetlenül attól, hogy ez otthon, vagy attól távol, az új, átmeneti otthonban érte az embereket, jelentősen átalakította a mindennapi élet legtöbb területét. A kormányok járványügyi intézkedéseinek következtében az emberek

³⁹ Tempus Közalapítvány (2021): *Magyarországon végzett külföldi hallgatók pályakövetése. Kutatási gyorsjelentés*
https://tka.hu/docs/palyazatok/magyarorszagon_vegzett_kulfoldi_hallgatok_palyakovetese.pdf

meghatározó része a biztonságot nyújtó otthon falai között maradt, a személyes társas érintkezések mennyisége jelentősen lecsökkent. Az olyan munkahelyeken, ahol ezt a munkakörök lehetővé tették, home officet, az oktatási intézményekben pedig online oktatást vezettek be. Ez azonban nem csak azt eredményezte, hogy az egy háztartásban élő családtagok a hol szigorúbb, hol lazább lakhelyelhagyási, kijárási tilalmak miatt idejük nagy részét egymással töltötték. Számos ember magára maradt, köztük egyedülállók, egyetemisták, külföldön dolgozók, ezzel pedig az olyan családok, melyekben a szülők egyik tagja külföldön dolgozik, vagy gyermekük a származási országtól eltérő országban tanul, szétszakadtak. Akár hétköznapi tapasztalatainkra támaszkodva is tudhatjuk, hogy a média ebben az időszakban egyfajta biztonságos menedékké alakult sokunk számára. Ebben az időszakban a járványról megjelenő hírek, a bezártság, a munkahelyek elvesztése, a családtagoktól való elszigeteltség okozta frusztráció miatt különösen fontossá váltak a közösségi médiumok.

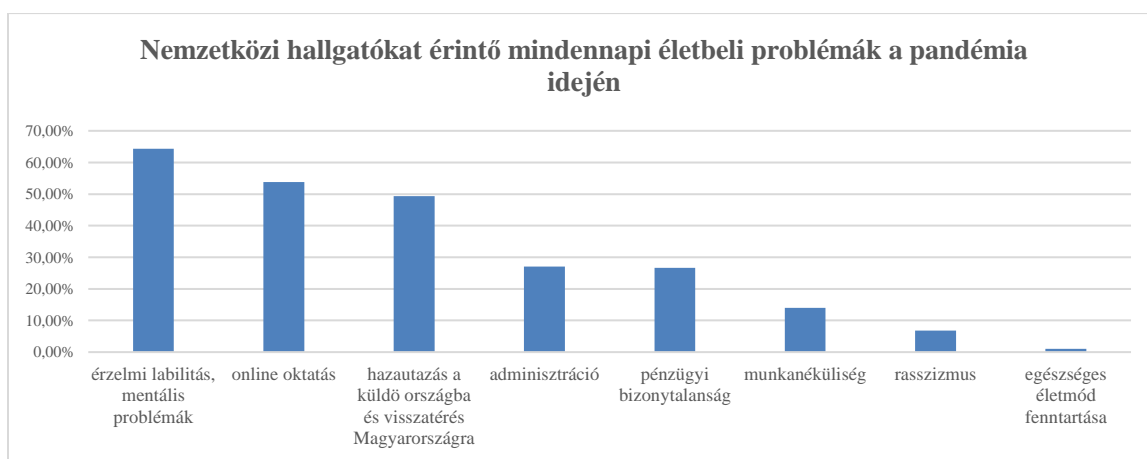
IV.3. A kérdőíves felmérésről

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói miként élték meg 2020 márciusában a koronavírus-járvány első hullámát, pontosabban milyen problémákkal szembesültek és hogyan tudtak felülkerekedni a mindennapi életben jelentkező nehézségeken egy olyan kisvárosi közegben, mint amilyen Pécs is.

2021 májusában 220 PTE-s nemzetközi hallgató megkérdezésével zajlott az online felmérés. A megkérdezettek átlagéletkora ~24 év volt, többségük (57%) nő és átlagban két éve tartózkodtak Magyarországon, ~80%-uk pedig saját albérlettel rendelkezett. A hallgatók közel fele (45%) alapképzésben tanult, egyharmaduk (33%) mesterképzését végezte, 22%-uk pedig doktori tanulmányokat folytatott, a válaszadók pedig a PTE összes karáról (Általános Orvostudományi Kar, Közgazdaságtudományi Kar, Egészségtudományi Kar, Pollack Mihály Műszaki és Informatikai Kar, Természettudományi Kar, Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar, Állam- és Jogtudományi Kar, Gyógyszerésztudományi Kar, Művészeti Kar) képviseltették magukat. A kérdőív első részének fókuszában Fisher és Whatley (2020) kategóriáit alapul véve a nemzetközi hallgatókat érintő problémák álltak, a második fele pedig e problémák megoldására irányuló stratégiákra összpontosított – különös figyelemmel a médiahasználatra.

IV.4. Kutatási eredmények

Az online kérdőívre adott válaszok alapján hét főbb nemzetközi hallgatókat érintő nehézséget azonosítottam: *érzelmi labilitás, mentális problémák* (64,3%), *online oktatás* (53,8%) *hazautazás a küldő országba és visszatérés Magyarországra* (49,3%), *adminisztráció* (27,1%), *pénzügyi bizonytalanság* (26,7%), *munkanélküliség* (14%), *rasszizmus* (6,8%), továbbá, elenyésző mértékben azonban megjelent még az egészséges életmód fenntartásának problémája, és ezzel összefüggően az este 8 óra utáni kijárási korlátozások bevezetése.



Az *érzelmi bizonytalanság és a mentális problémák* kiemelt helye nem mutatott meglepő eredményt, a járvány első hulláma nem csak globálisan, de Magyarországon is rendkívül komoly aggodalmakra adott okot, világszerte és hazánkban is jelentős növekedést mutatott az öngyilkosságok száma, mely egyrészt az egészségügyi szolgáltatások korlátozásának, másrészt a társadalmi távolságtartásra vonatkozó intézkedések bevezetésének a különbsége.⁴⁰ A nemzetközi hallgatók gyakran arról számoltak be, hogy az online oktatás következtében jól megszokott mindennapi rutinjuk alapjaiban változott meg:

The duration was so long that my/people's mental health couldn't take it and the most annoying part was that the days were the same and the same every day and . for me i spent so much more money in the pandemic because i used to order a-lot because of the unfixed sleeping schedule and

⁴⁰ A Covid-járvány óta egyre több az öngyilkossági kísérlet és a szándékos önártalom a fiatalok között <https://g7.hu/elet/20221106/a-covid-jarvany-ota-egyre-tobb-az-ongyilkossagi-kiserlet-es-a-szandekos-onartalom-a-fiatalok-kozott/>

shops sometimes close before I have time to buy groceries so i had to order food most of the time. And the last point is my physical health was ruined because the only sport i could do is running and as I mentioned before I didn't have the time to do it sometimes because of the curfew.

E bizonytalanság kialakulásában az *online oktatás bevezetése*, valamint ezzel kapcsolatban az egyetem kommunikációjának hiánya döntő szerepet játszott. A hallgatók tanulmányai abból a szempontból kiszámíthatatlanná váltak, hogy nem kaptak megfelelő tájékoztatást a félévkezdésre, a jelenléti oktatás visszavezetésére, a vizsgák és a szemeszter teljesítésére, valamint a határátlépésre vonatkozóan.

The main problem with the pandemic and the school is the constant uncertainty. In Norway, Slovakia and other countries they informed students already in the start of the semester that everything would be online, so that the students had something to follow. The way pecs and Hungary makes decisions in the last possible weeks makes it extremely hard for the students to plan and have any sense of security and accomplishment. We have to change both reading plans, exams and travels due to constant changes. This adds huge amounts of stress and insecurity on us, worsening our mental health.

Nem szabad továbbá megfedkezni arról sem, hogy a világ legtávolabbi pontjairól is érkeznek nemzetközi hallgatók a Pécsi Tudományegyetemre, ez pedig azt jelenti, hogy számos diák, aki a pandémia kezdetén visszautazott származási országába, a teljesen eltérő időzóna miatt nem tudott részt venni az online oktatásban.

Az *adminisztráció* terén nem csak az EU-n kívülről érkező hallgatók szembesültek nehézségekkel a beutazás tekintetében. Mivel a legtöbb ország lezárta határait, számos hallgatónak bizonytalanná vált a *hazautazása*. Másrészt, habár később tanulmányi céllal lehetővé vált az utazás, az esetleges vízumok és tartózkodási engedélyek intézése sem működött zökkenőmentesen, melynek legfőbb okát az ügyintézők nem megfelelő *angoltudása*, valamint a hallgatók magyar nyelvi ismereteinek hiánya képezte.

It is a very hard experience to be in a pandemic, in a foreign country where u don't speak the language.

The delayed covid news from the university, the increase in bureaucracy (since email and telephone answers do not work in Pecs), and the difficulty of finding English-speaking people to solve academic and official problems are the main problems that we as students is facing during the pandemic.

A járvány alatt a gyűlöletbeszéd és rasszizmus is felerősödött, különösen az ázsiai hallgatókkal szemben, számos hallgató érezte úgy, hogy származása miatt negatív megkülönböztetés éri:

Hate my faculty and the dean, our professors are racist and discriminative. Never felt this bad in my life, I regret choosing University of Pecs for my bachelors.

A koronavírus feltételezett eredete miatt számos kínai hallgatót ért sérelem, azonban nem ők képezték az egyetlen csoportot, melyet diszkrimináció ért. Magyarországon a koronavírus-fertőzést először külföldről visszatérő iráni hallgatóknál mutatták ki, így e csoport is hamar célkeresztbe került. E hallgatók esete rendkívül erős indulatokat szított, a hallgatókat kiutasították az országból és a külföldiekkel szembeni ellenséges hangulat vált érzékelhetővé.⁴¹ A külföldieket ért sérelmek orvoslására a PTE a nemzetközi hallgatók stigmatizálásával kapcsolatban három nyelven (magyar, angol, német) kiadott egy kommunikációs anyagot az egyetemi szolgáltatások (jogsegély, mentálhigiénés szakemberek) elérhetőségeinek megadásával.⁴²

IV.4.1. A nehézségek megoldására irányuló stratégiák

A hallgatók kérdőívre adott válaszai azt mutatják, hogy az imént ismertetett problémák megoldásában jelentős szerephez jutott a közösségi médiahasználat. Habár a lockdownnal

⁴¹ *Elkezdődött az iráni diákok pere, akiket azzal vádolnak, hogy a Covid kirobbanásakor balhéztak a László-kórházban*

https://hvg.hu/itthon/20231108_birosag_Covid_garazdasaggal_vadolt_irani_fiatal; (2024. 02. 27.)

Az iráni diákok kollektív kiutasítása jogellenes és életveszélyes

<https://helsinki.hu/az-irani-diakok-kollektiv-kiutasitasa-jogellenes-es-életveszelyes/> (2024. 02. 27.)

Így lettek barátokból a koronavírus bűnösei az irániak

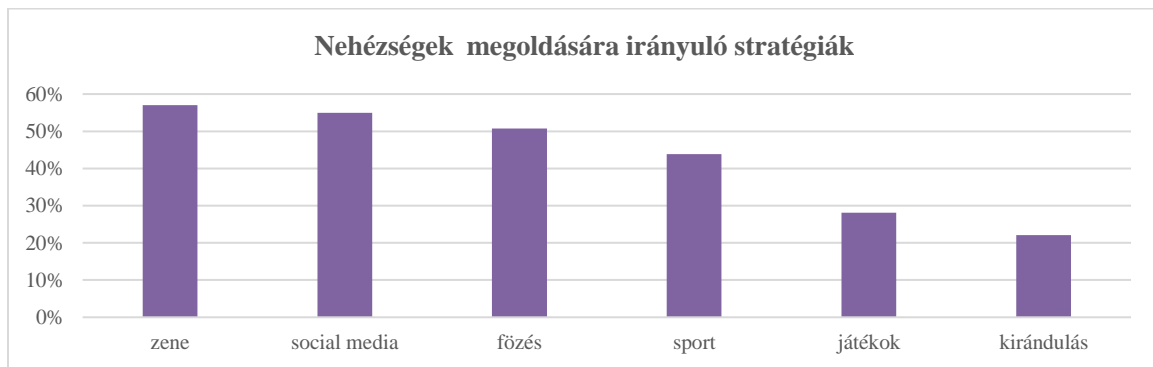
<https://www.direkt36.hu/igy-lettek-baratokbol-a-koronavirus-bunosei-az-iraniak/> (2024. 02. 27.)

⁴² *University of Pécs Covid News*

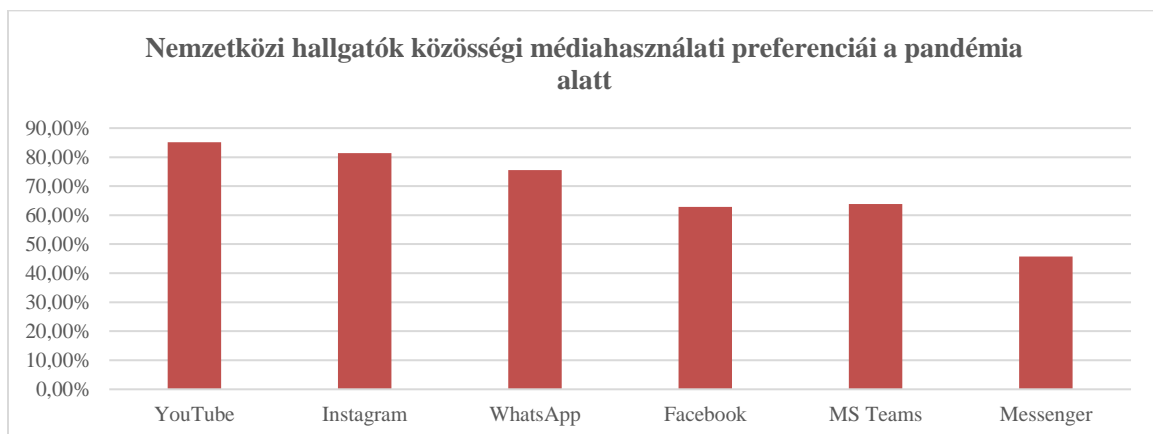
<https://pte.hu/en/covid/news> (2024. 02. 27.)

kapcsolatos gondolatok elterelésének elsődleges módszerét a *zene* (57%) képezte, a hallgatók több mint fele (55%) a *social media*hoz fordult. Jelentős volt még továbbá azon hallgatók aránya, akik a *főzést* (50,7%), *sportot* (43,9%) *játékot* (28,1%), valamint a *kirándulást* (22,1%) választották. Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni azt az aspektust, hogy az imént említett tevékenységek jelentős része (például, zene, főzővideók, fitnessvideók, videójátékok) mind online is végezhető elfoglaltság.

Ha figyelembe vesszük, hogy a válaszadók ~80%-a nyilatkozott úgy, a lockdown alatt megnőtt a social media platformok használatával töltött idő, megalapozottan feltételezhetjük, hogy a közösségi médiahasználat kitüntetett szerepet játszott a problémák kezelésében.



Ha megvizsgáljuk a hallgatók által preferált médiumokat, *YouTube* (85,1%), *Instagram* (81,4%), *WhatsApp* (75,5%), *Facebook* (62,8%), *MS Teams* (63,8%), *Messenger* (45,7%), feltűnik, hogy a Magyarországon igen nagy népszerűségnek örvendő chatalkalmazás, a *Messenger* csak a hatodik helyet foglalja el a népszerűségi listán.



2016-ban Sleeman et al. nemzetközi hallgatók médiahasználatával foglalkozó kutatásokat rendszerezett, hogy megvizsgálja, milyen funkciókkal ruházzák fel a hallgatók a közösségi médiumokat. Sleeman arra a következtetésre jutott, hogy a közösségi média használata a nemzetközi hallgatók körében három különböző funkciót láthat el: (1) *összeköt*, (2) *elszigetel*, (3) *egy különleges, adott csoportra jellegzetes médiahasználati stratégiák által támogatott hibrid teret hoz létre*. Összeköt, azaz hidat képez mind az otthon maradottakkal, mind pedig a fogadó ország lakóival. Ugyanakkor izolálhat is, főleg azokban az esetekben, mikor a fogadó országban egy adott származási ország lakói nagyobb csoportot képeznek. Ilyenkor a megérkező hallgatók gyakran nem keresik a kapcsolatot – legyen ennek az oka a biztonságérzet vagy kényelmi szempontok – a fogadó ország lakóival, hanem inkább a saját közösségük tagjaihoz, idősebb diákokhoz, a csoport tapasztaltabb tagjaihoz fordulnak segítségért. Előfordulhat azonban az is, hogy a médiumok segítségével különböző hibrid tereket hoznak létre, melyekben a hagyományos kulturális gyakorlatok, nyelvhasználati szokások, vallásgyakorlás, újraértelmeződnek.

Hogy a hallgatók médiahasználatában mely funkció válik meghatározóvá, jelentősen függ a diákok kommunikációs hálózataitól. Seo et al. (2016) a nemzetközi hallgatók által létrehozott hálózatokat három típusba sorolja: (1) *monokulturális*, (2) *bikulturális*, valamint (3) *multikulturális* kapcsolatok.

Ha összevetjük a hallgatók preferenciáit, és Miller és Madianou (2011) elméletét alapul véve feltételezzük, hogy azonos országból érkező hallgatók azonos, vagy legalábbis hasonló médiahasználati stratégiákkal rendelkeznek, valamint ezt összehasonlítjuk a magyar preferenciákkal, arra a következtetésre juthatunk, hogy a hallgatók a *mono-*, esetleg *multikulturális* hálózataikat részesítették előnyben a lockdown alatt, és kevés kapcsolattal rendelkeztek mind a magyar hallgatók, mind pedig az egyetem irányában. Ennek okai abban is kereshetők, hogy nem feltétlenül rendelkezett az egyetem megfelelő információkkal a nemzetközi hallgatók kommunikációs hálózataival, valamint a médiahasználati preferenciáival kapcsolatban, mely hiányosságoknak a hallgatók hangot is adtak a kérdőív kitöltése során:

The delayed covid news from the university, the increase in bureaucracy (since email and telephone answers do not work in Pecs), and the difficulty of finding English-speaking people to solve academic and official problems are the main problems that we as students is facing during the pandemic.

IV.5. Következtetések, összegzés

A világjárvány mindannyiunk számára olyan kihívásokat hozott, melyekkel korábban még nem szembesültünk. A kormányoknak, az egészségügyi szakembereknek és a különböző intézményeknek egyik napról a másikra kellett a válsághelyzetben olyan intézkedéseket meghozniuk, melyekről a döntés előzetes tapasztalatok és információk hiányában gyakran rendkívül bonyolultnak mutatkozott. Habár a járvány kitörése után szinte a mindennapi életünk részévé vált, a kezdeti időszakot a társadalom különböző csoportjai számos módon élték meg. Az otthonuktól, családjuktól távol élő emberek fokozottan kitettek voltak az újonnan kialakult helyzet okozta nehézségekkel és magukra maradtak a problémamegoldásban. E helyzetben az egyetemeknek kiemelt feladata a hallgatók bizonytalanságérzetének csökkentése, a megfelelő tájékoztatás és támogatás. A kérdőívre adott válaszokból kiderült, habár a hallgatók rendelkeznek meghatározott kommunikációs hálókkal és stratégiákkal, ezek és az egyetem csatornáinak között elenyésző az átfedés. Hogy a jövőben hasonló helyzetekben eredményes kommunikáció alakuljon ki a felsőoktatási intézmények és hallgatók között, az egyetemeknek több figyelmet kell fordítaniuk hallgatóik médiahasználatára.

V. A nemzetközi hallgatók online oktatással összefüggő tapasztalatai

V.1. Kutatási előzmények: online oktatási eszközök hatékonysága és megítélése a hallgatók körében

A jelen fejezet a pandémia oktatásra gyakorolt hatásának nemzetközi hallgatók szemszögéből való bemutatását célozza, különös tekintettel kommunikációs stratégiáikra. Habár látni fogjuk, hogy ebben az időszakban bizonyos kommunikációs csatornák a kialakult körülmények miatt előtérbe kerültek, míg mások funkcióik vagy szerkezetük miatt inkább háttérbe szorultak, a közösségi médiumok megtartották a nemzetközi hallgatók kommunikációs stratégiájában betöltött kiemelt szerepüket. A közösségi média mint a hallgatók meghatározó mediális környezetének vizsgálata révén láthatjuk majd a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak kihívásait és az ezekre adott válaszokat a globális járvány következtében. Mivel a közösségi médiát övező diskurzusban nemcsak a vele kapcsolatos negatívumokat, azonban számos előnyt is szoktak említeni, hiszen az információ végtelen forrása áll rendelkezésre a felhasználók számára, a következő bekezdésekben áttekintem e médiumok oktatásra, pontosabban fogalmazva, tanulási folyamatokra gyakorolt általános pozitív hatásait, illetve a bennük rejlő lehetőségeket.

Akram & Kumar 2017-es tanulmányban arra tett kísérletet, hogy a közösségi média társadalomra gyakorolt hatásait tipologizálja, mely tipológiában az oktatást érintő kérdések is jelentős szerepet kaptak. A szerzők megállapították, hogy az oktatásban a közösségi média számos előnnyel jár, amelyek pozitív eredményekhez vezethetnek. A közösségi média elősegítheti (1) a *szocializációt*, mely gyermekek és fiatal felnőttek körében lehetővé teszi az eszmecserét és az új ismeretek szerzését. Ez hozzájárulhat a magabiztosság növekedéséhez az életben. A különböző platformok egyszerű és hatékony eszközt biztosítanak a diákoknak a (2) a *tudás megosztására* is. A diákok könnyen hozzáférhetnek, tanulmányozhatnak, átalakíthatnak és megoszthatnak információkat, elősegítve a zökkenőmentes tudásáramlást. Itt azonban nem szabad megfeledkezni az előző fejezetben ismertetett negatívumokról sem, ugyanis a szabad és gyakran ellenőrizetlen információáramlás, a megbízhatatlan források hamar visszájára is fordíthatják ezt az előnyt, és az információk torzulásához, dezinformációhoz vezethetnek.

A közösségi médiából állandóan áramló információ lehetőséget nyújt arra, hogy az egyének folyamatosan új dolgokat tanuljanak, amikor csak lehetséges. Ez lehetővé teszi, hogy (3) *frissítsék saját információs bázisukat*.

A tanulmány az oldalak formai és tartalmi sokszínűsége, valamint a véleményvezérek sokasága miatt a (4) *különböző forrásokból való tájékozódás* lehetőségét is az oktatásra, tanulási folyamatokra gyakorolt pozitív hatásként értékeli, ugyanis a hosszú távú interperszonális kommunikáció fejlesztése lehetővé teszi a tanulók számára, hogy kiválasszák, mely összejöveteleket, mozgalmakat vagy személyeket kövessék, ami hozzájárulhat a tanulás sokféleségéhez. Ez azonban egy igen pozitív szemléletű megközelítése a témának. E kérdésben nem szabad figyelmen kívül hagyni a közösségi oldalak működési mechanizmusát, az algoritmusokat, melyek végtére is véleménybuborékok kialakulásához vezethetnek, és ahelyett, hogy az algoritmus az információforrások széles tárházát kínálná fel, egyre jobban szűkíti az általa a felhasználó érdeklődési körének megfelelő tartalmakat.

A közösségi média – gondoljunk csak a *TikTokra*, de ebben az esetben akár a *LinkedInre* is – olyan trendeket mutat be szerte a világon, hogy a diákokat állandóan (5) *naprakészen tarthatja*, akik ezáltal terveket készíthetnek a jövőre, és könnyebben alkalmazkodhatnak a változásokhoz.

A tanulmány még megemlíti annak lehetőségét, hogy a diákok, hallgatók (6) *megoszthatják, hogy mit éreznek vagy gondolnak bizonyos témákkal kapcsolatban* és meg is hallgathatják

más véleményét. Ez segíthet nekik, hogy könnyebben meghatározzák, mi jó és mi rossz számukra.

Továbbá, a közösségi média lehetőséget biztosít a diákoknak, hogy hatékonyan ériék el egymást a tanórákon kívüli időkben, mely ösztönözheti őket a hatékony együttműködésre a csoportos projektek során, vagy éppenséggel a beadandók, házi feladatokhoz elkészítéséhez is segítséget kérhetnek egymástól. Ezzel összefüggésben az is megfigyelhető, hogy például azok a hallgatók, akik tanítási órák alatt, a hagyományos osztályteremben kevésbé szívesen hallatják a hangjukat vagy nyilvánulnak meg, esetleg nem szeretnek kérdezni, különböző *social media* csoportokban, csoportos chaten nyitottabban, felszabadultabban tudnak kommunikálni a tanulmányokkal kapcsolatos kérdésekről is. Végül, de nem utolsó sorban, az oktatók is közvetlenebb módon érhetik el diákjaikat, tájékoztathatják őket az órákkal kapcsolatos vagy egyetemi eseményekről és feladatokról, azonban ehhez elengedhetetlen az oktatók számára, hogy megtalálják azokat a közös platformokat, melyek a hallgatók mindennapi kommunikációs stratégiáinak részét képezik.

A pandémia terjedésének lassítása érdekében bevezetett korlátozások komoly kihívásokat állítottak a felsőoktatás szereplői elé, hiszen az első lépések között szerepelt az egyetemek bezárása és ezzel egyidejűleg az online oktatás bevezetése. Ez az intézkedés váratlanul érte mind az egyetemek munkatársait, mint pedig a diákokat.

A téma aktualitását figyelembe véve, valamint szem előtt tartva a sürgető igényt a minél hatékonyabb módszerek megtalálására, számos tanulmány született a világjárvánnyal kapcsolatos online oktatás és tanulási folyamatok feltárására, különös tekintettel a nemzetközi hallgatók mindennapi tapasztalására. A témában készült kutatások skálája igen széles, azonban e kutatásokat áttekintve elmondható, hogy habár eltérő mértékben, ugyanakkor mindegyikben megjelenik a világjárvány következtében létrejött élethelyzetek meghatározó aspektusa, a társas érintkezések visszaszorulása és az ennek eredményeként kialakuló pszichológiai hatások.

Wang et al. (2023) esettanulmánya azt vizsgálta, hogyan befolyásolta az online tanulás a nemzetközi hallgatóinak tanulmányait, akadémiai teljesítményét és hogyan álltak a nemzetközi hallgatók az online tanuláshoz, milyen stratégiák jöttek létre, hogy az online tanulás során felmerülő kihívásokat leküzdjék. Az esettanulmány félig strukturált interjúk elemzésén alapult, és különböző online kurzusok résztvevőit kérdezték. A kutatás eredményei azt mutatták, hogy a nem megfelelő infrastruktúra, a korlátozott internetkapcsolat és a csökkent létszám volt az egyik legfőbb nehézség.

Irawan et al. (2020) kutatása az online tanulás hallgatókra gyakorolt pszichológia hatását helyezte a középpontba. A kutatási eredmények azt mutatták, hogy (1) a diákok az első két hét otthoni tanulás után unatkozni kezdtek az online tanulás során, (2) az alacsony jövedelmű szülők gyerekeinél jelentős szorongás lépett fel az internetköltségek miatt, hogy részt tudjanak venni az online tanulásban, (3) hangulatváltozások lépnek fel a túl sok feladat miatt, és mindent összevetve a tanulók hatástalannak tartották az online oktatást. Mpungose (2020) kutatása a hallgatók egy speciális csoportjával, a hátrányos helyzetű diákok tanulási környezetét befolyásoló tényezőkkel foglalkozott. Az eredmények hasonlóságot mutattak Irawan kutatásával, az online oktatás bevezetése számos diák számára ellehetetlenítette a tanulást a világjárvány idején. Nem csak az anyagi költségek, azonban a hiányos angol nyelvtudás is megjelent Zhang et al. hátráltató tényezőket feltáró tanulmányában.

Bahasoan et al. (2020) az online tanulás hatékonyságát mérte fel és következtetésében arra jutott, habár az online oktatás számos előnnyel jár, a hatékonyságot biztosító körülmények megteremtése és a színvonalas oktatás biztosítása magas anyagi költségekkel jár. Fatonia et al. (2020) kérdőíves kutatása szintén a hatékonyságot helyezte a középpontba, azonban a diákok szemszögéből. A hallgatók zavaró tényezőként jelölték környezetüket, az online oktatás negatív hatással volt szabadidejük kihasználására, a hálózati instabilitás bizonytalanná tette a részvételt, az előadók hangja és a tananyagok pedig nem feltétlen mindig szinkronban jelentek meg, és nem tudtak órára járni, ha nem volt wifi, továbbá kevésbé voltak képesek koncentrálni a tanórára. Wijaya (2020) a hatékonyságot befolyásoló tényezőket vette górcső alá. Baber (2020) ezzel kapcsolatban megállapította, hogy az olyan tényezők, mint az osztálytermi interakció, a tanulói motiváció, a kurzus szerkezete, az oktatói tudás és a támogatás – pozitívan befolyásolják a tanulók tanulási eredményét és a tanulók elégedettségét.

Nae (2020) az információs és kommunikációs technológia (IKT) tanulásban való alkalmazásának jelenlegi helyzetét elemezte tanulmányában, majd az osztálytermi tanulás és az online/távoktatás közötti különbségre reflektál, és a „sürgősségi távoktatás” jelenlegi trendjét, annak problémáit és jövőbeli feladatait tárgyalta.

Az online oktatás kiterjesztése a világméretű COVID-19 járvány válaszaként jelent meg, és számos kihívással szembesítette a hallgatókat. A rendkívüli helyzet hatására az oktatási intézmények világszerte kénytelenek voltak átállni a hagyományos tanulási módszerekről az online formákra, hogy fenntartsák a tanulási folyamatokat és egyidejűleg biztosítani tudják a hallgatók biztonságát. Az előző kutatások áttekintése alapján az online oktatás során tapasztalt kihívások számos területet érintenek. A mentális egészség megőrizhetőségének

kérdésével kiemelten foglalkoztak a kutatók, figyelembe véve a társadalmi elszigeteltség, a bizonytalanság és az új környezethez való alkalmazkodás pszichológiai hatásait. Az online tanulási környezet különféle szempontokból is megterhelhette a hallgatók mentális állapotát, beleértve a technikai problémákat, az elszigeteltséget és az online kapcsolattartás nehézségeit, a monotonitást, a technológiából származó zavaró tényezőket, az oktatók nem megfelelő felkészültségét.

A koncentrálóképesség hiánya másik lényeges tényező, különös tekintettel arra, hogy az otthoni környezet sokféle zavaró tényezőt foglalhat magába, gondoljunk csak arra, hogy egyidőben a család összes tagja egy háztartásban igyekszik munkáját vagy tanulmányait végezni. A hallgatóknak meg kellett találniuk, létre kellett hozniuk a számukra megfelelő munkakörnyezetet és megteremteni a motivációt a hatékony tanuláshoz. Az online oktatáshoz való hozzáférés terén megjelenő anyagi korlátok, különösen a megfelelő eszközök és stabil internetkapcsolat hiánya, további akadályokat jelenthettek.

Az anyagi szempontokon túl a technológiai kihívások is jelentős nehézségeket okozhattak, mivel a digitális platformok és alkalmazások használatában tapasztalható nehézségek a hallgatók előtt álló online tanulásban való részvételét hátráltathatták. Ezek a technikai akadályok változatos formában jelentkezhetek, beleértve a szoftverproblémákat, a lassú internetkapcsolatokat vagy a digitális eszközök hiányát.

Ugyanakkor az online oktatás a kihívások ellenére újfajta lehetőségeket kínált a rugalmas tanulásra, az interaktív digitális tartalmakra bevezetésére és használatára, valamint az új technológiák kiaknázására. A pandémia által kiváltott változásokra való reakcióként a kutatások egyre inkább arra összpontosítottak, hogy miként lehet ezeket a kihívásokat leküzdeni, és hogyan lehet az online oktatást még hatékonyabbá és hozzáférhetőbbé tenni a hallgatók számára. Ahogy a következő, kérdőívre adott válaszok elemzését tartalmazó fejezetben látni fogjuk, mindez a Pécsi Tudományegyetem hallgatóinál sem volt másként, azonban a hallgatók a hátráltató technikai és humán eredetű tényezők ellenére viszonylag pozitívan érzékelték és értékelték e szokatlan helyzet következtében bevezetett új módszereket.

V.2. Az online oktatás fogalma

Mielőtt rátérnénk a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak a világjárvány terjedésének lassítása érdekében hozott korlátozások egyikeként bevezetett online oktatással kapcsolatban szerzett tapasztalataira, elengedhetetlen tisztázni, mit is érthetünk valójában az online oktatás fogalma alatt. A következőkben az online oktatást körülvevő fogalmi háló,

valamint a fogalom változásának bemutatására teszek kísérletet az elmúlt megközelítőleg húsz évben a témában született tanulmányok áttekintésével. A következőkben célom bemutatni e fogalom sokszínűségét és a definíciókat meghatározó szempontrendszerek változatosságát, technológiai és formai feltételeit, követelményeit.

Az online oktatás fogalmi hálóját áttekintő tanulmányok vizsgálatok arra lehetünk figyelmesek, hogy különböző digitális mediális környezetet feltételező fogalmakkal találkozhatunk, melyek a következők:

- *eLearning*,
- *webalapú tanulás*,
- *távoktatás*,
- *online oktatás*.

Ahogy majd a következőkben látni fogjuk, ezen fogalmak mindegyike közvetlenül az online térhez kapcsolódik, azonban nem egy fejlődési folyamat különböző állomásait képezik.

V.2.1. eLearning

Az eLearning fogalmi tisztázása körül heves diskurzus alakult ki, és számos, habár egymással összefüggő, részben átfedéseket tartalmazó definíciók születtek, a mai napig nem találunk egy egységes meghatározást arra vonatkozóan, mit is érthetünk az eLearning fogalma alatt. (Arkorful & Abaidoo 2015)

Találhatunk példát olyan definíciókra, melyek a disztribúciós eszközöket helyezték középpontba, különösen a technológia kialakulásának és elterjedésének időszakában. Ezek először a fogalmat úgy határozták meg, hogy minden olyan oktatási és tanulási folyamat, mely elektronikus úton megy végbe. E definíciók a technológia fejlődésével változtak, később az elektronikus eszközöket a meghatározásban először a digitális, majd a webalapú alkalmazások váltották. (Arkorful & Abaidoo 2015; Abbad et al 2009; LaRose et al, 1998; Keller & Cernerud, 2002)

Léteznek azonban olyan megközelítések is, melyek a távoktatás szinonimájaként értelmezik (lásd. következő alfejezet), valamint a jelenléti oktatás kiegészítéseként, a hibrid módszerek jelentős részeként tekintenek rá. (Arkorful & Abaidoo 2015; Maltz et al. 2005) Ugyanez a definíciót határozza meg az OECD (2005), *miszerint az információs és kommunikációs technológiák használata az oktatás különböző folyamataiban a felsőoktatási intézményekben*

a tanulás támogatása és fokozása érdekében, és magában foglalja az információs és kommunikációs technológia használatát, mint egyfajta a hagyományos tantermek kiegészítése, az online tanulás vagy a két mód keveredése. (Arkorful & Abaidoo 2015;

Továbbá, láthatunk meghatározásokat is, melyek a tanulókat, mint egyént, vagy közösséget helyezik a középpontba, és az eLearninget, mint szubjektív, személyre szabható módszerek, eszközök tananyagok összességéként értelmezik, illetve az oktatási tanulási folyamatok során a kollaborációra, információ és tudás közösségi megosztására helyezik a fókuszot. (Arkorful & Abaidoo 2015; Tao et al. 2006; Twigg 2000)

Az e-learning különböző megközelítéseinek vizsgálata közben azt tapasztaljuk, hogy különböző hangsúlyokat helyeznek a technológiára, az információ terjesztésének módjára és az egyéni szempontokra. Alapvetően úgy tűnik, mintha egy összefogó koncepcióról lenne szó, amely magában foglalja a távoktatás és a webalapú tanulás elemeit. Összefoglalva, az eLearning egy digitális eszközöket alkalmazó, szubjektív tanulási igényeket is kielégítő eszközök, platformok és alkalmazások összességét jelenti, amelyek célja a térbeli és időbeli korlátok áthidalása vagy a jelenléti oktatással való kombinálása a változatosabb, sokszínűbb eszköztár használata érdekében.

V.2.2. Webalapú tanulás

McKimm et al. (2002) a webalapú tanulásnak egy kulcsfontosságú aspektusát emeli ki, azaz webes jellegét, azaz bármilyen honlap, intranetes oldal, közösségi alkalmazáson megosztott tanulási folyamatot elősegítő információ, ami valamiféleképpen biztosítja az aktív interakció létrejöttét mind a tananyaggal (hyperlinkek elhelyezése, kommunikációs lehetőségek – kommentelhetőség), mind pedig a többi felhasználóval. Cook (2007) tanulmányában már kiterjeszti a fogalom meghatározását a webalapú tanulást (*Web Based Learning – WBL*) a következőképpen határozza meg: *a webalapú tanulás lehet minden olyan oktatási tevékenységet, mely az internet, vagy lokális intranetek használatát foglalja magába, azonban nem feltételez személyek között közvetlen interakciót, azaz akár egy tutorial videó megtekintését, azonban egy közösségi médium hírfolyamában közzétett bejegyzés kommentszekciójában létrejövő diskurzust is tekinthetjük webalapú tanulásnak.*

V.2.3. Távoktatás

A távoktatás tulajdonképpen minden olyan oktatási módszert, eszközt, platformot magába foglal, mely célja a földrajzi távolságok leküzdése az oktatás céljából, ugyanis kezdetben azon „nem hagyományos” diákok számára szánták, akik valamilyen okból kifolyólag,

legyen az például egy állás teljes munkaidőben vagy lakóhely egy másik régióban, nem tudtak részt venni bizonyos jelenléti oktatásokon. Fontos megjegyezni azonban, hogy épp az imént említett okokból, egy tanulmány elolvasása vagy egy oktatóvideó megtekintése az interneten nem számít távoktatásnak, ugyanis e fogalom használatához négy feltételnek kell teljesülnie (Berg & Simonson 2002).

Elsőként, a távoktatást mindig egy (1) *(oktatási) intézmény* végzi. Alapjában véve lényegtelen, hogy az intézményben elérhető jelenléti oktatás is, avagy csak távoktatásban kínál képzéseket, fontos, hogy akkreditált intézmény legyen. A távoktatás fogalmának használatához elengedhetetlen feltétel továbbá a (2) *valódi földrajzi távolságok megléte* az oktató és a tanulók, tanulói csoportok között. Mindazonáltal, távoktatásról akkor beszélhetünk, ha a földrajzi távolságok leküzdésének eszközét a (3) *digitális médiumok* képezik. Tsai & Machado (2002) továbbá hozzáteszi, hogy a távoktatás, ahogy maga a szóösszetétel is feltételezi, egy oktatási folyamat, azaz az oktatók és tanulók közötti aktív interakciót feltételezi. Tehát, a tanulókkal bármilyen digitális formában megosztott, azonban válaszok, visszajelzések, számonkérések nélkül hagyott tananyagok nem sorolhatók a távoktatáshoz. Az oktatóknak részt kell venniük a tanulók visszajelzéseinek fogadásában.

Végül, a feltételrendszer legjelentősebb aspektusát mi más képezhetné, mint maguk a hallgatói csoportok, melyek tagjai (4) *közösségként* funkcionálnak, és lehetőleg online kapcsolatban állnak egymással, például közösségi médiumokon keresztül. (Berg & Simonson 2002). Moore et al. (2010) a fogalommal kapcsolatban különbséget tesz a „távoktatás” (*distance education*) és a „távtanulás” (*distance learning*), miszerint míg az előbbi magát az oktatási folyamatot, addig utóbbi a képességet ezen oktatási formában való részvételre jelöli.

Tehát összességül, a távoktatás egy olyan, akkreditált intézmények által végzett, földrajzi távolságok áthidalása érdekében digitális médiumok használatával, oktatók és hallgatói csoportok részvételével végzett oktatási és tanulási tevékenység, melyben az online, illetve közösségi médiumokon keresztül történő összekapcsolódás és közösségképzés kulcsfontosságú szerepet tölt be.

V.2.4. Online oktatás/tanulás

Az online oktatás fogalma rendkívül összetett, és különböző aspektusokra összpontosító megközelítések alkotják. A definíciók elemzése során alapvetően azt tapasztaljuk, hogy a legtöbb definíció a távoktatás egy fejlettebb változataként értelmezhető. Ennek fő jellemzőit egyrészt azok az eszközök, alkalmazások és platformok alkotják, amelyeken keresztül a

tudást megosztják, másrészt pedig ezeknek az eszközöknek a közösségi jellege, amelyek lehetővé teszik a kollaborációt, közös munkát, diskurzusok kialakítását és formai sokszínűségét.

V.2.5. Összegzés

Amint az online oktatást körülvevő fogalmi háló áttekintésekor arra megfigyelhető, hogy a meghatározások igen szerteágazóak, helyenként átfedések fedezhetőek fel, azonban mindegyik definíció kissé eltér a másiktól, hol a technológiára, hol a tananyagra, hol pedig a diákokra helyeződik át a hangsúly. Amikor a dolgozatban a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatók online oktatással és tanulással kapcsolatos tapasztalatait vizsgálom, az online oktatás fogalma alatt értek minden olyan tanulási folyamatot, mely az egyetemi tanulmányokhoz kapcsolódik és valamely digitális/közösségi médium használatát feltételezi. Tehát, egy YouTube videó megtekintése például egy fogászati beavatkozásról az online oktatás szempontjából megegyező lesz egy online szemináriumon való részvétellel abban a tekintetben, hogy mindkettő képes diskurzusok vagy kollaboráció létrehozására.

V.3. Az online oktatási módszerek megítélése a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak körében

Az online oktatásba történő átmenet nemcsak technológiai változásokkal járt, hanem olyan kihívásokkal is, amelyek érzelmekre, motivációra és az oktatási élmény minőségére gyakorolt hatásokkal is. A hallgatók online kérdőívre adott válaszai lehetőséget teremtettek arra, hogy megismerhessük az online oktatás általános megítélését a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak körében, a felmerült nehézségeket, valamint azokat a pozitív aspektusokat is, amelyek e csoportban vagy egyénenként hozzájárultak a hatékony tanulási környezet kialakításához.

A kutatás célja az online oktatás tapasztalatainak sokoldalú megértése, figyelembe véve a hallgatók egyedi helyzetét és körülményeit. A kérdőíves válaszok elemzése segíti a hallgatók által megélt kihívások, elégedettség és igények mélyebb megértését, és egyúttal lehetőséget kínál az intézmény számára a további fejlesztések és optimalizálások terén.

A következő fejezetekben részletesen elemzem a Pécsi a hallgatók tapasztalatait az online oktatással kapcsolatban.

A kérdőív elkészítésekor az előző fejezetben ismertetett kutatások eredményeit tekintetem kiindulópontnak a kérdések megfogalmazásakor kitérve a különböző aspektusokra, beleértve a technikai kihívásokat, az érzelmi reakciókat, és azokat a tényezőket, amelyek

hozzájárulhatnak az online oktatás sikerességéhez és hatékonyságához, így tehát azon túl, hogy az általuk használt eszközök és médiumok iránt érdeklődtem, melyek azok a speciális, erre a tanulói csoportra jellemző tényezők melyek pozitív vagy negatív irányba terelték a diákok véleményét e tanulási, oktatási módszerek megítélésével kapcsolatban.

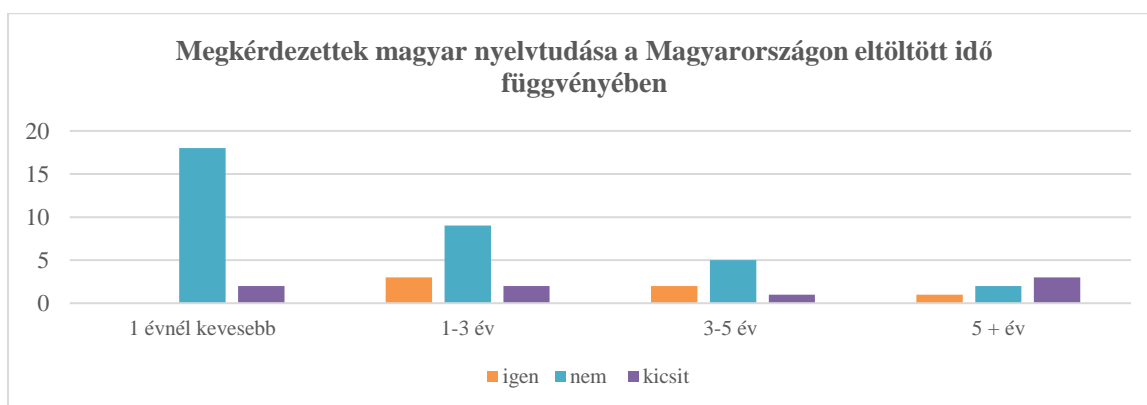
V.3. Az online oktatási módszerek megítélése a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak körében

V.3.1. Demográfiai adatok

A 2022 tavaszi félévében végzett kérdőíves felmérés alkalmával a világjárvány már a lecsengés szakaszába lépett, így a hallgatók tapasztalatai a világjárvánnyal és ennek következtében bevezetett online oktatással kapcsolatban még viszonylag frissen élhettek az emlékezetükben. Az időzítés azért volt előnyös, mivel a válaszadók már rálátással rendelkeztek a teljes folyamatra, és ebből az időtávlatból már válaszaik is azt tükrözték, hogy az érzelmi intenzitás csökkenése mellett megalapozottabb, átgondoltabb és pozitívabb megközelítést vettek fel a témával kapcsolatban. A felmérés időpontjának kiválasztása stratégiaileg fontosnak bizonyult annak érdekében, hogy a hallgatók válaszaik ne csak egy adott pillanat erős érzelmi hatását tükrözzék, hanem reprezentálják az online oktatási tapasztalatok hosszú távú értékelését és értelmezését. A válaszok átfogóbb képet adtak az online oktatási környezetről, beleértve azokat a pozitív aspektusokat is, amelyek hozzájárultak a tanulási folyamat hatékonyságához. A felmérés ezáltal nem csupán egy pillanatképet rögzített, hanem lehetőséget teremtett a diákok számára, hogy reflektáljanak és értékeljék az online oktatásban rejlő lehetőségeket és kihívásokat egy teljesebb időkeretben. A kérdésekre 51 nemzetközi hallgató válaszolt, akik a Pécsi Tudományegyetem Nemzetközi Igazgatóságának közvetítésével kapták meg az online kérdőívet. A válaszadók között 25 (49 %) férfi, valamint ugyanennyi nő (49 %) szerepelt, valamint egy válaszadó (2%) nem kívánt választ adni e kérdésre.

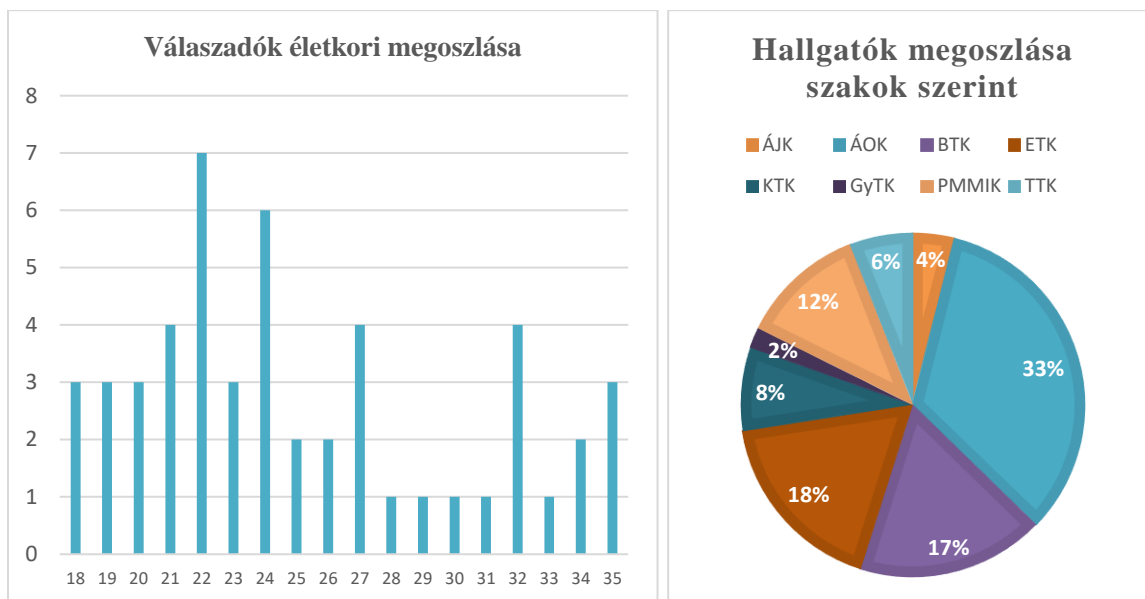


A hallgatók magyar nyelvtudását itt is meghatározó faktornak tekintetem, kiindulva a megelőző felmérések eredményeiből, melyekből kirajzolódott, hogy a pécsiek hiányos angoltudása, valamint a hallgatók alacsonyabb szintű magyartudása komoly zavarokat tud okozni a mindennapi élet bármely területén. A magyar nyelvet beszélők/értők, illetve nem beszélők aránya ebben a kutatásban is inkább negatív irányba tolódott el, a megkérdezettek csupán 20%-a állította, hogy beszél a nyelvet, 14%-a megközelítőleg A2 nyelvi szintben határozta meg nyelvtudását, 60%-a pedig egyértelműen nemmel válaszolt a nyelvtudást érintő kérdésre. Ez azonban alapvetően nem lenne egy aggodalomra okot adó adat, ha összevetjük a hallgatók vizsgálat időpontjáig Magyarországon eltöltött idejével (*egy évnél kevesebb időtartam, 1-3 év, 3-5 év, 5+ év*), azonban, ha rátekintünk a statisztikára, láthatjuk, hogy valójában bármely csoportban azon diákok vannak többségben, akik nem beszélnek a nyelvet.



Életkor tekintetében 18 és 35 év közötti diákok válaszoltak a kérdésekre, és habár a 22-24 évesek száma kismértékben meghaladja a többi korosztályét, valamint a 28-31 éveseké hátul marad hozzájuk képest, mégis alapvetően egyenlő mértékben oszlik meg a korosztályok aránya.

A válaszadók között az Általános Orvostudomány Kar hallgatói képviselték magukat a legnagyobb létszámban (33%), őket követték a Bölcsészettudományi, valamint az Egészségtudomány Kar hallgatói (7-18%), legkevesebben pedig a Gyógyszerésztudományi Karról válaszoltak (2%).



A küldő országok tekintetében a válaszadók igen heterogén csoportot alkottak, 27 különböző országból érkeztek.



V.3.2. Eszközhasználati preferenciák

Ha a nemzetközi diákok eszközhasználati preferenciáit közelebbről szemügyre vesszük, láthatjuk, hogy a mobil eszközök megőrizték kiemelt helyüket a hallgatók által előnyben részesített listán, melyet a laptop vezetett, ezt követték az okostelefonok, az asztali számítógépek, végül a táblagépek.

A COVID-19 világjárvány hatásaival párhuzamosan a nemzetközi hallgatók eszközhasználati preferenciái során nem észlelhetők jelentős változások. Ennek hátterében olyan gyakorlati szempontok állhatnak, melyek alapvetően a külföldön folytatott tanulmányok során, a nemzetközi hallgatói státuszából kifolyólag is megfigyelhetők, és a pandémia legfeljebb erősítette ezen preferenciákat.

A küldő országukat elhagyó, valamint a küldő és fogadó ország között ingázó hallgatók körében a könnyű szállíthatóság kiemelt szempont. A kisméretű, könnyű, egyszerűen szállítható, könnyen kezelhető eszközök válnak preferálttá, tehát ebben a kontextusban a mobil eszközök szerepe kiemelkedő.

A mobil eszközök egyúttal a nemzetközi hallgatók mindennapi életük szerves részévé váltak. A státuszukból adódóan, minthogy az egyetemen tanuló diákok, gyakran alkalmaznak olyan hétköznapi alkalmazásokat, mint például közösségi média, amelyek nem igényelnek különleges számítógépes vagy szoftveres erőforrásokat.

Ezen gyakorlati megfontolások eredményeként a nemzetközi hallgatók eszközhasználati preferenciái változatlanok maradnak, és a COVID-19 időszakában sem mutatkoznak jelentős elmozdulások más eszközök irányába. Az eszközhasználati stabilitás mögötti tényezők tehát a mobilitás, könnyű szállíthatóság és a mindennapi gyakorlatokban való hatékony integráció.



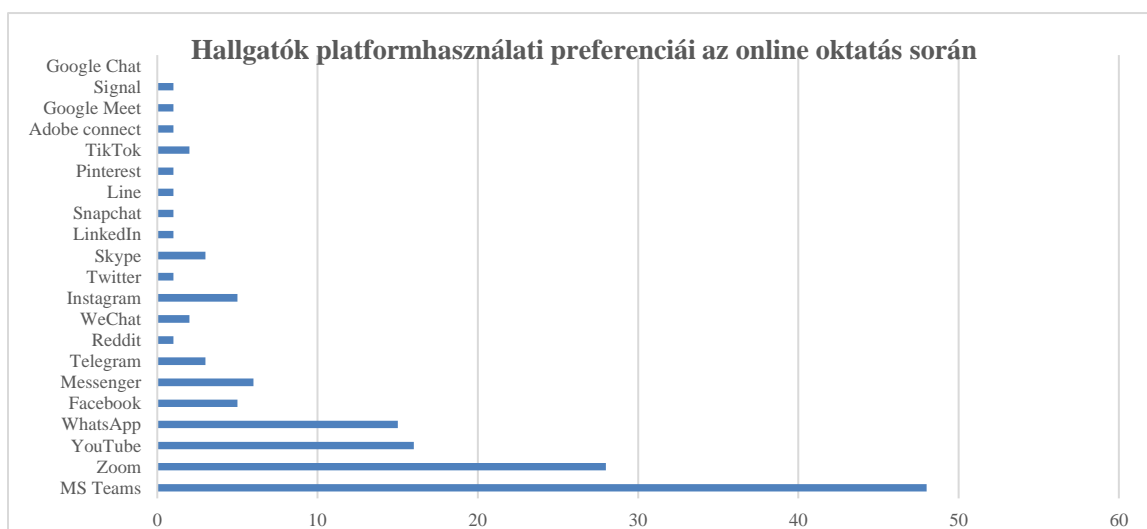
V.3.3. Hallgatók által előnyben részesített médiumok az online oktatás során

A hallgatók által használt médiumokat, platformokat, alkalmazásokat három csoportba érdemes sorolni: (1) az együttműködést, közös projekteket, videokonferenciák létrehozását szorgalmazó platformok, (2) a főként közösségi funkciókat előtérbe helyező alkalmazások, valamint az (3) egy adott funkciót középpontba helyező alkalmazások.

Típus	Funkció	Platform
együttműködést, közös projekteket, videokonferenciák létrehozását szorgalmazó platformok	<ul style="list-style-type: none"> • csoportos és egyéni üzenetküldés • hang- és videóhívások • csoportok, csatornák létrehozása • találkozók (meetingek) szervezése az integrált naptárban • online együttműködés különböző dokumentumokban • feladattervezés 	<ul style="list-style-type: none"> • MS Teams • Zoom • Google Meets • Adobe connect
főként közösségi funkciókat előtérbe helyező alkalmazások	<ul style="list-style-type: none"> • csoportos és egyéni üzenetküldés • hang- és videóhívások • státuszfrissítések, történetek megosztása • fájlküldés 	<ul style="list-style-type: none"> • WhatsApp • Messenger • Facebook • Instagram

	<ul style="list-style-type: none"> • üzenetek címkézése 	<ul style="list-style-type: none"> • Telegram • Skype • Snapchat • Line • Signal
egy adott funkciót középpontba helyező alkalmazások	<ul style="list-style-type: none"> • videók közzététele/megtekintése • csatornák létrehozása/követése • lejátszási listák létrehozása • élő adások követése • videók címkézése • közösségi tartalomelőállítás 	<ul style="list-style-type: none"> • YouTube • TikTok

A diákok platformhasználati preferenciáinak listáját a *MS Teams* vezette, hiszen ez volt a PTE által biztosított és támogatott platform az online oktatás idejére, és ezt követte a hasonló funkciókkal rendelkező *Zoom*, azonban megjelent még a *Google Meets*, valamint az *Adobe Connect*) A harmadik helyet a legkevésbé sem meglepő eredményként a *YouTube* foglalta el.



V.3.3.1. Közös munkát elősegítő alkalmazások

A Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói körében az online előadások, szemináriumok meghatározó médiumává a *MS Teams* vált. A *MS Teams* azért is oly népszerű mind a felsőoktatási intézmények, mint pedig a nagyszámú munkavállalókkal rendelkező nagyvállalatok számára, mert minden funkciót integrál, mely az együttműködéshez, a közös munkához és a gördülékeny kommunikációhoz szükséges. Azon túlmenően, hogy képes biztosítani azokat a funkciókat, melyeket a csevegőalkalmazások, azaz ezeken az alkalmazásokon keresztül létrehozhatunk privát chateket, csoportbeszélgetéseket, küldhetünk és fogadhatunk különböző formátumú fájlokat, telefon- és videóhívásokat indíthatunk, további hasznos, a közös munkához elengedhetetlen

alkalmazásokat foglal magába. Nemcsak fájlok megosztására, hanem ezek létrehozására és közös szerkesztésére is képes, lehetővé teszi megbeszélések megszervezését, továbbá munkafolyamatok követésére is alkalmas. A *MS Teams* azért is egyedülálló a többi, hallgatók által említett hasonló alkalmazásokkal összehasonlítva, mert egyetlen platformba olvasztja az összes funkciót, ellentétben például a *Google Meettel*, mely szintén képes ellátni összekapcsolt platformokon keresztül az összes feladatot, ehhez azonban változtatnunk kell az alkalmazások között. Ezen a ponton érdemes azonban megjegyezni, hogy akármilyen vonzó funkciókkal is rendelkezik ez az alkalmazás, és a hallgatók preferált médiumainak listáján a legelső helyet foglalja el, ez eltérően a többi alkalmazástól, valójában nem egy, a hallgatók által választott és saját motivációjukból az online tanulási stratégiáikba épített eszköz, hanem egy számukra, az egyetem által kijelölt funkció.

V.3.3.2. Egy bizonyos funkciót előtérbe helyező platformok

A *YouTube* oktatásban és tanulásban betöltött szerepéről már számos tanulmány (Arvanitidou et. al 2015; Ali 2019; Habes 2022; Roy 2023) született. A platform népszerűségét a vele kapcsolatos statisztikák is alátámasztják, jelenleg 2,5 milliárd aktív felhasználóval rendelkezik⁴³, és ez a szám, habár lassan, azonban folyamatosan növekedik, sőt, világszerte az internethasználók fele látogatja havi rendszerességgel az oldalt.⁴⁴ A *YouTube* felhasználóinak kicsivel több, mint a felét az Y és Z generáció teszi, magasan túlszárnyalva a többi életkori csoportot.⁴⁵ A felhasználói számban bekövetkező legnagyobb mértékű növekedés a 2019-től, azaz a pandémia kezdetétől a mai napig, 2024-ig tartó időintervallumban 2021-ben mérték. A 2020-as kezdeti sokk, a vírussal kapcsolatos információhiány, hirtelen home officera és online oktatásra való átállás után az emberek nagy hányada újra felvette a mindennapi élet fonalát és hamarosan visszarázódott, beleszokott a szokatlan, ismeretlen helyzet által létrehozott rendbe, melynek a tanulási folyamatok is szerves részét képezték. Ennek is köszönhető, hogy csak a 2021-es évben a platform több mint 100 millió új felhasználóval bővült, és a felhasználók száma 16,5%-kal, 608,6 millióról 709,1 millióra nőtt.⁴⁶

⁴³ 30+ Important YouTube Statistics That You Must Know in 2024

<https://www.socialpilot.co/youtube-marketing/youtube-statistics> (2024. 02. 23.)

⁴⁴ How Many People Use YouTube? [New Data]

<https://backlinko.com/youtube-users> (2024. 02. 23.)

⁴⁵ lásd. u.o.

⁴⁶ lásd. u.o.

A platformmal foglalkozó tanulmányok az általános egyetemi teljesítményre gyakorolt hatástól, egészen a speciális tantárgyak oktatása, tanulása során alkalmazott oktató/tutorial videók megtekintéséig vizsgálják a YouTube jelentőségét. E platform kifejezetten hasznosnak bizonyult – és nem feltétlen kizárólag a pandémia időszakában – az olyan gyakorlati tantárgyak tanulása során, mely aktív közreműködést követel meg a diákoktól, valamint valamiféle segédeszköz használatát, fizikai beavatkozást a szemléltetés céljából az oktató részéről. Így a *YouTube* például igen hasznosnak bizonyult a nyelvtanulás (Alwehaibi 2015) során, azonban a mérnök hallgatók (Koko 2022) számára a gyakorlati ismeretek, szoftverek működésének megértésében. Mindazonáltal, a *YouTube* nem csak az információ forrásaként, azonban a közös projektek létrehozásának platformjaként is nagyszerűen megállta a helyét (Zboun 2018) és az oktatók oldaláról is kifejezetten jól működő motivációs eszköznek bizonyult. Miért is alkalmazható olyan hatásosan a *YouTube* a tanulási folyamatok során, milyen funkciókkal rendelkezik, amelyeket a nemzetközi hallgatók hasznosítani tudnak tanulmányaik során?

A *YouTube*-on felhasználói profil nélkül is megtekinthetők a videók, azonban igazán közösségi élménnyé a felhasználói profil létrehozásával válik. Ennek birtokában a felhasználók csatornákat hozhatnak létre, videókat tölthetnek fel, élő adásokat tekinthetnek meg, más felhasználókat követhetnek és feliratkozhatnak csatornákra, hogy minden új videóról értesítést is kaphassanak, lejátszási listákat hozhatnak létre, azonban mások lejátszási listáit is megtekinthetik vagy elmenthetik, a videókat címkézhetik és ezek alapján keresővé tehetik.

Tartalmi szempontból nem egyszerű feladat a videók csoportosítása, hiszen tulajdonképpen, figyelembe véve a felhasználási alapelveket, bármilyen tematikájú videó landolhat a platformon. Mégis, a teljesség igénye nélkül érdemes pár lehetséges kategóriát megemlíteni. Az oldalon megtekinthetünk tanárok, oktatók által saját előadásaikról, tanóráikról készített videókat, melyeket az óra után is bármikor újra és újra elővehetnek a diákok, akár a vizsgákra való felkészülés során. Itt érdemes megjegyezni, hogy a kérdőíves felmérésre adott válaszokban szintén megjelent a *MS Teams* használatával kapcsolatos előnye, az ismételt lejátszás lehetősége.

Ugyanúgy, oktatóktól számos példát találhatunk például a természettudományok (pl.: *matematika, fizika, kémia*), vagy akár a programozás (*kódolás*) területén konkrét feladatmegoldásokat szemléltető videókat is találhatunk.

Kifejezetten a tantárgyaknál maradván emlékezni méltóak még a nyelvtanulást elősegítő videók, melyek nem csak azt teszik lehetővé, hogy a nyelvtanulók anyanyelviek élő

beszédével találkozhatnak, azonban meghatározott beszédhelyzeteket is gyakorolhatnak, különböző készségeiket fejleszthetik (hallásértés, szövegértés), de akár általánosságban a kultúráról is ismereteket szerezhetnek.

Különösen azokat érintette negatívan a pandémia, akik olyan szakokon tanultak, melyeken a gyakorlati oktatás, szakmai gyakorlatok elengedhetetlenek a tudományterületi ismeretek elsajátításához, mint például az orvos- és fogorvos tanulóknál, vagy a természettudományokat tanuló diákoknál. Habár el kell ismerni, hogy egy videó nem helyettesítheti teljes mértékben azt, amikor a diákok kezükbe vehetik az eszközöket, vagy maguk is részesei lehetnek bizonyos folyamatoknak, a kísérleteknek, műtéteknek, kezeléseket szemléltető videók a későbbiekben hasznosítható tudás nyújtanak a diákok számára.

Kissé eltávolodva a tantárgy-, illetve tudomány-specifikus témákat tárgyaló videóktól, találhatunk példákat olyan tartalmakra is, melyek az önfejlesztést szolgálják, például tudományos írás, prezentációs technikák, önéletrajzírás, felkészülés állásinterjúra, vagy tanulási stratégiák.

A *YouTube*, az online oktatás szempontjából, egy kifejezetten sokoldalú platform, mely számos funkciót láthat el. Az először is tájékoztató és információforrásként szolgál, kiegészítve azt a jelentős közösségi jelleggel, mely összekapcsolja az azonos érdeklődésű felhasználókat. Ezen kapcsolódási lehetőség révén a felhasználók megoszthatják tapasztalataikat és diskurzusok alakulhatnak ki egy adott témával kapcsolatban. Emellett, a tartalomgyártás terén is ösztönző lehet, például válaszvideók formájában.

Másrészt, a *YouTube* szakmai támogatást is kínál, ahol a felhasználók nyitott kérdéseket tisztázhatnak, további kérdéseket tehetnek fel, és az algoritmus ajánlott videókon keresztül további információkkal még specifikusabb témákkal szolgálhat. A platform nemcsak szakmai, hanem érzelmi támogatást is nyújthat, hiszen bemutatott helyzeteken keresztül segíthet csökkenteni a stresszt és erősítheti az érzést, hogy mások is hasonló nehézségekkel küzdenek, miközben a problémákra adott megoldások motiválóerőként is hathatnak a felhasználókra.

A *YouTube* nem csupán a konkrét tanulási folyamatokban lehet a hallgatók segítségére, hanem számos egyéb funkciót is ellát. A platform széles skálájú tartalmat kínál, például szórakoztató videók, rövidfilmek, hobbikhoz kapcsolódó tartalmak, és még oldalakon keresztül sorolhatnánk, amelyek a felhasználóknak lehetőséget adnak a kikapcsolódásra. A Z-generáció tagjai kifejezetten relaxációs és szórakozási platformként értékelik a *YouTube*-

ot.⁴⁷ Emellett a platform nem csak a stresszcsökkentéshez, hanem a fókusz erősítéséhez is hozzájárul, különféle, kifejezetten ebből a célból készült tartalmakkal, például zenékkal és hangokkal.

Végezetül, a *YouTube* nemcsak a szellemi, de a fizikai egészség fenntartására is eszközt kínál. Különösen a pandémia és az online oktatás időszakában, amikor a képernyő előtt töltött idő megnövekedett, a platformon olyan videók is megtalálhatók, melyek bemutatják különböző gyakorlatokat, inspirálva a testmozgásra. A tanulás utáni stresszcsökkentésre és a kikapcsolódásra szolgáló videók szintén hozzájárulnak a *YouTube* sokoldalúságához.

Mivel a *TikTok*ról már hosszasan ejtettem szót a korábbi alfejezetekben, a *YouTube*-bal közös vonásai kapcsán érdemes említést tenni arról, hogy habár hosszas magyarázóvideók közzétételére nem alkalmas, azonban rövid, egy-egy témát összegző tartalmak megosztására, diskurzusok felvetésére és az azokban való részvételre hasznos eszközként szolgál.

V.3.3.3. Főként közösségi funkciókat előtérbe helyező alkalmazások

A videók közzétételén alapuló platformokat a hallgatók népszerűségi listáján az olyan alkalmazások követték, melyek a közösségi médiumok „közösségi” funkcióira fókuszálnak, azaz csoportok, csoportos chatek, videóchatek létrehozására, fájlok megosztására alkalmasak (*WhatsApp, Messenger, Facebook, Instagram, Telegram, Skype, Snapchat, Line, Signal*). Ezekre valamiféleképp, mint az online oktatás kvázi szekunder eszközeire is tekinthetünk, ha az előző fejezetben tárgyalt médiumokat (*YouTube, TikTok*) a legszorosabb értelemben véve, online oktatást és tanulást támogató eszközként értelmezzük, melyek elsődleges funkciója a tájékoztatás és információszolgáltatás. Ezen alkalmazásokat elsődleges információforrásnak nem tekinthetjük, hiszen tartalmat nem állítanak elő, az információ nem rajtuk jelenik meg, hanem más platformok közvetítői, e chatalkalmazásokon keresztül oszthatnak meg a diákok *YouTube* linkeket, esetleg fotókat jegyzetéről, digitális formában készült jegyzeteket, előadásokról készült videókat. Ami azonban ezekkel az alkalmazásokkal kapcsolatban lényeges, a diákok segítségével egy-egy adott témához, vagy akár tantárgyhoz kapcsolódóan csoportokat, csoportos beszélgetéseket hozhatnak létre, feltehetik kérdéseiket, támogathatják egymást, és egyéb adminisztrációs témával kapcsolatban is megoszthatják a többiekkel ismereteiket. Alapvetően ezekben az alkalmazásokban nem feltétlen csak diák-diák kommunikáció, az oktatók is választhatják a

⁴⁷ 30+ Important YouTube Statistics That You Must Know in 2024
<https://www.socialpilot.co/youtube-marketing/youtube-statistics> (2024. 02. 23.)

kommunikáció, az órákhoz kapcsolódó gyakorlati tudnivalók (óra elmaradása, tananyaghoz csak közvetetten kapcsolódó további anyagok) közvetlenebb, kevesebb reakcióidőt igénylő megosztására.

V.3.3.4. Összegzés, következtetések

A COVID-19 világjárvány kényszerítő hatása miatt bevezetett online oktatás bevezetésétől számos változást is várhattunk volna a nemzetközi hallgatók médiahasználatában, például új, tanulást ösztönző platformok bevezetését. Azonban az elvégzett felmérés eredményei azt mutatják, hogy a médiahasználat terén nem történt szignifikáns változás a nemzetközi hallgatók preferenciáiban. Összevetve a nemzetközi hallgatók világjárvány alatti mindennapi médiahasználati preferenciáit vizsgáló felméréssel, melyben a diákok az előnyben részesített médiumok listáján a *YouTube*, *Instagram*, *WhatsApp* alkalmazásokat helyezték az első három helyre, nem figyelhetünk meg nagyobb mértékű elmozdulást más médiumok irányába. E médiumok használatának vizsgálatokor Madianou & Miller (2012) *polimédia* fogalma mutatkozik meg a gyakorlatban, hiszen e diákok a *MS Teams* bevezetésétől eltekintve, továbbra is a már a repertoárjukban szereplő médiumokat részesítették előnyben, kiválasztva azokat, amelyekkel már korábban is meg voltak elégedve és melyek használatát már saját igényeikre formálták, vagy bővítették ki újabb funkciókkal, amelyek hatékonyan támogatták online oktatási és tanulási módszereket, tehát a már meglévő eszközeiket igazították hozzá az online oktatás bevezetése következtében kialakult új szükséges igényekhez.

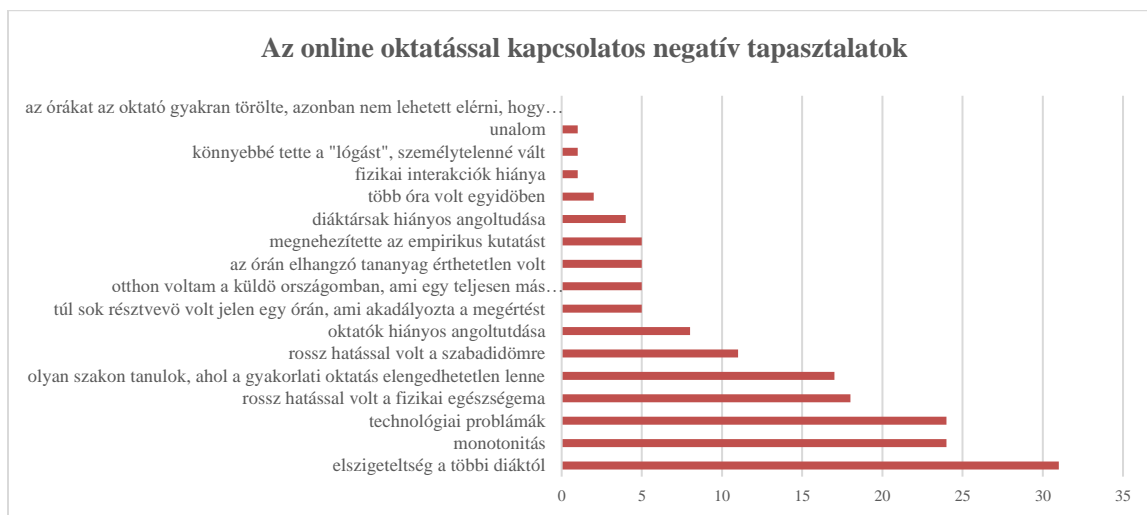
V.3.4. A nemzetközi hallgatók élményei az online oktatással kapcsolatban: az online oktatási módszerek előnyei és hátrányai a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatók nézőpontjából

A kérdőíves kutatás során arra is választ szerettem volna kapni, hogyan értékelték a hallgatók saját szemszögükből az online oktatás bevezetését, milyen mértékben voltak elégedettek az oktatás minőségével, és hogy ítélik meg az online oktatás hatását saját akadémiai teljesítményükre tekintettel és esetleg megfigyeltek-e olyan tendenciákat saját munkájuk során, melyek saját fejlődésüket támogatták.

V.3.4.1. Elszigeteltségből fakadó problémák

A hallgatók a kérdőíves kitöltése során megnevezett online oktatással kapcsolatos negatív tapasztalatai igen széles spektrumot mutattak, azonban a legszembevetőbb eredménye a

kutatásnak, hogy a hallgatók által leggyakrabban megnevezett (60%) negatívum az online oktatás hatásának érzelmi aspektusára fókuszált, mégpedig a *többi hallgatótól való elszigeteltségre*. A diákok második legrosszabb tapasztalatát e tanulási formával kapcsolatban a monotonitás, a hétköznapok monotonná válása okozta.



2021-ben, mikor a pandémia még javában tartott, és különböző járványügyi intézkedések és korlátozások határozták meg mindennapjainkat, számtalan tanulmány – kiváltképpen a pszichológia területén – született az izoláció kifejezetten egyetemi hallgatókra gyakorolt hatásáról. Az elszigeteltség következtében megnövekedő magányosságérzés és depresszió (Werner et al. 2021) a káros szokások intenzívebbé válásához is vezetett, mint a dohányzás, alkohol- és drogfogyasztás. Lukács 2021-es tanulmány azonban egy érdekes megállapításra hívja fel a figyelmet. Míg világszerte az emberek mindennapi életében a világjárvány olyan különböző következményeitől való félelem mértéke megemelkedett, mint például a munkanélküliség, anyagi problémák, bizonytalan jövőkép, Lukács a hallgatókkal végzett kutatásában azt figyelte meg, hogy habár számtalan bizonytalansági faktor negatív hatást gyakorol a diákok mentális állapotára, magától a vírustól való félelem nem jelenik meg e félelmek között, melyet annak a körülménynek tulajdonít, hogy e hallgatók fiatalok és jobb fizikai, valamin egészségi állapottal rendelkeznek. (Lukács 2021) Ez jelenhet meg a Pécsi Tudományegyetem diákjainál is, ahol a közös terekben való megfertőződés veszélyét, a társaktól való elszigeteltség, a korlátozott kommunikáció, a közösség érzetének hiánya felülírta.

Ezekhez a nehézséghez, melyek az izolációból, a fizikai kontaktusok hiányából adódnak, közvetetten kapcsolódnak még a *gyakorlati tárgyak online térbe való átültetésével*

kapcsolatos aggodalmak. A válaszadók 33%-a az *Általános Orvostudományi Kar*, 18%-a pedig az *Egészségtudományi Kar* hallgatója, azaz a kitöltők megközelítőleg fele olyan karokon és szakokon tanult, melyeken a gyakorlati oktatás, a betegekkel való személyes kapcsolat a kórházi, egészségügyi intézményekben, laborokban végzett szakmai gyakorlat elengedhetetlen. Mindez, a további megfertőzések, valamint a kórházban fekvő betegek védelmének és a vírus továbbadásának elkerülése érdekében a felmérés időszakában határozatlan időre megszűnt. E nehézség leküzdésére a tanulók többnyire a platformhasználatnál már bemutatott *YouTube* videókat hívhatták segítségül.

Habár az online médiumok használata közben a földrajzi határok többé nem jelentenek akadályt, az idő múlása ellentétben igen. Ameddig a hallgatók, hallgatói tanulócsoportok egy térben tartózkodnak, a következő problémára nem is igazán gondolnánk. Ugyan például egy nigériai diák repülővel Magyarországra megközelítőleg ugyanúgy 4,5-5 órát utazik, mint egy kirgizisztáni, az időzónák száma, amelyeket utazás közben átlépnek, nem fog megegyezni. A megkérdezett hallgatók között pedig számos kínai, kirgiz, vietnámi, mongol, indiai hallgató volt, akiknek jelentősen megnehezítette az oktatásban való részvételt az 5-8 óra időeltérés. Itt azonban, ahogy majd a pozitívumokat ismertető résznél láthatjuk, az órák rögzítésének, visszajátszhatóságának és megállíthatóságának lehetősége segített átlendülni a különböző, időzónák okozta nehézségeken.

V.3.4.2. Technológiai jellegű nehézségek

Az *bezártság* és az abból következő mindennapok *monotonitását* a *technológiai problémák* követték a hallgatók negatív tapasztalatait összegző listáján. Tekintve, hogy ebben az időszakban a kommunikációs és oktatási folyamatok döntő hányada az online térbe helyeződött át, ez egy igen komoly problémaként merült fel a diákok körében. A nem megfelelő internetkapcsolat, vagy például a nagy létszámú résztvevővel folytatott online találkozók, melyek esetében gyakran maga a platform nem képes ellátni funkcióit, kizárja esetlegesen a résztvevőit, akadozik, ha több résztvevő kamerája van bekapcsolva egyidejűleg, de más kiegészítő eszközök, mint például, kamerák, mikrofonok helytelen működése is visszaveti az oktatás hatékonyságát és ezzel összefüggően hátráltatja a megértést, melynek a hallgatók a kérdőívre adott válaszokban hangot is adtak:

„túl sok résztvevő volt jelen az órán, ami akadályozta a megértést”

„az órán elhangzó tananyag érthetetlen volt”

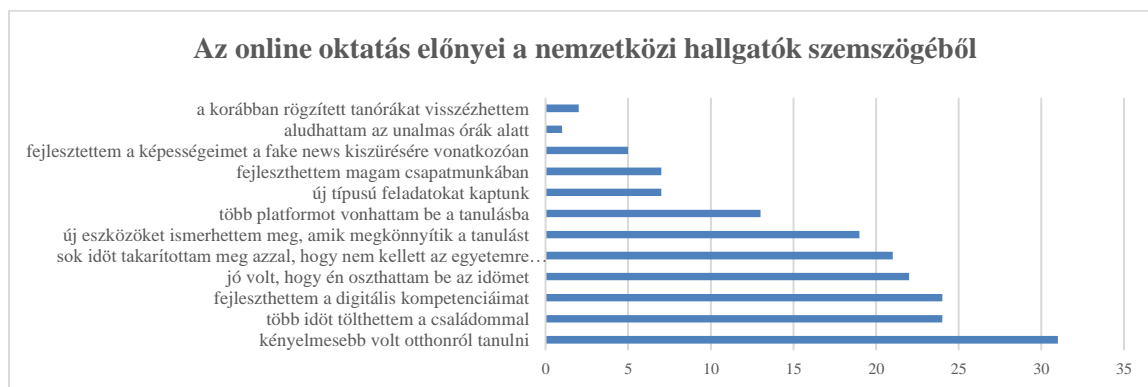
Az imént említett problémák azonban nem feltétlenül tisztán technológiai eredetűek, hanem az ember és a technológia közjátékából jönnek létre. Például egy-egy bekapcsolva felejtett mikrofon, helytelenül elindított képernyőmegosztás is zavarokat okozhat a tanórán.

V.3.4.3. Nyelvi korlátok

Nem szabad azonban megfeledkezni azokról a tényezőkről sem, melyek technológiai eredetűek, azonban a felhasználók digitális kompetenciáinak függvényében merülhetnek fel. A technológiával összefüggésben érdemes megemlíteni pár következő aspektust, melyek együttállásából további komplikációk léphetnek fel az online órákon a tananyag megértése során. Ezek közül az egyik a dolgozatban már számos helyen említett nyelvtudás kérdése, mégpedig mind az oktatók, mind pedig a diákok részéről. A hallgatók a felmérésben arról számoltak be, hogy a megértést nagymértékben hátráltatta többnyire az *előadók* (15%), azonban a *diáktársak* (7%) hiányos angol nyelvtudása is. Ez alapvetően nehézséget jelenthet a jelenléti oktatás során is, azonban amennyiben a nyelvi korlátokhoz még hozzávesszük a technológiai eredetű zavarokat, megállapíthatjuk, hogy a hallgatók megértési folyamatai igazán komplikálttá váltak ebben az időszakban.

V.3.4.4. Az online oktatás előnyei a nemzetközi hallgatók körében

Szerencsére a diákok nem csak az online oktatás negatívumait, hanem a benne rejlő pozitívumokat is megtalálták és hasznosítani is tudták.



V.3.4.5. Időhöz való viszony megváltozásából adódó pozitívumok

Ahogy a válaszokból kiolvasható, ami az online oktatás egyik legrosszabb velejáróját jelentette a nemzetközi hallgatók számára, ugyanazt érzékelték egyben a legnagyobb előnyeként is, ami nem más, mint az otthonmaradás. Az otthoni tanulást érdemes ismét a

többi válasszal összefüggésben megvizsgálni. Sokak, akik nem maradtak magányosan pécsi albérleteikben, hanem még időben el tudták hagyni az Magyarországot, ezt az időszakot gyakran otthon, a küldő országban családjukkal töltötték. Ezt az időszakot a hallgatók pozitívnak találták, és nagyra értékelték, hogy a Pécsen töltött hónapok, évek után újra több időt szentelhetnek családjuknak.

Mivel az egyetem épületei – beleértve a tantermeket, könyvtárakat, laborokat – bezártak, és a hallgatóknak a szobájukat sem kellett elhagyni, azt is előnyösnek találták, hogy időt takarítottak meg azzal, hogy nem kellett a lakóhelyük, a különböző gyakorlati helyszínek, tanszékek között ingáznuk. Az idővel kapcsolatban érdemes még megjegyezni, hogy mivel a tanórák néha-néha kiestek, utazással különben sem kellett időt eltölteniük, közösségi programokon pedig nem vehettek részt, jelentősen megnövekedett a szabadidejük és pozitívan nyilatkoztak arról is, hogy nagyobb szabadsághoz jutottak a saját idejük beosztásában.

Annak ellenére, hogy szabadidejük megnövekedett, a kijárási tilalom és egyéb korlátozások miatt a felszabadult idejük nagy részében a fizikai aktivitás visszaesett, azonban ahogy a hallgatók a világjárvánnyal kapcsolatban kialakuló nehézségek megoldására irányuló stratégiáknál megemlítették, gyakran választották a kirándulást, amely egész kézenfekvő megoldásként szolgált a Mecsek lábánál.

V.3.4.6. Az oktatás digitális jellegéből adódó előnyök

A válaszadó hallgatók jelentős rész pozitív tapasztalatokkal gazdagodott a digitális oktatás bevezetése által. Az új eszközök és platformok bevonása az oktatásba optimista visszhangot keltett, mivel a résztvevők közel 37%-a örült annak, hogy lehetősége nyílt új eszközök megismerésére. Ezen túlmenően, a válaszadók 25%-ának számára adódott lehetőség több eszköz integrálására a tanulási folyamatokba.

A digitális oktatásnak köszönhetően a hallgatók nagyjából 47%-a fejleszthette digitális kompetenciáit, amely egyértelmű előnynek bizonyult számukra. Az online oktatással kapcsolatos pozitív élmények továbbá abból is fakadtak, hogy a digitális médiumok új típusú feladatokat hoztak magukkal, és ez változatosságot hozott a tanulási folyamatokba.

V.3.4.7. Milyen hatással volt az online oktatás saját akadémiai és mindennapi életbeli teljesítményükre?

A hallgatóknak a kérdőív kitöltése során egy ötfokú skálán (*kifejezetten pozitív – inkább pozitív – inkább negatív – kifejezetten negatív - semleges*) azt is értékelniük kellett, hogy

általánosságban, hogy érzik, milyen hatást gyakorolt az online oktatás az egyetemi teljesítményükre. A hallgatók válaszai kissé meglepő eredményt mutattak, a számos negatív tapasztalat, zavaró tényező ellenére, a diákok nagy része, több, mint egyharmada *inkább pozitív* irányban értékelte saját teljesítményét az online oktatás során. Ettől az eredménytől jóval lemaradva következett az *inkább negatív* irányba (15%) elmozduló önértékelés a teljesítmény tekintetében, azonban *kifejezetten pozitív* válaszok (15%) aránya jóval magasabb volt, mint a kifejezetten *negatív* (7%). A második, hallgatók által jelölt válasz a *semleges* (19%) képezte, azaz ezek a hallgatók nem észleltek semmiféle változást akadémiai teljesítményükben a megváltozott tanulási környezet hatására. Mindazonáltal, a hallgatók 5%-a saját választ adott a kérdésre, és feltételekhez kötötte a teljesítményére vonatkozó válaszadást, és ambivalens érzésekről számolt be:

I had a mixed experience! Both positive experience (when I took courses I had prior knowledge and I need minor training), and Negative experience for acquiring new knowledge mostly of practical courses.

I was able to cheat in all online exams and aced them entirely, but did not learn anything aside from that. Subjects that required more presence and papers were more effective and I can remember them till now.

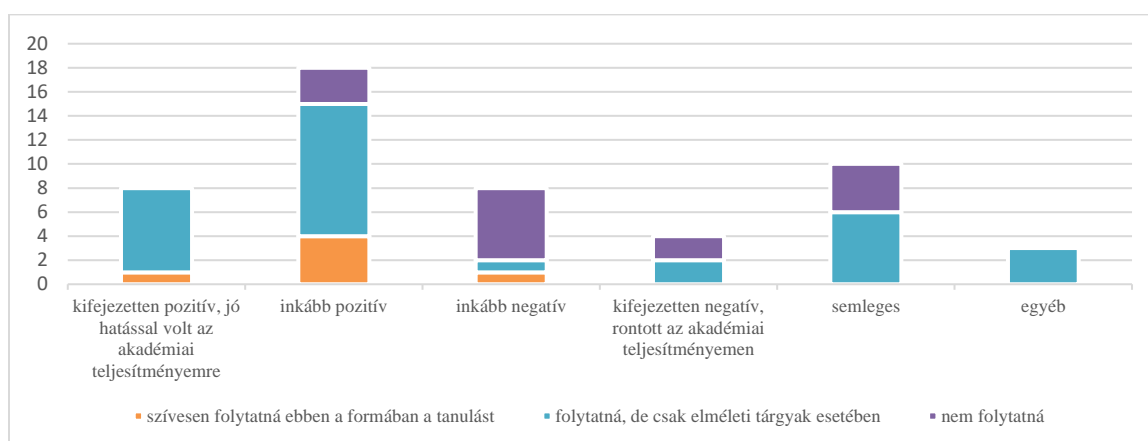
it depends on what kinds of subject

Egy hallgató úgy vélekedett, hogy az online oktatás csupán a már meglévő tudásának bővítésére, ismétlésére, megerősítésére volt jó hatással, azonban az új és főként gyakorlati tudás megszerzése elsikkadt. Más úgy vélekedett, hogy objektíven – tehát feltételezhetően a jegyek tekintetében – az online oktatás pozitív irányban hatott a teljesítményére, ugyanis „puskázhatott” a vizsgák alatt, azonban úgy érzi, hogy azok a tanórák, melyeken a jelenlét, a beadandók, tehát egy klasszikus értelemben vett egyetemi szemináriumok során jóval hatékonyabban volt képes tanulni, és az ezek során elsajátított tananyagra még mindig emlékszik. Ehhez kapcsolódóan érkezett még egy rövid válasz, miszerint az oktatott tantárgy jellegétől függ, hogy az online oktatás mely irányba terelte teljesítményét.

V.3.4.8. Jövőképek

A kérdőívekre adott válaszok kiértékelésekor arra is kíváncsi voltam, hogy milyen összefüggések mutatkoznak az egyetemi teljesítményre gyakorolt hatás, valamint ezen oktatási forma preferenciája között, azaz amennyiben a hallgatóknak erre lehetőségük lenne a világjárvány lecsengése után, a különböző korlátozó intézkedések megszűnésével, folytatnák-e továbbra is az online oktatást.

A hallgatók összességében rendkívül derülátó attitűdöt mutattak az online oktatással kapcsolatban, és közel háromnegyedük valamilyen formában folytatná az online tanórákon való részvételt, bizonyos kikötésekkel. A diákok megközelítőleg 12%-a egyértelműen pozitív választ adott az online oktatás jövőjére, míg közel 60%-uk úgy nyilatkozott, hogy kizárólag az elméleti, személyes jelenlétet nem követelő tantárgyak esetében továbbra is az online tanórákon venne részt. Mivel a válaszadók közel fele az Általános Orvostudományi, valamint az Egészségtudományi Kar hallgatója, így nem meglepő eredmény, hogy a hallgatók, a gyakorlati tárgyak oktatásakor a jelenléti oktatást részesítik előnyben.



Ha a válaszadók átlagéletkorát vesszük szemügyre, láthatjuk, hogy ez 25,2 év. Amennyiben az online oktatás folytatásával kapcsolatos egyes kérdésekre adott válaszokat a válaszadók életkorának viszonyában vizsgáljuk, azt láthatjuk, hogy az egyértelműen „igen”-nel válaszolók átlagéletkora a legalacsonyabb, 21,6 év, őket követik az egyértelműen „nem”-mel válaszolók, 24,8 év átlagéletkora, és ez után következnek a kitételekkel elfogadott online oktatást szorgalmazók, 26,6 év átlagéletkora. Tehát még az a további következtetés vonható le, hogy a legfiatalabbak mutatják a legnagyobb hajlandóságot az új típusú oktatási eszközök, módszerek formák iránt.

V.3.5. Összegzés, következtetések

Jelen fejezet a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak online oktatás során szerzett tapasztalatainak feltárását célozta meg. A kérdőíves kutatás a hallgatók szubjektív véleményére összpontosított, olyan különböző aspektusokat vizsgálva, mint az eszközhasználat, platformok preferenciája, e formával kapcsolatos pozitív és negatív tapasztalatok, az online oktatás hatását az akadémiai teljesítményre, valamint a jövőképeiket az online oktatással kapcsolatban.

Összességében elmondható, hogy a hallgatók többsége pozitív szemmel tekintett az online oktatás bevezetésével bekövetkező változásokra. Érdeklődve fedezték fel az oktatásban rejlő új lehetőségeket, az új platformokat és az általuk használt online médiumok sokszínűségét. A hallgatók többnyire pozitív értékeléseket adtak mind az egyetemi tanulmányaik, mind a digitális kompetenciáik fejlődése kapcsán.

A negatívumok között a hallgatók leggyakrabban az elszigeteltséget, a mindennapok monotonitását és a személyes interakciók hiányát említették. Ezek a kihívások azonban inkább a világjárványból származó korlátozó intézkedésekre, mintsem az online oktatásra vezethetők vissza, mint ahogy azt az előző, világjárvány alatt kialakuló mindennapi életbeli nehézségeket vizsgáló fejezet is tárgyalta. A válaszadók többsége továbbra is részt venne az online oktatásban, különösen a személyes jelenlétet nem igénylő elméleti tárgyak esetében. A legfiatalabb hallgatók kifejezetten nyitottak voltak az új technológiák adaptálására a jövőben.

VI. Pécsi Tudományegyetem közösségi médiakommunikációja

E fejezet a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak közösségi médiakommunikációját vizsgálja. A közösségi médiahasználat meghatározza mindennapi életünket, az egyetemi élmények és kulturális kifejezések e platformokon keresztül öltenek testet. A Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói körében ez a tér még nagyobb jelentőséggel bír. E fejezet célja azoknak a digitális kapcsolatoknak a feltárása, melyek a Pécsi Tudományegyetem külföldi hallgatóinak közösségi média kommunikációját alkotják és arra törekedik, hogy a nemzetközi hallgatók közösségi média platformokon létrehozott oldalait mozgó dinamikákat és összefüggéseket feltárja, megvizsgálva a tartalmak sokszínűségét, azok célközönségét, és az értelmezésük különböző formáit. A fejezet szándéka az, hogy feltárja, milyen témák iránt érdeklődnek a nemzetközi hallgatók, milyen értelmezési szintjei léteznek e platformokon létrehozott tartalmaknak, és miként alakítja ezeket a tartalmakat az, hogy honnan indulnak, felülről, azaz egy intézmény, ez esetben a

Pécsi Tudományegyetem kezdeményezése a vizsgált platform, vagy épp ellenkezőleg, alulról, hallgatói kezdeményezésre indult. A cél, hogy nemcsak az egyetemek által készített tartalmakat vizsgáljuk, hanem feltárjuk, hogyan vesznek részt ebben a folyamatban a nemzetközi hallgatók által létrehozott tartalmak is, és hogyan különböznek azok az egyetemek által prezentált hivatalos kommunikációtól.

A fejezet első részében a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói által létrehozott platformokat mutatom be, és azoknak a felépítését vizsgálom, majd áttérek a tartalmak elemzésére. Az elemzés célja, hogy bemutassa, milyen témákra összpontosítanak a pécsi nemzetközi hallgatók, és e platformok és azok tartalmai hogyan alakítják a kulturális és egyetemi élményeiket. Valamint az elemzés kitér arra a szempontra is, hogy a követői szám és a tartalomelőállító/k személye, miként befolyásolja a tartalmakat és azok értelmezési módjait.

Az eredmények nem csupán áttekintést adnak a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak online jelenlétéről, hanem mélyebb betekintést nyújtanak abba, hogy a digitális kommunikáció, a közösségi médiumok miként formálják az egyetemi élményeket és közösségi kapcsolatokat és egy-egy üzenetet hányféleképpen lehetséges dekódolni.

VI.1. Nemzetközi hallgatók jelenléte a különböző social media site-okon

A tartalomelemzés megkezdése előtt természetesen szükség volt a korpusz meghatározására, így részletesebben is meg kellett vizsgálni, hogy az egyetem és nemzetközi hallgatói mely platformokon mutatják interakciók tekintetében a legnagyobb aktivitást. Az elvégzett előzetes vizsgálatok arra utaltak, hogy a Pécsi Tudományegyetem számára az *Instagram* (1. táblázat) vált a legdinamikusabb és legaktívabb közösségi média platformmá, habár lényeges itt megjegyezni, hogy az olyan további alkalmazások, mint a *Twitter* (2. táblázat) és a *TikTok* (3. táblázat) is jelentős népszerűségnek örvendenek a PTE követői körében. Nem hagyható továbbá figyelmen kívül az sem, hogy az *Instagram* a *Twitterrel* és a *TikTokkal* szemben több lehetőséget biztosít a tartalmak formai kifejezésére, így láthatjuk majd, hogy gyakran átfedések figyelhetők meg a különböző platformok tartalmai között. (TikTok videók az Instagramon.)

A Pécsi Tudományegyetemmel kapcsolatos Instagram-oldalak									
oldal neve	oldal rövid leírása	követők száma (2023.10.28.)	bejegyzések száma (2023.10.28.)	oldal tematikája/profilja/célja	állapot (2023.10.28.)	első bejegyzés időpontja	utolsó bejegyzés időpontja	új bejegyzések gyakorisága	működőitő
studyinpecs_hungary	University of Pécs High quality education since 1367 More than 4500 international students Over 90 study programs in English	5617	777 (2023.10.28.)	Pécsi Tudományegyetem hivatalos Instagram oldala nemzetközi hallgatók számára	aktív	2018.05.29.	2023.10.27.	naponta	Pécsi Tudományegyetem + hallgatók
gdsce_pecs	Google Developer Student Club University of Pécs Developer Student Clubs are community groups for students to grow their knowledge and build students for their community Connect Learn Grow	74	6	speciális érdeklődési kör	aktív	2023.09.24.	2023.10.06.	változó, 1-2 hetente	hallgatók
isima_pecs	Sziasztok! Official account of ISIMA Pécs Awardees 46 students on an adventure [Batch 2 '22] Pécs, Hungary part of @isima_ri	2075	42	speciális	féltételezhetően (in)aktív	2021.08.28.	2023.02.18.	változó, 1-2 hetente	ismavo ösztöndíjas hallgatók
ismavo-pecs	ISMAYO University of Pécs Official account of ISMAYO Awardees at University of Pécs 39 Awardees Pécs, Hungary Part of @isima_ri @pdp_ri @kemdokbud.ri*	1036	75	speciális	aktív	2022.07.10.	2023.10.15.	változó, 2-4 hetente	ismavo ösztöndíjas hallgatók
universitylife_pecs	Pécs	645	32	általános, egyetemi élettel kapcsolatos oldal	inaktív	2016.11.26.	2018.07.02.	változó, 2-4 hetente	hallgatók

1. táblázat: A Pécsi Tudományegyetemmel kapcsolatos Instagram-oldalak

2. táblázat: A Pécsi Tudományegyetemmel kapcsolatos Twitter-fiókok

fiók neve	fiók leírása	követők száma
University of Pécs (UP)	<i>A Pécsi Tudományegyetem angol nyelvű Twitter fiókja, a bejegyzések többnyire elért tudományos eredményekről, az egyetem által szervezett nemzetközi eseményekről, az intézmény és oktatóinak kitüntetéseiről szólnak.</i>	548
University of Pécs Library and Knowledge Centre	<i>Megközelítőleg 860 követővel rendelkező fiók, a könyvtár szervezésében megvalósuló eseményekről, kihívásokról, az intézmény működéséről kommunikál.</i>	843
University of Pécs Faculty of Health Sciences	<i>Összesen 61 követővel rendelkező fiók, fókusza a hallgatói eredményekre irányul.</i>	61
Department of Hydrobiology, University Pécs	<i>124 követővel rendelkező fiók, tudományos eredményekre és rendezvényekre fókuszál.</i>	124

3. táblázat: A Pécsi Tudományegyetemmel kapcsolatos TikTok-fiókok

fiók neve	fiók leírása	követők száma
CommunicatorPTE	<i>A Pécsi Tudományegyetem kommunikáció és média szakos nemzetközi hallgatóinak angol nyelvű bejegyzéseit tartalmazó TikTok fiók</i>	108
Study in Pécs Hungary	<i>A Pécsi Tudományegyetem angol nyelvű bejegyzéseit tartalmazó TikTok fiókja, a tartalmak megegyeznek az azonos nevű Instagram oldalon megosztott videós tartalmakkal.</i>	230
UP Faculty of Health Sciences	<i>A Pécsi Tudományegyetem Egészségtudomány Karának angol nyelvű bejegyzéseit tartalmazó TikTok fiókja, a tartalmak megegyeznek az azonos nevű Instagram oldalon megosztott videós tartalmakkal.</i>	1716
studybusinesspeccs	<i>A Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának angol nyelvű bejegyzéseit tartalmazó TikTok fiókja.</i>	44200
PTE TTK	<i>A Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Karának</i>	559
Pécsiközgáz	<i>A Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának magyar nyelvű bejegyzéseit tartalmazó TikTok fiókja.</i>	1641
PTE ETK EHPSZK	<i>A Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar Humán Páciens Szimulációs Központjának többnyire angol nyelvű bejegyzéseket tartalmazó TikTok fiókja.</i>	1032

Az Instagramon való jelenlét nem csupán a mennyiség, hanem a tartalmak minősége és a közösségi kapcsolatok építésének hatékonysága tekintetében is meghatározó. Az egyetem és hallgatói által megosztott képek, videók és történetek újszerű és személyes megközelítése a közösségépítésnek, valamint a mindennapi egyetemi élet és események részletes bemutatása különleges atmoszférát teremt a követők számára.

A továbbiakban részletesen áttekintem az Instagramon megfigyelt tendenciákat, és egy lehetséges magyarázatot adok arra, hogyan használja az egyetem ezt a platformot az információáramlásra és interakcióra, valamint, milyen hatással van ez a kommunikációs stratégia az egyetemi közösségre és az érdeklődő hallgatókra.

VI.2. Nemzetközi hallgatók az Instagramon: a Studyinpecshungary Instagram oldal

Az Instagram változatos, kreatív önkifejezési lehetőségeket kínál a nemzetközi hallgatóknak arra, hogyan élnek meg a nemzetközi létet. A következőkben azt vizsgálom, hogy ez a tapasztalat miként manifesztálódik az általuk kezelt Instagram oldalakon.

A nemzetközi hallgatók mindennapi életében a közösségi média egyedülálló szerepet játszik, mint olyan terület, ahol a kulturális különbségek és hasonlóságok, az identitásformálás és a kapcsolatok kialakítása egyesül. A fejezet célja, hogy feltárja, hogy a nemzetközi hallgatók miként interpretálják és tapasztalják meg a nemzetközi létüket, és milyen módon reflektál ez a tapasztalat az általuk kezelt Instagram platformokon keresztül. A nemzetközi lét egyedülálló kihívásokat és lehetőségeket rejteget a kulturális sokszínűség, a nyelvi gazdagság és az identitásformálás terén. A kutatás azt vizsgálja, hogy ezek a kihívások és lehetőségek miként tükröződnek vissza az Instagram oldalakon, beleértve a tartalom típusait, a nyelvezetet, az interakciókat és az önkifejezés módjait.

A továbbiakban részletesen elemzem, hogyan manifesztálódik a nemzetközi hallgatók életének ezen aspektusa az Instagramon, továbbá megvizsgálom, hogy a hallgatók milyen kreatív módszerekkel fejezik ki ezt az élményt, hogyan kapcsolódik össze a nemzetközi lét a tartalom kialakításának és fogyasztásának módjaival, és miként járulnak hozzá ezek az egyedi tapasztalatok a nemzetközi hallgatói közösség párbeszédéhez.

A *studyinpecshungary* egy, a Pécsi Tudományegyetem Nemzetközi Igazgatósága és a nemzetközi hallgatók által működtetett Instagram oldal. 2018 májusában hozták létre, és azóta is aktív, naponta jelenik meg új bejegyzés és immáron 5617 követővel rendelkezik. Az oldalon megjelenő bejegyzések tematikáját tekintve rendkívül sokszínű tartalommal rendelkezik, melyhez az is hozzájárul, hogy a tartalmak a diák nagykövetekkel (*student ambassador*) közreműködésével készülnek.

VI.3. Tartalmak vizsgálata

A tartalmak alapvetően két nagyobb kategóriára oszthatók, az egyetem által, valamint a diákok által létrehozott bejegyzésekre. Az előbbi kategória az egyetemhez köthető hivatalos információkat tartalmazza, utóbbi pedig a diák tartalomelőállítók személyes élményeit tükröző tartalmak. A tartalmak vizsgálata során fontos megérteni azt, hogy a diákok miként alakítják az egyetemeket ábrázoló témákat, milyen kapcsolatok állnak fenn az intézmény és a diákok között, és az intézmény és a hallgatók online jelenléte kölcsönhatásban áll-e egymással.

VI.3.1. Az egyetem által megosztott tartalmak

Ha közelebbről szemügyre vesszük az előbbi kategória bejegyzéseit, kivehetőek az oldal meghatározott arculati elemei (*színkódok, betűtípus, szerkesztés formátuma*). Ezek a bejegyzések nagyobb részben az egyetem által közölt olyan hivatalos információk, mint például a covid időszakban bevezetett korlátozásokról szóló intézkedések, konferenciák, webináriumok időpontjai, beiratkozási határidők. Találhatunk azonban olyan posztokat is, különösen az oldal működésének kezdeti időszakára visszatekintve, melyek a nemzetközi diákokat látják el különböző, hasznos, mindennapi életbeli tanácsokkal, különösképpen az utazás előtti teendők tekintetében, mint például a kollégium-igénylés, albérletek, vízum, beiratkozási határidők. Megfigyelhető, hogy a későbbiekben, az ilyen tematikájú bejegyzések a hallgatói követekhez vándorolnak át, és a továbbiakban már ők, a saját tapasztalataik alapján látják el jótanácsokkal az újonnan érkező diákokat.

VI.3.1.2. Arculat

Az Instagram egy olyan ingyenes okostelefon- vagy táblagép-alkalmazásként jellemezhető, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy fényképeken és videókon keresztül élményeket osszanak meg a közösség tagjaival. Azonban, az Instagram nem csak személyes célokra, privát felhasználók által működik, hanem lehetőséget biztosít intézményeknek, véleményvezéreknek, hogy megosszák értékeiket a közösségi médiában.

Mivel a globális piacon az egyetemek presztízsét egyre inkább az intézményekben tanuló külföldi diákok és a „nemzetköziesítés” mértéke határozza meg, az egyetemek az elmúlt évtizedekben fontos brandekké is váltak a nemzetközi hallgatókért való versenyben, ahol az arculat kialakítása és hatékony kommunikációja létfontosságú lehet. Érdeemes-e az egyetemeket brandként értelmezni, és ha igen, hogyan járul hozzá ez a megközelítés ahhoz, hogy a felsőoktatási intézmények minél vonzóbbak legyenek a nemzetközi hallgatók számára. Mivel e fejezet középpontjában a különböző közösségi médiumok tartalomelemzése áll, nem célja a vizsgálatnak a marketingtudományos megközelítés, egyszerűen szükségszerű azon elemek meghatározása, mely segít megkülönböztetni és azonosítani a Pécsi Tudományegyetemet a versenytársaktól. Ezzel kapcsolatban felmerül a kérdés, hogy az egyetemnek hogyan kell hatékonyan prezentálnia magát a potenciális hallgatók számára, milyen üzeneteket küld, és ezek miként értelmezhetőek a dekódolás során. Az online és offline média, a közösségi média, a rendezvények és más kommunikációs csatornák jelentősége kiemelkedő ebben a folyamatban.

Végül, a későbbi alfejezetekben, ahol a nemzetközi hallgatók által létrehozott tartalmakat vizsgálom, azt is áttekintem, a diákok szemszögéből mi az, ami vonzóvá teheti az egyetemet és a neki otthont adó várost.

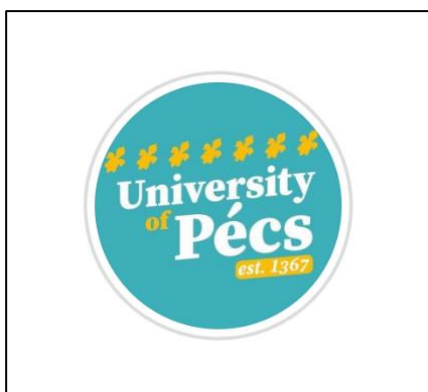
Egy egyetem arculata rendkívül fontos, mivel segít létrehozni és fenntartani az intézmény láthatóságát, azonosíthatóságát, speciális, rá jellemző értékeit és a munkatársak, valamint diákjai elkötelezettségét. Az arculat nem csupán a címer megjelenítését és egységes színpaletta kiválasztását jelenti; sokkal inkább azt definiálja, hogy az egyetem hogyan kíván megjelenni és kommunikálni – jelen esetben – a jelenlegi és potenciális jövőbeli nemzetközi hallgatói bázis felé. Az arculat összefügg azzal is, hogy a követők, mint a kommunikáció célközönsége hogyan értelmezik (dekódolják) a üzeneteket és adaptálják azokat mindennapi életükben. (Malik et. al 2012)

A Pécsi Tudományegyetem által létrehozott bejegyzések is rendelkeznek egy bizonyos arculattal. Már első pillantásra szembeütő a meghatározott színek, az egységes betűtípus és adott elrendezés, képszerkesztés használata.

VI.3.1.3. Formai jellemzők

Ha közelebbről szemügyre vesszük e képeket – vagy inkább rövid videókat, dinamikus képeket, láthatjuk, hogy minden képet egy kék-sárga keret foglal körül. E színek nem csak a Pécsi Tudományegyetem, hanem egyben Pécs város színei is. A keretben megjelennek továbbá az Anjou-liliomok, melyek a Nagy Lajos által alapított középkori egyetem címerére utalnak, mely évszám nélküli változatát a Janus Pannonius Tudományegyetem használta az 1990-es évektől, mai változatát pedig az egyetem 2000-es integráció óta használja.⁴⁸ Ha megtekintjük az Instagram fiók profilképét, ugyanezen színekre és motívumokra lehetünk figyelmesek: világoskék alapon fehér színnel jelenik meg az intézmény neve, sárgával pedig az imént említett Anjou-liliomok, egészen pontosan hét darab. Nem feltétlen dönthető el egyértelműen, hogy a liliomok száma szimbolikus jelentéssel bír, hiszen egy-egy virág az egyetem fennállásának egy-egy szimbólumát is jelképezhetné, vagy egyszerűen csak a platform adta képszerkesztési és vágási lehetőségek, esetleg esztétikai okok miatt került éppen ennyi liliom a képre. (1. ábra)

⁴⁸ Az egyetem középkori/mai címere
<https://btk.pte.hu/hu/szimbolumaink/az-egyetem-kozepkorimai-cimere>



1. ábra: A Pécsi Tudományegyetem profilképe Instagramon

VI.3.1.4. Tartalmi jellemzők

A bejegyzések tartalmát tekintve az egyetem által közzétett posztokra általában jellemző, hogy inkább hivatalos, formális információkat tartalmaznak. E kék-sárga keretbe foglalt rövid mozgóképek, grafikák vizsgálatakor az alábbi témák mutatkoztak:

- webináriumok témáját, helyszínét, időpontját kommunikáló képek,
- meghívók, beszámolók eseményekről az egyetem szervezésében (pl.: *International Evening*, diplomaosztók),
- pályázati felhívások, emlékeztetők határidőkre (*Stipendium Hungaricum*, teljes alap- vagy mesterképzések, *student ambassador jelentkezési határidő*),
- szakok bemutatása (online nyílt napok, melyek során a tanszékek munkatársai betekintést nyújtanak egy-egy szakon zajló oktatásba),
- felsőoktatási expók,
- egyetemet érintő (nemzetközi) hírek (pl.: Times magazin szerint Közép-Európa legmodernebben felszerelt orvostudományi és mérnöki központjával rendelkezik a PTE),
- üzenetek, jókívánságok ünnepekkor (többnyire magyar vagy európai ünnepek, mint *húsvét, március 15., karácsony, újév, évfordulók, világnapok*)
- tájékoztatók, felkészítők (pl.: mi szükséges az egyetemi jelentkezéshez, milyen előkészületeket érdemes megtenni Magyarországra utazás előtt, ill., a Covid-19 időszakban mely szabályozások léptek életbe és mindennapi életbeli tanácsok, hogyan vigyázzanak magukra a hallgatók, hogyan őrizzék meg mentális egészségüket a kijárási tilalom alatt is),

- önreflexió (pl.: az első 1000 követő, később 2020-ban már 3000+ követő, 2018-ban a Times globális felsőoktatási ranglista 127. helyét foglalta el a PTE, felhívás #pte hashtag használatára)

Ha rátekinünk az oldalra, e bejegyzések vizuálisan is jól elkülönülnek a *student ambassadorok* által előállított tartalmaktól, így a követők már első ránézésre, anélkül, hogy olvasnák a bejegyzésben szereplő információkat, számíthatnak arra, hogy feltételezhetően a tanulmányaikkal, vagy az egyetem működésével, esetleg szervezésében zajló eseményekkel kapcsolatban kapnak tájékoztatást.

A *tájékoztató* kifejezés használata nem egyszerű véletlen. Ezek a bejegyzések egyirányú kommunikációt feltételeznek, nem felhívást valamely direkt interakcióra (*kedvelések, kommentárok*) a bejegyzéssel kapcsolatban. Ezt sugallja a bejegyzések formája is, kék-sárga alapon, felsorolásjelekkel megadott, helyszín, időpont, témameghatározás, rövid összefoglaló és a kép szélén elhelyezett fotó, mint egy plakát vagy poszter. A fotókat közelebről szemügyre véve megállapíthatjuk, hogy a posztok professzionális fotókat tartalmaznak, azonban az a legtöbb esetben – eltekintve azoktól a bejegyzésektől, melyek például képzések nyílt napjára hívják fel a figyelmet, és egy tanszék, intézet oktatójának portréja szerepel a fotón (2. ábra) – nem egyértelműen eldönthető, hogy ezek a képek a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóit ábrázolják, vagy csupán stockfotók, ugyanis a legtöbb esetben a háttér, vagy a képen szereplő személyek környezete elmosott (pl.: *épületek, nagyobb termek, előadók*), vagy olyan általánosak (*laboratórium, folyosók*), hogy bárhol készülhettek volna. (3. ábra)



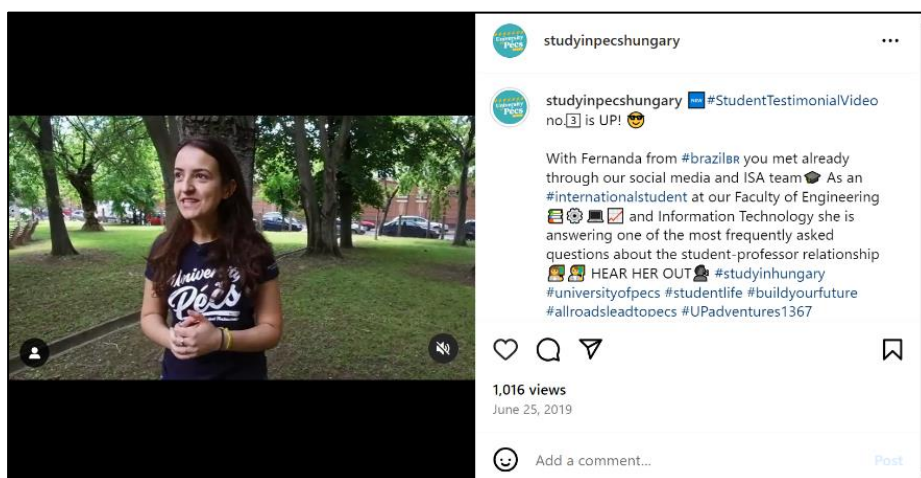
2. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – “Introducing the psychology BA and MA programs”



3. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Felhívás jelentkezésre

Ezek a bejegyzések igen általános hangvételűek és nem közvetítenek semmiféle személyes nézőpontot, nem jelennek meg bennük a diákok személyes tapasztalatai, benyomásai, a nemzetközi hallgatói lét összetettsége.

Ezekkel a „hivatalos” bejegyzésekkel szemben jelentek meg azonban a nemzetközi hallgatókat megjelenítő posztok. Az oldal indulását követő kezdeti időszakra jellemző még a kiforratlanság, az útkeresés, az arculat alakítása. Erre az időszakra az olyan, még igen kezdetleges bejegyzések jellemzőek, mint a *student testimonial* (ajánlások) videók. (4. ábra) Látható, hogy e videók még feltételezhetően még az egyetemtől származnak, és a diákok mint a videók szereplői, nem pedig előállítói vesznek részt benne. E videóajánlóban a diákok olyan általános kérdésekre válaszolnak, mint például *Miért pont Pécsset választottad?*, *Mit szeretsz a legjobban a városban?*, *Miért jó nemzetközi hallgatónak lenni?*. E kérdések még egyszerű, direkt formában – a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói az egyetem különböző épületei előtt vagy a bölcsészet és természettudományi kar botanikus kertjében állva – igyekeznek megindokolni, miért is érdemes a külföldi tanulmányokat tervező hallgatóknak Pécsset választani.



4. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – “Student testimonial video”

Alapvetően e tartalmak megtekintésekor azt láthatjuk, ha nem hangzana el az egyetem, illetve a város neve, ezek a videók valójában bármely ország nemzetközi hallgatókat fogadó felsőoktatási intézményében készülhettek volna.

Csak később, az oldal növekedésével és a bejegyzések sűrűsödésével figyelhető majd meg a posztok szabványosodása, az arculat kialakulása. Alapvetően ekkora jelennek meg az egyetem által előállított képeken az intézmény színei, a logó, a keret, a képek elhelyezésének meghatározott módjai is.

A diákok bejegyzéseinek vizsgálatakor láthatjuk, hogy habár hallgató és hallgató között is adódnak különbségek a vizuális kifejezőeszközök széles palettáján, sőt, egy-egy hallgatói követ bejegyzéseiben is megfigyelhetők változások az idő múlásával, ezek mégis belesimulnak az intézmény által létrehozott arculatba, sem tematikailag, sem formailag (felíratkozás, bejegyzések címkézése) nem tapasztalhatunk nagy kiugrásokat, eltéréseket a posztok között. Mi lehet ennek az oka?

Erre a kérdésre az oldal egy rövid bejegyzése adhatja a választ: az *international ambassador training*. E videóban csapatépítő training jellegű tevékenységeket láthatunk, azonban feltételezhető, hogy az ilyen találkozókra kapnak a diákok iránymutatást arra vonatkozóan is, milyen módszerekkel, milyen tartalmakat érdemes előállítani.

Érdemes itt megemlíteni Stuart Hall kódolás és dekódolás elméletét. (Hall 1980, pp. 63-87.) Hall szerint a tartalmak olvasásának, azaz a dekódolásnak három módja létezik, és az értelmezés nem egy passzív folyamat, épp ellenkezőleg, az olvasó aktívan részt vesz és értelmezi a tartalmakat saját tapasztalatai, kulturális háttéré és társadalmi kontextusa alapján, tehát különböző társadalmi csoportok eltérő módon értelmezhetik ugyanazt az üzenetet, ami sokféle értelmezést eredményez. A domináns olvasatban a közönség az üzenetet a készítő szándékolt jelentése szerint értelmezi, tehát elfogadja és megerősíti a kódolt értékeket és ideológiákat. A kialakult olvasatban a közönség részben egyetért a szándékolt jelentéssel, miközben saját értelmezéseket és perspektívákat hoz be, az ellenzéki olvasatban pedig az értelmező elutasítja vagy ellenezni fogja az üzenet szándékolt jelentését, így az üzenetet oly módon fogja értelmezni, amely kihívja vagy ellentmond a kódolt értékeknek.

VI.3.2. A diákok tartalmi

A nemzetközi hallgatók egyedi nézőpontjukkal és személyes tapasztalataikkal hozzájárulnak az egyetem online identitásának folyamatosságához, így fontos megérteni, hogyan reflektálják saját élményeiket és értékeiket az online térben. A diákok tartalmi tematikájukat tekintve jóval nagyobb sokszínűséget mutatnak, de természetesen, ahogy az oldal neve is sugallja, a nemzetközi diáklét mindennapjainak az egyetem keretébe foglalt, egyfajta kissé kidekorált, “Insta-kompatibilis” lenyomatát képezik. Mire is gondolhatunk az előbbi rövid jellemzés alapján?

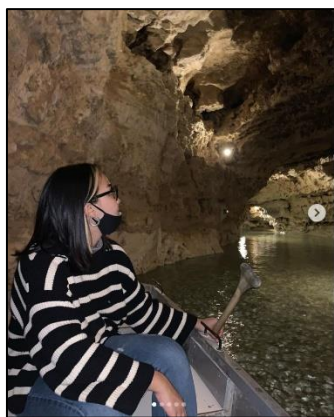
Az egyetem célja minél több nemzetközi hallgató bevonása, a diákok meggyőzése arról, hogy Pécsot válasszák, melynek hasznos eszköze a közösségi média. Magától értetődő módon, a tartalmak összeállításakor az oldal szerkesztői arra fognak törekedni, hogy a nemzetközi diáklétet, a “nemzetköziséget, a város helyszíneit és lakóit, a kikapcsolódási

lehetőségeket minél jobb színben tüntessék fel. Nemzetközi diáknak lenni és egy mobilitási programban, interkulturális tapasztalatokat szerezni, új kapcsolati hálókat kiépíteni lenni - ahogy ezzel az oldal is kecsegtet - megcáfolhatatlanul egy életre szóló élmény, azonban számos kezdetben negatív tapasztalatot is hordozhat magában az, ha az egyén eddig egy számára idegen országba megérkezik. Ez utóbbi aspektus azonban rejtve marad a követői szemek előtt.

A diákok által létrehozott tartalmak azt mutatják, milyennek látják vagy akarják láttatni a nemzetközi hallgatók Magyarországot, Pécsét, a Pécsi Tudományegyetemet, így a posztok jelentős részében a különböző helyszínek kerülnek előtérbe. Ha közelebbről szemügyre vesszük ezeket a helyszíneket, olyan érzésünk támadhat, mintha egy utazási iroda prospektusát lapozgatnánk, vagy egy országimázs filmet néznénk. Milyen helyszínek is jelennek meg az oldalon?

VI.3.2.1. Helyek Magyarországon

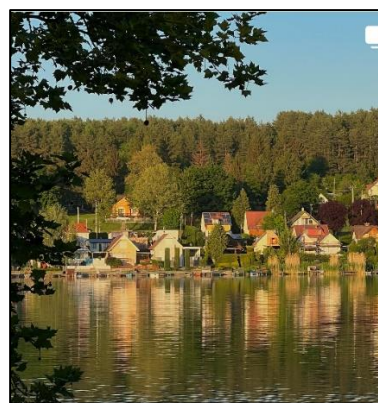
A képek egyik kategóriáját Magyarország ismert helyszíneit bemutató bejegyzések képezik. Ezeken a képeken látható Budapest olyan látványosságaival, mint a Budai vár, a Hősök tere, a villamosok, vagy a Keleti pályaudvar - melyre egy későbbi bekezdés alkalmával még visszatekintek. Találhatunk még példát az aggteleki cseppkőbarlangra, a tapolcai tavasbarlangra (5. *ábra*), Abaligetre (6. *ábra*), Orfűre (7. *ábra*), Balatonra és Siófokra (8. *ábra*), Esztergomra (9. *ábra*), Pannonhalmára (10. *ábra*), Szigetvárra (11. *ábra*), Villányra, Malomvölgyre és Fertődre (12. *ábra*). Azontúl, hogy az említett helyszínek mind kedvelt turistacélpontok, a képeken megfigyelhető, hogy ezek mind a Nemzetközi Igazgatóság által szervezett programokon készültek. Ezeken a kirándulásokon a diákok rendszeresen és előszeretettel vesznek részt, sőt, egy, a hallgatók által készített hasznos tanácsok bejegyzés külön ki is tér ezen programok jelentőségére.



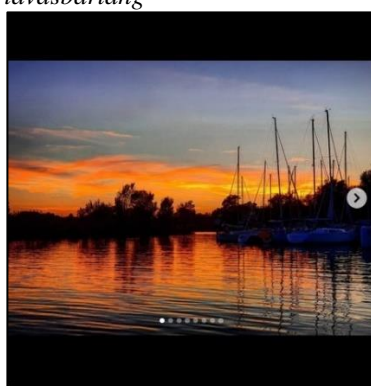
5. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Tapolcai tavasbarlang



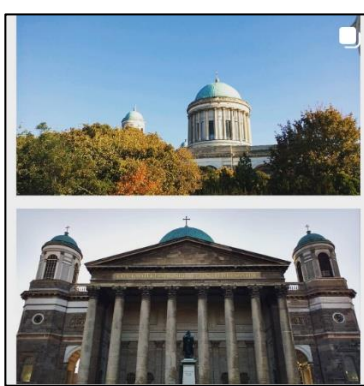
6. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Abaligeti vízfőforrás



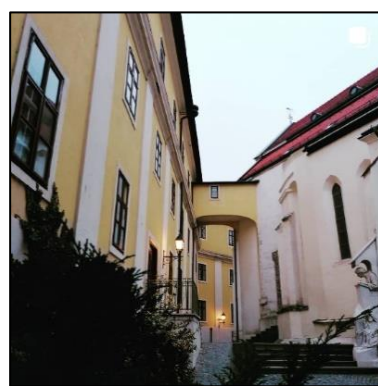
7. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Orfű



8. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Balaton és Siófok



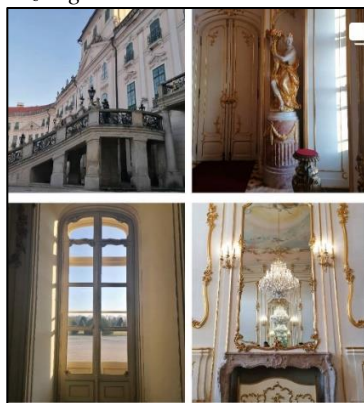
9. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Esztergom



10. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Pannonhalma



11. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Szigetvári termálfürdő



12. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Fertőd

VI.3.2.2. Helyek Pécsen – Az étel és étkezés mint a kultúra kommunikációjának eszköze

A következő kategória Pécs kedvelt helyszíneinek bemutatása. E bejegyzésekben Pécs leginkább látogatott helyszínei, turisták által kedvelt helyek, kulturális programok helyszínei, kikapcsolódásra, kirándulásra alkalmas célok, bevásárlási lehetőségek jelennek meg. A posztokban megtalálható a Széchenyi tér, Apáca utca, Szent István tér, Dóm tér, Jókai utca és látnivalói, mint a dzsámi, dóm, lakatfal vagy az ókeresztény sírkamrák. Számos képet találhatunk továbbá a Zsolnay Fényfesztiválról (13. ábra) és párat a Pécsi Egyetemi Napokról.



13. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Zsolnay Fényfesztivál

Felfedezhetünk még bejegyzéseket az egyetem épületeiről, a *Tudásközpont*, az *ÁJK*, a *BTK*, *ÁOK*, *PMMIK* campusai, valamint a Szántó Kollégium vagy a Boszorkány úti kollégium is megfigyelhető a képeken.

Lényeges a *Klinikák* bemutatása, hiszen ez Pécs, valamint körzetének legnagyobb kórháza, és az az egészségügyi intézmény, melyben a hallgatók is ellátásért fordulhatnak.

Kirándulási helyekkel kapcsolatban is adnak tippeket a hallgatók, megtekinthetjük a kilátást a *TV-toronyból* vagy a *tettyei romokat* is.

A diákok kedvenc helyei között találhatunk cukrászdákat és éttermeket is, itt a tartalmak formája is változatosabb, a hallgatók rövid videóban mutatják be, hova látogatnak el, mit rendelnek szívesen, mit érdemes véleményük szerint fogyasztani. E videók a bennfentesség látszatát is keltik, ugyanis, számos helyen a diákok betekintést nyújtanak a „kulisszák” mögé azzal, hogy láttatják az ételek, kávék készítésének folyamatát. Ezek nem egyszerű „gasztroblogger” videók, ahol elmennek, kipróbálják majd értékelik az ételeket, sokkal

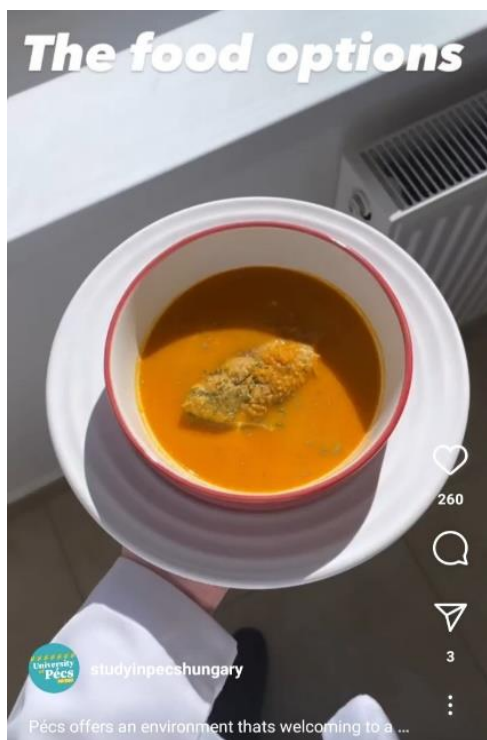
inkább egy összetett kontextus, melynek az ételek a keretet biztosítják. Többféle műfaj keveredik e tartalmakban, és egy-egy pár perces rövid Instagram-videó segítségével a megtekintő számos új információval gazdagodhat. A videók egész sorozatot (*Pécs food recs.*) alkotnak (14. ábra), melyben a hallgatók különböző kultúrák, illetve speciális étrendek (pl.: *sushi – Players Sushi, perzsa – Noon Baghi, indiai / halal – Namaste, kínai – Bubble Land, indiai-mexikói fúziós – Fusion Grill, olasz – Piccola Toscana, vegán – Lyr, Babszi, egészségtudatos táplálkozás - Ho'okipa Juice & Co.*) ételeit próbálják ki.



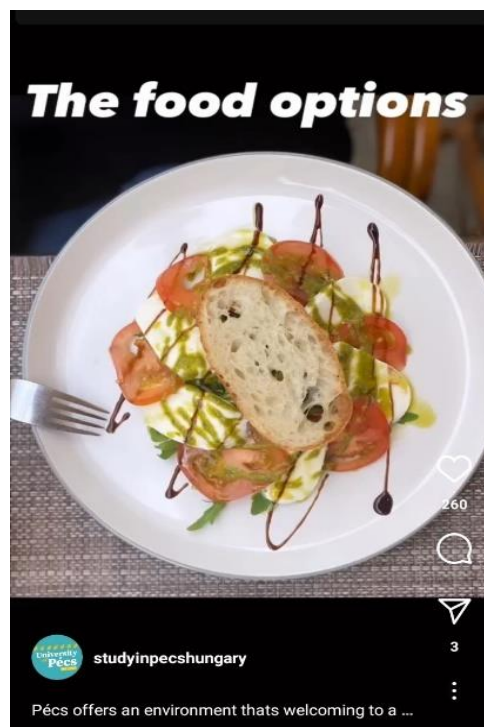
14. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Pécs Food Recs.

A sorozat minden videója azonos forgatókönyvvel rendelkezik, első vágóképen az éttermet láthatjuk, majd a megérkezés pillanatát, ahogy a diákok belépnek az étterembe, leveszik a kabátjukat és helyet foglalnak, választanak az étlapról. Ez egy bensőséges szemszög, mintha mi is velük lennénk. Egy-egy étteremben a hallgatók sokféle ételt és italt rendelnek, melyekről pár szóban jellemzést adnak (az étel neve, milyen étel, miből készítik), ami azonban ennél jelentősebb, hogy mivel a szóban forgó tartalmak készítői az Egészségtudomány Kar hallgatói, minden ételről és összetevőjéről magyarázatot kaphatunk, mely tápanyagokat tartalmaznak, ezek miért szükségesek a szervezetnek, és mely diétákat követők számára ajánlottak.

Érdekes azonban megvizsgálni egy másik videót is, mely nem a sorozat része, azonban szintén hosszú másodperceket szentel az ételeknek. A *What makes Pécs an international environment?* c. videóban (15.a-b. ábra) a kulturális sokszínűség egyik szemléltető eszköze a különböző ételek megjelenítése.



15.a. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – „What makes Pécs an international environment?”



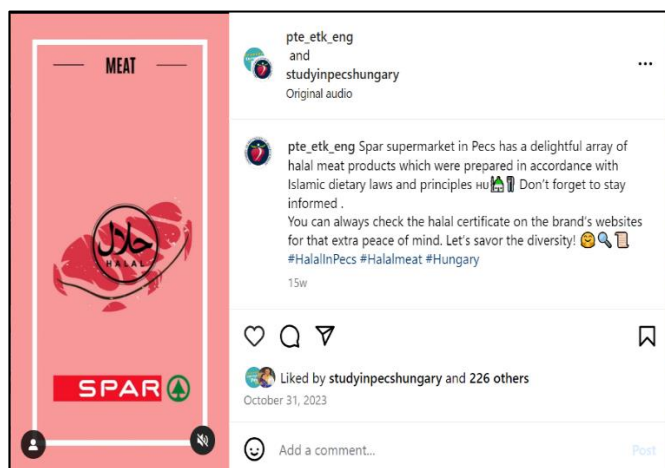
15.b. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – „What makes Pécs an international environment?”

Richard Wilk *Home Cooking in the Global Village: Caribbean Food from Buccaneers to Ecotourists* c. 2006-os könyvében azt vizsgálja, hogy a globalizációs folyamatok hogyan hatnak a helyi étkezési kultúrákra. A könyvben megjelenő *gasztronómiai azonosság* (*culinary identity*) fogalma azt jelenti, hogy az egyének és közösségek miként fejezik ki kulturális, társadalmi és személyes azonosságukat az étel által. Ez magában foglalja a jellegzetes ételpraktikákat, hagyományokat és preferenciákat, amelyek meghatározzák egy csoport vagy egyén identitását. A gasztronómiai azonosság mélyen gyökerezik a kulturális örökségben, a történelemben, a földrajzi és társadalmi gyakorlatokban. E rövid Instagram videók is jó példaként szolgálnak arra, hogy bemutassák, hogyan manifesztálódnak a kultúrák az ételeken keresztül. A tartalomkészítő diákok szándéka e videókkal egyrészt az is lehet, hogy bemutassák saját interkulturális élményeiket, melyeket más kultúrák ételeinek elfogyasztása során szereztek, azonban felhívás is más hallgatók számára ezen tapasztalatok megszerzésére, sőt, tippek azon diákok számára, akik távol küldő országuktól újra az otthoni ízeket szeretnék érezni. Wilk könyvében a gasztronómiai azonosság számos kulcsfontosságú aspektusát határozza meg.

A *gasztronómiai azonosság* gyakran magában foglalja a *hagyományos ételpraktikák* megőrzését és folytatását. Ezek a gyakorlatok magukban foglalják a főzési módszereket, az

összetevők kiválasztását és azokat a recepteket, amelyek generációkon átörökítődnek, ezt láthatjuk a *Pécs food recs.* kulisszák mögé tekintő jeleneteiben (a *Piccola Toscana* részben láthatjuk a pizzasütés folyamatát).

Az étel azonban erőteljes szimbólumként és *kulturális jelölőként* is szolgál. Bizonyos ételek vagy összetevők különböző kulturális vagy etnikai csoportokkal kapcsolhatók össze, tükrözve történelmüket, értékeiket és társadalmi gyakorlataikat. Ebből a szemszögből tekintve az ételek nemcsak éhség enyhítésére szolgálnak, hanem a kultúrára, az identitásra és a társadalmi kapcsolatokra is hatással vannak. Így jelenik meg az oldalon a *halal* étteremről szóló bejegyzés, a Spar különleges ajánlataként kínált *halal* élelmiszerek (16.a. ábra), vagy az ázsiai élelmiszereket áruló üzlet (16.b. ábra).



16.a. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése: Halal élelmiszerek a Spar üzleteiben



16.b. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése: „Asian market in Pécs”

Wilk megközelítésében az ételek kiválasztása, elkészítése és fogyasztása egy kultúrában az egyének és közösségek identitását és származási helyükhöz kapcsolódó viszonyukat fejezi ki. Azonban nem csak a csoportok elkülönülésének eszköze az étel, hanem épp a sokszínűség, a kulturális diverzitás kifejezője is; az ételek sokszínűsége és változatossága kifejezi a különböző kultúrák gazdagságát és diverzitását. A különböző nemzetek és etnikai csoportok sajátos ízvilága és konyhája révén az ételek hozzájárulnak a globális kulturális paletta gazdagodásához. Az ételek lehetnek egyfajta határvonalak, amelyek meghatározzák, hol kezdődik és hol végződik egy kultúra, és egyidejűleg össze is kötik az embereket. Ez szorosan összefügg a kulturális eseményekkel és fesztiválokkal. Az ételkészítés és az étkezési hagyományok gyakran kapcsolódnak kulturális eseményekhez, fesztiválokhöz és ünnepekhez. Az ilyen események alkalmat teremtenek az örökség megünneplésére, az

ételkészítési hagyományok bemutatására és azok továbbörökítésére, megosztására. Ezt az aspektust képviseli az *International Evening* rendezvény is, melyről számos bejegyzést találhatunk az oldalon. *Ezen az alkalmon hagyományos ruháikon, nemzeti ételeiken, zenéjükön vagy hagyományos táncaikon keresztül mutathatják be sokszínűségüket és kulturális különbségeiket a közösségnek.*⁴⁹

Az étel, az étkezési szokások azonban társadalmi és kommunikációs eszközként is szolgálhatnak Wilk megközelítésében. Az együtt eltöltött étkezések kulturális értékeket közvetíthetnek és szorosabbá tehetik a kapcsolatokat. Ez jelenik meg a diákok által készített videókban is. Három, különböző kultúrából érkező hallgató egymás, illetve mások kultúrájának ételeit próbálják ki, ezeken keresztül is megismerve nem csak más nemzetek élelmiszereit, hanem ételkészítési szokásait, zenéjét, művészetét. Ahogy ezek a diákok – nem csak a tartalomkészítők, hanem bármely nemzetközi programban részt vevők – kipróbálják egymás ételeit, elsajátítják elkészítési módjaikat, esetleg más élelmiszereket felhasználva, keverve saját élelmiszereikkel, általuk ismer elkészítési módokkal új változatokat hoznak létre, adaptálják mindennapi életükbe, később hazatérésükkor vagy más országba való távozásukkor újra és újra elkészítik ezeket, mely kulturális cserefolyamat a különböző nemzetek konyháinak fúziójához vezet.

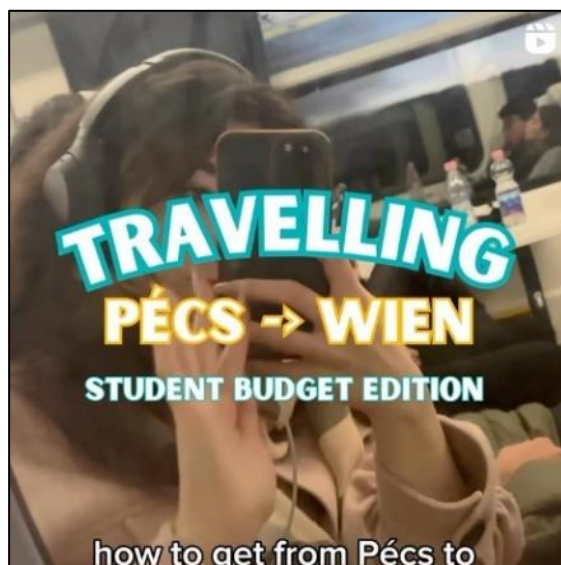
Az kulturális identitás kifejezésének megértése mélyebb betekintést nyújt az étel, a kultúra és az egyéni vagy kollektív azonosság összetett kölcsönhatásába. Ez a kulturális kifejezés dinamikus és fejlődő aspektusa, amely tükrözi nemcsak a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói bázisának, hanem a Pécsen élő különböző kulturális közösségek sokszínűségét és gazdagságát.

VI.3.2.3. Helyek Magyarországon kívül

2023 őszi félévétől kezdve megjelenik egy új típusú tartalom, az “utazós” videók. E videókban rövid összefoglalókat tekinthetünk meg pénztárcabarát, viszonylag közeli, Magyarországgal határos országokban található úticélokról. Ezek között szerepel *Horvátország* (Zágráb), *Ausztria* (Bécs), *Románia* (Arad). A diákok ezekben a bejegyzésekben hasznos információkkal látnak el azzal kapcsolatban, mely közlekedési formákat, időpontokat és látnivalókat érdemes választani az utazáshoz. Az előző alfejezetben tárgyalt *Pécs food recs.* videósorozathoz hasonlóan e videókban folytonosság

⁴⁹ *The Popular International Evening is Back!*
<https://international.pte.hu/news/popular-international-evening-back>

figyelhető meg. A bécsi utazást bemutató videóban (17. ábra) szintén „bennfentesként”, egy belső, személyes szemszögből vehetünk részt az utazáson.



17. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése: „Travelling Pécs → Wien”

Elsőként a hallgatók jegyvásárlással kapcsolatos tippekkel látnak el (*diákigazolvány és érvényes matrica használata*), majd nyomon követhetjük az útjukat Pécstől Kelenföldig, majd a buszmegállóig, ahonnan tovább utazhatnak a bécsi vasútállomásra. Láthatjuk a jegyvásárlás folyamatát, mely során a megtekintők praktikus információkkal gazdagodhatnak a különböző jegyvásárló rendszerekkel, alkalmazásokkal (*MÁV, FlixBus*) kapcsolatban. Eközben – lévén szó pénztárcabarát diákok számára szóló utazásról – a diákok tájékoztatnak a leginkább pénztárca kímélő utazási lehetőségekről. A megérkezést követően a hallgatók olyan turisztalátványosságokat (építészeti) mutatnak be, melyek – leginkább kívülről – belépő nélkül is megtekinthetőek (*Stephansdom, Hofburg*). Ezek után pedig, a már ismert *food recs.* videókhoz hasonlóan a gasztronómiai élményszerzés kerül a középpontba. A videóban 24 óra leforgása alatt elkísérhetjük a hallgatókat:

- egy népszerű osztrák kávéházlánc (*Aida*) kávézójába,
- egy macskás kávézóba,
- egy ismert amerikai burger étterembe (*Five Guys*),
- egy all you can eat sushi bárba,
- és végül egy halal csirkét felszolgáló étterembe.

Kissé szokatlannak tűnhet, hogy a diákok ténylegesen nem próbálnak ki hagyományos ételeket, azonban mivel Bécs főváros és lakosságának hivatalosan megközelítőleg 40%-a⁵⁰ eredetileg nem Ausztriából származik, már nem is hat annyira meglepően, hogy az amerikai vagy japán ételeket választják. Itt érdemes ellenben megjegyezni, hogy a *halal* és az *amerikai ételek* kiválasztása nem véletlenszerű. A videóban is találhatunk rá utalást, azonban ahogy a két *student ambassador* korábbi, bemutatkozó videójából is kiderül, egyikük az USA-ból, másikuk pedig Marokkóból érkezik, így különösen fontosnak találták, hogy kipróbálják ezeket az ételeket, illetve ezen ételek regionális változatait.

VI.3.2.4. A diákok és a turista tekintet

Ha megtekintjük a diákok által készített bejegyzéseket, az az érzésünk lehet, mintha egy turistáknak szóló prospektust lapozgatnánk. Mindenhol a pozitív élményszerzés, a város fényei, a kulturális sokszínűség, a pezsgő társasági élet tárul a szemünk elé, egy talán attól teljesen eltérő kép, mely a született pécsiek fejében él a városról. Itt érdemes megemlíteni Urry 1990-es munkáját, melyben a turista tekintet jelenségét tárgyalja. értelmezésében turista tekintet arra utal, hogy a turisták hogyan tekintenek és kapcsolódnak a látogatott helyekhez. Ez nem csupán a táj megfigyeléséről szól, hanem egy olyan látásmódról, amelyet különböző kulturális és társadalmi tényezők befolyásolnak. A turisták által látogatott helyek nem semleges terek; a társadalom által konstruáltak és olyan módon akarják láttatni magukat, amely összhangban van a turisták elvárásaival. Ez a fajta tekintet átalakítja az átlagos helyeket turisztikai attrakciókká, kiemelve bizonyos jellemzőket, miközben másokat háttérbe szorít.

Ebben a felfogásban Urry azt hangsúlyozza, hogy a turisták *fogyasztják* az élményeket. Egy-egy helyre nem csak ellátogatnak, hanem keresik, és fogyasztják is a konkrét élményeket, a helyek kulturális, történelmi vagy természeti elemeit. A turista tekintet kulcsfontosságú szerepet játszik ebben a fogyasztási folyamatban. A turista tekintet megosztja a teret, A turista tekintet differenciálja a teret "turistáknak" és "nem turistáknak". Befolyásolja a turisták környezettel való interakcióját, gyakran a helyi kultúra kommodifikációjához és olyan területek létrehozásához vezet, amelyeket főként a turisták fogyasztására terveztek. Urry kiemeli, hogy a szignifikáns szerepet tölt be a turista tekintetben. A turisták kamerákat

⁵⁰ *Wiener Bevölkerung 2023: Daten und Fakten zu Migration und Integration*

<https://www.wien.gv.at/menschen/integration/daten-fakten/bevoelkerung-migration.html>;

Anzahl der Ausländer in Wien nach den zehn wichtigsten Staatsangehörigkeiten zu Jahresbeginn 2024

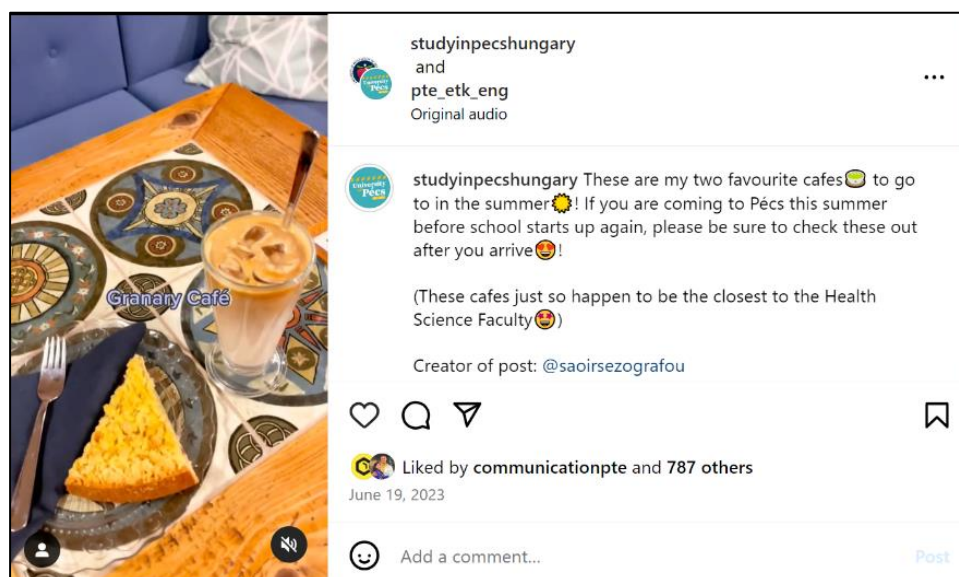
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/886994/umfrage/auslaender-in-wien-nach-staatsangehoerigkeit/>

használnak élményeik megörökítésére, és az emléktárgyak kézzelfogható emlékeztetői a látogatott helyeknek. Ezek a gyakorlatok hozzájárulnak a turistaélmény kommodifikációjához.

Az élmények online megosztása egyre nagyobb szerephez jut az emberek mindennapi életében, különösen az Y és Z generáció tagjai körében, és erre az Instagram megannyi formai lehetőséget kínál. Az ideális spot megtalálása, a tökéletes szelfi elkészítése, a mások által is preferált és látogatott helyszínek bemutatása, a FOMO, mind-mind lényeges része a közösségi médiában kreált identitásnak. Számos tanulmány született a közösségi média és a turisztikai célok megválasztása közötti kapcsolatról. Riberio et. al már 2014-ben a USG (*user generated platform – felhasználók által előállított tartalom*) jelentőségét hangsúlyozza. Ez a kommunikációs forma, amelyet korábbi tanulmányok online szájhagyománynak is neveznek (Blackshaw és Nazzaro, 2006; Gretzel és mtsai, 2008; Pan és Crotts, 2012; Pan et al., 2007) Riberio et al. értelmezésében azért is lényeges, mert megváltoztatta az információk keresésének módját. Az emberek már nem függenek attól, hogy különböző vállalatok mit mondanak bizonyos helyekről, hanem első kézből, más felhasználók személyes tapasztalatain alapuló véleményeire is hagyatkozhatnak. Ezt a trendhez igazodnak a vállalatok is, és a turisták által kedvelt helyeket úgy alakítják, hogy olyan embereket vonzzanak magukhoz, akik tökéletesen Instagram bejegyzéseket szeretnének készíteni. A közösségi média, jelentősen befolyásolhatja a proaktív tekintet teljes folyamatát. Először is, az utazás előtt a közösségi média arra ösztönzi a potenciális turistákat, hogy hasonló utazásokra vagy tevékenységekre induljanak, ami arra készíti őket, hogy aktívan keressenek releváns információkat az interneten, ami végső soron tényleges viselkedéshez vezet. Sőt, az utazás során a közösségi média platformként működik a turisták számára, hogy bemutassák és összehasonlítsák izgalmas vagy emlékezetes pillanataikat más közösségi média felhasználókkal. Az utazás utáni szakaszban a turisták áttekintik és reflektálnak tapasztalataikra, és interakcióba lépnek a közösségi média felhasználóival, hogy kielégítsék figyelemigényüket, és inspirációforrásként szolgáljanak mások számára. (Samarathunga et al. 2021)

Részben ez jelenik meg a hallgatók városról készített tartalmaiban. A *Once a year my city becomes a wonderland* c. videóban a Zsolnay fényfesztiválról láthatunk egy összefoglalót Pécs olyan nevezetes épületeivel, mint a dóm vagy a dzsámi. Zsolnay fényfesztivál egy négynapos, igen látványos rendezvény, rendszerint július elején kerül megrendezésre, melynek során magyar és nemzetközi művészek mutatják be fényinstallációikat. Természetesen, vizuális jellegéből adódóan nem csak a városlakók, hanem a turisták és

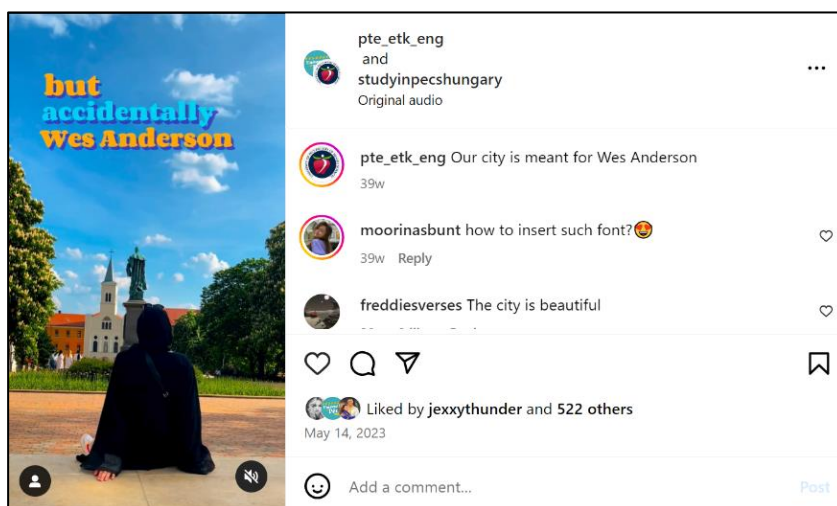
nemzetközi hallgatók figyelmét is igen könnyen megragadja, és az ott készült fényképek, videók Instagramra kívánkoznak. Találhatunk még számos további bejegyzést, mint például, a *The Most Aesthetic Cafes in Pécs* (18. ábra), melyben a *Rózsakert* és a *Granary Café* (*Magtár Kávézó*) jelenik meg. Mindkét kávézó kedvelt a turisták körében, ami nem véletlen, hiszen a város szívében, a történelmi belvárosban helyezkedik el. Figyelemre méltó a videó szerkesztése, ugyanis egyik kávézónál sem maga a kávézó épülete vagy belső tere, hanem az azt övező környezet kerül a videó középpontjába, ahogy a *Rózsakertnél* a kávézót körülvevő angol kertet, úgy a *Magtár Kávézónál* a háttérben emelkedő Pécsi Székesegyház jellegzetes tornyait, valamint a középkori várost körülölelő falat láthatjuk. Ezek mind olyan helyszínek, melyek kihagyhatatlan célpontjai a turistáknak, sőt, jellegzetes ismertetőjegyei a városnak, a városról készült ismertető anyagok elhagyhatatlan elemei.



18. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése: „The most aesthetic places in Pécs”

A *Weekend in Pécs* c. videóban (19. ábra) hasonló elemekre lehetünk figyelmesek. A tartalom készítője a város színeit és megjelenését egy *Wes Anderson* film esztétikájához hasonlítja, sőt maga is törekszik e stílus megvalósítására a videóban – újraszínezi a képeket, a filmekből ismert betűtípusokat használja, hosszú statikus beállításokat alkalmaz, az épületeket premier plánban jeleníti meg, és törekszik a rendező már-már védjegyévé vált szimmetrikus elrendezésre. Mindez azonban egy *2023-as TikTok trendbe* illeszkedik, melyre a következő alfejezet során még visszatérünk. A videó érdekessége – a szerkesztésén túl – az általa megjelenített helyek. Itt is, mint ahogy az előző videóban, Pécs olyan jellegzetes helyszíneit tekinthetjük meg, mint a Dóm tér, Szent István tér, Széchenyi tér a városházával

és a dzsámival, vagy a Séta tér – tehát a történelmi belváros az építészeti emlékeivel, a turisták számára „must see” helyek, mint egy kvázi „kötelezők röviden” Pécsről. Pécs valószínűleg jóval több a született pécsiek számára, mint a *Cella Septichora* vagy a *dzsámi*, és ha kedvenc helyeikről kérdeznénk őket, talán a tettyére vezető láthatatlan szűk utcák egyikét, vagy egy kertvárosi hamburgerezőt említenének.



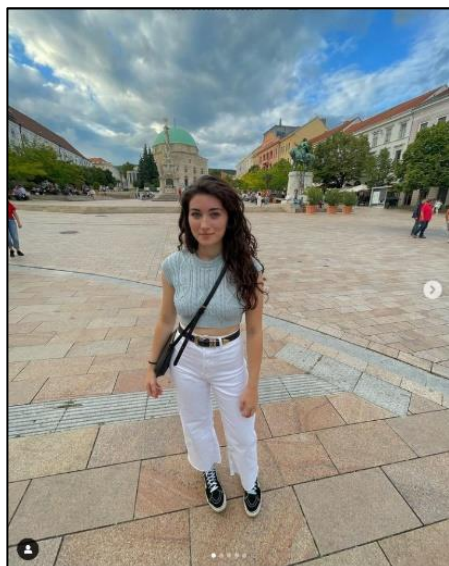
19. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – „Weekend in Pécs”


Mindezekből azt láthatjuk, hogy a nemzetközi hallgatók tekintete Urry értelmezéséhez hasonlóan egy irányított, társadalmilag konstruált tekintet, mely részben más tartalomelőállítók, vagy az interneten található legkeresettebb információkon alapul, és ezeket is közvetíti tovább.

VI.3.2.5. Különbségek a tartalomelőállítók között

Ahogy már a korábbi alfejezetekben ismertté vált, a *studyinpecshungary* Instagram oldal bejegyzéseinek számottevő részét a nemzetközi programokban részt vevő hallgatók tartalmi teszik ki, akik a *student ambassador* címet kapták. Jelenleg (2024 január) az figyelhető meg, hogy a posztok nagy részét ugyanaz a két hallgató – egy amerikai-ír származású lány és egy marokkói fiú, akik egyébként, ahogy a videókból kiderül, egy házaspárt alkotnak – készítik, azonban korábban, fél évvel ezelőtt a *student ambassadorok* még jellemzően hetente váltották egymást. Ennek számos oka lehet, azonban a legvalószínűbb, hogy a téli időszakban a közelebbi országokból érkezők haza is utazhatnak, és sok hallgató a vizsgáira koncentrál inkább.

A hallgatók bejegyzései egy meghatározott forgatókönyvvel rendelkeznek. A hét első bejegyzése általában egy kép a *student ambassadorról* (20. ábra), mely alatt a bemutatkozása olvasható: köszönés – általában magyarul (*Szia!*), vagy a küldő ország nyelvén, származási ország, néha életkor, szak/kar.



 studyinpechhungary Good Morning Friends and Family! 😊
My name is Saoirse Kane (pronounced Sírsha) and I am an international student ambassador. I have just completed my 1st year of the Bachelors Physiotherapy course at the University of Pécs!
I'm very excited to have the privilege to share as much as possible about my first hand student life experience with all of you guys for this week!! 😊

The pictures you see here are of the main square which is in Downtown Pécs. (Which is also where the health science faculty is— in the upper left hand corner of the first photo—for all you potential health science majors 😊)

20. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Egy student ambassador bemutatkozása

Ezek után a hallgatók napi rendszerességgel osztanak meg pillanatokat mindennapi életükből – ezek azonban a legkevésbé sem egyformák, sem tartalmilag, sem formailag. Különbségeket vehetünk észre a tartalmak vizsgálatakor a diákok személyes preferenciáit tekintve. Egyes hallgatóknál – ahogy a korábbi fejezetekben megismerhettük, a gasztronómia, a városban szereshető élmények, a mindennapi élet valósága kerülnek előtérbe (*megfelelő mennyiségű alvás és a mentális egészség megőrzése*), míg másoknál a tanulmányokkal kapcsolatos teendők (*vizsgaidőszak, kórházi gyakorlat a kórház különböző szervezeti egységeiben, laborgyakorlat, a könyvtárban eltöltött hosszú órák*), vagy akár a zene (*a hallgató rendszeresen látogatja a PMS – Pécs Music Society rendezvényeit*).

A különbségek/hasonlóságok következő szintje a kultúra, a kultúraspecifikus különbségek, a különböző kultúrák szükségleteinek, prioritásainak megjelenései. Ezekre találhatunk példát a különböző étkezési szokásokról, élelmiszerekről (*halal*) és fellelhetőségeikről (*Asian Market, Dubai Market*) megjelenő posztokban (lásd. 16.a-b. ábra). Figyelemre méltó e bejegyzésekkel kapcsolatban, hogy a szerzők kivételes részletességgel adnak magyarázatot arra, mely szupermarketekben érdemes keresni a *halal* élelmiszereket, hogy hívják a *halal*

és nem *halal* állatokat magyarul, mit lehet tenni, ha elkerülhetetlen a nem *halal* ételmeiszer megvásárlása.

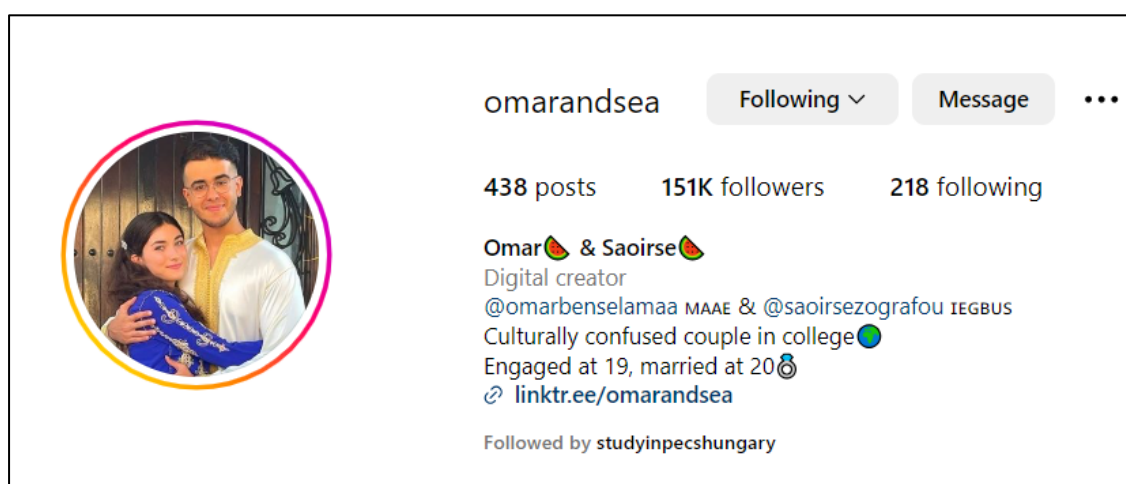
Kiemelkedően érdekes továbbá az egyik informatív bejegyzés (21. ábra), mely egy kenyai hallgatótól származik, és egy valószínűleg régebb óta fennálló szükségletet elégít ki. Tekintettel arra, hogy az afrikai, közel-keleti származásúak haja jelentősen különbözik akár a Magyarországon többségben élőektől, más ápolást igényel, ehhez eltérő hajápolási termékeket, melyek nem feltétlen elérhetőek sem a pécsi, sem általánosságban a magyarországi drogériákban, lényeges, hogy ezek a diákok is hozzá tudjanak férni a számukra szükséges termékekhez. Ebből a posztból a témában érintett követők megtudhatják, milyen helyettesítő termékeket vásárolhatnak, mely online üzletekben tudják megszokott termékeiket megvásárolni, és kikhez fordulhatnak személyesen a témával kapcsolatban.



21. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – „How to care for coily and curly hair in Hungary?”

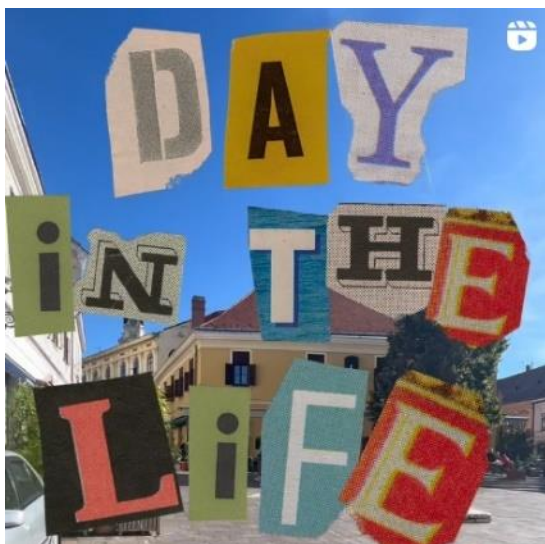
Egyéni különbségeket felfedezhetünk azonban a tartalmak formájában is. A diákok gyakorlottságának függvényében változik a posztok formája, a vizuális kifejezőeszközök palettájának komplexitása. Az imént említett *hajápolási tanácsokról*, vagy a *halal* fogalmáról szóló bejegyzések több grafikából álló képsorozatok, melyekben az illusztrációk, színek, betűtípusok használatát a témához igazították. Az imént említett bejegyzések mindegyike rózsaszín/bézs alapon, pasztellszínű stilizált betűtípust használ a háttér színeivel illeszkedő, finom kontúrvonalakat alkalmazó grafikkal, így feltételezhető, hogy ugyanattól a diáktól származik.

A diákok által előállított bejegyzések jelentős része a fent említett *amerikai-ír lány – marokkói fiú szerzőpárostól* származik. Érdekesség, hogy e két diákhöz nem csak a *studyinpecshungary* Instagram oldal, hanem további kettő is kapcsolódik, mégpedig az Egészségtudományi Kar hivatalos angol nyelvű profilja (*pte_etk_eng*) 3.980 követővel (az oldal 2021 márciusa óta létezik), valamint egy közös oldal (22. ábra) mintegy 90.000 követővel, melyen azokat a mindennapi életbeli tapasztalatokat, élményeket, humoros történeteket osztják meg, melyek a két különböző kultúrából érkező személy házasságából, a kultúrák közötti különbségekből adódnak. Ez utóbbi oldalon tehát leginkább a gyakori kulturális jelölők, mint az étel, nyelv, szokások, sport kerülnek a középpontba.



22. ábra: A *studyinpecs.hungary* tartalomelőállítóinak egy más tematikájú Instagram oldala
(*omarandsea*)

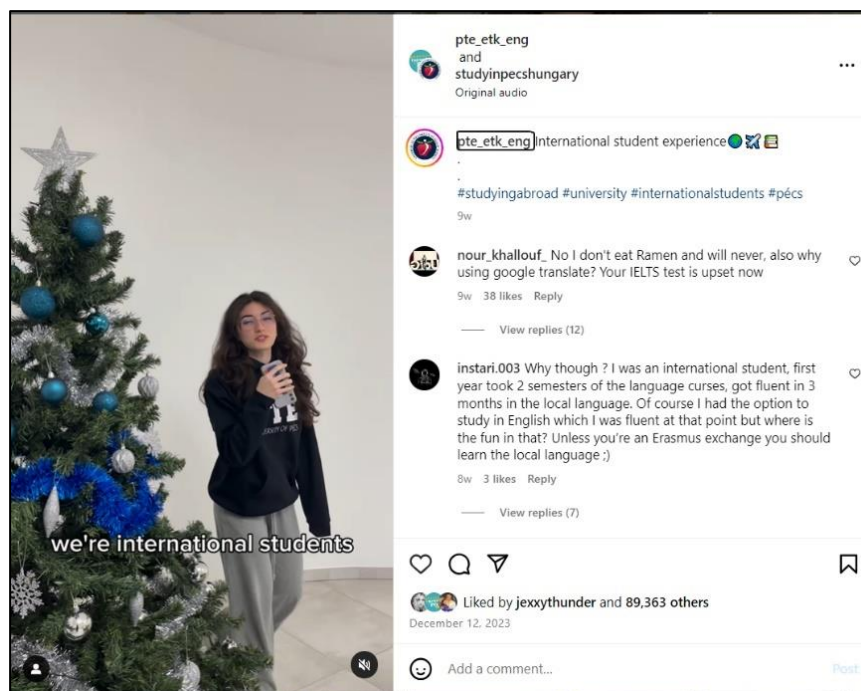
Tekintve, hogy e két hallgató és az általuk készített videók ekkora követői bázissal rendelkeznek, elengedhetetlen, hogy mindig naprakészek tudjanak maradni, és olyan tartalmat tudjanak szolgáltatni, ami éppen aktuálisan foglalkoztatja az adott közösségi platformot használókat és a kívánt célközönséget érje el. Éppen ezért, sokszor az informatív videók egy-egy TikTok/Instagram trendbe „csomagolva” érik el a felhasználókat. Ilyenek például a *A day in a life of...* trendhez igazodó *A day in Pécs*, *A day in the life of an APRN student*, *A day in the life of a PT student – hospital practise edition*, *A day in the life of an Dietetics student*, *A day in the life as a student nurse* videók (23. ábra).



23. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Példa az „...a day in the life of...” videókra

A rövid videókban a diákokat elkísérhetjük egy napjukon, mely a legtöbbször egy adott forgatókönyvhöz alkalmazkodnak. Ismét egy belső szemszögből láthatjuk, ahogy kilépnek a lakásból, majd útközben, a Szent István tér alján lévő pékségben reggelit vásárolnak, melyet ismertetnek is. Utána eljutnak az egyetem épületéig, pár képet láthatunk az épületről kívülről, majd a folyosókról, tantermekről, ezt követően néhány vágóképet láthatunk az adott szemináriumról, következik az ebédszünet, néhány mindennapi teendő (posta, bevásárlás), utazás a városon keresztül, újabb szeminárium, találkozás a barátokkal (kávézó, bevásárlás) és végül hazaérkezés. E videók nem mindegyike származik az imént említett szerzőpárostól, azonban az ő videójuk szolgál mintaként a többi diák által előállított tartalomhoz.

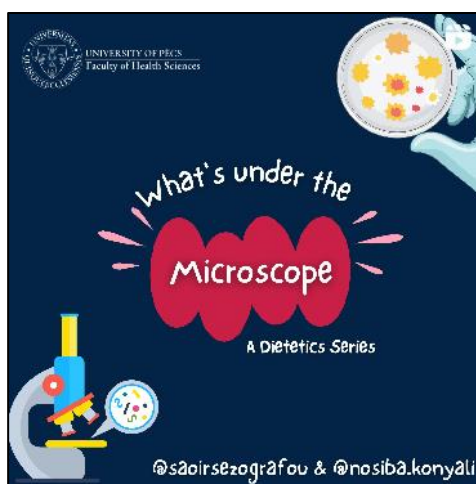
Találhatunk példát azonban a *Wes Anderson aesthetic trendre* is, melyet az előző alfejezetben ismertettem, valamint a *We are... of course we...* (24. ábra) trendre is, többek között a *We are international students*, vagy a *We are university students* c. videók. E trend lényege, hogy a videóban egy bizonyos csoport (lehet életkori – *Z, Y generáció*, foglalkozás szerinti – *managerek, orvosok, hallgatók*, bármilyen szubkultúra szerinti – *gothok, emok*) kijelentéseket tesznek az adott csoportról, mely a csoporttal szemben támasztott (tév)hiteken, sztereotípiákon alapul, vagy sokszor önironikus. Ez jelenik meg ezekben a videóban is, amikor elhangzik, *egyetemi hallgatók vagyunk, természetesen ramenent élünk, vagy egyetemi hallgatók vagyunk, természetesen melegítőben járunk be az egyetemre.*



24. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – „We are international students...”

A leggyakoribbak azonban a *POV* videók, mely talán annak is köszönhető, hogy ezeket a legkönnyebb elkészíteni, és tulajdonképpen, azonosságot mutatnak az *A day in the life of a ...* videókkal. (lásd. 23. ábra) Valójában ezekben a videókból a nemzetközi hallgatók mindennapi életének mozzanatait tekinthetjük meg.

Végül, találhatunk egy példát a *fact checking* videókra (25. ábra) is, melyekben a diákok az aktuális TikTok videókra (valóban vannak-e férgek bizonyos gyümölcsökben?) reagálva tudományos magyarázatokat adnak követőiknek, például mikroszkóp alatt vizsgálják gyümölcsöket, vagy betegségekről beszélnek.



25. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – „What's under the Microscope”

Ahogy az előző áttekintőből megállapíthatjuk, habár összességében a diákok csoportjának tartalmait vizsgáljuk, mégis kisebb-nagyobb különbségek figyelhetők meg hallgató és hallgató között, mely különbségek a hallgatók digitális jártasságában, a kultúrájában vagy személyes preferenciáikban gyökereznek.

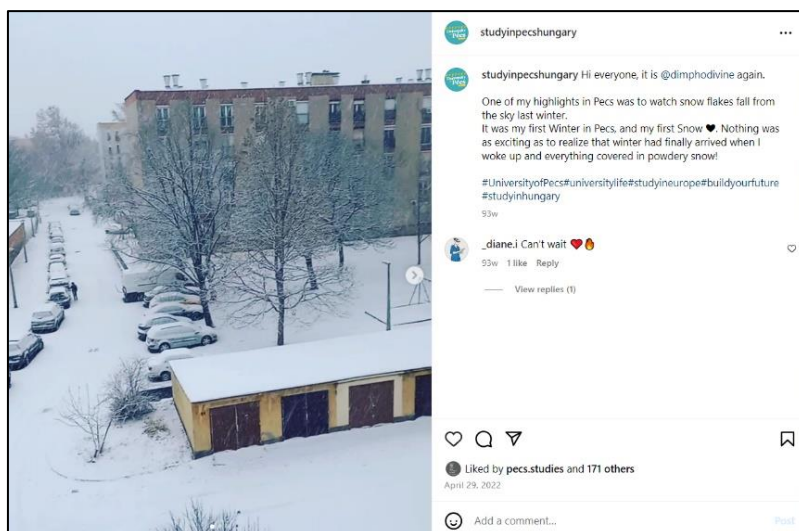
VI.3.2.6. Szórakozás

Figyelemre méltó esemény az egyik hallgatói követ bejegyzése a Pécs Music Soc. eseményéről. A *Pécs Music Society* (PMS) egy nemzetközi és magyar diákokból álló szervezet, amelynek célja, hogy közös platformot teremtsen a zenészek és zenekedvelők számára immáron 13 éve. A PMS rendszeres időközönként megszervezett 'Open Mic' összejövetelei során tehetséges diákok várják a Trafikban az odalátogatókat koncertekkel. Megjelennek továbbá Pécs ikonikus helyszínei, a *Cooltour Café* és *Nappali* is.

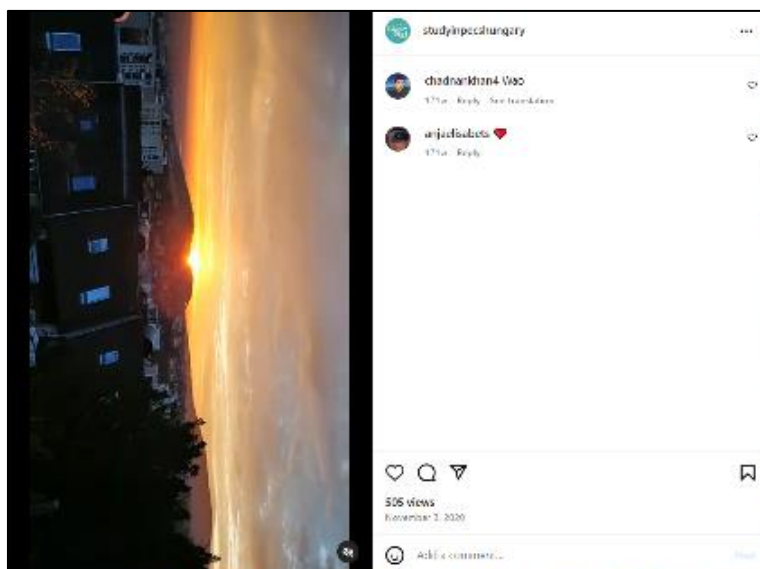
VI.3.2.7. Természethez köthető jelenségek

A karácsonyi vásárok fényei még azok figyelmét is megragadják, akik ezt minden évben látják. Tekintve azonban, hogy sok diák olyan országból érkezik, ahol nem a keresztény vallások a meghatározóak, vagy nem ünneplik a karácsonyt, e rendezvények és látványosságok kiváltképpen meghatározóak a nemzetközi hallgatók kulturális tapasztalatszerzésének aspektusából. Nem csak a téli ünnepek, de maga a tél beköszönte és a hóesés, valamint az ezzel járó tevékenységek, hóember építése és szánkózás is nem mindennapi élménnyel szolgál kiváltképpen azon diákok számára, akik küldő országában ez a téli csapadék nem jellemző. (26. ábra)

Egy kissé meglepő eredmény, azonban számos találhatunk pécsi naplementét ábrázoló képekre is (27. ábra), illetve nemcsak a tél, azonban a tavasz is megjelenik a diákok bejegyzéseiben, melynek egyik leglátványosabb eleme a pécsi köztemető cseresznyefáinak virágzása. (28. ábra)



26. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Téli bejegyzés



27. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – Pécsi naplemente a Szántó kollégium ablakából



28. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – A pécsi köztemető cseresznyefáinak virágzása

VI.3.2.8. Covid

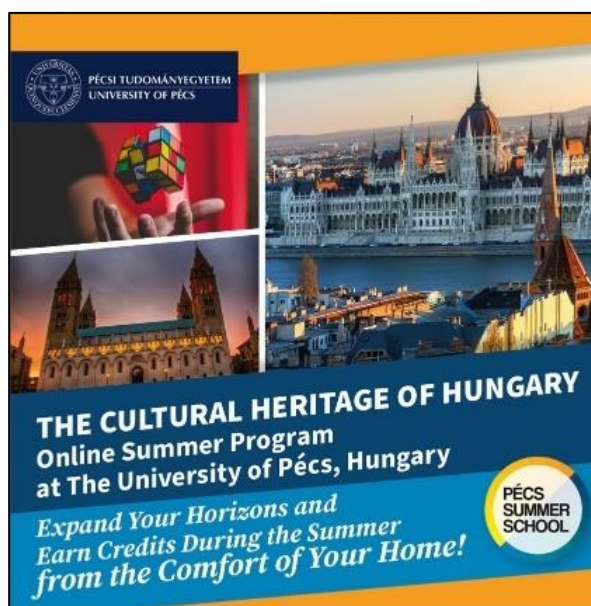
A koronavírus mindannyiunk életében meghatározó időszak volt tele megpróbáltatásokkal, azonban a nemzetközi hallgatókat különösen nehéz megpróbáltatások elé állította. Amint az a diákokkal készített korábbi felmérések is kimutatták, a járvány terjedésének lassítása érdekében hozott korlátozó intézkedések a mindennapi élet minden területére hatást gyakoroltak. A diákok nem tudtak hazautazni a családjukhoz, mely komoly pszichés problémákhoz vezetett, vagy épp ellenkezőleg, a küldő országban rekedtek, megnehezítve ezzel az oktatásban való részvételt. Mindennek a lenyomatát azonban nehezen, illetve csak elszórtan, indirekt módon találhatjuk meg az oldal bejegyzéseiben. Az egyetem által létrehozott posztok vagy formálisan vagy általánosságban kommunikálják a járványt, a vele járó korlátozásokat és a mindennapi életre gyakorolt hatásait. E bejegyzések között találhatóak a vízumigénylésre és belépésre vonatkozó információk, “oltási hétvége”, egy-két infografika a helyes time managementről és felhívás a “Magyar nyelv és kultúra” nyári egyetemre.

A korlátozások alatt is a mentális és fizikai egészség megőrzését célzó tevékenységekről (*recreational activities*) szóló bejegyzések kivétel nélkül a diákoktól származnak. Ezek között találhatóak a kirándulós posztok és nem meglepő módon az állatokkal, leginkább kutyákkal foglalkozó bejegyzések. A Misina Természet és Állatvédő Egyesület már hosszú évek óta biztosít lehetőséget arra, hogy az odalátogatók a menhelyen élő kutyákkal rövidebb-hosszabb sétát tehessenek a környéken - ezzel a lehetőséggel pedig számos nemzetközi hallgató is élt a járvány alatt. Statisztikák⁵¹ szerint a világjárvány időszaka alatt jelentősen megnőtt a háztartásokban a háziállatok, kiváltképpen a kutyák száma. Sokan a kijárási tilalmak, a zárva tartó szórakozóhelyek vagy más munkahelyi vagy szabadidős helyszínek, továbbá a családdal és a barátokkal, munkatársakkal való korlátozott társasági érintkezés, az egyedüllét miatt úgy döntöttek, négylábú társakat fogadnak örökbe. Ez a nemzetközi hallgatókkal sem történt másként, találhatunk bejegyzést egy örökbefogadás történetére is. Habár 2020-ban a nyári hónapok alatt feloldották a korlátozásokat, általában nem felfedezhetőek a mindennapi életben jelentkező nehézségekre reagáló bejegyzések, inkább az új tanév megkezdését segítő előkészületek (*vízum, speciális érdeklődésű csoportokhoz*

⁵¹ *New ASPCA Survey Shows Overwhelming Majority of Dogs and Cats Acquired During the Pandemic Are Still in Their Homes*

<https://www.aspc.org/about-us/press-releases/new-aspc-survey-shows-overwhelming-majority-dogs-and-cats-acquired-during>

való csatlakozás, magyar nyelvtanulás) kerültek előtérbe. Az egyetem egyik kezdeményezése a nyári hónapok alatt a *The Cultural Heritage of Hungary – Online program* (29. ábra) esemény volt. Számos diák a magyarországi utazási korlátozások feloldása ellenére sem utazhatott haza, vagy csak nehezen juthatott volna vissza, így az egyetem lehetőséget kínált számukra Magyarország virtuális megismerésére és bejárására. Ez természetesen nem csak a már Magyarországon tartózkodó diákoknak szólt, hanem azoknak a hallgatóknak is, akik éppen választás előtt álltak.



29. ábra: Pécsi Tudományegyetem Instagram-bejegyzése – *The Cultural Heritage of Hungary – Online program*

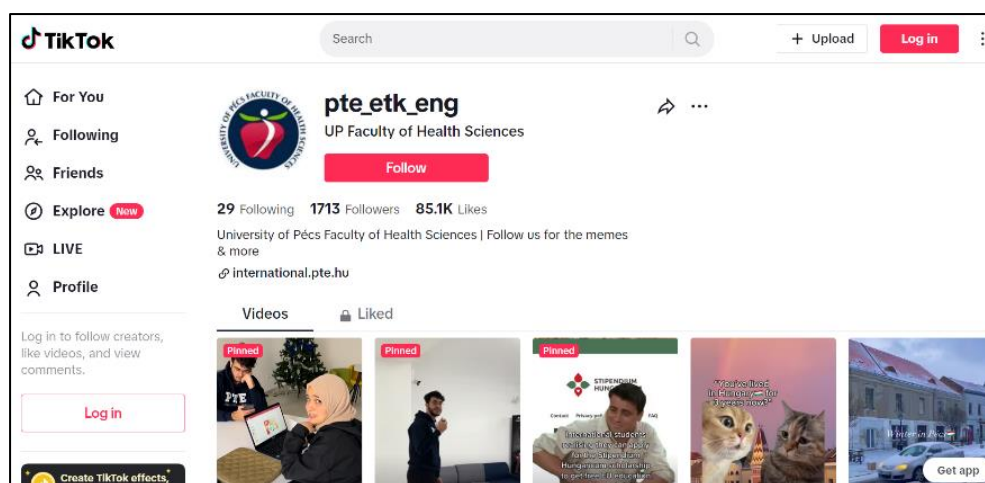
Álláslehetőségek

Szintén igen jelentős videó a Helyi cégek, melyek külföldieket is foglalkoztatnak, vagy a *Tanácsadás “súlyosan alulképzett”* diákoknak. Utóbbi címe kissé félrevezető lehet, azonban nem feltétlen van itt szó bármilyen hiányosságról, egyszerűen ezekben a videóknak diákok adnak diákoknak tanácsot, hogy egyetemi tanulmányaik mellett, különösen, ha még tanulmányaik elején járnak, tehát legfeljebb alapszakos diplomát szereztek, milyen lehetőségek állnak rendelkezésükre a fogadó országban való munkavállalás során. Ezekkel a tartalmakkal kapcsolatban is megfigyelhető a pandémia “hozománya”, a távmunka és az otthoni munkavégzés egyre népszerűbbé válása, továbbá az IT területek előtérbe kerülése. Az ebbe a témakörbe sorolható videók mind távolról végezhető, leginkább speciális végzettséget nem igénylő, alapvető digitális ismeretekkel rendelkező munkavállalók számára ajánlanak adminisztratív munkaköröket. Egy másik érdekesség is megfigyelhető az

ajánlott munkakörökkel kapcsolatban, mégpedig a különböző ételkiszállító cégek (Foodora, Wolt) diszpécser vagy futár állásai. Felmerülhet a kérdés, lehet-e összefüggés az egyetem, valamint ezáltal a város nemzetköziesedése és a külföldi diákoknak kínált futári állások között? E cégek előszeretettel foglalkoztatnak, kiváltképpen nagyvárosokban nem magyar anyanyelvű futárokat, hiszen e városok lakossága összetételét tekintve jóval heterogénebb, és a nemzetközi hallgatók is e városok szerves részét képezik, továbbá, maga a munkakör sem igényel magas szintű magyar nyelvtudást.

VI.3.3. További közösségi oldalak

Ha részletesebben megvizsgáljuk a különböző social media felületeket, a profilok és a tartalomelőállítók között átfedésekre lehetünk figyelmesek. Az egyik ilyen párhuzam, azonban egyaránt ellentét is a rendelkező *UP Faculty of Health Sciences* TikTok felhasználói fiók (30. ábra). Címe ellenére ez csak részben egy Pécsi Tudományegyetem által létrehozott oldal, működtetői az egyetem Egészségtudomány Karának két nemzetközi hallgatója, akik egyben hallgatói követek is a korábbiakban tárgyalt Instagram oldalon. Megfigyelhető, hogy a tartalmak megegyeznek az általuk készített *studyinpecshungary* Instagram oldal tartalmaival.



28. ábra: Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Karának angol nyelvű TikTok fiókja

A *gpsc_pte* (Google Developer Student Club) egy szakmai oldal, a Google fejlesztői technológiák iránt érdeklődő diákok egyetemi közösségi csoportjai, számos felsőoktatási intézmény diákja részt vesz benne, azonban tulajdonképpen nem egyetemekhez kötődnek, hanem a Google-lel állnak kapcsolatban.

Az *iismavo.pecs* az IISMAVO ösztöndíjban részt vevő hallgatók számára létrehozott Instagram oldal. IISMAVO-t az Indonéz Köztársaság Oktatási Minisztériuma finanszírozza, és célja az ország ipara és oktatása közötti szakadék csökkentése azáltal, hogy a diákok külföldi szervezetekkel együttműködve tanulhatnak. Habár ez az oldal 1000+ követővel rendelkezik, viszonylag kevés tartalom található rajta. Láthatunk pár csoportképet a hallgatókról, egy-két videós beszámolót szakmai gyakorlatokról, képeket az új ösztöndíjas hallgatókról, valamint pár kulturális rendezvényre felhívó grafikát és a rendezvényt ábrázoló fotót. Az IISMAVO hallgatóknak létezik egy másik Instagram oldala is, az *iisma_pecs*, mely tulajdonképpen tartalmaiban megegyezik az imént említett *iismavo_pecs* oldallal, feltételezhetően egy korábbi évfolyam oldalával.

A *universitylife_pecs* egy jelenleg már inaktív oldal, legutolsó bejegyzése 2018-ból származik. Az oldal áttekintése során általános bejegyzéseket, többnyire képeket találhatunk Pécs nevezetességeiről.

A *studyinpecs_hungary* oldallal összevetve ezek az oldalak jóval kevesebb változatosságot mutatnak mind tartalmi, mind formai szempontból. Megfigyelhető, hogy ellentétben az imént említett oldallal, itt a bejegyzések megjelenésének dátuma esetleges, nincs benne rendszeresség, valamint hétköznapi, inkább ad hoc témák jelennek meg. Összehasonlítva az egyetem által irányított oldallal, nincs mögöttük egy jól körvonalazódó stratégia, tematika, inkább olyanok, mint egy átlagos fiók. Feltételezhetően kevesebb diák is állítja elő a tartalmakat, van köztük olyan is, melyet valószínűleg egy ember kezel. Ezek megtekintése során nem tudhatunk meg speciális információkat a nemzetközi hallgatók mindennapi életéről, az általános információkon túl, melyek a PTE honlapján elérhetőek a nemzetközi hallgatók számára.

VI.3.4. Összegzés, következtetések

A hallgatói tartalmak formájukat tekintve - az Instagram lehetőségeihez mérten - sokszínűséget mutatnak. A diákok az aktuális social media trendekhez igazodva kreatív videókkal látják el követőiket. E tartalmak között a leggyakoribbak a videóajánlók, melyek olyan népszerű témákat foglalnak magukba, mint a *gasztronómia*, az *utazás*, vagy egy *egyetemi hallgató mindennapjai*. Ezekre mind tekinthetünk hasznos, gyakorlati információként is, ahogy a címük is sok esetben utal rá, *Milyen szomszédos országba lehet ellátogatni 100 euró alatt?*, *Hogyan látogassuk meg Bécset kevesebb, mint 40 euróból?*

Megfigyelhető az oldalak összevetése során, hogy rendkívül különböző platformok állnak rendelkezésre a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatói számára, hogy magukat

reprezentálják, információkat szolgáltatassanak, szórakoztassanak, vagy az egyetem presztízsét tartás fenn, és új hallgatókat ösztönözzenek arra, hogy a PTE-t válasszák. Ahogy az előző alfejezetekben láthattuk, a tartalmakat és ezek formai megvalósítását számos tényező befolyásolhatja a kultúrától kezdve a digitális felkészültségen keresztül, egészen a személyes preferenciáig. Az sem mindegy azonban, hogy egy alulról szerveződő, tisztán diákokból álló közösség hozza létre a tartalmakat, vagy az egyetem felügyelete meghatározó. Ezen a ponton érdemes kitérni Erving Goffman homlokzatelméletére (Goffman 2002), mely a társadalmi interakciók és az emberi kapcsolatok mélyebb megértésére irányul. Goffman értelmezésében az emberek mindennapi életük során szerepeiket egyfajta "homlokzaton" vagy maszkon keresztül prezentálják mások felé – a közösségi média, az Instagram pedig kiváló eszköz az általunk kívánt rólunk alkotott kép létrehozásához. Goffman két fő fogalmat használ a homlokzatelméletben, (1) a *homlokzat*, amely az a viselkedés és prezentáció, amit az egyén mások előtt megmutat. Ez magában foglalja a külső látszatot és a kommunikációt. Ezt a homlokzatos használja a PTE a *studyinpecs_hungary* Instagram oldallal, ahol, habár megjelennek a kevésbé pozitív, sőt sokszor a diákokat akadályozó tényezők, az egész nemzetközi hallgatói létről és az ennek kontextust biztosító intézményről egy izgalmas, szórakoztató és sokszínű képet kaphatunk. Goffman elméletének második komponense a (2) *háttér*, mely egy privát tér, ahol az egyén nem köteles fenntartani a homlokzatát. Itt az egyén lazábban viselkedhet, és valódi érzéseit kifejezheti. Ez részben megfigyelhető a korábbiakban említett házaspárként élő diákoknál, akik egy másik Instagram oldalukon már a saját preferenciáikat, nehézségeiket és humoros helyzeteiket oszthatják meg követőikkel. Tulajdonképpen a közösségi média platformjai – amennyiben egyáltalán érdemes ezeket egymástól elválasztani, hiszen láthatjuk, hogy tartalmilag számos átfedés van közöttük – azok a terek, melyek Goffman elméletében homlokzatterekként szerepelnek, azaz, azok a helyzetek vagy szociális terek, ahol az egyén aktívan fenntartja homlokzatát, és a társadalmi elvárásoknak való megfelelésre összpontosít. Goffman elmélete szerint az emberek aktívan navigálnak különböző homlokzatterek között, alkalmazkodva az adott helyzetekhez és kapcsolatokhoz. Az emberek tanulnak interpretálni mások homlokzatait, és a társadalmi szabályok és normák fenntartásában közösen részt vesznek. A homlokzatalkotás kulcsfontosságú szerepet játszik az identitás kialakításában és mások felé történő prezentálásában a társadalmi interakciókban.

VII. A dolgozat összefoglalása

E doktori értekezés célkitűzése az volt, hogy a nemzetközi hallgatók mindennapi életét a médiahasználati stratégiáikon keresztül vizsgálja. Az empirikus kutatások alapján megállapítható, hogy a nemzetközi hallgatók, külföldi diákok, cserediákok és kreditmobilitási programban résztvevő hallgatók rendkívül változatos kulturális közösséget alkotnak, különböző motivációkkal, érdeklődési körökkel és célokkal.

Az eltérő kultúrába való beilleszkedés során a hallgatók számára számos mindennapi életbeli kihívás merül fel, amelyek kisebb vagy nagyobb mértékben, de mindannyiukat érintik. Az új kultúrába való megérkezés számos újszerű akadályt jelent, amelyekre otthonukban nem gondolnának, és amelyekkel a fogadó országban kell szembenéznük.

Bár a fogadó egyetemek többsége felkészül a diákok fogadására és tájékoztatja őket a várható nehézségekről, ez inkább az egyetemi és városi életben való eligazodásban nyújt segítséget. Az érzelmi nehézségek gyakran a különböző kultúrák találkozásából, az otthoniak hiányából erednek, és a hallgatóknak egyensúlyt kell találniuk a fogadó kultúra és saját kultúrájuk között.

Míg a hallgatók csoportja nagyon heterogén, megfigyelhetők bizonyos párhuzamok az azonos kultúrából érkező hallgatók médiahasználati szokásaiban. Mint Miller (2011) is hangsúlyozza, az emberek használják közösségi médiumokat, és a negatív feltételezésekkel ellentétben nemcsak a médiumok formálják a felhasználók időhöz, térhez és szociális kapcsolatokhoz való viszonyát, hanem az emberek és felhasználói csoportok is különböző funkciókkal és jelentéstartalommal látják el a médiumokat, befolyásolva ezáltal evolúciójukat. A médiahasználati mintázatok közösségenként változhatnak, és ezeket befolyásolhatja az érdeklődési kör, életkor, kulturális háttér, valamint az adott országokban elérhető médiumok.

A világjárvány időszaka komoly kihívások elé állított mindenkit, de azok, otthonuktól távol tartózkodtak ebben az időszakban – ideértve a sok nemzetközi hallgatót is –, még további nehézségekkel néztek szembe a számos bizonytalanság és az új helyzet kiszámíthatatlansága miatt. Azok a diákok, akik születési országuktól távol tanultak, azonban hazautaztak erre az időszakra, szintén szembesültek váratlan kihívásokkal. Annak ellenére, hogy több időt tölthettek a családjukkal, az online oktatás bevezetése sem mindig volt elegendő ahhoz, hogy leküzdjék a földrajzi távolságokból, időzónák közötti különbségekből adódó nehézségeket. A kezdeti bizonytalanságok és az intenzíven terjedő álhírek ellenére megfigyelhető, hogy a hallgatók rendkívül kreatívan alkalmazták a rendelkezésre álló médiumokat, kifejlesztve olyan stratégiákat, amelyek támogatták egyetemi tanulmányaikat.

Végezetül, mivel a dolgozat megírása is egy hosszabb időintervallumot ölelt fel, időközben a médiumok és a Pécsi Tudományegyetem kommunikációja is fejlődött, észlelhetővé vált az intézmény kommunikációjának elmozdulása a közösségi média irányába, mely irányzatát, habár az egyetem határozza meg, e folyamatnak a hallgatók is aktív résztvevői.

Bár az empirikus kutatások a nemzetközi hallgatók mindennapi életének számos apró részletét tárták fel, a dolgozat témája természetesen olyan további kérdéseket vethet fel, mint például hogyan formálódik a jövőben az online oktatás a nemzetközi hallgatók egyetemi tanulmányai során? Milyen hatással lehet a napjainkban dinamikusan fejlődő mesterséges intelligencia ezeknek a diákoknak a tanulási és alkalmazkodási képességeire, valamint a felsőoktatási intézmények szerepére és a diákokkal való kommunikációs folyamatokra? Ezen kérdésekre adott válaszok azonban a technológia rendkívül gyors fejlődése miatt akár napról napra is változhatnak.

Irodalomjegyzék

- Abbad, M. M., Morris, D., & de Nahlik, C. (2009). Looking under the Bonnet: Factors Affecting Student Adoption of E-Learning Systems in Jordan. *The International Review of Research in Open and Distance Learning*.
- Aichner, Thomas, Grünfelder Matthias, Maurer, Oswin & Jegeni, Dengeni (2021) Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. pp..215-222. <http://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–354. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Ali, S. (2019). Impacts of watching videos on academic performance at university level. *European Journal of Education Studies*. <https://doi.org/10.46827/ejes.v0i0.2480>
- Alyami, E., & Spiteri, L. (2015). International University Students' Online Shopping Behaviour. *World*, 5(3).
- Alwehaibi, H. O. (2015). The Impact Of Using YouTube In EFL Classroom On Enhancing EFL Students' Content Learning. *Journal of College Teaching & Learning (TLC)*, 12(2), 121–126. <https://doi.org/10.19030/tlc.v12i2.9182>
- Anderson, B. R. O. (1985). Imagined Communities. Reflections on the origin and spread of nationalism. *Pacific Affairs*, 58(3), 497. <https://doi.org/10.2307/2759245>
- Arkorful, V., & Abaidoo, N. (2015). The role of e-learning, advantages and disadvantages of its adoption in higher education. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 12(1), 29-42.
- Árvai, Péter (2009). A nemzetközi hallgatói bázis változása a Pécsi Tudományegyetemen a 2014/15 – 2017/18-as tanévek között. PTE Kapcsolati és Nemzetköziesítési Igazgatóság, kézirat.
- Arvanitidou, V., Antoniou, P., Michalopoulou, M., Diggelidis, N., & Serbezis, G. (2015). YouTube: An educational tool in Environmental Education. *International Journal of Education and Research*, 3(4). <https://www.ijern.com/journal/2015/April-2015/09.pdf>

- Baber, H. (2020). Determinants of students' perceived learning outcome and satisfaction in online learning during the pandemic of COVID-19. *Journal of Education and e-learning Research*, 7(3), 285-292.
- Bahasoan, A. N., Ayuandiani, W., Mukhram, M., & Rahmat, A. (2020). Effectiveness of online learning in pandemic COVID-19. *International journal of science, technology & management*, 1(2), 100-106.
- Bale, John (1986) Sport and national identity: a geographical view, *The International Journal of the History of Sport*, 3:1, 18-41,
<https://doi.org/10.1080/02649378608713587>
- Baghestan, A. G., & Hassan, M. A. (2010). Iran's media landscape: law, policy and media freedom. *Social Science Research Network*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3203888
- Barracough, S. (2001). *Satellite Television in Iran: Prohibition, Imitation and Reform*. *Middle Eastern Studies*, 37(3), 25–48. doi:10.1080/714004410
- Bausinger, H. (1984). Alltag, Technik, Medien.
- Berács, J., Derényi, A., Kádár-Csoboth, P., Kováts, G., Polónyi, I., & Temesi, J. (2017). Magyar Felsőoktatás 2016. Stratégiai helyzetértékelés. *Nemzetközi Felsőoktatási Kutatások Központja*.
http://nffk.uni-corvinus.hu/fileadmin/user_upload/hu/kutatokozpontok/NFKK/konferencia2015jan-MF2014/Magyar_Felsooktatas_2016.pdf (2019.01.10.)
- Berg, G. A., & Simonson, M. (2002). Why distance learning. *Higher Education Administrative Practices*, 208, 12.
- Berry, J. W. (1992). Acculturation and adaptation in a new society. *International Migration*, 30(s1), 69–85.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2435.1992.tb00776.x>
- Berry, J. W. (2006). Contexts of acculturation. *The Cambridge handbook of acculturation psychology*, 27(42), 328-336.
- Berry, J. W., Kim, U., Minde, T., & Mok, D. (1987). Comparative Studies of Acculturative Stress. *International Migration Review*, 21(3), 491-511.
<https://doi.org/10.1177/019791838702100303>
- Berry, J. W., & Sam, D. L. (1997). Acculturation and adaptation. *Handbook of cross-cultural psychology*, 3(2), 291-326.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. A. (1996). Remediation. *Configurations*, 4(3), 311-358.

- Bonini, T. (2011). The media as 'home-making' tools: life story of a Filipino migrant in Milan. *Media, Culture & Society*, 33(6), 869-883.
- Borsfay, Krisztina, Nguyen Luu, Lan Anh (2018). Megküzdés a migráns lét kihívásaival. Magyarországi kínai gyerekek akkulturációs tapasztalatainak feltérképezése. *Alkalmazott Pszichológia*, 18(4). pp. 7-33.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social network Sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Brügger, Niels. (2015). A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday*. 20. 10.5210/fm.v20i5.5423.
- Budarick, J. (2013). *Localised Audiences and Transnational Media: Media Use by Iranian-Australians*. *Media International Australia*, 148(1), 70–78.
<https://doi.org/10.1177/1329878x1314800108>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Chang, S., Alzougool, B., Berry, M., Gomes, C., Smith, S., & Reeders, D. (2012). International students in the digital age: do you know where your students go to for information? *Australian International Education Conference*.
http://aiec.idp.com/uploads/pdf/2012_chang_fri_1235_212_paper.pdf (2020.05.16.)
- Chavajay, P., & Skowronek, J. (2008). Aspects of acculturation stress among international students attending a university in the USA. *Psychological reports*, 103(3), 827-835.
- Chen, L., & Yang, X. (2015). Nature and effectiveness of online social support for intercultural adaptation of mainland Chinese international students. *International Journal of Communication*, 9, 21. <https://dr.ntu.edu.sg/handle/10220/48156>
- Chen, J. H., Li, Y., Wu, A. M., & Tong, K. K. (2020). The overlooked minority: Mental health of International students worldwide under the COVID-19 pandemic and beyond. *Asian journal of psychiatry*, 54, 102333.
- Chirikov, I., & Soria, K. M. (2020). International students' experiences and concerns during the pandemic.
- Cook, D. A. (2007). Web-based learning: pros, cons and controversies. *Clinical medicine*, 7(1), 37.

- Császár, Zsuzsa, Alpek Levente (2018). *A nemzetközi hallgatók vidéki egyetemvárosokra gyakorolt gazdasági szerepe Magyarországon Pécs példáján. Közép-Európai Közlemények. A történelemtudomány, a regionális tudomány, a földrajztudomány és a gazdálkodás- és szervezéstudományok művelőinek referált folyóirata. XI. (2) pp. 30-41.*
- Deardorff, D. K., & Smit, P. (2017). Intercultural competence in higher education. In *Routledge eBooks*. <https://doi.org/10.4324/9781315529257>
- Dehghan ht, Saeed Kamali (2014.06.02.). *Rouhanicare: Iran's president promises healthcare for all by 2018*. TheGuardian.com. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/iran-blog/2014/feb/06/iran-president-hassan-rouhani-healthcare-obamacare> (2024. 02. 27.)
- De Wit, Hans (2010). *Internationalisation of Higher Education in Europe and its assessment, trends and issues*. NVAO. http://www.obiret-iesalc.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/internationalisation_of_higher_education_in_europe_de_wit.pdf (2019.12.05.)
- Fatonia, N.A., Nurkhayatic, E., Nurdiawatid, E., Pamungkasf, F.G., Adhag, S., Purwanto, I.A., Julyantoj, O., & Azizik E. (2020). University students online learning system during Covid-19 pandemic: Advantages, constraints and solutions. *Systematic reviews in pharmacy, 11(7)*, 570-576. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.7.81>.
- Firang, D. (2020). The impact of COVID-19 pandemic on international students in Canada. *International Social Work, 63(6)*, 820-824.
- Fomina, S. N. , Besschetnova, O. V. & Chuvilina O. V.. The Impact of Self-Isolation on the Mental Health of University Students in the Covid-19 Pandemic. *2021 IEEE International Conference on Educational Technology (ICET)*, Beijing, China, 2021, pp. 306-311, doi: 10.1109/ICET52293.2021.9563133.
- Forbush, E., Foucault-Welles, B. (2016). Social media use and adaptation among Chinese students beginning to study in the United States. *International Journal of Intercultural Relations, 2016/50*. pp. 1–12. doi:10.1016/j.ijintrel.2015.10.007
- Filho, Leal, Wall, W., Rayman-Bacchus, T. (2021). Impacts of COVID-19 and social isolation on academic staff and students at universities: a cross-sectional study. *BMC Public Health 21*, 1213

<https://doi.org/10.1186/s12889-021-11040-z>

- Goffman, E. (2002). The presentation of self in everyday life. 1959. *Garden City, NY*, 259.
- Gomes, C. (2014). Negotiating everyday life in Australia: unpacking the parallel society inhabited by Asian international students through their social networks and entertainment media use. *Journal of Youth Studies*, 18(4), 515–536.
<https://doi.org/10.1080/13676261.2014.992316>
- Guo, Y., Li, Y., & Ito, N. (2014). *Exploring the Predicted Effect of Social Networking Site Use on Perceived Social Capital and Psychological Well-Being of Chinese International Students in Japan. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(1), 52–58.
doi:10.1089/cyber.2012.0537
- Habes, M., Al-Adwan, M. N., Rabat, A. a. R. a. F., Shatnawi, G. A., & Jwaniat, M. I. A. (2022). Effects of YouTube Culture on Academic Performance among Students in Jordan: A Structural Equation Modeling Study. *Journal of Intercultural Communication*, 56–65. <https://doi.org/10.36923/jicc.v22i4.38>
- Hashim, A. S., Awadh, W. A., & Hamoud, A. K. (2020, November). Student performance prediction model based on supervised machine learning algorithms. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 928, No. 3, p. 032019). IOP Publishing.
- Henze, J., & Zhu, J. (2012). Current research on Chinese students studying abroad. *Research in Comparative and International Education*, 7(1), 90-104.
- Hossain, M. D., & Veenstra, A. S. (2013). Online maintenance of life domains: Uses of social network sites during graduate education among the US and international students. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2697–2702.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.007>
- Ináncsi Mátyás, Farkas Tibor (2022). Álhírek ellenőrzése a közösségi médiafelületeken a COVID-19 járvány alatt. *Hadtudomány*, 32(1) pp. 42-53.
- Irawan, E., Ahmadi, A., Prianggono, A., Saputro, A. D., & Rachmadhani, M. S. (2020). YouTube channel development on education: Virtual learning solutions during the covid. *International journal of advanced science and technology*, 29(4), 2469-2478.
- Keller, C. & Cernerud, L. (2002). Students' perception of e-learning in university education. *Learning, Media and Technology*, 27(1), 55-67.
- Kim, Y. Y. (2001). *Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation*. Sage.

- Kim, K. H., Yun, H., & Yoon, Y. (2009). The Internet as a facilitator of cultural hybridization and interpersonal relationship management for Asian international students in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 19(2), 152-169.
- Koko, J. G. (2022). Effect of YouTube videos on students' academic achievement in mechanical Engineering craft practice in technical colleges in Rivers State. *International Journal Of Education And Evaluation*, 8(4), 16–24.
<https://doi.org/10.56201/ijee.v8.no4.2022.pg16.24>
- LaRose, R., Gregg, J., & Eastin, M. (1998). Audio graphic tele-courses for the Web: An experiment. *Journal of Computer Mediated Communications*, 4(2).
- Lee, E., Lee, L., & Jang, J. (2011). Internet for the Internationals: Effects of internet use motivations on international students' college adjustment. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(7–8), 433–437.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0406>
- Lee, H. (2010). "I am a kirogi mother": Education exodus and life transformation among Korean transnational women. *Journal of Language, Identity, and Education*, 9(4), 250-264.
- Lee, K., & Ranta, L. (2014). Facebook: Facilitating social access and language acquisition for international students? *TESL Canada Journal*, 31(2), 22.
<https://doi.org/10.18806/tesl.v31i2.1175>
- Li, X., & Chen, W. (2014). Facebook or Renren? A comparative study of social networking site use and social capital among Chinese international students in the United States. *Computers in Human Behavior*, 35, 116–123.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.012>
- Lin, J., Peng, W., Kim, M., Kim, S. Y., & LaRose, R. (2011). Social networking and adjustments among international students. *New Media & Society*, 14(3), 421–440.
<https://doi.org/10.1177/1461444811418627>
- Li, Z., Heath, M. A., Jackson, A. P., Allen, G. E., Fischer, L., & Chan, P. (2017). Acculturation experiences of Chinese international students who attend American universities. *Professional psychology: Research and practice*, 48(1), 11
- Lukács, A. (2021). Mental Well-Being of University students in social isolation. *European Journal of Health Psychology*, 28(1), 22–29.
<https://doi.org/10.1027/2512-8442/a000065>
- Maguire, J. A. (2011). *Globalization, sport and national identities*. *Sport in Society*, 14(7-8), 978–993.

doi:10.1080/17430437.2011.603553

Magyar Helsinki Bizottság (2020). *Az iráni diákok kollektív kiutasítása jogellenes és életveszélyes*

<https://helsinki.hu/az-irani-diakok-kollektiv-kiutasitasa-jogellenes-es-eletveszelyes/>
(2024. 02. 27.)

Martin, F., & Rizvi, F. (2014). Making Melbourne: Digital connectivity and international students' experience of locality. *Media, Culture & Society*, 36(7), 1016-1031.

McKimm, J., Jollie, C., & Cantillon, P. (2003). Web based learning. *Bmj*, 326(7394), 870-873.

M. Császár, Zsuzsa, Wusching Á. Tamás (2014). A Pécsi Tudományegyetem a külföldi hallgatók vonzásában. *Területfejlesztés és Innováció* (1) pp. 10-21.

Media Landscapes – Iran

<https://medialandscapes.org/country/iran> (2024. 02. 27.)

Mikal, J. P., & Grace, K. (2011). Against Abstinence-Only Education abroad. *Journal of Studies in International Education*, 16(3), 287–306.

<https://doi.org/10.1177/1028315311423108>

Miller, Daniel. (2011). *Tales from facebook*. Polity.

Miller, Daniel, Madianou, Mirca (2012). *Migration and New Media Transnational Families and Polymedia*. London, Routledge.

Moharami, M. & Daneshfar, S. (2022). The political climate of English language education in Iran: A review of policy responses to cultural hegemony. *Issues in Educational Research*, 32(1), 248-263. <http://www.iier.org.au/iier32/moharami.pdf>

Moore, J. L., Dickson-Deane, C., & Galyen, K. (2011). e-Learning, online learning, and distance learning environments: Are they the same? *The Internet and Higher Education*, 14(2), 129–135.

<https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2010.10.001>

Morley, D. (2003). What's home got to do with it? *European Journal of Cultural Studies*. Vol 6 (4) pp. 435-458.

Morley, D.; Silverstone, R. (1990). *Domestic communication -- technologies and meanings*. *Media, Culture & Society*, 12(1), 31–55.

doi:10.1177/016344390012001003

Mpungose, C. B. (2020). Emergent transition from face-to-face to online learning in a South African University in the context of the Coronavirus pandemic. *Humanities and social sciences communications*, 7(1), 1-9.

- Nae, N. (2020). Online learning during the pandemic: Where does Japan stand?. *Euromentor Journal*, 11(2), 7-24.
- Nagy, Krisztina: Literacy és felhasználói tudatosság. *Infokommunikáció és Jog*, 2016/1, 17-21.
- Nicolescu, L., & Galalae, C. (2013). A systematic literature review on students' international mobility and cultural adjustment. *Management and Marketing*, 8(2), 261.
<http://www.managementmarketing.ro/pdf/articole/312.pdf> (2024. 02. 27.)
- N. Rózsa, Erzsébet (2010). Az Iráni Iszlám Köztársaság – a síta modernizációs kísérlet. In: *Iszlám és modernizáció a Közel-Keleten* (szerk. Csicsmann László). BCE Nemzetközi Tanulmányok Intézet – AULA, 2010. 251-274.o.
- OECD (2005). E-learning in tertiary education [Online]. Available at <http://www.cumex.org>. (2024.02.21.)
- OECD (2013). How is international student mobility shaping up? *Education Indicators in Focus*, (5), p.1.
[https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20\(eng\)-Final.pdf](https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20(eng)-Final.pdf) (2019.10.23.)
- Olding, A. (2013). *An investigation of the social relationships and social interactions amongst international students studying in Australia: A case study using Facebook*. University of Tasmania.
<http://eprints.utas.edu.au/17111/1/Front-Olding-thesis-2013.pdf> (2020.05.16.)
- Panyi, Szabolcs (2020). *Így lettek barátokból a koronavírus bűnösei az irániak*.
<https://www.direkt36.hu/igy-lettek-baratokbol-a-koronavirus-bunosei-az-iraniak/>
- Park, N., Song, H. – Lee, K. M. (2014). Social networking sites and other media use, acculturation stress, and psychological well-being among East Asian college students in the United States. *Computers in Human Behavior*, (36) pp. 138–146.
 10.1016/j.chb.2014.03.037
- Peters, M. A., Wang, H., Ogunniran, M. O., Huang, Y., Green, B., Chunga, J. O., ... & Hayes, S. (2020). China's internationalized higher education during Covid-19: Collective student autoethnography. *Postdigital science and education*, 2, 968-988.
- Qiu, W. (2011). *Language Adjustment of International Students in the US: A Social Network Analysis on the Effects of Language Resources, Language Norm and Technology*. ProQuest LLC. 789 East Eisenhower Parkway, PO Box 1346, Ann Arbor, MI 48106.
- Raghuram, Parvati & Sondhi, Gunjan. (2022). The Entangled Infrastructures of International Student Migration: Lessons from Covid-19. 10.1007/978-3-030-81210-2_9.

- Rahul Choudaha, WES Research & Advisory Services, Kata Orosz, Li Chang (2012). Not All International Students Are the Same: Understanding Segments, Mapping Behavior. *World Education News and Reviews*.
<https://wenr.wes.org/2012/08/wenr-feature-2012-not-all-international-students-are-the-same> (2023.01.27.)
- Ramos, M. R., Cassidy, C., Reicher, S., & Haslam, S. A. (2016). A longitudinal study of the effects of discrimination on the acculturation strategies of international students. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 47(3), 401-420.
- Rassouli, A., & Osam, N. (2019). English Language Education Throughout Islamic Republic Reign in Iran: Government Policies and People's Attitudes. *SAGE Open*, 9(2).
<https://doi.org/10.1177/2158244019858435>
- Roy, S. (2023). Youtube's Influential Factors for Academic Achievement: A Two-Stage Approach. *Telematics and Informatics Reports*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4358018>
- Rui, J. R., & Wang, H. (2015). Social network sites and international students' cross-cultural adaptation. *Computers in Human Behavior*, 49, 400–411.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.041>
- Saha, N., & Karpinski, A. C. (2016). The influence of social media on international students' global life satisfaction and academic performance. In K. Bista & C. Foster (Eds.), *Campus support services, programs, and policies for international students* (pp. 57-76). Hershey, PA: Information Science Reference.
- Sandel, T. L. (2014). "Oh, I'm here!" Social media's impact on the cross-cultural adaptation of students studying abroad. *Journal of Intercultural Communication Research*, 43(1), 1-29.
doi:10.1080/17475759.2013.865662
- Sawyer, Rebecca, Chen, Guo-Ming (2012). The Impact of Social Media on Intercultural Adaptation. *Intercultural Communication Studies XXI*: 2.
https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=com_facpubs (2020.05.28.)
- Scheibe, C., & Rogow, F. (2011). *The teacher's guide to media literacy: Critical thinking in a multimedia world*. Corwin Press.
- Schneider, J., & Jin, L. (2020). International Students and Faculty across the Disciplines: A Language Socialization Perspective. *Journal of Language, Identity & Education*, 1–16. doi:10.1080/15348458.2020.1777869

- Seo, H., Harn, R. J., Ebrahim, H., & Aldana, J. (2016). International students' social media use and social adjustment. *First Monday*.
<https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.6880>
- Serdült, Viktória (2023). *Elkezdődött az iráni diákok pere, akiket azzal vádolnak, hogy a Covid kirobbanásakor balhézta a László-kórházban.*
https://hvg.hu/itthon/20231108_birosag_Covid_garazdasaggal_vadolt_irani_fiatal;
 (2024. 02. 27.)
- Shao, Y., & Crook, C. (2015). The potential of a mobile group blog to support cultural learning among overseas students. *Journal of Studies in International Education*, 19, 399-422.
 doi: 10.1177/1028315315574101
- Sík, Endre & Simonovits, Bori & Szeitl, Blanka. (2016). Az idegenellenesség alakulása és a bevándorlással kapcsolatos félelmek Magyarországon és a visegrádi országokban. *Regio*. 24. 81.
 doi.:10.17355/rkkpt.v24i2.114.
- Silverstone, R. & Haddon, L. (1996) 'Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life', in Silverstone, R. and Mansell, R (eds) *Communication by Design. The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford University Press, Oxford, pp. 44-74.
- Sin, S. J., & Kim, K. (2013). International students' everyday life information seeking: The informational value of social networking sites. *Library & Information Science Research*, 35(2), 107–116. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2012.11.006>
- Singh, V., & Thurman, A. C. (2019). How many ways can we define online learning? A Systematic Literature Review of Definitions of Online Learning (1988-2018). *American Journal of Distance Education*, 33(4), 289–306.
<https://doi.org/10.1080/08923647.2019.1663082>
- Sleeman, J., Lang, C., & Lemon, N. (2016). Social Media Challenges and affordances for international Students: bridges, boundaries, and hybrid spaces. *Journal of Studies in International Education*, 20(5), 391–415.
<https://doi.org/10.1177/1028315316662975>
- Smith, R. A., & Khawaja, N. G. (2011). A review of the acculturation experiences of international students. *International Journal of intercultural relations*, 35(6), 699-713.

- Soares, F. B., Recuero, R., & Da Silva Zago, G. (2018). Influencers in Polarized Political Networks on Twitter. SMSociety '18: Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society.
<https://doi.org/10.1145/3217804.3217909>
- Spigel, L. (2001). Media homes: Then and now. *International Journal of Cultural Studies*, 4(4), 385-411.
- Sriwilai, K., & Charoensukmongkol, P. (2015). Face it, don't Facebook it: Impacts of Social Media Addiction on Mindfulness, Coping Strategies and the Consequence on Emotional Exhaustion. *Stress and Health*, 32(4), 427–434.
<https://doi.org/10.1002/smi.2637>
- Szijártó, Zsolt (2015). Irányzatok és korszakok a médiaetnográfiai kutatásokban. Replika 1-2, 90–91.. pp. 13-26.
- Tang, M.J., Chan, E.T. (2020). Social Media: Influences and Impacts on Culture. In: Arai, K., Kapoor, S., Bhatia, R. (eds) Intelligent Computing. SAI 2020. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 1228. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-52249-0_33
- Tao, Y. H., Yeh, C. R., & Sun, S. I. (2006). Improving training needs assessment processes via the Internet: system design and qualitative study. *Internet Research*, 16 (4), 427–49.
- Teichler, U. (2017). Internationalisation trends in higher education and the changing role of international student mobility. *Journal of International Mobility*, N° 5(1), 177–216.
<https://doi.org/10.3917/jim.005.0179>
- Tempus Közalapítvány (2021): *Magyarországon végzett külföldi hallgatók pályakövetése. Kutatási gyorsjelentés*
https://tka.hu/docs/palyazatok/magyarorszagon_vegzett_kulfoldi_hallgatok_palyakövetese.pdf (2024. 03. 05.)
- Tsai, Susanna & Machado, Paulo (2002) E-learning basics: essay: E-learning, online learning, web-based learning, or distance learning: unveiling the ambiguity in current terminology. *eLearn Magazine* 2002(7) p.3.
- Twigg C. (2002). Quality, cost and access: the case for redesign. In The Wired Tower. Pittinsky MS (ed.). Prentice-Hall: New Jersey. p. 111–143.
- Umar Sivasubramaniam, S. (2011). Constructivism in EIL: Issues and insights for teaching and research. *The Journal of English as an International Language*, 1.

- Yang, C. C., Brown, B. B., & Braun, M. T. (2014). From Facebook to cell calls: Layers of electronic intimacy in college students' interpersonal relationships. *New Media & Society*, 16(1), 5-23.
- Ye, J. (2006). Traditional and online support networks in the cross-cultural adaptation of Chinese international students in the United States. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(3), 863-876.
- Yu Guo, Yiwei Li, and Naoya Ito. Exploring the Predicted Effect of Social Networking Site Use on Perceived Social Capital and Psychological Well-Being of Chinese International Students in Japan. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. Jan 2014. 52-58. <http://doi.org/10.1089/cyber.2012.0537>
- Venegas-Vera, A. V., Colbert, G. B., & Lerma, E. V. (2020). Positive and negative impact of social media in the COVID-19 era. *Reviews in Cardiovascular Medicine*, 21(4), 561. <https://doi.org/10.31083/j.rcm.2020.04.195>
- Wang, C. C. D., & Mallinckrodt, B. (2006). Acculturation, attachment, and psychosocial adjustment of Chinese/Taiwanese international students. *Journal of counseling psychology*, 53(4), 422.
- Wang, Y., Xia, M., Guo, W., Xu, F., & Zhao, Y. (2023). Academic performance under COVID-19: The role of online learning readiness and emotional competence. *Current psychology*, 42(34), 30562-30575.
- Ward, T. (2009). *Sport and national identity. Soccer & Society*, 10(5), 518-531. doi:10.1080/14660970902955455
- Werner, A.M., Tibubos, A.N., Mülder, L.M. et al. The impact of lockdown stress and loneliness during the COVID-19 pandemic on mental health among university students in Germany. *Sci Rep* 11, 22637 (2021). <https://doi.org/10.1038/s41598-021-02024-5>
- Wijaya, T. T., Zhou, Y., Purnama, A., & Hermita, N. (2020). Indonesian students learning attitude towards online learning during the coronavirus pandemic. *Psychology, Evaluation, and Technology in Educational Research*, 3(1), 17-25.
- Woodrow, L. (2006). Academic Success of International Postgraduate Education Students and the Role of English Proficiency. *University Of Sydney Papers In Tesol*. http://faculty.edfac.usyd.edu.au/projects/usp_in_tesol/pdf/volume01/article03.pdf
- Wusching Á. Tamás (2017). A nemzetközi hallgatók tanulmányi célú mobilitásának jellegzetességei Pécs és Debrecen példáján. *Tér és Társadalom* 31(2). <http://real.mtak.hu/73563/1/2828-9211-1-PB.pdf> (2020.09.19.)

doi:10.17649/tet.31.2.2828

Zboun, M. S. A., Ghammaz, S. a. D. A., & Zboun, M. S. A. (2018). The impact of the use of YouTube and Facebook on students' academic achievement in Geography course at the University of Jordan for the bachelor's degree. *Modern Applied Science*, 12(3), 164. <https://doi.org/10.5539/mas.v12n3p164>

Egyéb hivatkozások

A Covid-járvány óta egyre több az öngyilkossági kísérlet és a szándékos önártalom a fiatalok között

<https://g7.hu/elet/20221106/a-covid-jarvany-ota-egyre-tobb-az-ongyilkossagi-kiserlet-es-a-szandekos-onartalom-a-fiatalok-kozott/> (2024. 03. 05.)

Anzahl der Ausländer in Wien nach den zehn wichtigsten Staatsangehörigkeiten zu Jahresbeginn 2024

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/886994/umfrage/auslaender-in-wien-nach-staatsangehoerigkeit/> (2024.03.05.)

A Pécsi Tudományegyetem partnerintézményei

<https://international.pte.hu/international-relations/inter-university-agreements> (2024. 02. 29.)

A Pécsi Tudományegyetemen elérhető mobilitási programok

<https://international.pte.hu/mobility-programs> (2024. 02. 29.)

Az egyetem középkori/mai címere

<https://btk.pte.hu/hu/szimbolumaink/az-egyetem-kozepkorimai-cimere> (2024. 02. 28.)

Az iráni diákok kollektív kiutasítása jogellenes és életveszélyes

<https://helsinki.hu/az-irani-diakok-kollektiv-kiutasitasa-jogellenes-es-életveszelyes/> (2024. 02. 27.)

Elkezdődött az iráni diákok pere, akiket azzal vádolnak, hogy a Covid kirobbanásakor balhéztek a László-kórházban

https://hvg.hu/itthon/20231108_birosag_Covid_garazdasaggal_vadolt_irani_fiatal; (2024. 02. 27.)

Ezért kell búcsút intenünk a Messenger alkalmazásnak

<https://24.hu/tech/2023/03/10/meta-facebook-messenger-ujraegyesites-tiktok/> (2024. 02. 20.)

Facebook Chief Outlines Plans to Re-Integrate Messaging into the Main App;

<https://www.socialmediatoday.com/news/Facebook-Looks-to-Re-Integrate-Messaging/644372/> (2024. 02. 20.)

Félretájékoztatás és álhírek: vírusszerűen terjednek a COVID-19 járvány idején

<https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200326STO75917/felre-tajekoztatas-es-alhitek-viruszeruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen> (2024. 02. 02.)

Hogyan ismerjük fel az összeesküvés-elméleteket?

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation_hu#hogyan-ismerhetjk-fel-az-sszeeskvs-elmleteket (2024. 02. 26.)

How Many People Use YouTube? [New Data]

<https://backlinko.com/youtube-users> (2024. 02. 23.)

Idézet a Trainspotting T2 c. filmből

<https://www.imdb.com/title/tt2763304/characters/nm0000191> (2024. 03. 05.)

Így lettek barátokból a koronavírus bűnösei az irániak

<https://www.direkt36.hu/igy-lettek-baratokbol-a-koronavirus-bunosei-az-iraniak/> (2024. 02. 27.)

Instagram felhasználók száma 2020-2025

<https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-use-instagram> (2024. 02. 19.)

Internationally mobile students, global, 2011-2017.

<https://migrationdataportal.org/themes/international-students> (2019.10.23.)

Íránban egy hete lekapcsolták az internetet, de az iráni vezetők folyamatosan használják a közösségi oldalakat.

<https://168ora.hu/kulfold/iran-usa-internet-lekapcsolas-kulugyminiszterium-felszolitas-177772> (2020. 12. 05.)

Írán lekapcsolta az internetet.

https://hvg.hu/tudomany/Iran_lekapcsolta_az_internetet_5PCF3H (2020. 12. 05.)

Iran (Islamic Republic of) 1979 (rev. 1989)

https://www.constituteproject.org/constitution/Iran_1989 (2024. 03. 05.)

Iran population

<http://www.worldometers.info/world-population/iran-population> (2020.01.10.)

Islamic Republic of Iran Broadcasting 2010.

<https://www.irib.ir/English/AboutUs/index.php>. (2021.01.20.)

Küzdelem a dezinformáció ellen

<https://www.europarl.europa.eu/topics/hu/article/20200326STO75917/felretajekoztat-as-es-alhitek-viruszseruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen> (2024. 02. 26.)

Migration Data Portal: International Students.

<https://migrationdataportal.org/themes/international-students> (2019.10.24.)

Media Landscapes – Iran

https://medialandscapes.org/country/iran_(2019.10.26.)

New ASPCA Survey Shows Overwhelming Majority of Dogs and Cats Acquired During the Pandemic Are Still in Their Homes

<https://www.asPCA.org/about-us/press-releases/new-asPCA-survey-shows-overwhelming-majority-dogs-and-cats-acquired-during> (2024.03.03.)

Number of Internet users in Middle-East countries

<https://www.statista.com/statistics/603061/number-of-internet-users-in-middle-east-countries/> (2021.01.10.)

Number of TikTok users worldwide from 2018 to 2027.

<https://whatsthebigdata.com/tiktok-statistics/> (2024. 02. 19.)

Pécs népessége

<http://nepesseg.com/baranya/pecs> (2023.12.19.)

QQ: The biggest digital platform you've never heard of

<https://www.clickz.com/qq-the-biggest-digital-platform-youve-never-heard-of/113476/> (2024. 03. 05.)

Renren, Once China's Answer to Facebook, Is a Digital Ghost Town

<https://www.sixthtone.com/news/1002846> (2024. 03. 05.)

Sagepub.com

<https://journals.sagepub.com/home/sgo> (2020. 05. 01.)

SixDegrees.com – The Start of Social Media

<https://medium.com/@emijones/sixdegrees-com-the-start-of-social-media-86e287d446e9e> (2024. 02. 19.)

The Impact of Covid-19 on the surge in online shopping across the globe

<https://medium.com/data-and-beyond/the-impact-of-covid-19-on-the-surge-in-online-shopping-across-the-globe-602df30dec1d> (2024. 02. 26.)

The Popular International Evening is Back!

<https://international.pte.hu/news/popular-international-evening-back> (2024. 03. 05.)

University of Pécs Covid News

<https://pte.hu/en/covid/news> (2024. 02. 27.)

What is ProQuest?

<https://libguides.bellevue.edu/c.php?g=148415&p=974953> (2024.03.05.)

Who is Informit?

<https://www.informit.org/who-is-informit> (2020. 05. 01.)

Wiener Bevölkerung 2023: Daten und Fakten zu Migration und Integration

<https://www.wien.gv.at/menschen/integration/daten-fakten/bevoelkerung-migration.html> (2024.03.05.)

2019 Report on International Religious Freedom: Iran

<https://www.state.gov/reports/2019-report-on-international-religious-freedom/iran/>
(2024.01.26.)

30+ Important YouTube Statistics That You Must Know in 2024

<https://www.socialpilot.co/youtube-marketing/youtube-statistics> (2024. 02. 23.)

53% of Iranians Use Social Media

<https://financialtribune.com/articles/economy-sci-tech/33702/53-of-iranians-use-social-media> (2024. 03. 05.)

Függelék

Online kérdőív a PTE nemzetközi hallgatóinak médiahasználati preferenciáiról										
I. szakasz: Adatközlő adatai										
Nem (válassza ki a megfelelő választ)										
férfi				nő			nem kívánok válaszolni			
Életkor (saját válasz)										
Származási ország (saját válasz)										
Kar (válassza ki a megfelelő választ)										
ÁJK	ÁOK	BTK	ETK	GyTk	KTk	KPVK	PMMIK	MK	TTK	
Szak (saját válasz)										
Képzés szintje (válassza ki a megfelelő választ)										
BA			MA			PhD		egyéb:...		
Tanul-e jelenleg magyar nyelvet vagy részt vett-e korábban magyar nyelvi képzésben? (válassza ki a megfelelő választ)										
igen					nem					
II. szakasz: Eszközhasználat										
Milyen eszközökkel rendelkezik? (válassza ki a megfelelő válaszokat)										
PC		laptop			táblagép		okostelefon		egyéb:...	
A használat gyakorisága szerint rendezze sorba a felsorolt eszközöket!										
PC		laptop			táblagép		okostelefon		egyéb:...	
Milyen eszközökkel rendelkezett otthon? (válassza ki a megfelelő válaszokat)										
PC		laptop			táblagép		okostelefon		egyéb:...	
A használat gyakorisága szerint rendezze sorba a felsorolt eszközöket!										
PC		laptop			táblagép		okostelefon		egyéb:...	
III. szakasz: Social media alkalmazások preferenciája										
Mely közösségi médiaplatformokat, alkalmazásokat használja jelenleg? (válassza ki a megfelelő válaszokat) *(https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/iran alapján)										
Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
A használat gyakorisága szerint rendezze sorba a felsorolt közösségi médiaplatformokat, alkalmazásokat!										
Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
Mely közösségi médiaplatformokat, alkalmazásokat használta otthon? (válassza ki a megfelelő válaszokat)										
Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
A használat gyakorisága szerint rendezze sorba a felsorolt közösségi médiaplatformokat!										
Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
Mit gondol, kevesebb vagy több időt tölt el közösségi médiahasználattal, amióta a PTE-n tanul? (válassza ki a megfelelő választ)										
amióta a PTE hallgatója vagyok, több időt töltök közösségi médiahasználattal				amióta a PTE hallgatója vagyok, kevesebb időt töltök médiahasználattal				ugyanannyi időt töltök közösségi médiahasználattal		
Mit gondol, megváltoztak a közösségi médiahasználati preferenciái, amióta a PTE-n tanul? Ha igen, hogyan?										

(saját válasz)														
IV. szakasz: A diákok szociális hálója														
Kikkel tartja a kapcsolatot? (válassza ki a megfelelő válaszokat)														
otthoni családtagok, rokonok, barátok	PTE oktatói			PTE magyar hallgatói			PTE más származási országgal rendelkező (azaz nem iráni) nemzetközi hallgatói							
PTE iráni származású hallgatói	nem Pécsen, de Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók			nem Pécsen, de Magyarországon élő nemzetközi hallgatók			nem Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók							
nem Magyarországon élő nemzetközi hallgatók	Pécsen élő, nem egyetemista irániak			pécsi városlakók			egyéb: ...							
Az előző kérdésben felsoroltak közül kikkel milyen platformon tartja a kapcsolatot? (válassza ki a megfelelő válaszokat)														
otthoni családtagok, rokonok, barátok	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
PTE oktatói	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
PTE magyar hallgatói	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
PTE más származási országgal rendelkező (azaz nem iráni) nemzetközi hallgatói	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
PTE iráni származású hallgatói	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
nem Pécsen, de Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
nem Pécsen, de Magyarországon élő nemzetközi hallgatók	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
nem Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb

nem Magyarországon élő nemzetközi hallgatók	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
Pécsen élő, nem egyetemista irániak	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
pécsi városlakók	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
egyéb	telefon	email	egyetemi platformok (pl. Neptun)	Facebook	Messenger	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn	Reddit	Skype	Telegram	WhatsApp	egyéb
Kérem, írja le, kikkel tartotta a kapcsolatot otthon, és milyen csatornán?														
(saját válasz)														
Mit gondol, megváltoztak-e a kapcsolati hálói, amióta a PTE-n tanul? (válassza ki a megfelelő választ)														
igen, amióta a PTE-n tanulok, több emberrel tartom a kapcsolatot			igen, amióta a PTE-n tanulok, kevesebb emberrel tartom a kapcsolatot			nem, kapcsolati hálóm mennyisége nem változott, csak más emberekkel tartom a kapcsolatot			egyáltalán nem változtak a kapcsolataim, amióta a PTE-n tanulok					
V. szakasz: Tájékozódás														
Milyen jellegű híreket fogyaszt? (válassza ki a megfelelő válaszokat)														
hírek Iránról					lokális hírek					nemzetközi hírek				
Mely témák iránt érdeklődik? (válassza ki a megfelelő válaszokat)														
belpolitika Irán		belpolitika Magyarország		külpolitika		gazdaság		kultúra, szórakozás		tudomány		sport		
Milyen nyelven fogyasztja ezeket a híreket?														
belpolitika Irán		anyanyelvén			angolul			magyarul			egyéb			
belpolitika Magyarország		anyanyelvén			angolul			magyarul			egyéb			
külpolitika		anyanyelvén			angolul			magyarul			egyéb			
gazdaság		anyanyelvén			angolul			magyarul			egyéb			
kultúra, szórakozás		anyanyelvén			angolul			magyarul			egyéb			
tudomány		anyanyelvén			angolul			magyarul			egyéb			
sport		anyanyelvén			angolul			magyarul			egyéb			
Milyen platformokon fogyasztja ezeket a híreket? (válassza ki a megfelelő válaszokat, nevezzen meg egy példát)														
belpolitika Irán		belpolitika Magyarország		külpolitika		gazdaság		kultúra, szórakozás		tudomány		sport		
közösségi média		közösségi média		közösségi média		közösségi média		közösségi média		közösségi média		közösségi média		
hírportálok		hírportálok		hírportálok		hírportálok		hírportálok		hírportálok		hírportálok		
blogok		blogok		blogok		blogok		blogok		blogok		blogok		

ismerősök	ismerősök	ismerősök	ismerősök	ismerősök	ismerősök	ismerősök	ismerősök	ismerősök	
VI. szakasz: Mindennapi életbeli nehézségek									
Rendelkezett-e ismeretekkel a városról és az egyetemről, mielőtt megérkezett Magyarországra?									
igen				nem					
Amennyiben rendelkezett ismeretekkel, honnan szerezte ezeket az információkat?									
internet	közösségi média						ismerősök		
	Facebook	Messenger	Instagram	YouTube	Reddit				
	LinkedIn	Skype	Twitter	Telegram	WhatsApp				
egyéb: (Kérem, sorolja fel!)						(Kérem, sorolja fel!)			
Milyen nehézségekkel szembesült, mikor megérkezett Pécsre? (válassza ki a megfelelő válaszokat)									
lakhatás	egészségügyi ellátás	ügyintézés az egyetemen	ügyintézés a városban	beilleszkedés az egyetemen	kulturális különbségek	nyelvi különbségek	hónvágy	nem szembesültem nehézségekkel	egyéb
A nehézségei leküzdéséhez kitől kért segítséget? (válassza ki a megfelelő válaszokat)									
otthoni családtagok, rokonok, barátok	PTE oktatói			PTE magyar hallgatói		PTE más származási országgal rendelkező (azaz nem iráni) nemzetközi hallgatói			
PTE iráni származású hallgatói	nem Pécsen, de Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók			nem Pécsen, de Magyarországon élő nemzetközi hallgatók		nem Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók			
nem Magyarországon élő nemzetközi hallgatók	Pécsen élő, nem egyetemista irániak			pécsi városlakók		egyéb:...			
Kérem, nevezze meg az Ön számára legfontosabb, leggyakrabban látogatott 5 helyet Pécsen! (saját válasz)									
1.		2.		3.		4.		5.	
Ha a mindennapi életében Pécsen szüksége van segítségre, kikhez fordulhat?									
otthoni családtagok, rokonok, barátok	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző		inkább jellemző		teljes mértékben jellemző			
PTE oktatói	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző		inkább jellemző		teljes mértékben jellemző			
PTE magyar hallgatói	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző		inkább jellemző		teljes mértékben jellemző			
PTE más származási országgal rendelkező (azaz nem iráni) nemzetközi hallgatói	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző		inkább jellemző		teljes mértékben jellemző			
PTE iráni származású hallgatói	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző		inkább jellemző		teljes mértékben jellemző			

nem Pécsen, de Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
nem Pécsen, de Magyarországon élő nemzetközi hallgatók	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
nem Magyarországon élő iráni nemzetközi hallgatók	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
nem Magyarországon élő nemzetközi hallgatók	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
Pécsen élő, nem egyetemista irániak	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
pécsi városlakók	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
egyéb	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
Ha a mindennapi életében Pécsen szüksége van segítségre, milyen platformon kérhet segítséget?					
személyesen	kollégiumban	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	lakótársaktól, szomszédoktól	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	szaktársaktól	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	oktatóktól	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	barátoktól	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
internet		egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
közösségi média	Facebook	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	Messenger	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	LinkedIn	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	Instagram	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	YouTube	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	Reddit	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	Skype	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	Telegram	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	Twitter	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
	WhatsApp	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
egyéb	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző	
egyéb		egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
Kérem, foglalja össze, milyen hatást gyakorolt a közösségi média mindennapi életére, amióta a PTE hallgatója!					
(saját válasz)					

Online kérdőív a PTE nemzetközi hallgatóinak tapasztalatai a világvárvány alatt									
Nem (válassza ki a megfelelő választ)									
férfi			nő				nem kívánok válaszolni		
Életkor (saját válasz)									
Származási ország (saját válasz)									
Kar									
ÁJK	ÁOK	BTK	ETK	GyTk	KTK	KPVK	PMMIK	MK	TTK
Szak (saját válasz)									
Képzés szintje									
BA			MA			PhD		egyéb:...	
Tanul-e jelenleg magyar nyelvet vagy részt vett-e korábban magyar nyelvi képzésben? (válassza ki a megfelelő választ)									
igen					nem				
Mióta tartózkodik Magyarországon? (saját válasz)									
Hol lakik?									
saját lakása/albérlete van					kollégiumban				
Mobilitás típusa									
kreditmobilitás					diploma-mobilitás				
Hazautazott a lockdown előtt?									
igen					nem				
Kivel töltötte a lockdownt?									
családjával			barátaival/lakótársaival			egyedül			
partnerével			egyéb:						
Mit talált a legnehezebbnek a mindennapi életben a világvárvány alatt? (Legfeljebb három választ adjon!)									
hazautazás/visszatérés					anyagi bizonytalanság				
adminisztrációs ügyek (pl.: vízum)					munkanélküliség				
online tanulás					érzelmi bizonytalanság, mentális problémák				
rasszizmus					egyéb:				
Milyen módszereket / eszközöket / tevékenységeket alkalmazott a világvárvány okozta nehézségek / frusztráció / elszigeteltség leküzdésére?									
sport					játékok				
kirándulás					főzés				
zene					social media				
egyéb:									
Véleménye szerint több vagy kevesebb időt töltött a közösségi média használatával a lezárások alatt?									
több			kevesebb				nem volt változás		
Milyen platformokat/alkalmazásokat/oldalakat használt?									
Telegram			Facebook			Viber			
WhatsApp			YouTube			MS Teams			
Instagram			Messenger			Zoom			
egyéb:									
Mi motiválta leginkább a közösségi média használatát?									
Kapcsolattartás a szülőkkel / rokonokkal / a partnerével			Kapcsolattartás a barátokkal			Kapcsolattartás az egyetemmel			
Szórakozás			Információgyűjtés a COVID-19-ről			egyéb:			
Hogyan értesült a magyarországi korlátozásokkal kapcsolatos aktualitásokról?									
egyetemi platformokról (honlap, Facebook, e-mailek, Teams)			híroldalokról			közösségi média platformokról/csoportokból		Családtól / barátoktól / lakótársaktól	
Az egyetem a Covid-19 korlátozásokról, frissítésekről... tájékoztatott									
... nagyon jól, a munkatársak és az oktatók nagyon segítőkészek voltak.			...elégtelenül, más forrásokból kellett információt szerezniem.				egyéb:		
Az online oktatás...									
ugyanolyan jó, mint offline			... úgy érzem, mintha kevesebbet tanultam volna.			... szeretnék hosszú távon így tanulni.			
Ha most felvételizne a felsőoktatási intézménybe...									
... nem jelentkezne külföldi egyetemre			...még mindig a Pécsi Tudományegyetemre jelentkezne			... más intézménybe/országba jelentkezne			

Online kérdőív az online oktatás megítéléséről a Pécsi Tudományegyetem nemzetközi hallgatóinak körében									
I. szakasz: személyes adatok									
Életkor					saját válasz				
Nem					saját válasz				
Származási ország					saját válasz				
Kar									
ÁJK	ÁOK	BTK	ETK	GyTk	KTK	KPVK	PMMIK	MK	TTK
Mióta él Magyarországon									
kevesebb, mint egy éve		1-3 éve			3 éve		több, mint 5 éve		
Beszél magyarul?									
igen			nem				részben		
II. szakasz: az online oktatással kapcsolatos tapasztalatok									
Milyen eszközöket használt az online oktatás során?									
okostelefon		laptop			pc		egyéb		
Milyen platformokat/alkalmazásokat használt az online oktatás során?									
MS Teams		Telegram			Sina Weibo		Snapchat		
Zoom		Reddit			Twitter		Line		
YouTube		WeChat			Baidu Tieba		Pinterest		
WhatsApp		Instagram			Skype		TikTok		
Facebook		QQ			LinkedIn		Viber		
Messenger		QZone			egyéb				
Mi volt a legnehezebb az online oktatásban?									
monotonitás		izoláció a többi hallgatótól			rossz hatással volt a szabadidőmre				
rossz hatással volt a fizikai egészségemre		olyan szakon tanulok, ahol elengedhetetlen a személyes jelenlét és fontos a gyakorlati oktatás			túl sok résztvevő az órákon, ami akadályozta a megértést, a kérdések feltevését, a tananyagra való összpontosítást				
a többi diák nyelvtudásának hiánya		az oktatók nyelvtudásának hiánya			otthon voltam (a küldő országomban), amely teljesen más időzónában van				
technikai problémák (internetproblémák, nem működő eszközök)		több óra egyszerre			a bemutatott anyag nem volt érthető				
megnehezítette az empirikus kutatást		egyéb							
Mít talált pozitívnak az online oktatásban? Milyen előnyei vannak az online oktatásnak?									
kényelmes volt otthonról tanulni		jó volt, hogy az időm nagy részét én szerveztem meg			több eszközt és platformot tudtam bevonni a tanulásba, ami segítette a megértést és szórakoztatóbbá tette a tanulást				
rengeteg időt takarítottam meg, amit nem kellett az egyetemre utazással töltenem		több időt tudtam tölteni a családommal/barátaimmal			több időt tudtam fordítani a sportra / a hobbijaimra				
megismertem új platformokat, amelyek segítenek a tanulásban.		új, kreatívabb feladattípusokat kaptunk az online oktatás során			sokat fejlődtem az információk / álhírek szelektálásában				
javítottam a csapatmunkában való képességeimen		fejlődtek a digitális készségeim							
Szeretné továbbra is használni ezt a tanulási formát?									
igen		igen, de csak olyan (elméleti) témák esetében, amelyek nem igényelnek személyes jelenlétet			nem				
Visszatekintve az online tanulás egy ...									
pozitív élmény volt számomra, jó hatással volt a tanulmányi teljesítményemre		többnyire pozitív tapasztalat számomra		többnyire negatív tapasztalat számomra		egyértelműen negatív élmény volt számomra, rontotta a tanulmányi teljesítményemet		semleges tapasztalat, nem volt hatása a teljesítményre	