

Debreceni Egyetem
Bölcsészettudományi Kar
Nevelés- és Művelődéstudományok Intézete
Művelődéstudományi és Humán Tanulmányok Tanszék

**Debreceni egyetemisták kulturális érdeklődése,
intézménylátogatási szokásai**

TDK dolgozat

Témavezető:
Dr. Márkus Edina
egyetemi adjunktus

Készítette:
Sebők Lajos, kulturális mediáció MA
Kota Dominika, közösségsszervezés BA
Szabó Tamara Dóra, közösségsszervezés BA

Debrecen
2024

Tartalom

1. Bevezetés.....	2
2. Elméleti háttér.....	3
2.1. Fogalmi áttekintés.....	4
2.2. Kutatásunk célcsoportja, az egyetemisták, különös tekintettel a Debreceni Egyetem hallgatóira.....	11
3. Hazai és nemzetközi kutatások, különös tekintettel az egyetemisták körében végzett vizsgálatokra.....	12
4. A Debreceni Egyetem hallgatói körében végzett kutatásunk eredményei.....	18
4.1. A kutatás módszertana.....	18
4.2. A minta jellemzése.....	21
4.3. A kulturális érdeklődésre vonatkozó eredmények.....	22
4.4. A kultúrához való viszony.....	27
4.5. A hallgatók és a helyi kulturális intézmények kapcsolata.....	29
5. Összegzés.....	35
Felhasznált irodalom.....	37
Mellékletek (külön fájl)	

A kutatás mottója: „A kultúra bennünk él, tegyük hát együtt Debrecenért!”

1. Bevezetés

A kultúra egy rendkívül komplex rendszer, amely számos kézzelfogható vagy éppen nem kézzelfogható tényezőből áll össze. Magába foglal mindent, amit az emberiség az évezredek alatt létrehozott. Azonban a folyamatos változások következtében a kultúra is folyamatosan átalakul, igazodik a jelen igényeihez (Andorka, 2006). Egyik legfontosabb szerepe az, hogy a kultúra formálja a személyiségünket, valamint a közösségi identitástudatunkat is fejleszti. A pozitív hatások minden korosztályt érintenek, azonban vannak olyan időszakok, amelyek során a kultúra által előidézett fejlődés nagyon meghatározó. Ilyen időszak az intézményes oktatás korszaka.

Az általunk végzett kutatás a Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Kara által működtetett *Művészeti Központ*hoz köthető. A központ által szervezett *Kulturális színterek Debrecenben* kurzus keretében indult a munkánk, a vizsgálatunk során a Debreceni Egyetemre járó hallgatók, valamint Debrecen város kulturális intézményei közötti kapcsolatot kutattuk. Debrecen, Magyarország második legnagyobb városaként pezsgő kulturális élettel rendelkezik, így sok kulturális program, valamint kultúraközvetítő intézmény is található a városban, amelyek szeretnék megszólítani az egyetemistákat is.

Vizsgálatunk során arra törekedtünk, hogy a hallgatók kultúrafogyasztási, intézménylátogatási szokásait, valamint igényeit feltérképezzük. Vizsgált témaköreink közé tartozik még az információszerzés a kulturális eseményekről, valamint az intézmények esetleges látogatásának elmulasztásának okai, a hallgatók intézményekkel való elégedettségének vizsgálata.

Kutatásunk a következő kérdésekre keresi a választ: A debreceni egyetemisták mennyire ismerik a település kulturális intézményeit? Milyen kulturális területek iránt érdeklődnek? Milyen a kultúrához való hozzáállásuk? Milyen különbségek vannak a különböző karokra járó, a debreceni és nem debreceni hallgatókat tekintve? A kulturális intézmények programkínálata megegyezik-e a hallgatók érdeklődésével? Továbbá arra is keressük a választ, hogy ha nem látogatnak kulturális intézményeket a hallgatók a városban, az miért van, és milyen más lehetőségeket részesítenek előnyben.

Választott témánk azért fontos az intézmények szemszögéből is, mivel az egyetemi hallgatók közössége egy potenciális látogatói kört jelenthetnek számukra. Az elért eredmények iránymutatásként szolgálhatnak a kulturális intézmények számára a programjaik tervezésekor.

A magyar hallgatók mellett a külföldi hallgatók véleményét is célszerűnek láttuk feltérképezni, azonban a külföldi hallgatókat végül nem vontuk be a vizsgálatba, mert számukra szűkebb a programkínálat a nyelvi akadályok miatt.

Kvantitatív kutatást végeztünk, amelyhez online kérdőívet használtunk. A válaszadóink az egyetem minden karáról vannak. Törekedtünk a karonkénti eloszlás szempontjából a reprezentativitás elérésére, azonban ezt nem minden tekintetben sikerült elérni, erről a kutatás módszertanáról szóló fejezetben részletesen is írunk.

Dolgozatunk felépítése a következők szerint alakul: a témához kapcsolódó szakirodalmak, valamint korábbi kutatások és az ahhoz kapcsolódó eredmények ismertetése. Ezt követi egy módszertani rész, amely a kutatás körülményeit, a kérdőív tematikus részeit, valamint magát a mintavételi eljárást mutatja be. Mindezek után az eredményeket igyekszünk bemutatni, egy- és többváltozós elemzéseket végeztünk, az adatelemzést SPSS szoftver segítségével végeztük.

2. Elméleti háttér

A kultúrafogyasztás kulcsfontosságú szerepet tölt be egy ember életében. Különösen így van ez azon fiatalok esetében is. Ez az időszak számukra a személyiségfejlődésről, kapcsolatépítésről, tapasztalatszerzésről szól. Kultúrafogyasztás, valamint kulturális intézmények vizsgálata során elengedhetetlen a kulturális tőke fogalmi körének említése. Pierre Bourdieu szerint elkülöníthetünk gazdasági, társadalmi és kulturális tőkét. Az utóbbit pedig tovább bonthatjuk *inkorporált*, *objektívált* valamint *intézményesült* kulturális tőkére. Az első és legnagyobb hatással az emberekre a családja van a kulturális tőke szempontjából, majd ezt követik az oktatási intézmények, amelyek szintén szerves részét képezik az ismeretátadásnak, végezetül pedig a kultúraközvetítő intézmények szerepelnek. A kulturális tőke magába foglalja az egyén saját tudását, tapasztalatait, szokásait, készségeket, képességeket, a családtól és a környezettől szervezett ismereteket, valamint kulturális termékeket, és a kultúrafogyasztáshoz kapcsolódó tényezőket is. Ezen tények ismeretében elmondható, hogy az így megszerzett tudás rendkívül hasznos tud lenni, sokszor jelenthet előnyt az életben (Bourdieu, 1999).

A kulturális tevékenység végzése számos előnnyel járhat, ezen előnyök közé sorolható a kapcsolatépítés lehetősége, tudásszerzés, különböző „*soft skills*” -ek fejlesztése, esetlegesen a hagyományok és a kulturális örökségek megőrzése is. Mindezek mellett pedig a kultúrafogyasztásból származtatható gazdasági előny is megjelenhet. Az így megszerzett tudás, hozzáadódik a kulturális tőkéhez. Az elmúlt évtizedek robbanásszerű fejlődésének eredménye,

hogy Magyarországon egyfajta rétegződés kialakulása ment végbe a kultúrafogyasztás szempontjából. Az ezredforduló óta a magaskultúrát kedvelők száma visszaesett ugyanis a tömegkultúra térnyerése meghatározóvá vált (Hunyadi, 2005). A mostani fiatalok kultúrafogyasztását nagymértékben befolyásolják az internetes tartalmak, valamint az infokommunikációs eszközök térnyerése. Ebből adódóan azonban egyre inkább csökken a népszerűségük a hagyományos kultúraközvetítő intézményeknek (Pavluska, 2014). A kulturális intézményeknek, amelyek szeretnék bevonítani a fiatalokat számos dolgot kell figyelembe venni. Szükségszerű a meglévő programok, a hagyománykövető események újragondolása. Ennek az az oka, hogy a fiatalok sokkal inkább preferálják a modern körülményeket a kultúra területén is (Mohos, & Ponyi, 2020). Mindezek mellett pedig az egyéni kulturális tőke megszerzésére is biztosítaniuk kell a lehetőséget az intézményeknek. Ezen tevékenység elvégzéséhez pedig nagy segítséget nyújthatnak számunkra a legfrissebb ifjúságkutatások elemzése, illetve a kultúrafogyasztási tendenciák lekövetése (Pavluska, 2014). Az elmúlt évek kutatásainak eredményei szerint a kulturális intézmények népszerűsége csökkenő tendenciát mutat a fiatalok körében, annak ellenére is, hogy ezen intézmények különösen fontos szereppel rendelkeznek az ifjúsági életszakasz viszonylatában (Mohos & Ponyi, 2020). Az egyre inkább csökkenő népszerűség mind társadalmi mind egyéni szempontból is negatívumokkal jár. A fiatalok kulturális identitása gyengül, ezzel egyidejűleg pedig a hagyományos kultúra is „kopik”. Ennek az az oka, hogy a régi hagyományok, szokások fokozatosan eltűnnek mivel a továbbörökítés vágya is csökken. Másik nagyon sarkalatos eredménye lehet ennek a folyamatnak a kultúraközvetítő intézmények, kulturális szférában dolgozó emberek munkahelyének megszűnése, ez a folyamat hosszútávon pedig a kultúra sokszínűségét is veszélyeztetheti.

2.1. Fogalmi áttekintés

Ebben az alfejezetben a kutatásunk kapcsán meghatározó fogalmakat (*kulturális fogyasztás, kulturális részvétel, szabadidő, kultúra, online kultúrafogyasztás, ifjúság*) tekintjük át.

Fontos meghatározni, hogy mit is jelent a **kultúra**. A kultúra szó definiálásra számos megközelítés létezik, továbbá számos kutatót foglalkoztat ennek a fogalomnak a kérdésköre (Tylor, 1871; Kroeber & Kluckhohn, 1952; Hofstede, 1991; Spencer-Oatey, 2000; Vitányi, 2002; Andó, 2006).

Kroeber & Kluckhohn (1952) munkájukban több mint százötven definíciót azonosítottak. Az elmúlt évtizedekben az új elméletek megjelenésével és a szakirodalom bővülésével ezen fogalmak száma jelentősen megnövekedett. Kroeber és Kluckhohn a vizsgált kultúradefiníciókat hét kategóriába sorolták: *deskriptív, történeti, normatív, pszichológiai, strukturális, genetikai* (az eredetközpontú megközelítések), valamint „*nem teljes*” definíciók. Ez utóbbi kategóriába olyan meghatározások tartoznak, amelyek inkább metaforikus jellegűek, vagy nem a kultúra átfogó rendszerezésére törekednek, hanem arra kínálnak támpontokat, hogy milyen szempontok mentén vizsgálható a kultúra egy adott társadalmi összefüggésben. Szerintük a kultúra olyan explicit és implicit viselkedésmintákból tevődik össze, amelynek alapjait a tradicionális berögződések és ezekkel a tényezőkhöz szorosan kapcsolódó értékek alkotják (Andó, 2006; Nagy, 2019). A legáltalánosabb megközelítésben, a legszélesebb értelemben *a kultúra az emberiség által létrehozott anyagi és szellemi értékek összessége* (Magyar Értelmező Kéziszótár, 2003: 774), és talán ezen fogalommeghatározás a leggyakrabban használt is.

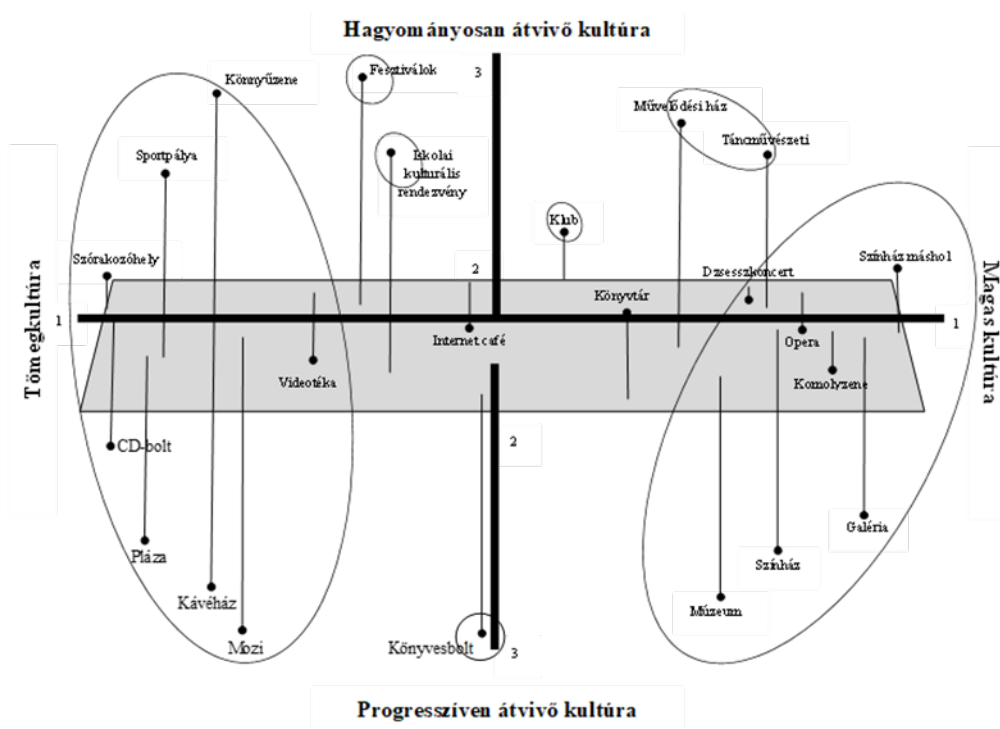
Kutatásunkban vizsgáljuk a hallgatók **kultúrafogyasztását és kulturális részvételét**, a kulturális intézményekhez fűződő viszonyukat, így elengedhetetlen a témához kapcsolódó főbb fogalmak definiálása (Pavluska, 2014:239 - 240) az alábbi módon határozza meg a **kultúrafogyasztás** fogalmát: „A kultúrafogyasztás – mint a fogyasztói magatartás általában – *tanult magatartás. Szűkebb értelemben a kulturális javak – a művészeti alkotások és az örökségjavak – befogadását, szellemi elsajátítását jelenti, melynek során megtörténik az alkotás értékelése, értelmezése és a befogadóban kialakul valamilyen kognitív és érzelmi hatás. A kultúrafogyasztás ezért egyéni folyamat, még akkor is, ha – mint igen gyakran – társaságban, közösségben történik. Tágabb értelemben kultúrafogyasztásnak tekinthetünk minden olyan cselekvést, amellyel az egyén bizonyos lelki, szellemi, társas, esetleg gazdasági szükségletet elégít ki kulturális javak igénybevétele révén, adott belső és külső körülmények, feltételek között. Így kultúrafogyasztás például egy műalkotás megvásárlása is, amely az esztétikai élvezeten túl a vagyontartásnak is egy lehetséges formája.*” (Pavluska, 2014:239 - 240). Így tehát kulturális termékek fogyasztása esetében különféle értékek megjelenítéséről és átadásáról beszélünk, amely egyéni, nem fizikai folyamat és szükségletkielégítő funkcióval bír. Ebben a tekintetben a legfőbb cél az ismeretek és kulturális élmények befogadása, ezért a szakirodalom a kulturális fogyasztás helyett a kulturális befogadás fogalom használatát szorgalmazza. A befogadáshoz elengedhetetlen, hogy az egyén saját kulturális tőkével rendelkezzen. Tárgyi javak beszerzése is minősülhet kulturális fogyasztásnak, anyagi tekintetben. A kultúrafogyasztásra különböző tényezők lehetnek hatással, például az anyagi javak, a

szabadidő, a korosztályok közötti eltérések, a családi háttér és még sok más tényező (Vitányi et al., 2006).

Pavluska (2023:58) a **kulturális részvétel** a következőképpen határozta meg: „Kulturális részvétel alatt a kultúra értékeinek befogadására, élvezetére, kreatív hasznosítására irányuló különböző gyakorlatokat értjük, mely lehet intézményesült vagy informális, otthonülő vagy eljárós, vásárolt (szűkebb értelemben tulajdonképpen ez a kultúrafogyasztás) vagy ingyenes, személyes vagy virtuális, befogadó (passzív), alkotó (aktív) vagy „prosumer” (az alkotásban is résztvevő befogadó) stb. jellegű.” Pavluska (2023:58). A passzív fogyasztók nézőkként fogadják be a kulturális rendezvények élményeit, nincsenek kihatással a kulturális cselekvésekre. Ennek ellentéte az aktív fogyasztói részvétel, amely során jellemző bármiféle alkotói tevékenység végzése, s a résztvevők jelenlétükkel befolyásolják az adott program alakulását. A kulturális részvétel- és fogyasztás fogalmainak összehasonlítása során megállapítható, hogy kulturális fogyasztás esetén a hangsúly az értékek befogadására és elsajátítására kerül, míg a részvétel során megvalósulhat egy bizonyos kulturális tevékenység végzése vagy annak megtekintése különböző térben (passzív formában). Kutatásunk során a **kultúrafogyasztást online térben** is vizsgáljuk, hasonlóan Pavluska et al. (2018) kutatásához.

A „Jelentés a magyar kultúra állapotáról” című kutatás eredményei 2010-ben jelentek meg (Antalóczy et. al., 2010).

1. ábra A kulturális tevékenységek 3 dimenziós tere - MINISSA modell



Forrás: Antalóczy et al., 2010:18 alapján saját szerkesztés

A vizsgálat egyedülálló módon nemcsak a kultúrafogyasztás mennyiségi adataira fókuszált, hanem arra is, hogy miképpen befolyásolják azt a kulturális háttér, a gondolkodásmód, az értékrendszer, a társadalmi és világnézeti elképzelések, valamint az önmagunkról alkotott kép tényezői. A kutatást kiemelkedik a hasonló kutatások köréből, hiszen a leggyakrabban látogatott kulturális helyszíneken belül elemezte a kultúrafogyasztás legfontosabb jellemzőit és típusait. A kutatás során a kulturális intézményeket a kulturális tevékenységek háromdimenziós térképe alapján elemezték (lásd 1. ábra), az alábbi szempontok szerint:

- melyek azok a kulturális intézmények, amelyek látogatása szorosan kapcsolódik más intézményekhez,
- milyen gyakran látogatják az embereket a kulturális intézményeket,
- azon intézmények körének meghatározása, amelynek látogatása nem kapcsolódik szorosan más kulturális intézményekhez.

Ezen metóduson keresztül olyan kulturális intézménytípusok kerültek egymáshoz közelebb, amelyeket a vizsgálatba bevont személyek gyakrabban látogattak és távolabb kerültek egymástól, amelyeket kevesebbszer kerestek fel. Megfigyelhető, hogy a magas és tömegkultúra terei tekintetében jelentős különbségek jelennek meg, a magaskultúra meglehetősen kisebb arányban van jelen. Ezen szakadék áthidalására reális esély van, amelyben kiemelt szerepet játszhatnak a fesztiválok, az iskolák által szervezett kulturális rendezvények, a művelődési házak (Pavluska, 2014).

Az **ifjúság** nem egy külön réteget foglal magába, ugyanis minden társadalmi csoportnak megvan a saját ifjúsága. A fogalom a történelem során megmutatkozott az eszmerendszerekben, vallási tanításokban, politikai nézetekben. Minden ifjúsági csoport saját kultúrát birtokol, habár vannak egyezések, az ifjúsági kultúra vonásai eltérően mutatkoznak meg, például ízlés, kapcsolatok kialakítása, értékrend, életstílus tekintetében (Vitányi et al., 2006). Esetünkben az egyetemisták csoportja egyfajta szubkulturális képződmény, az ifjúság alkotóelemeiként tekintünk rájuk. Homogén és heterogén jellemzőkkel egyaránt leírhatóak: közös jellemzőik, hogy felsőoktatási intézményben tanulnak és végső céljuk a diploma megszerzése, azonban egy részük másfajta nemzetiség részét képezik, melyből adódóan a kultúrafogyasztási szokásaik is eltérőek. Az ifjúkor egyfajta átmenetet képez a gyermekkor és a felnőttkor között. Az ifjúságkutatások vizsgált korosztálya pedig 15 és 29 év közé tehető (Pavluska, 2016; Pavluska et al., 2018; Nagy, 2020; Mohos & Ponyi, 2020). Ahhoz, hogy megértsük az egyetemisták felfogását, gondolkodásmódját, elengedhetetlen, hogy feltérképezzük azt, hogy mi is jellemzi az ő korosztályukat. Elmondható, hogy az elmúlt évtizedekben hatalmas változásokon ment

keresztül ez a réteg. A globalizáció mellett az IKT eszközök tömegessé válása, valamint az életszakaszokhoz kapcsolódó „fordulópontok” kitolódása is nagy változásokat eredményezett. Ezen életszakaszra úgy is tekinthetünk, mint egy nagyon törékeny időszakra, amely nagymértékben befolyásolja az ifjúságot (Furlong et al., 2000, Fekete, 2024).

Az ifjúságkutatások segítséget nyújtanak a fiatalok speciális élethelyzetének megismeréséhez, életvitelük, valamint életmódjuk megértéséhez. Feltérképezik az előbb említett tényezők változását kiváltó indokokat is. A 2020-as Ifjúságkutatás számos ehhez kapcsolódó témát dolgoz fel. Többek között vizsgálja a fiatal korosztályra jellemző kitolódást, a tanuláshoz, generációs konfliktusokhoz fűződő álláspontokat, valamint a munkaerőpiaci és anyagi helyzetet is. Ezen témák kutatása során is felmerült a kultúra, és a kulturális tőke jelentősége (Nagy, 2020).

Fontos megemlíteni, hogy a kulturális elfoglaltság idő kérdése is lehet, így tehát a kultúra és *szabadidő* fogalom erősen kapcsolódik egymáshoz. Dumazdier alapján Szántó Miklós (1976: 281) a szabadidőt a következőképpen fogalmazza meg *„a szabadidő olyan elfoglaltságok együttese, amelyeknek az egyén teljes kedve szerint átadhatja magát, akár, hogy pihenhessen, akár, hogy szórakozhasson, akár, hogy fejleszthesse önkéntes társadalmi részvételét, érdek nélküli tájékozódását vagy képzését, miután megszabadult minden hivatásbeli, családi vagy társadalmi kötelezettségtől.”* Ahhoz, hogy az egyén számára rendelkezésre álló szabadidő helyes és ésszerű módon valósuljon meg, elengedhetetlen a kulturális javak jelenléte. Az életmód és életstílus elemei is szorosan kapcsolódnak a szabadidő eltöltésének és a fogyasztási döntések meghozatalának kereteihez egy, a technológia által vezérelt társadalomban. Az egyéni és csoportos minták leginkább a fogyasztói választások köré épülnek, az életstílus szempontjából pedig meghatározó a kulturális fogyasztás vizsgálata minden társadalmi csoportban. Az oktatási rendszer különböző szintjein dolgozó és tanuló egyének kulturális fogyasztási szokásainak mérése különösen jelentős, mivel ezek tükrözik a társadalom érték- és normarendszerét (Márkus et al., 2022: 9). Ezen kultúrafogyasztó egyének pedig az egyetemi légkörben léteznek idejük jelentős részében, így fontos megvizsgálni magát az egyetemet, mint kulturális teret és a kulturális intézményeket, mivel a hallgatók szorosan kapcsolódhatnak ezen kulturális színterekhez.

2.2. Kutatásunk célcsoportja, az egyetemisták, különös tekintettel a Debreceni Egyetem hallgatóira

Az egyetemi lét legfőbb szereplői az oktatók és a hallgatók, e két csoport között megfigyelhető egyfajta együttműködés. Az oktatók szerepe a tudás átadása, a szakmai ismeretek továbbítása, még a hallgatóké az ismeretek elsajátítása, a tudástőke megszerzése. Mindkét szereplői kör saját közösséget alkot, melyben eltérő szabályok, pozíciók, szokások uralkodnak (Szabó, 2012). A XXI. században ténylegesen észlelhető az ifjúkor kitolódása, melynek legmeghatározóbb oka az oktatási intézményben eltöltött évek száma, ezáltal lényegesen később fogalmazódik meg a fiatalokban a munkavállalás és a családalapítás kérdése (Czeizer & Gábor, 2007). A kitolódás megjelenik az egyetemi hallgatók világában is, hiszen gyakran előfordul, hogy a hallgatók különböző sajátosságok alapján csoportosíthatóak. Garai (2014) tanulmánya kapcsolódik az *Eurostudent* magyarországi kutatáshoz. Tanulmányában azon hallgatókat vizsgálta, akik részidős alap-, osztatlan és mesterképzés formájában vettek részt a felsőoktatásban. Életkor szerint az egyetemisták alábbi csoportjait határozta meg: a 21 évesnél fiatalabbakat, 22–24 éveseket, a 25–29 éveseket és a 30 év felettieket. A felnőtt hallgatók értelmezése többféleképpen értendő, hiszen a szakirodalmak más-más életkorok alapján határozzák meg a felnőtt hallgatók fogalmát, továbbá a meghatározás folyamán nem minden esetben az életkor a döntő tényező, ugyanis országonként eltérő életkoroktól számítják a felnőttkort, sokkal inkább a munkatapasztalat vagy éppen az ismeretek széleskörű birtoklása a mérvadó (Simándi, 2016).

Amint a hallgatók az egyetemi élet részesévé válnak, életükben lényeges változások következnek be. A friss hallgatók kapcsolatrendszerük átalakul, néhányuk nehezen éli meg a családjuktól való elszakadást. Ebből fakadóan néhány hallgató életében megjelenik a magány, amely végig kísérheti az egyetemi mindennapokat, ezen belül kiterjed a szabadidő eltöltésére, valamint a hallgatók mentális állapotára is. Jelentős előnyben részesülnek/előnyt élveznek azon hallgatók, akiknek a szülei szintén egyetemisták voltak, hiszen egyszerűbben tudják felkészíteni gyermekeiket az egyetemi életre. A hallgatók kulturális fogyasztásáról megállapítható, hogy csekély számban vesznek részt egyetemi programokon. A magaskultúra-fogyasztás az idősebb, egyedül élőkre jellemző (Pataki, 2012). A mindenki által ismert Főépület és annak környéke az Egyetem téren egy olyan központ, ahol a hallgatók kisebb-nagyobb csoportokban töltik szabadidejük egy részét. Leginkább a Bölcsészettudományi Kar hallgatói vannak jelen, azonban a környező campusokról is megfordulnak hallgatók, mint például a Zeneművészeti -, Természettudományi -, Általános Orvostudományi Kar hallgatói. Főbb

tevékenységük a társalgás, étkezés, cigarettázás (Dojcsák & Sörös, 2011). A szórakozóhelyek népszerűségének köszönhetően a házibulik háttérbe szorultak, a szórakozóhelyek mellett az egyetemisták a kocsmákat, klubokat, bárakat részesítik előnyben kikapcsolódás gyanánt. Az utóbbi helyeken a fogyasztás mellett nagy szerepe van a társalgásnak, ugyanis ehhez garantált a megfelelő hangulat, továbbá a szórakozóhelyeken történő kommunikáció igencsak nehezen kivitelezhető. A kollégiumok szerepe igencsak felértékelődött az egyetemisták csoportjainak kialakulásában. Minden kollégium rendelkezik kulturális bizottsággal, a bizottság feladata a kollégiumi rendezvények megszervezése és lebonyolítása. A kollégiumi rendezvények mellett a közös terek is lehetőséget nyújtanak az ismerkedésre, főként a bejáratok, a konyha, illetve a folyosók számítanak az ismerkedés főbb helyszíneiként (Dojcsák & Sörös, 2011).

Bocsi a *Szabadidő-mintázatok a campusokon* című tanulmányában a 2010-es Campus-lét Kutatás alapján elemzi a Debreceni Egyetem hallgatóit a szabadidő eltöltése céljából. Az egyetem hallgatói leggyakrabban a campusokon töltik a szabadidejüket. Az életkor változója, valamint a szociokulturális háttér igencsak befolyásolja a szabadidő eltöltését a hallgatók körében. A számítógép használat háttérbe szorult, ehelyett a modern szabadidő vált dominánssá. Legelső helyre a filmnézés, sporttevékenységek végzése, szórakozóhelyek és kocsma látogatása tehető. Az intézménylátogatás, valamint a hangszeres zene kevésbé van jelen a hallgatók szabadidejében. A szórakozóhelyek látogatása leginkább a fiúkra jellemző, ezzel szemben a lányok passzívan töltik el szabadidejüket.

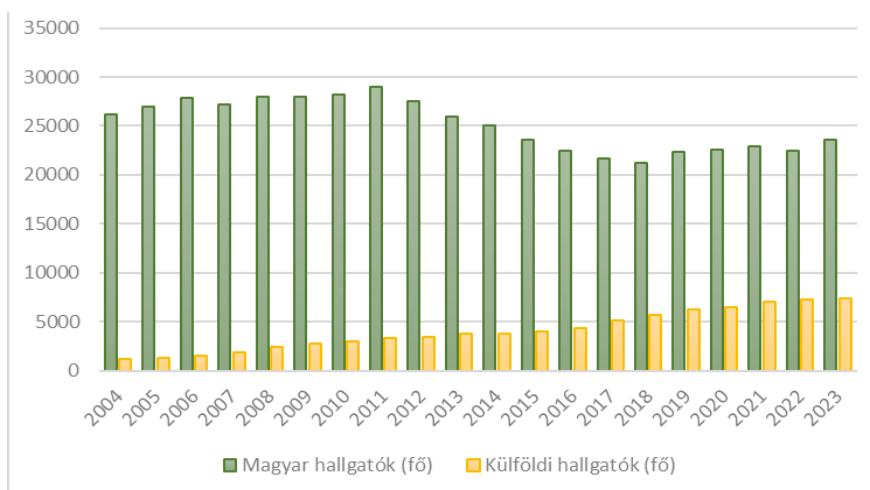
Fontosnak véljük megemlíteni a külföldi hallgatókat is, mivel az egyetem hallgatóinak jelentős részét teszik ki. Megfigyelhető, hogy a Debreceni Egyetemen tanul országos szinten a legtöbb külföldi hallgató. Már az ókorban és a középkorban létrejött iskolák esetében is megfigyelhető a nemzetköziesedés, az eltérő kultúrák zökkenőmentes keveredése. Az érdeklődés az oktatás-gazdaságtan, oktatásirányítás és oktatáspolitikai irányítások iránt összehasonlításokat szorgalmazott nemzetközi szinten, ezek végeredményeként létrejöttek a nemzeti és szupranacionális szervezetek mérőeszközeik és gyűjtéseik, s ezáltal lehetővé vált az eltérő nemzetek oktatáspolitikája, oktatási rendszere, statisztikáinak összehasonlítása (Deákné, 2017).

A hazai diákok külföldi egyetemre való vándorlásáról, a peregrináció fogalmáról a középkortól kezdődően beszélhetünk. Ebben az esetben a mobilitás tanulási célzattal történik, azt viszont meg kell említenünk, hogy olyan hallgatókról van szó, akik a nemzetállamok létrejötte előtt másfajta régióból érkeztek, nem pedig másik országból (Hrubos, 2005; Kim, 2009; Deákné, 2017). Knight (2003) definíciója szerint a nemzetköziesedést három szinten lehet definiálni: nemzeti, szektor-és intézményi szinten történő integráció. Akadtak olyan személyek - többek között Sanderson -, akik Knight ezen definícióját azzal az indokkal cáfolták,

hogy az általa megalkotott fogalom túlzottan általános és mindent magában foglal. Sanderson (2008) hozzáadott a már meglévő definícióhoz további három szintet, egy olyan szintet, ami a nemzeti szint feletti, azaz szupranacionális.

A Debreceni Egyetemet megközelíthetősége miatt leginkább az észak, illetve észak-keleti, valamint keleti szomszédos országokból származó hallgatók választják. Emellett egyre jellemzőbb a távolabbi országokból érkező hallgatók létszámának növekedése, főként Iránból, Nigériából, Törökországból érkeznek hozzánk (Bauer et al., 2017). A 2004/2005-ös tanévtől rendszeresen rendelkezünk adatokkal a Debreceni Egyetem külföldi hallgatóival kapcsolatban (2.ábra). Az adatok és statisztikák megtalálhatóak az egyetem hivatalos honlapján. A külföldi hallgatók regisztrálására mindig októberben kerül sor (Deákné, 2017).

2. ábra A Debreceni Egyetem magyar és külföldi hallgatóinak számának alakulása éves bontásban



Forrás: <https://unideb.hu/hallgatoi-statisztikak> alapján saját szerkesztés

3. Hazai és nemzetközi kutatások, különös tekintettel az egyetemisták körében végzett kutatásokra

A következő részben ismertetünk több, témához kapcsolódó hazai és nemzetközi kutatást. Az elmúlt évtizedekben több hazai kutatás is foglalkozott a kulturális fogyasztás vizsgálatával, amely során kultúrafogyasztói tipológiákat (1. táblázat) is megkülönböztethetünk (Bukodi, 2005; Hunyadi, 2005; Antalóczy et al., 2010, Márkus, 2024). Az alábbi táblázat összegzi ezeket az eredményeket, saját vizsgálatunkban próbálunk mi is az egyetemisták körében a kulturális érdeklődés mentén típusokat kialakítani.

1. táblázat Kultúrafogyasztói/szabadidős tipológiák Magyarországon az 1980-as évek közepétől a 2010-es évek közepéig

1980-as évek közepe	1990-es évek közepe	Ezredforduló	2003	2008	2013
Autonóm – kultúraorientált (15%)	Autonóm – kultúraorientált (15%)	Magaskultúra-orientáltak (8%)	Konszolidált, hagyományosan kulturálódók (9%)	Kulturális elit (10,1%)	Sokféle hagyományos kultúrát kedvelők (13,7%)
Nyitott – felhalmozó (24%)	Fiatalos, szórakozásra orientálódók (24%)	Kulturális „mindenevők” (18%)	Fiatalos „mindenevők” (7%)	Mindent fogyasztók (8,6%)	Hagyományos kultúrából válogatók (10,7%)
Kapaszkodó – rekreációs (26%)	Otthonülő – olvasó (15%)	Rekreáció/ szórakozás-orientáltak (23%)	Egyoldalúan szórakozó, mozizósbulizós (14%)	Könnyed szórakozók (13,8%)	Kulturálisan sokszínűek (11,9%)
Passzív (35%)	Passzív – egyéb (17%)	Passzívak (28%)	Egyoldalúan szórakozó, művelődési házba járók (10%)	Kulturálisan érdeklődők (20,5%)	Könnyű szórakozást keresők (16,8%)
	Passzív – otthonülő, nem olvasó (26%)	Kultúrával nem élők/ izoláltak (23%)	Otthonülő olvasós (17%)	Kulturálisan passzívak (47,1%)	Tömegrendezvénye kre járó, egysíkúan szórakozók (15,2%)
			Passzív, kultúrán kívüli, sivár (43%)		Kulturálisan passzívak (31,6%)

Forrás: Pavluska, 2016: 442, Márkus, 2024:70 alapján saját szerkesztés

Megfigyelhető, hogy az ember természeténél fogva vágyik arra, hogy tartozzon valahova, hogy társasági életet éljen, a fiatalok pedig talán még inkább vágnak erre a társasági élményre. A kultúrafogyasztás milyensége pedig szorosan összekapcsolódik a kultúrafogyasztási és szabadidő eltöltési lehetőségekkel egy településen belül. Viszont a felgyorsult világ hatására a fiatalok számára a kulturális tevékenység és a kultúra fogalmának értelmezése többé nem tekinthető egyértelműnek (Fekete & Prazsák, 2014). A legtöbb ember fejében az egyetemisták, mint értelmiségiek élnek, amelyet gyakran társítanak olyan tevékenységekkel, mint a magaskultúra fogyasztás, ámbár az egyetemisták már nem tekinthetők az általános értelemben vett magaskultúra fogyasztóknak, sokkal inkább a populáris kultúra irányába nyitnak. Ezt a jelenséget Hegedűs (2016, 2023) a következőképpen fogalmazta meg: „Ennek egyik oka a felsőoktatás átalakulásában keresendő a korábbi elitképző intézmények tömegképző terekké váltak, ahol az elitoktatás a tömegoktatás felé tolódott el, s így napjaink hallgatói már nem tradicionális felsőoktatási hallgatók többé.” (Hegedűs, 2016: 99, 2023: 64).

Ezen nagymértékű változásból fakad kutatásunk ötlete is, hogy egy aktuális képet kapjunk a debreceni egyetemisták kultúrafogyasztási szokásairól és tevékenységeiről, arról, hogy miképpen változik az egyetemista réteg a kultúra tekintetében.

Az egyetemisták érdeklődési körének és kultúrához való viszonyának megismerésének főbb feladatai között szerepel azon tényezőknek feltárása, amelyek során rávilágítunk, hogy ezen réteg miképpen fogyaszt kultúrát, és hogy kulturális értelemben milyen tevékenységekben vesznek részt szívesen. Az erre vonatkozó makroadatok kulturális statisztikákból, kulturális fogyasztás vizsgálatokból és kultúrakutatásokból is kinyerhetők (Hunyadi, 2005; Gábor & Jancsák, 2006; Pavluska, 2014, 2016; TÁRKI, 2020; Kultstat, 2023, Juhász & Fintor, 2024).

Megfigyelhető, hogy napjainkban egyre csökkenő tendenciát mutat a kulturális intézmények iránti kereslet a fiatalok körében, ez többek között köszönhető a változó világnak és a fiatalok kultúrafogyasztási szokásainak átalakulásának is. Annak ellenére, hogy a feltevés, hogy megvizsgáljuk ezen kultúrafogyasztói kört, egyértelműnek tűnhet a kulturális intézmények szempontjából, mégis kevésbé kutatott célcsoportnak számít ezen a területen, mivel ezen intézmények potenciális fogyasztói köre nem kimondottan az egyetemisták. Hunyadi (2005) kutatása során pontosan erre a következtetésre jutott, miszerint a kulturális intézményeket leginkább az idősebb, alacsonyabb végzettségű és kisebb településen élő emberek látogatják, még a fiatalság inkább a mozit és könnyűzenei koncerteket választja.

Ennek ellenére a megfelelő módszerek megválasztásával képesek lehetnek az intézmények élményalapúvá tenni a kulturális megtapasztalást, ezzel is bevonva a fiatalokat (Dominek, 2023). Számos olyan hazai ifjúságszociológiai vizsgálat van jelen, amely a magyar lakosságot – és ifjúságot, mint kultúrafogyasztó réteget vizsgálják (Pavluska et al., 2018; Magyar Ifjúságkutatás, 2020) továbbá megjelennek olyan kutatások is, amelyek fókuszában kimondottan az egyetemisták állnak (Murányi, 2010; Fényes & Szabó, 2014; Hegedűs, 2016; Hetesi & Kéri, 2018; Kántor, 2021; Kővári et al., 2021; Schultz & Szalók, 2022). A fiatalok kultúrafogyasztási szokásainak legfőbb befolyásoló tényezői között pedig az iskolai végzettség, a társadalmi helyzet, az életkor és az anyagi helyzet említendő (Engler & Németh, 2011; Varga, 2012).

Kántor (2021) egy átfogó kutatás során vizsgálta különböző egyetemek hallgatóinak programkínálat megítélését különböző egyetemvárosokban, többek között Debrecen városában is. Az eredmények azt mutatják, hogy az egyetemisták körében a kulturális tevékenység csak közepes jelentőségűnek tekinthető, továbbá a programkínálat is meghatározó egy város életében, mivel ez befolyásolja, hogy az egyetemisták a kultúrát milyen rendszerességgel és minőségben fogyasztják majd.

Ezen előzetes kutatások feltérképezése biztos alapokra helyezi kutatásunk témájának aktualitását és szükségességet, ezzel előkészítve kutatásunk empirikus részét.

Számos kutatás tesz említést az egyetemisták kultúrafogyasztására, viszont erőteljesebben egyikben sem jelenik meg a lokalitás, a hallgatók helyi kulturális intézményekhez fűződő viszonyrendszere, továbbá hazai és nemzetközi viszonylatban is kevesen foglalkoznak kimondottan az egyetemistákkal, mint kultúrafogyasztó réteggel.

Pérez & Gonzales (2019) kutatásuk során a perui Santa María Katolikus Egyetem alapszakos hallgatóit vizsgálták (n=1033). Kutatásuk célja volt feltárni a hallgatók kultúrafogyasztási szokásait és mintázatait. Kutatási módszerük kvantitatív, kérdőíves módszerrel történt, amely 31 kérdésből állt és összesen 26 különböző szakterület hallgatóit vizsgálta. Az eredmények azt mutatják, hogy a hallgatók a kultúrát leginkább művészeti, történelmi és hagyományos értékeken keresztül definiálják, de megjelenik a helyi identitás is az értelmezés során. A női hallgatók gyakrabban vesznek részt kulturális tevékenységekben, mint a férfiak, a legnépszerűbb kulturális tevékenységek közé pedig a mozi és a zene tartozik. A tanulmány továbbá megállapította, hogy a hallgatók legfőbb akadálya a kulturális eseményeken való részvételben az időhiány. Megfigyelhető, hogy számos hallgató az interneten és a közösségi médián keresztül tájékozódik a helyi kulturális eseményekről, és jelentős részük úgy véli, hogy a kulturális események szervezőinek a helyi önkormányzatoknak és a regionális kormányzatnak kellene lenniük. Végezetül a tanulmány megállapítja, hogy az aktív tanulmányok milyensége és típusa is jelentős hatással hat a kulturális fogyasztásra. Az egészségtudományi és mérnöki szakok hallgatói magasabb szintű kulturális részvételt mutattak, mint a társadalomtudományi területeken tanulók, annak ellenére, hogy utóbbiak tanulmányaik révén elméletileg közelebb állnak a kultúrához. A tanulmány eredményei megkérdőjelezik a kulturális fogyasztást hagyományosan az osztályidentitáshoz és társadalmi státuszhoz köthető elméleteit, és inkább az egyetem szerepét hangsúlyozza a kulturális részvétel kialakítása során.

Hazai kutatások sorában is megtalálható a kultúrafogyasztás vizsgálata, viszont az egyetemisták kevésbé kutatott csoportként jelennek meg, kutatásunkhoz kapcsolódóan Pavluska et. al. (2018) „*A magyar lakosság kultúrával kapcsolatos beállítódása és követett magatartása generációs szemléletű vizsgálattal – országosan reprezentatív személyes (n=2001) és online megkérdezés (n=1038) eredményei*” című kutatás emelnénk ki, amely több tekintetben is alapul szolgált kutatásunk során. A kutatás a magyar lakosság kultúrához való viszonyát, érzelmi beállítottságát és a kultúra fontosságának megítélését vizsgálta. Elemezte a kulturális érdeklődést generációnként, beleértve a színházi és filmes műfajok kedveltségét, valamint a fesztivállátogatási szokásokat is. Feltárta a kulturális programokon való részvétel,

könyvolvasás és egyéb kulturális fogyasztás mintázatait, valamint a kultúrafogyasztás elmaradásának okait. A kultúrához fűződő személyes viszony tekintetében eredményeikben megfigyelhető, hogy a kultúra fontosságát a nagyobb városokban élő, legalább középfokú végzettséggel rendelkező nők értékelik a leginkább. Az élő kulturális programokat (disco, koncertek) leginkább a fiatalok és a magasabban képzett egyének kedvelik, azok, akik rendelkeznek megfelelő anyagi tőkével. Az online kultúrafogyasztás az eredmények alapján pedig a fiatalokra jellemző, a kitöltők 67,5%-a jelölte legalább közepes jelentőségűnek az online kultúrafogyasztást ezen demográfiai csoportban. A *kulturális részvétel* során a demográfiai csoportok közötti különbségek a szórakozóhelyek, mozik és koncertek látogatásában mutatkoznak meg, ahol a fiatalok, a fővárosban és nagyobb városokban élők, valamint a jobb anyagi helyzetűek átlag feletti arányban érdeklődnek. Az idősek és alacsonyabb képzettségűek kisebb arányban vettek részt kulturális eseményeken, különösen a szórakozóhelyek és koncertek esetében. Az eredmények azt mutatják, hogy a kulturális rendezvényről való távolmaradás legfőbb okai között az érdeklődés, pénz és idő hiánya szerepelnek. Összességében elmondható, hogy a kutatás a kvantitatív és kvalitatív módszerek segítségével naprakész adatokat szolgáltat a lakosság kulturális érdeklődéséről. A kutatás során megkérdezettek között jelentős különbségek mutatkoznak a generációk, valamint a kitöltők elérésének módjában, mivel megfigyelhető, hogy az online válaszadók aktívabban vesznek részt a kultúrafogyasztás különböző területein, míg a személyes módon elért válaszadók kevésbé aktívak ilyen értelemben. A fókuszcsoportos viták és a demográfiai háttérelemzések alapján a fiatalok körében a szórakozóhelyek, mozik, fesztiválok látogatása és az otthonon kívüli elfoglaltságok a leggyakoribbak, míg az idősek számára a lakóhelytől való távolság és az időbeosztás jelentenek nagyobb korlátokat.

Az általunk vizsgált hallgatók az egyetemen töltik az idejük nagyobb részét, így fontos megvizsgálni magát az egyetemet, mint kulturális teret. Továbbá a kulturális intézményeket, mivel a hallgatók ezekhez való viszonyát vizsgáljuk. Az felsőoktatási integráció egyik kulcsfontosságú eleme az egyetemi kulturális életbe való beilleszkedés, hiszen ez a kulturális tér nem csupán formális programokat foglal magában, hanem az informális, spontán szerveződő kulturális eseményeket és csoportokat is. Mindkét szegmens közös jellemzője, hogy tudást, viselkedési módokat közvetít, ezáltal kulturális tőkét nyújtva a hallgatók számára (Bocsi, 2022).

Petersen & Andersen (2018) véleménye szerint az egyetemi hallgatók integrációja egy enkulturalizációs folyamatként értelmezendő, amely jelentősen tükrözi az oktatás milyenségét is: *„A tudományterületi eltérések, a városok és az intézmények mérete, a hallgatói összetétel, valamint az intézményi missziók és tradíciók minden bizonnyal együttesen alakítják ki azt a*

kulturális teret, amely a hallgatók integrációjának egy fontos szálát képezi” (Bocsi, 2022:161). Ezen gondolatmenetből formálódott Bocsi (2022) egy egyetemisták körében végzett felmérése is, amely félig strukturált fókuszcsoportos interjúkon keresztül nyújt betekintést az egyetem, mint kulturális színtér jelentőségébe és az egyetemisták kulturális intézmények látogatási szokásaiba. Az eredmények alapján elmondható, hogy a legtöbb hallgató által kedvelt kulturális tevékenységek közé tartozik a moziba és színházba járás. A közoktatás pedig jelentős szerepet játszik a hallgatók kultúrafogyasztási szokásainak kialakulásában: több esetben megfigyelhető volt, hogy a múzeumlátogatási és komolyzene fogyasztási szokások kialakulását negatívan befolyásolta az oktatás milyensége.

Az elmúlt években számos kutatás zajlott, amely, mint témával foglalkozott a kultúra kérdésével, valamint a kulturális intézmények helyzetével is. A 2000-es évek elején tapasztalt csökkenő népszerűség azonban nem állt meg (Bauer & Tibori, 2002). Napjainkban a fiatalok pedig egyre jobban távolodnak ezektől az intézményektől. Ebből adódóan a közművelődés és így pedig a kultúraközvetítő intézmények egyik legnagyobb és egyben legnehezebb feladata a fiatal korosztály elérése (Mohos & Ponyi, 2020). A vizsgálatok során a kultúraközvetítő intézmények népszerűsége egyértelműen csökken a 15-29 évesek között. A vizsgálatok eredményei szerint a Magyarországon élő fiatalok többsége nem tekint ezen intézményekre, mint kikapcsolódási lehetőség (Mohos & Ponyi, 2020). A csökkenést számos okkal lehet indokolni. A korábbi kutatások eredményei alapján az alábbi főbb tényezők állapíthatók meg: A tömegkultúra térnyerése egyre inkább háttérbe szorítja a magaskultúrát, melynek következtében annak kedvelői egyre inkább idősödnek (Hunyadi, 2005; Kuti, 2009). A fiatal korosztály körében folyamatosan növekszik azon emberek száma, aki élete során nem, vagy éppen alig találkozik a magas kultúra színtereivel (Pavluska et al., 2018; Mohos & Ponyi, 2020). A kulturális területek közül a legkevésbé népszerűek a magaskultúrához tartoznak. Kevesen járnak komolyzenei eseményekre, operett előadásokra, különböző táncművészettel kapcsolatos rendezvényre vagy éppen cirkuszba. Megfigyelhető, hogy a hagyományörző csoportok és a hagyományörző események sem tartoznak a népszerű kulturális rendezvények közé. Egy kutatás pedig kimutatta, hogy a fiatalok hagyományörzéssel kapcsolatos tevékenysége az egyetemi éveik alatt egyre csökken. (Szabó & Oross, 2024).

A magaskultúrát preferáló fiatalok számai ugyan visszaestek, azonban a színházak évtizedek óta töretlen népszerűségnek örvendnek. Ezen típusú kultúraközvetítő intézmény az egyik leglátogatottabb a korosztály körében. A legfrissebb ifjúságkutatás szerint csaknem a 15-29 évesek harmada jut el évente legalább egy előadásra (Nagy, 2020). A legnagyobb népszerűségnek a fiatalok körében a filmek, sorozatok, fesztiválok örvendenek. Ezek mellett

népszerű még a szórakoztató irodalommal kapcsolatos tevékenységek is. A mindennapi élethez kapcsoló színterek egyre látogatottabbak, ebből adódóan tekinthetünk rájuk úgy, mint egy kulturális térre. Ezeket a tereket ugyanis a fiatal korosztály előszeretettel választja, ha szeretne kikapcsolódni és eltölteni a szabadidejét. Ilyen helyszínen lehet egy multifunkciós térrel rendelkező kávézó, vagy akár egy kocsmá is (Fekete & Tibori, 2018).

4. A Debreceni Egyetem hallgatói körében végzett kutatásunk eredményei

Ebben a részben ismertetésre kerülnek empirikus kutatásunk módszertanának főbb elemei, a minta jellemzői, valamint a fontosabb eredmények.

4.1. A kutatás módszertana

A kutatásunk célcsoportja az egyetemisták voltak. Kutatásunk során kvantitatív módszerrel, egy online kérdőív segítségével mértük fel az egyetemisták kultúrafogyasztási szokásait és a helyi kulturális intézményekhez fűződő viszonyát.

Az előkészületek folyamatát a korábbi, témához kapcsolódó szakirodalmak és kutatások jelentették. Számos kultúrafogyasztással kapcsolatos kutatást tanulmányoztunk, amelyek között voltak olyanok, amelyek az egész magyar lakosságra kiterjedtek (Hunyadi, 2005; Pavluska, 2016; Pavluska et al., 2018.; Juhász & Fintor, 2024) és voltak, amelyek egyes csoportokra (Márkus et al., 2024). Előzetesen a debreceni kulturális intézmények programkínálatának és a saját személyes tapasztalataink összevetése történt meg, majd ezt követte az intézmények weboldalai, közösségi oldalainak vizsgálata. Az így megszerzett ismereteken keresztül pedig ismerőseinket és barátainkat is megkérdeztük, ezen kulturális intézmények által szervezett rendezvényekhez kapcsolódó tapasztalataikról. Ezen tapasztalatokra alapozva állítottuk össze a kérdőívünket. A készítés során részben korábbi kutatások kutatási eszközeit vettük alapul (Pavluska et al., 2018; Márkus et al., 2024), annak érdekében, hogy az eredményeinket a későbbiekben össze tudjuk hasonlítani. A kérdőívben alkalmaztunk nyílt és zárt kérdéseket, az intézmények népszerűségének, azokkal való elégedettség mérésére, a kulturális érdeklődés felmérésére skálás eljárásokat használtunk.

A kérdőívünk az alábbi tematikus egységeket tartalmazta. (A kérdőív elérhető a 2. számú mellékletben.)

Demográfiai kérdéseink között szerepeltek többek között olyan kérdések, mint például, hogy mi a kitöltő neme, hogy életvitelszerűen Debrecenben él-e, ha igen, mióta, valamint, hogy milyen típusú településen él, ha nem Debrecen az állandó lakhelye. A kitöltők **szociokulturális háttérét** a szülők legmagasabb iskolai végzettségén keresztül közelítettük meg. Megkérdeztünk, hogy milyen karokon folytatnak jelenleg tanulmányokat.

A **kulturális érdeklődés, kultúrafogyasztási szokások** feltérképezése során rákérdeztünk, hogy online vagy személyesen fogyasztanak-e inkább kultúrát az egyetemisták, továbbá, hogy milyen kulturális tevékenységek érdeklik őket leginkább (fesztiválok, film, komolyzene stb.). Nyitott kérdésként pedig megadhatták a kitöltők, hogy milyen rendezvényeket látogatnának szívesen.

Érdekelt bennünket Pavluskáékoz (2018) és Márkusékhöz (2014) hasonlóan a **kultúrához való hozzáállásuk**, a kultúrához való viszonyuk.

Az **intézmények és azok látogatottságára** vonatkozó kérdések köre különböző aspektusokat vizsgált, mint hogy a válaszadók mely debreceni kulturális intézményeket ismerik, és milyen gyakorisággal látogatják őket. A válaszadók többsége több válaszlehetőséget is jelölhetett, lehetővé téve a különböző intézmények közötti összehasonlítást. Emellett megkérdeztük, hogy a szórakozási lehetőségek közül melyeket választják leggyakrabban, és hogy mi az a legfőbb ok, ami miatt az elmúlt évben nem látogatták rendszeresebben a kulturális intézményeket. A kérdőív az intézmények programkínálatának megítélésére is rákérdezett, hogy a hallgatók szerint mennyire illeszkednek azok az érdeklődési köreikhez. Arra is kíváncsiak voltunk, hogy a válaszadók milyen mértékben elégedettek a debreceni városi szórakozási lehetőségekkel és kulturális programokkal. Ezen felül fontos kérdésként jelent meg kérdőívünkben, hogy a Debreceni Egyetem hallgatói inkább a városi kulturális intézmények vagy az egyetem által szervezett rendezvényeken vesznek részt szívesebben.

Az adatfelvétel 2024 májusa és októbere között történt online kérdőív segítségével. Megpróbáltuk a lehető legtöbb kitöltőt összegyűjteni a megfelelő platformok és módszerek megtalálásával (pl. DE-hallgatók Facebook csoport, kollégiumok járása). Összesen 1013 hallgató töltötte ki kérdőívünk, az ezáltal generált adatokat pedig IBM SPSS és Microsoft Excel programok segítségével dolgoztuk fel.

Kutatási kérdéseink megfogalmazásakor egyrészt saját tapasztalatainkra, másrészt a releváns szakirodalom eredményeire támaszkodtunk. Hipotéziseink ezen tényezők szintéziséből alakultak ki.

Kutatási kérdés	Hipotézis	Kapcsolódó kérdőíves kérdések
A debreceni egyetemisták mennyire ismerik a településen működő kulturális intézményeket?	Feltételezzük, hogy a Debreceni Egyetem hallgatói rendelkeznek ismeretekkel a városban működő kulturális intézményekről és programokról (Kántor, 2021).	• Az alábbi debreceni kulturális intézmények közül, mely intézményeket ismeri?
A kulturális intézmények programkínálata megegyezik-e a hallgatók ízlésével?	Feltételezzük, hogy az intézmények programkínálata megegyezik a hallgatók ízlésével.	• Mennyire elégedett a következőkkel? • Ön szerint az alábbi intézmények programkínálata mennyire egyezik a Debreceni Egyetemi hallgatók érdeklődési körével?
Ha nem látogatnak kulturális intézményeket a hallgatók a városban, akkor hova máshova járnak szórakozni?	Feltételezzük, hogy a kulturális intézmények mellett meghatározó a szórakozóhelyek látogatása is.	• A felsorolt intézmények közül szórakozási lehetőségként mely intézmény(ek) szolgáltatásait veszi igénybe?
Milyen akadályozó tényezők jelennek meg a hallgatók kultúrafogyasztása és a kulturális intézmények látogatása tekintetében?	Pavluska et al., (2018) eredményei alapján, hogy a Debreceni Egyetem hallgatóinak kultúrafogyasztásának gyakoriságát nagymértékben befolyásolja az időhiány, az érdeklődés hiánya, valamint a pénzügyi korlátok.	• Mi az a legfőbb indok, ami miatt az utóbbi egy évben Ön nem volt vagy nem volt gyakrabban a debreceni kulturális intézményekben?
Csoportosíthatók-e kultúrafogyasztás tekintetében a debreceni egyetemisták?	Feltételezzük korábbi kutatások (Bukodi, 2005; Hunyadi, 2005; Antalóczy et al., 2010; Pavluska et al., 2018; Márkus et al., 2024) alapján, hogy különböző klaszterek hozhatók létre a debreceni egyetemisták kulturális érdeklődésének tekintetében is.	• Mennyire érdeklődik az alábbi kulturális tevékenységek iránt Ön, mint egyetemi hallgató? • Mennyire ért egyet az alábbi kulturális intézményekre vonatkozó állításokkal?
A debreceni egyetem által szervezett vagy a debreceni kulturális intézmények által szervezett programokkal elégedettebbek-e a hallgatók?	Feltételezzük, hogy elégedettség tekintetében a hallgatók körében eltérés figyelhető meg a város és az egyetem által szervezett programokban.	• Mennyire elégedett a következőkkel?

Munkánk során a következő debreceni kulturális intézményekkel foglalkozunk. Tizenhárom debreceni kulturális intézmény jelenik meg a vizsgálatunkban: Agóra - Tudományos Élményközpont, Apolló Mozi, Csokonai Nemzeti Színház, Debreceni Egyetemi Színház (DESz24), Debreceni Református Kollégium Múzeuma, DEENK (Debreceni Egyetem Egyetemi és Nemzetközi Könyvtár), DEMKI (Debreceni Művelődési Központ és Ifjúsági Ház), Déri Múzeum, Kölcsey Központ, Méliusz Juhász Péter Könyvtár, Modem (Modern- és Kortárs Művészeti Központ), Odeon Színház, VOKE (Vasutas Egyetértés Művelődési Központ). Olyan

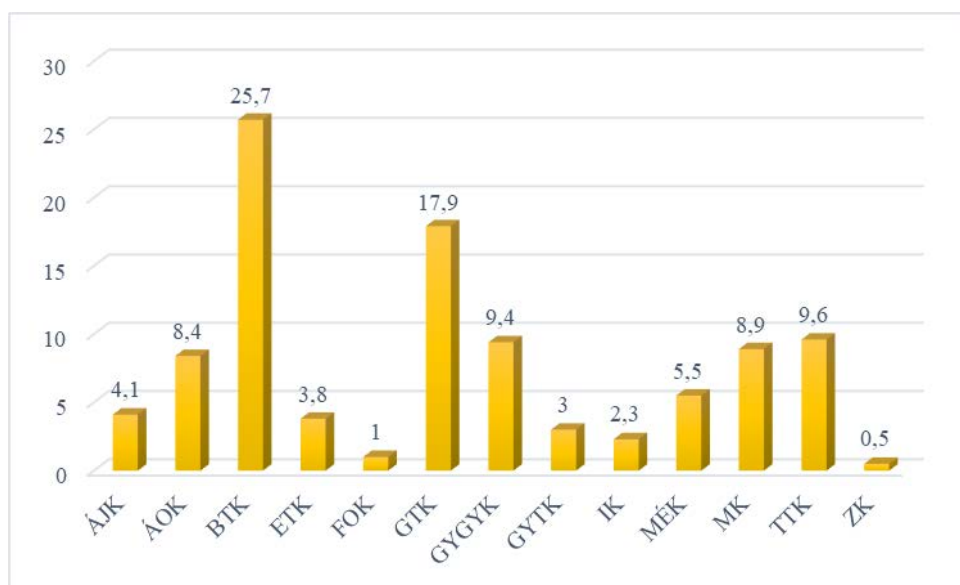
intézmények kiválasztására törekedtünk, amelyek a hallgatók körében ismertek lehetnek, és bizonyos mértékben együttműködnek az egyetemmel, tehát a Debreceni Egyetem közvetíti a programajánlataikat.

4.2. A minta jellemzése

A minta (n=1013) jellemzése a kérdőív szociodemográfiai háttérre vonatkozó kérdésein keresztül kerül bemutatásra. A kitöltők (n=1013) tekintetében elmondható, hogy a válaszadók 32,4%-a férfi (328 fő), még 67,1%-a nő (680 fő) és összesen 5 fő (0,5%) nem szeretne volna megadni nemi hovatartozását. A kitöltők szüleinek iskolázottsága tekintetében megfigyelhető, hogy édesapjuk legmagasabb iskolai végzettsége a szakmunkásképző (27,8%), majd ezt követi a főiskolai/egyetemi diploma (25,6%) és szakközépiskolai érettségi (21%). Édesanyjuk tekintetében főiskolai/egyetemi diplomával 39%-uk rendelkezik, még szakközépiskolai (18%) és gimnáziumi érettségivel (17,6%) közel ugyanannyian. Mindkét esetben látható, hogy legalább érettségivel rendelkeznek a hallgatók szülei és hogy általában az édesanyák a magasabban képzettek. Lakóhely kapcsán életvitelszerűen a hallgatók több mint fele él Debrecenben (55%), a többi hallgató (45%), pedig más településekről érkezik a városba, vagy nem életvitelszerűen él ott. 149 fő (26,8%) jelezte, hogy több mint 10 éve él Debrecenben, 31,1%-uk pedig 1-3 éve. A nem életvitelszerűen Debrecenben élő kitöltők (456 fő) leginkább 5000 - 20 000 fős kisvárosokból (147 fő) és 5000 alatti lélekszámú községekből vagy falvakból (128 fő) származnak.

A kérdőív eredményeinek elemzése során elengedhetetlen meghatározni a kutatásban résztvevő hallgatók kari hovatartozását (3. ábra), hiszen ezekből az adatokból számos releváns, és a későbbiek során keresztábrás vizsgálaton keresztül mélyebb információkat is nyerhetünk. A kérdőívet kitöltő hallgatók 25,7%-a, 260 fő a Bölcsészettudományi Karról érkezett, őket követik a Gazdaságtudományi Kar, 181 fő (17,9%) és a Természettudományi és Technológiai Kar hallgatói 97 fő (9,6%).

3. ábra. A kitöltők karonkénti százalékos eloszlása, % n=1013



Forrás: Saját szerkesztés

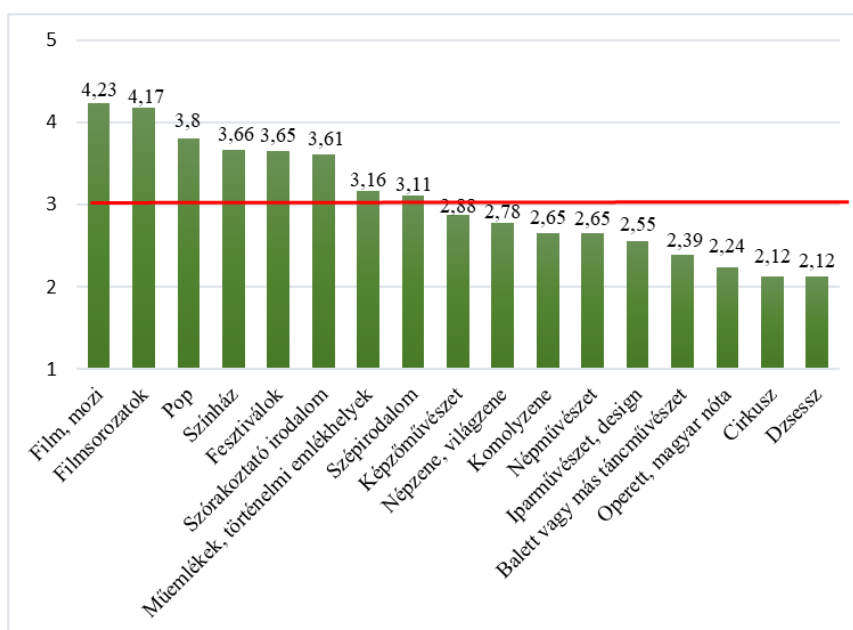
Kutatásunk során törekedtünk arra, hogy az adatok megbízhatóságát és érvényességét biztosítsuk, bár az egyetemi hallgatók karok szerinti arányának megfelelő elérést, nem tudtuk biztosítani számos kar esetében sikerült megközelíteni olyan arányokat, amelyeken keresztül jól tükröződnek a karokon tanuló hallgatók jellemzői (pl. Bölcsészettudományi Kar, Általános Orvostudományi Kar, Természettudományi és Technológiai Kar), lásd a 3. számú mellékletben szereplő táblázatban.

Épp ezért nem tekinthető reprezentatívnak kutatásunk, a válaszadók százalékos megoszlása nem tükrözi teljes mértékben a Debreceni Egyetem hallgatói populációjának karonkénti megoszlását. Azonban egyes karokra sikerült a reprezentativitást elérni vagy megközelíteni, a minta nagyságából adódóan (n=1013) pedig bizonyos szempontok mentén releváns és megalapozott következtetések vonhatók le.

4.3. A kulturális érdeklődésre vonatkozó eredmények

A kulturális érdeklődésre vonatkozóan arra kerestük a választ, hogy mennyire érdeklődnek 1-5-ös skálán bizonyos kulturális területek iránt a válaszadóink (*1 = egyáltalán nem érdeklődik 5 = nagyon érdeklődik*).

4. ábra. Hallgatók kulturális érdeklődésének átlagai (átlag:3,05)

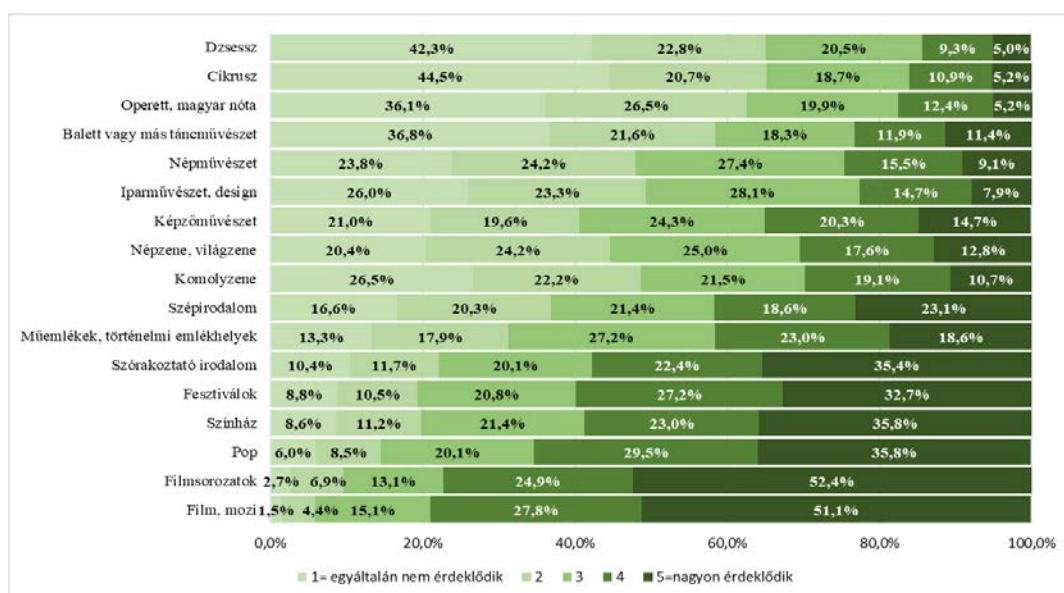


Forrás: Saját szerkesztés

A 4. ábrán látható, hogy a hallgatók kulturális területek iránti érdeklődése 2,12 és 4,23 értékek közé tehető, továbbá megfigyelhető, hogy leginkább film és mozi (4,23), filmsorozatok (4,17), popzene (3,8), színház (3,66), szórakoztató irodalom (3,61), műemlékek és történelmi emlékhelyek (3,16) és a szépirodalom (3,11) iránt mutatnak érdeklődést, ezekben az esetekben a hallgatók átlagértéken felül jelezték kötődésüket ezen területek iránt. Pavluska et al. 2018 kutatásához viszonyítva magasabb átlagértéket értek el egyetemünk hallgatói az egyes kulturális területekkel illetően esetükben a teljes lakosság körében a film (3,90), a könnyűzene (3,56), a műemlékek, történelmi helyszínek (3,52) emelkednek ki, ezek után jönnek a filmsorozatok (3,33), szórakoztató irodalom (3,32) vagy a színház (3,23) (Pavluska et al. 2018:20). Esetünkben a területek érdeklődésének átlag:3,05, a Pavluskáék vizsgálata esetében 2,87.

Az érdeklődés szempontjából 4 és 5-ös értéket adtak meg a kitöltők a film, mozi, filmsorozatok, pop, színház, fesztiválok és szórakoztató irodalom tekintetében (5. ábra). Még 1 és 2-es értéket értek el a dzsessz, cirkusz, operett, magyar nóta, balett vagy más táncművészetek kategóriái kapcsán. A közepes értékek közel azonos százalékos eloszlásban jelennek meg. Ezen adatok tükrözik a hallgatók kultúrafogyasztási preferenciáit, vagyis, hogy a hallgatók legszívesebben milyen területeket, tevékenységeket keresnek a kulturális tevékenységük eltöltése során.

5. ábra. A hallgatók kulturális területek iránti érdeklődése, n=1013

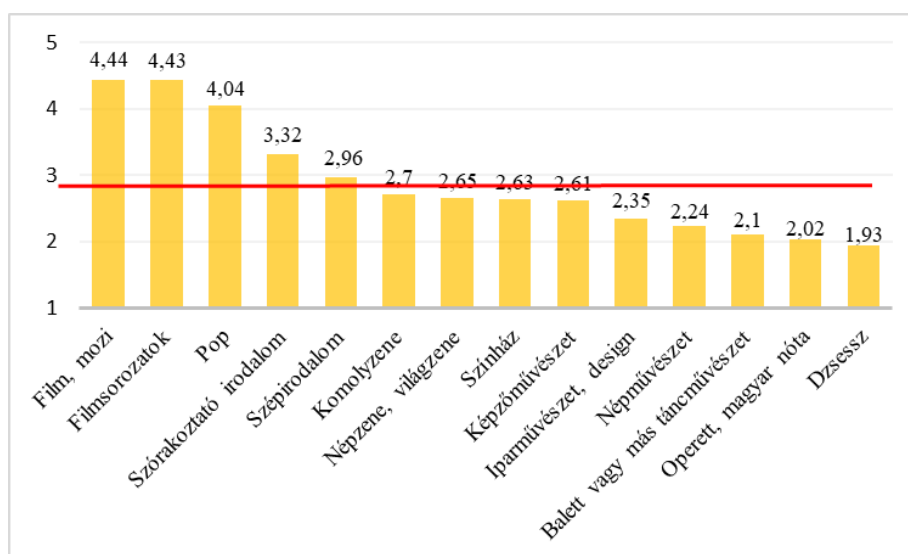


Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanezen kérdéskört az online kultúrafogyasztás tekintetében is körbejártuk, amelynek eredményei a 6. ábráról leolvashatók. A megkérdezettek (n=851) 84,3%-a online platformokon is fogyaszt kulturális tartalmakat, míg 15,7%-uk nem él ezzel a lehetőséggel. Az online kultúrafogyasztás során nem vizsgáltunk olyan kulturális tevékenységeket, amelyek ebben a kérdéskörben kevésbé relevánsak, mint a cirkusz, fesztiválok vagy műemlékek, történelmi emlékhelyek.

Mennyire érdeklődik az alábbi online kulturális tevékenységek iránt Ön, mint egyetemi hallgató? (6.ábra) (1=egyáltalán nem érdeklődik 5=nagyon érdeklődik) kérdésünkre az alábbi válaszok érkeztek. Az online kultúrafogyasztáshoz kapcsolódóan az értékek 1,93 és 4,44 közé tehetők. Átlagon felüli választás figyelhető meg a következő kategóriák tekintetében: film, mozi (4,44), filmsorozatok (4,43), populáris zene (4,04), szórakoztató irodalom (3,32) és a szépirodalom (2,96).

6. ábra. Hallgatók online kulturális érdeklődésének átlagai, n=851 (átlag:2,89)



Forrás: Saját szerkesztés

A kulturális területek iránti érdeklődés (a válaszadók 5 válaszlehetőség közül választhattak a megkérdezettek, hogy mennyire érdeklődnek a következő területek iránt, mint a balett vagy más táncművészet, dzsessz, film, mozi, filmsorozatok, iparművészet, képzőművészet, komolyzene, könnyűzene, népművészet, népzene, világzene, operett, magyar nóta, szépirodalom, színház, szórakoztató irodalom) alapján 1009 fő válasza alapján 3 klasztert tudunk azonosítani.

Az egyetemisták körében az alábbi klasztereket tudtuk kialakítani: *Kultúra iránt kevésbé érdeklődők* (24,1%), akik kevésbé mutattak érdeklődést a kulturális tevékenységek iránt, az egyes területek iránti érdeklődésükre 1-es, 2-es, maximum 3-as értéket adtak. A *könnyedebb kulturális területek iránt érdeklődők* (41,5%), akik főleg a könnyedebb területekre (mozi, könnyűzene, filmek, szórakoztató irodalom) adtak magasabb értéket, továbbá létrejött a *kultúraszerető hallgatók csoportja* (34,4%) is, akik komoly érdeklődést mutatta a kultúra iránt (A 4. számú mellékletben elérhető a klaszter táblázat).

2. táblázat. A hallgatók kulturális érdeklődés mentén létrehozott klaszterei, n=1009

Klaszterek	%	N
Kultúra iránt kevésbé érdeklődők	24,1	243
Könnyedebb kulturális területek iránt érdeklődők	41,5	419
Kultúraszerető hallgatók	34,4	347
Összesen	100	1009

Forrás: Saját szerkesztés

Kíváncsiak voltunk, hogy milyen rendezvényekkel, kulturális tevékenységekkel lehetne felkelteni a kutatásban résztvevők érdeklődését, így a hallgatókat egy nyitott kérdéson keresztül megkérdeztük, hogy milyen kulturális tevékenységek iránt érdeklődnek a leginkább: *“Kérem fejtse ki röviden, hogy milyen rendezvények érdekelnék Önt!”*. Az 1013 kitöltő közül az általunk feltett nyitott kérdésre 340-en válaszoltak. A válaszokat saját maguk adták meg a kitöltők, így kicsivel több, mint 450 rendezvény javaslatot kaptunk.

Az eredmények tekintetében az alábbi megállapítások tehetők: a hallgatók által leginkább preferált kulturális területek megjelennek az általuk adott válaszokban is. A leggyakrabban megjelölt kulturális tevékenységek között egyfajta összefüggés figyelhető meg. A legtöbbet említett rendezvények között szerepelnek a *zene, színház és sport* területekhez kapcsolódó tevékenységek.

A kitöltőink által megjelölt rendezvényeket csoportosítottunk, amelyek között elkülönítettünk zenés rendezvényeket, színházzal vagy tánccal kapcsolatos eseményeket, filmekhez, sporthoz, valamint gasztronómiához kapcsolódó programokat.

Kisebb számban megjelentek még kézműveskedéssel, művészettel, illetve népi hagyománnyal kapcsolatos javaslatok is. A legtöbbet említett kategória a zenéhez kapcsolódik. Ebbe a kategóriába soroltuk a hallgatók által írt koncerteket, fesztiválokat, fellépéseket.

A legnagyobb számban a koncertek kerültek említésre, ugyanis kicsivel több mint 70 alkalommal jelölték meg válaszként a kitöltők. Ezt követte a fesztivál, 30 említéssel. A zenei kategóriák tekintetében sokkal nagyobb számban került említésre a könnyűzene, valamint a pop és rock stílus is, mint a komolyzene. A második legnépszerűbb program a hallgatók körében a színházhoz kötődő tevékenységekben jelenik meg. A kitöltők közül 50-en említették ezen kulturális elfoglaltságot. Ebben az esetben azonban sem konkrét darabok, sem stílus nem került említésre. A harmadik leggyakrabban megjelölt terület, kicsivel kevesebb, mint 50 említéssel, a könyvek világához kapcsolódik. Ebbe a kategóriába soroltuk a könyvbemutatókat, író-olvasó

találkozókat, valamint a többi olvasást népszerűsítő eseményt. A következő terület összesen 27 válasszal a sport témakörébe sorolható. A válaszok között egyetlen sportág sem került említésre viszont említettek olyan tevékenységeket, amelyek ezen fogalomkörbe tartoznak, mint a túrázás, különböző labdajátékok és a darts is. Mindezek mellett kevésbé ismert sportok iránti megismerés is többször a felszínre került.

4.4. A kultúrához való viszony

Pavluska et al., 2018 a magyar lakosság kultúrával kapcsolatos beállítottságát vizsgálták, még Márkus et al., 2024 kutatása során a közép-kelet-európai felsőoktatók kultúrával kapcsolatos beállítottságát is vizsgálták, az ő kérdéseiket alapul véve a mi válaszadóink körében is végeztük felmérést erről, az egyes kérdésekre adott válaszok átlagait láthatjuk. Alábbi kérdésünk „Mennyire ért egyet az alábbi kulturális intézményekre vonatkozó állításokkal?” szorosan kapcsolódik az említett kutatásokhoz, mivel hasonló elv alapján kérdeztük meg az egyetemista közösséget egy likert skálás kérdésen keresztül (1-5) a kulturális beállítottságukról. Ezen állítások összevetési alapot nyújtanak a közép-kelet-európai felsőoktatók, magyar lakosság és a debreceni egyetemisták kultúrához való viszonyáról (3. táblázat).

Az eredmények átlaga alapján a legnépszerűbb állítások közé sorolhatóak a „Egy kulturális program akkor jó, ha könnyed, szórakoztat, kikapcsol” és „Számomra a kulturális elfoglaltság elsősorban érdeklődés kérdése.” állítások. A legkevésbé értettek egyet a kitöltők az alábbi állításokkal: „A párom/családom nagymértékben befolyásolják kulturális időtöltésemet”, „Számomra a kulturális elfoglaltság elsősorban pénz kérdése” és a „Kulturális időtöltésem egyre inkább az internethez kötődik”. A kutatásunkban egyediség, hogy a kitöltőket a kulturális intézményekhez fűződő hozzáállásáról is kérdeztük az alábbi állításokkal. Az intézmények megközelíthetősége 3,4-es gyakorisággal jelent meg „Egy intézmény számomra akkor szimpatikus, ha könnyen megközelíthető.”, továbbá a korszerűség iránti igény is megjelenik (3,4) „Egy kulturális intézmény akkor megfelelő, ha korszerű infrastruktúrával rendelkezik.” A hallgatói kedvezmények iránti igény is megjelent 3,1-es gyakorisággal „Egy kulturális intézmény által szervezett rendezvény akkor jó, ha kedvezményt kap a hallgató.”

A 3. táblázatban szemléltjük a felsőoktatók, magyar lakosság és egyetemisták körében végzett vizsgálatok közötti különbségeket. Megfigyelhető, hogy az egyetemisták az átlagai magasabbak több esetben is. Elmondható, hogy fontos az egyetemistáknak, hogy egy kulturális

program, könnyed legyen, szórakoztató és közben ki is tudjanak kapcsolódni. Megjelenik a pénzhiány az egyetemisták életében.

3. táblázat Kultúrához való viszony, attitűdállítások összevetése Pavluska et al., 2018, Márkus et. al., 2024 eredményeivel

Állítás	Pavluska et al., 2018 n=1038	Márkus et al., 2024 n=679	Jelen kutatás eredményei n=1013
Egy kulturális program akkor jó, ha elgondolkodtat, ha emlékeztet.	3,92	4,13	4
Egy kulturális program akkor jó, ha könnyed, szórakoztat, kikapcsol.	3,92	3,89	4,2
Számomra a kulturális elfoglaltság elsősorban idő kérdése.	3,06	3,52	3,5
Számomra a kulturális elfoglaltság elsősorban pénz kérdése.	2,81	2,33	3
Kulturális időtöltésem egyre inkább az internethez kötődik.	2,92	2,48	3
Kulturális érdeklődésem alakulására nagy hatással voltak a szüleim, neveltetésem.	2,79	3,36	3,2
A párom/családom nagymértékben befolyásolja kulturális időtöltésemet.	2,77	3,42	2,9
A barátaim nagymértékben befolyásolják kulturális időtöltésemet.	2,52	2,95	3,2

Forrás: Pavluska et al., 2018; Márkus et al., 2024 alapján saját szerkesztés

Az attitűdre vonatkozó kérdések során a *kultúra iránt kevésbé érdeklődő* hallgatók jelentős eltéréseket mutatnak, amely a kultúrafogyasztási hozzáállásukban mutatkozhat meg. A kulturálisan aktív és kultúraszeretőkhöz hozzáállásában nem mutatkozik jelentős eltérés (4.táblázat).

4. táblázat. A kulturális attitűdkérdésekhez tartozó átlagok klaszterek szerinti eloszlása, n=1009

Állítás	Kultúraszerető hallgatók	Könnyedebb kulturális területek iránt érdeklődők	Kultúra iránt kevésbé érdeklődők
Egy kulturális program akkor jó, ha elgondolkodtat, ha emlékezetes.	4	4,3	3,6
Egy kulturális program akkor jó, ha könnyed, szórakoztat, kikapcsol.	4,3	4,2	3,9
Egy intézmény számomra akkor szimpatikus, ha könnyen megközelíthető.	3,4	3,6	3,2
Számomra a kulturális elfoglaltság elsősorban idő kérdése.	3,6	3,2	3,5
Számomra a kulturális elfoglaltság elsősorban pénz kérdése.	3,1	3,1	2,6
Számomra a kulturális elfoglaltság elsősorban érdeklődés kérdése.	4,1	4,1	3,9
Kulturális időtöltésem egyre inkább az internethez kötődik.	3,1	2,8	2,9
Kulturális érdeklődésem alakulására nagy hatással voltak a szüleim, neveltetésem.	3,2	3,5	2,8
A párom/családom nagymértékben befolyásolja kulturális időtöltésemet.	2,8	3,1	2,7
A barátaim nagymértékben befolyásolják kulturális időtöltésemet.	3,2	3,2	2,9
Egy kulturális intézmény akkor megfelelő, ha korszerű infrastruktúrával rendelkezik.	3,4	3,4	3,2
Egy kulturális intézmény által szervezett rendezvény akkor jó, ha kedvezményt kap a hallgató.	3,2	3,3	2,8

Forrás: Márkus et al., 2024 alapján saját szerkesztés

4.5. A hallgatók és a helyi kulturális intézmények kapcsolata

A felmérésben résztvevőket (n=1013) arra kértük, hogy nevezzék meg azokat a Debrecenben működő kulturális intézményeket, amelyeket a leginkább ismernek. A vizsgálathoz kötődően választhattak az általunk vizsgált intézmények köréből, de ők is

megadhattak válaszokat. Az eredmények azt mutatják, hogy a kitöltők leginkább a Csokonai Nemzeti Színházat (82,3%), az Apolló Mozit (75,3%) a Kölcsey Központot (76,3%) és a Debreceni Egyetem Egyetemi és Nemzetközi Könyvtárát (61,2%) ismerik a leginkább, legkevésbé pedig a VOKE (22%), DEMKI (27,4%) és Debreceni Református Kollégium Múzeumát (30,9%). Ámbár a hallgatók több kulturális intézményt is ismernek a városban, megfigyelhető, hogy azokat kevésbé, vagy egyáltalán nem látogatják. Az alacsony látogatottsági adatok ellenére szeretnénk szemléltetni klaszter szintű lebontásban, hogy mely intézmények vonzzák leginkább a debreceni egyetemistákat. Az egyetemisták körében klaszter szintű eloszlásban az alábbi intézményeket látogatják a hallgatók a leggyakrabban (n=1009). A legalább 1-szer jártak az adott intézményben és a több, mint 5-ször jártak tartomány közötti átlag százalékos eloszlása olvasható le a táblázatról, amely nem veszi figyelembe az egyszer sem látogatták válaszlehetőséget. Egyéb válaszlehetőségként javarészt a Vojtina Bábszínház, MTA DAB székház, Malter és Deutsche Kulturelle Forum került felsorolásra. Az 5.táblázat klaszterenként összefoglalja a hallgatók intézménylátogatását.

„Az elmúlt egy évben hány alkalommal volt Ön az alábbi debreceni kulturális intézményekben?” kérdésünkkel felmértük, hogy az elmúlt egy évben hányszor látogatják az általunk felsorolt kulturális intézményeket: Agóra - Tudományos Élményközpont, Apolló Mozi, Csokonai Nemzeti Színház, Debreceni Egyetemi Színház (DESz24), Debreceni Református Kollégium Múzeuma, DEENK (Debreceni Egyetem Egyetemi és Nemzetközi Könyvtár), Déri Múzeum, Kölcsey Központ, Méliusz Juhász Péter Könyvtár, Modem (Modern- és Kortárs Művészeti Központ), Odeon Színház, VOKE (Vasutas Egyetértés Művelődési Központ). A gyakorisághoz a következő lehetőségeket adtuk meg: egyszer sem, legalább 1-szer, 2-szer, 3-szor, 4-szer, 5-ször, több mint 5-ször. A DEENK, az egyetem könyvtára lett a leggyakrabban látogatott intézmény, 227 válaszadó az elmúlt egy évben több mint 5-ször járt itt. A könyvtárlátogatás legfőbb oka a kölcsönzés, azonban az elmúlt időszakban egy olyan szintérré nőtte ki magát, ahová a hallgatók tanulási célzattal csoportosulnak. A leggyakoribb eset, hogy egy évben legalább egyszer látogatnak kulturális intézményeket.

5. táblázat. A hallgatók intézménylátogatásának gyakorisága az elmúlt egy évben n=1013

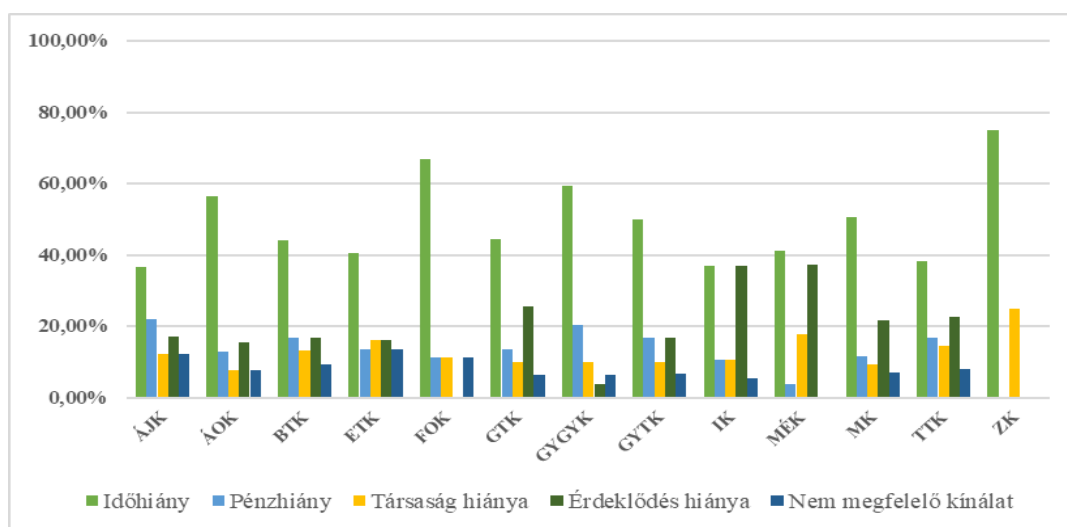
	Legalább egyszer	2-szer	3-szor	4-szer	5-ször	Több mint 5-ször
Agóra - Tudományos Élményközpont	149	21	13	6	3	5
Apolló Mozi	188	90	57	20	15	33
Csokonai Nemzeti Színház	194	55	39	18	7	26

Debreceni Egyetemi Színház (DESz24)	57	17	10	6	1	6
Debreceni Református Kollégium Múzeuma	92	17	12	4	0	6
DEENK (Debreceni Egyetem Egyetemi és Nemzetközi Könyvtár)	91	65	55	32	19	227
Déri Múzeum	190	40	25	9	4	5
Kölcsey Központ	223	87	35	23	13	22
Méliusz Juhász Péter Könyvtár	93	45	28	17	10	32
Modem (Modern- és Kortárs Művészeti Központ)	91	41	21	12	5	22
Odeon Színház	79	42	25	15	7	22
VOKE (Vasutas Egyetértés Művelődési Központ)	99	20	13	10	4	13

Forrás: Saját szerkesztés

A hallgatókat arról is megkérdeztük, hogy mi az a legfőbb indok, ami miatt nem látogatják a helyi kulturális intézményeket gyakrabban. A 7. ábráról leolvasható, hogy ennek egyik legfőbb indoka az *időhiány*. Ezen tényező a kitöltők arányához viszonyítva magas értéket mutat a Fogorvostudományi Kar (66,7%), Általános Orvostudományi Kar (56,4%) és Állam- és Jogtudományi Kar (36,6%) hallgatóinak körében. Ezt követi az *érdeklődés hiánya*, amely a Mezőgazdaság-, Élelmiszertudományi és Környezetgazdálkodási Kar (37,3%) és a Informatikai Kar (36,6%) hallgatói körében a legjellemzőbb. A pénzhiány tényezője leginkább az Állam- és Jogtudományi Kar (22%) és Gyermeknevelési és Gyógynevelési Kar (20,3%) hallgatóinak tekintetében okoz problémát. A *társaság hiánya* miatt kevesebbet látogatják ezen

7. ábra. A hallgatók távolmaradásának okai kari szinten, % n=946



Forrás: Saját szerkesztés

intézményeket a Zeneművészeti Kar (25%) és a Mezőgazdaság-, Élelmiszertudományi és Környezetgazdálkodási Kar (17,6%) hallgatói.

Egy keresztábrás elemzés révén az egyes érdeklődési típusokhoz tartozó százalékok szemléltetik, hogy az adott klaszter tekintetében milyen mértékű a látogatottság a debreceni kulturális intézményekhez kapcsolódóan. Elmondható, hogy mindhárom érdeklődési típus esetében a legnagyobb látogatási százalékot az Apolló Mozi, a DEENK és Kölcsey Központ érte el (6. táblázat). Megfigyelhetjük, hogy a hallgatók nyitottan állnak a kulturális intézményekhez, a legtöbbről már hallottak, viszont nincs meg az a motiváció, ami miatt el is mennének ilyen helyekre. Az adott klaszternek megfelelően a nagyobb érdeklődés nagyobb látogatási gyakoriságot is mutat.

6. táblázat. Hallgatók intézménylátogatása klaszterenként, % n=1009

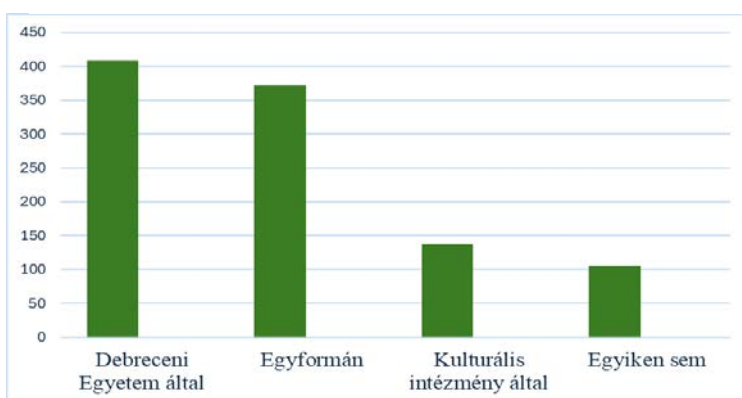
	Könnyedebb kultúra iránt érdeklődők	Kultúraszertető hallgatók	Kultúra iránt kevésbé érdeklődők
Agóra - Tudományos Élményközpont	16,2	36,6	14,4
Apolló Mozi	38,9	50,7	26,3
Csokonai Nemzeti Színház	32,2	45,2	19,3
Debreceni Egyetemi Színház (DESz24)	7,2	15,2	6,1
Debreceni Református Kollégium Múzeuma	12	18,2	9,1
DEENK	49,2	58,5	31,7
Déri Múzeum	23,3	39,2	15,2
Kölcsey Központ	39,1	50,4	25,5
Méliusz Juhász Péter Könyvtár	19,8	30,5	14,4
Modem	16,1	30,8	12
Odeon Színház	17,9	24,8	11,9
VOKE	13,4	23,9	7,4

Forrás: Saját szerkesztés

Felmértük, hogy a hallgatók a Debreceni Egyetem által vagy a debreceni kulturális intézmények által szervezett programokra járnak el szívesebben: „*Ön inkább a Debreceni Egyetem vagy a debreceni kulturális intézmények által szervezett rendezvényeken vesz részt szívesebben?*” (8. ábra) A kérdésre négy válaszlehetőséget kínáltunk a hallgatóknak: a Debreceni Egyetemet vagy a helyi kulturális intézményeket látogatják szívesen, egyiket sem, vagy éppen ugyanolyan mértékben. Az adatok tekintetében megállapítható, hogy a kitöltőink 10%-a (105 fő) nem látogat szívesen ilyen eseményeket. A fennmaradó válaszok megoszlása pedig a következő: 409 hallgató (40%), jobban preferálja a Debreceni Egyetem által szervezett programokat, 372 egyetemista (37%) nem tesz különbséget a kulturális programok rendezői

esetében. Egyformán látogatja a Debreceni Egyetem és a városban található kulturális intézmények programjait. Azon hallgatók, akik a kulturális intézmények által szervezett programokat látogatják inkább, összesen 127-en voltak (13%).

8. ábra „Ön inkább a Debreceni Egyetem vagy a debreceni kulturális intézmények által szervezett rendezvényeken vesz részt szívesebben?”



Forrás: Saját szerkesztés

Kérdőívünkben rákérdeztünk a szórakozásra is. „A felsorolt intézmények közül szórakozási lehetőségként mely intézmény(ek) szolgáltatásait veszi igénybe? Több válasz megjelölése is lehetséges!” Az általunk felsorolt intézmények között szerepelt a Debreceni Hall, Incognito, Lovarda Kulturális és Konferencia Központ, Malter bár, Nagyerdei Víztorony, Roncsbár, valamint a nem járok ilyen helyekre opció.

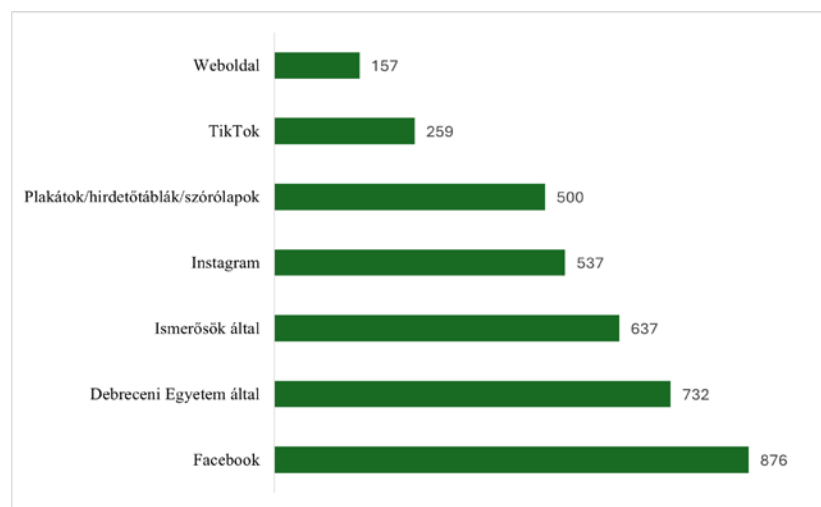
A felsoroltak után lehetőséget biztosítottunk a hallgatóknak arra az esetre, ha és az általuk kedvelt szórakozási lehetőség hiányzik, ő maguk feltüntethetik. Ebből adódóan számos helyszín került még fel a listára. A legtöbben a Debreceni Hall által nyújtott szolgáltatásokat veszik igénybe, 502-en (49,6%). A második legnépszerűbb helyszín a Nagyerdei Víztorony 471 (46,5) szavazattal. A harmadik helyre a Lovarda Kulturális és Konferencia Központ került, 338 (33,4%) jelöléssel. A Roncsbár 264 (26,1%), a Malter bár 50 (4,9) és az Incognito pedig 40 (4,3%) hallgató által lett jelölve. Az egyetemi hallgatók közül 321-en (31,6%) nem járnak ilyen típusú helyre szórakozni. A kitöltők által megadott szórakozási lehetőségek leginkább szórakozóhelyek voltak. 23 említés érkezett a Klinika Egyetemi Klubra, 22 a Kazánházra és 16 a Tabura.

A hallgatókat megkérdeztük, hogy mely felületeken tájékozódnak a kulturális programokról: “Ön milyen felülete(ke)n tájékozódik a debreceni kulturális intézményekről, valamint az általuk szervezett programokról?” (9. ábra) Ahhoz, hogy egy program vagy kulturális intézmény hírneve eljuthasson az egyetemi hallgatókhoz, elengedhetetlen olyan felületek/csatornák működtetése, melyek segítik az információk eljuttatását a hallgatók részére.

Így ezen kérdéshez a válaszlehetőségeket kétféleképpen csoportosíthatjuk, ezek a következők: tájékozódás az online térben, valamint hagyományos tájékozódás. Előbbihez különböző közösségi platformok tartoznak, mint például a Facebook, Instagram, TikTok, weboldalak. Az utóbbi csoport magába foglalja magát a Debreceni Egyetemet, az ismerősök általi információátadást, illetve a plakátokat/hirdetőtáblákat/szórólapokat.

A kérdésnél több válaszlehetőséget adhattak meg a hallgatók, ugyanis a modern technológiának köszönhetően majdnem mindegyikük rendelkezik egynél több közösségi médiás felhasználói profillal, továbbá a hagyományos módszerek még mindig köztudatban maradtak, ennél fogva többféle módon valósulhat meg a tájékozódás. Döntően a Facebook-ot választották legtöbben, ez a kitöltők 86,5%-át jelenti, azaz 876 főt. Ennek legfőbb oka, hogy a Facebook-on a programok Facebook eseményként kerülnek meghirdetésre, amelyek nyilvánosak és megoszthatóak az ismerősök körében és lehetővé teszik az azonnali terjedést.

9. ábra. Tájékozódási formák a hallgatók körében a debreceni kulturális intézményekről, valamint az általuk szervezett programokról, n=1013



Forrás: Saját szerkesztés

Az események leírása tartalmazza az eseményre vonatkozó információkat, például az esemény tematikáját, a belépő árát, a fellépőket stb. A Debreceni Egyetem általi tájékozódást 732 (72,3%), míg az ismerősök általi tájékozódást 637 fő (62,9%) választotta. Számunkra ez azért is érdekes, mivel egy korábban felállított hipotézisünk szerint (Feltételezzük, hogy a Debreceni Egyetem hallgatói főként a közösségi média által tájékozódnak a kulturális programokról.) arra számítottunk, hogy az első három tájékozódási forma csak social médiás platform lesz, ezzel szemben a Facebook-ot két hagyományos tájékozódási forma követte. A továbbiakban 537 fő (53%) választása az Instagram-ra esett, 500-an (49,4%) a

plakátok/hirdetőtáblák/szórólapok opciót jelölték, majd 259 (25.6%) válaszadó a TikTok-ot, 157 fő (15,5%) pedig a weboldalak mentén tájékozódik. Tíz válaszadó egyéb opciót adott meg: négy fő (0,4%) sehonnan nem tájékozódik, két fő (0,2%) Debreceni Korzó lapból, egy fő (0,1%) e-mailekből, egy fő (0,1%) a Neptun rendszeren keresztül, egy fő (0,1%) az RSS feed által, egy fő (0,1%) semmilyen kulturális program iránt nem érdeklődik. Igencsak meglepő, hogy a nyomtatott formátumú információforrások még mindig nagy jelentőséggel bírnak, hiszen egyéb opcióként is választották, továbbá a TikTok népszerűsége kevésbé meghatározó információszerzés szempontjából. Az elutasítók száma elenyésző, jelentősen alulmaradtak a nyitott hozzáállású hallgatókkal szemben.

5. Összegzés

Dolgozatunkban a Debreceni Egyetem hallgatóit vizsgáltuk, érdeklődésük, fogyasztásuk és a helyi kulturális intézményekhez való viszonyuk alapján. Munkánk során célközönségünket a következő szempontok alapján elemeztük: demográfiai adataik, a kulturális érdeklődésük, kultúrához való viszonyuk, a helyi kulturális intézményekkel kialakított kapcsolatuk révén. Arra törekedtünk, hogy a hallgatók kultúrafogyasztási, valamint intézménylátogatási szokásait és ehhez kapcsolódó igényeiket feltérképezzük.

Eredményeink alapján megfigyelhető, hogy ismerik a helyi kulturális intézményeket. A különböző kulturális tevékenységek iránti érdeklődésük által a hallgatók meglehetősen nyitottak, viszont az intézményeket kevésbé látogatják. A hallgatók a helyi szórakozóhelyeket szívesen látogatják. A hallgatók által preferált területek leginkább a könnyed kulturális tevékenységekhez kapcsolódnak (populáris zene, film, mozi stb.), azonban van egy viszonylag jelentős csoport, a válaszadók 34%-a, akik számos kulturális terület iránt komoly érdeklődést tanúsítanak. Elégedettek a Debreceni Egyetem és a debreceni kulturális intézmények nyújtotta kínálattal. Elsősorban az időhiány, ami miatt nem látogatják az intézményeket.

Első hipotézisünk, miszerint a *Debreceni Egyetem hallgatói rendelkeznek ismeretekkel a városban működő kulturális intézményekről és programokról* teljesült. A hallgatók rendelkeznek ismeretekkel a Debrecenben működő kulturális intézményekről és programokról, különösen ismert számukra a Csokonai Színház, a Kölcsey Központ és az Apolló Mozi, de számos további intézmény ismertsége is magas, pl. Déri Múzeum, Debreceni Egyetem Egyetemi és Nemzeti Könyvtár.

Feltételeztük, hogy *a debreceni kulturális intézmények programkínálata megegyezik a hallgatók ízlésével*, ez teljesült, meglehetősen elégedettek mind a Debreceni Egyetem, mind a város kínálatával.

Feltételeztük, hogy *a kulturális intézmények látogatottságát nagymértékben befolyásolják a helyi szórakozóhelyek*. Előzetes szakirodalmi munkák rámutattak arra, hogy a fiatalok esetében a szórakozóhelyek látogatása igencsak gyakori. A mi válaszadóink esetében is igaz ez, a hallgatók saját maguk soroltak fel szórakozóhelyeket, melyek szolgáltatásait igénybe veszik.

Feltételeztük *Pavluska et al., (2018) eredményei alapján, hogy a Debreceni Egyetem hallgatóinak kultúrafogyasztásának gyakoriságát nagymértékben befolyásolja az időhiány, az érdeklődés hiánya, valamint a pénzügyi korlátok*, amelyek igazolódtak kutatásunk során, mindegyik hiány tényezőként jelent meg. Az időhiány kiemelkedik, a hallgatók válaszait tekintve, kimondottan magas arányban van a Fogorvostudományi, Általános Orvostudományi, Állam- és Jogtudományi Karok hallgatóinak körében.

Feltételeztük továbbá a témában végzett egyéb kutatások (*Pavluska et al., 2018; Márkus et al., 2024*) alapján, hogy *különböző klaszterek hozhatók létre a debreceni egyetemisták kulturális érdeklődésének tekintetében is*. Ezen hipotézisünk teljesült, hiszen 3 klaszter került meghatározásra: kultúraszerető hallgatók, könnyed kulturális területek iránt érdeklődők, kultúra iránt kevésbé érdeklődők.

Végezetül pedig feltételeztük, hogy *elégedettség tekintetében a hallgatók körében eltérés figyelhető meg a város és az egyetem által szervezett programokban*. Az egyetem által kínált kulturális programok nagyobb elégedettséget mutatnak, de nem jelentős a különbség.

Összességként megállapítható, hogy a Debreceni Egyetem hallgatói alapvetően nyitottak a debreceni kulturális intézmények programjai iránt. Az eredmények továbbá arra is utalnak, hogy a hallgatók sokféle kulturális terület iránt érdeklődnek, így a kulturális intézmények számára jelentős lehetőség rejlik abban, hogy ezt a sokszínűséget figyelembe véve alakítsák ki programkínálatukat. A megfelelő eszközökkel, kommunikációs módszerekkel reális az esély arra, hogy a kulturális intézmények elérjék az egyetemi hallgatókat programjaikkal.

További kutatási lehetőségek között szerepel a további eredményeket nyújtó fókuszcsoporthoz vizsgálat vagy a külföldi hallgatók elérésnek, elégedettségének, kulturális érdeklődésének vizsgálata hasonló módszerrel.

NYILATKOZAT

mesterséges intelligencián alapuló szövegíró eszközök használatáról

Alulírott, Sebők Lajos, Kota Dominika, Szabó Tamara Dóra nyilatkozunk, hogy a 37. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Pedagógiai Pszichológiai Andragógiai és Könyvtartudományi Szekciójába benyújtott pályamunkánk megírása során mesterséges intelligencián alapuló szövegíró eszközöket **nem használtunk**.

Debrecen, 2025. 01.06.

Sebők Lajos, Kota Dominika, Szabó Tamara Dóra
s.k.

Felhasznált irodalom

1. Andó, É. (2006). Az interkulturális ismeretek kutatásának elméleti alapjai. In Márkus, Gy. (szerk.), Tudományos Közlemények Budapest, Általános Vállalkozási Főiskola. (pp. 57–66.)
2. Andorka, R. (2006). Bevezetés a szociológiába. Budapest, Osiris Kiadó
3. Antalóczy, T., Füstös L. & Hankiss, E. (szerk.) (2010). Mire jó a kultúra? Jelentés a magyar kultúra állapotáról – 2. kötet. Budapest, Magna Produkció
4. Bauer, A., Berács, J. & Kenesei, Zs (2017). Marketing alapismeretek. Budapest, Akadémia Kiadó
5. Bauer, B. & Tibori, T. (2002). Az ifjúság viszonya a kultúrához. In Bauer, B., Szabó, A. & Laki, L. (szerk.). Ifjúság 2000. Tanulmánykötet I. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet (pp. 173-195.)
6. Bocsi, V. (2013). Szabadidő-mintázatok a campusokon. *Felsőoktatási Műhely*, 7(3-4) 41 - 54.
7. Bocsi, V. (2022). Hallgatók kultúrafogyasztásának mintázatai a tömegesedés utáni felsőoktatásban In Kovács, K. (szerk.), Értékközvetítés és Iskola: Tanulmányok Szabó László Tamás tiszteletére (pp.159-175.)
8. Bourdieu, P. (1999). Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In Angelusz, R. (szerk.), A társadalmi rétegződés komponensei. Válogatott tanulmányok. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó (pp. 156–177.)
9. Bukodi, E. (2005). A „puha“ rétegződés: Életvitel. Budapest, TÁRKI
10. Czeizer, Z. & Gábor, K. (2007). Az ifjúsági korszakváltás és az új kommunikációs státusz kapcsolatának vázlata. http://www.kodolanyi.hu/szabadpart/22/22_komm_ceizer_kalman.htm (Hozzáférés dátuma: 2024.10.26.)
11. Deákné, D. Á. (2017). Nemzetköziesedés a Debreceni Egyetemen: A hallgatói mobilitás mint a nemzetköziesedés célja és eszköze (Doktor(PhD)értekezés). Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Kar, Debreceni Egyetem Humán Tudományok Doktori Iskolája
12. Dojcsák, Á. & Sörös, A. (2011). A politika reprezentációja a campuson innen és túl. In Balku, A. & Dusa, Á. & Sörös, A. (szerk.), Ifjúsági élethelyzetek: Ifjúságszociológiai tanulmányok, Debrecen, Debreceni Egyetemi Kiadó (pp. 141-156.)

13. Dominek, D. L. (2023). Kulturális intézményekben mért flow – élmény egyetemisták körében. *Kultúra és Közösség*, 14(2), 51-57.
14. Engler Á. & Németh, N. V. (2012). Fiatal értelmiségiek művelődési magatartása. In Buda, A. & Kiss, E. (szerk.), VII. Kiss Árpád Emlékkonferencia: Interdiszciplináris pedagógia és a felsőoktatás alakváltozásai. Debrecen, Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete, (pp. 138-151.)
15. Fekete, M. & Prazsák, G. (2014). Kulturális kasztrendszer: Autonómia és közösségiség szerepe a fiatalok kulturális aktivitásában In Nagy Á. & Székely L., (szerk.), Másodkézből: Magyar ifjúság, 2 Budapest, Ifjúságügy Szakértőinek Társasága Alapítvány. (pp. 195 – 218.)
16. Fekete, M. & Tibori, T. (2018). Az ifjúság szabadidő-felhasználása a fogyasztói társadalomban. In Nagy, Á. (szerk.), Margón kívül. Magyar Ifjúságkutatás 2016. Budapest, Excenter Kutatóközpont (pp. 258-283.)
17. Fekete, M. (2024). Ifjúsági sebezhetőség a Magyar Ifjúságkutatás 2000-2020 tükrében. *Szociológiai Szemle*, 34(2), 75-102.
18. Fényes, H. & Szabó, I. (szerk.) (2014). Campus-lét a Debreceni Egyetemen: ifjúságszociológiai tanulmányok. Debrecen, Dupress
19. Furlong, A., Stalder, B. & Azzopardi, A. (2000). Vulnerable Youth: Perspectives on Vulnerability in Education, Employment and Leisure. Strasbourg, Council of Europe Publications Section
20. Gábor, K. & Jancsák, Cs. (szerk.) (2006). Ifjúságszociológia. Szeged, Belvedere Meridionale Kiadó.
21. Garai, O. (2014). Felnőttoktatás-e a részidős képzés? In Kiss, L. (szerk.), A felsőoktatás szociális dimenziója. A Eurostudent V. magyarországi eredményei Budapest, Educatio, (pp. 67–78.)
22. Szántó, M. (1976). Szabadidő és életmód. In Falussy, B. (szerk.), A szabadidő szociológiája. Budapest, Gondolat Kiadó (pp.281-291.)
23. Hegedűs, A. (2016). „Egyetemisták és kultúrafogyasztás. Intézményi szintű kultúrákinálat a vidéki egyetemek tekintetében”. *Tudásmenedzsment*, 17(1), 99-108.
24. Hegedűs, A. (2023). A szegedi egyetemisták múzeumképe A múzeumok mint változó tanulási terek egy egyetemi városban. Debrecen, Debreceni Egyetem
25. Hetesi, E. & Kéri, A. (2018). Miért jönnek Magyarországra és mit várnak tőlünk a külföldi hallgatók? Magyarországon tanuló külföldi hallgatók motivációi és elvárásai. *Marketing & Menedzsment*, 52(1), 47–65.
26. Hofstede, G. (1991). Culture and Organization: the Software of the Mind. New York, McGraw-Hill
27. Hrubos, I. (2005). A peregrinációtól az európai felsőoktatási térségig. *Educatio* (2) 223-243.
28. Hunyadi, Zs. (2005). Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások, életmód csoportok. Budapest, Magyar Művelődési Intézet
29. Juhász, E. & Fintor, G. (2024). Kultúrafogyasztási és szabadidőeltöltési szokások vizsgálata Magyarországon. In Langerné, B. J., Koós, I. & Velics, G. (szerk.), Az oktatáskutatás határdimenziói. Budapest-Debrecen, Hera évkönyvek XI. Magyar Nevelés-és Oktatáskutatók Egyesülete, Debrecen Egyetemi Kiadó

30. Kántor, Sz. (2021). A kulturális programkínálat megítélése a kultúrafogyasztás tükrében – vizsgálatok Debrecen, Győr és Veszprém egyetemistái körében. *TVT Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(3), 76-91.
31. Kim, T. (2009). Shifting patterns of transnational academic mobility: a comparative and historical approach. *Comparative Education*, 45(3), 387–403.
32. Knight, J. (2003). Updated Definition of Internationalization. *International Higher Education*, (33). <https://doi.org/10.6017/ihe.2003.33.7391> (Hozzáférés dátuma: 2024.08.27.)
33. Kővári, E., Pásztor, J. & Raffay-Danyi, Á. (2021). A Pannon Egyetem közösségének kultúrafogyasztása, az érzelmi és kulturális intelligencia összefüggése: Veszprém 2023 Európa Kulturális Fővárosa. *Vezetéstudomány Budapest Management Review*, 52(4), 48–62.
34. Kroeber, L. & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*, Cambridge, Massachusetts, Peabody Museum Press
35. Kultstat (2023). Kulturális statisztika adatai. www.kultstat.oszk.hu (Hozzáférés dátuma: 2024.07.11.)
36. Kuráth, G. (2014). Felsőoktatási marketingkampányok, projektek. In Órsi Gábor (szerk), Tudásexport. A felsőoktatás nemzetköziesítésének eszközei. Campus Hungary esettanulmányok. Budapest, Balassi Intézet (pp. 65-90.)
37. Kuti, É. (2009). A kultúra iránti érdeklődés és a kultúrafogyasztás alakulása a Nemzeti Médiaanalízis adatai alapján. In Antalóczy, T., Füstös, L., Hankiss & E. (szerk.), (Vész)jelzések a kultúráról. Budapest, MTA PTI (pp.51-200.)
38. Magyar Értelmező Kéziszótár (2003) Kultúra szócikk. Budapest, Akadémiai Kiadó
39. Márkus, E., Herczegh, J. & Miklósi, M. (2022). A kulturális fogyasztás elméleti megközelítései és vizsgálati tanulságai Kelet-Közép Európában. *Kulturális Szemle*, 9(2). 8-16.
40. Márkus, E., Herczegh, J. & Miklósi, M. (2024). Kulturális klaszterek kelet-közép-európai felsőoktatók körében. In Kovács, K; Pallay, Katalin (szerk.) Oktatók a Kárpát-medencei felsőoktatásban: Munkajellemzők, jóllét és eredményesség. Debrecen, Center for Higher Education Research and Development, University of Debrecen (pp.82-97.)
41. Mohos, E. & Ponyi, L. (2020). Az ifjúság szabadidő-felhasználási és kultúrafogyasztási szokásai. *Kulturális Szemle* 7(2), 152-174.
42. Murányi, I. (2010). Egyetemisták szabadidős tevékenysége és mentális státusa. *Educatio*, 19(2), 203-213.
43. Nagy, Á. (szerk.) (2020). A lábjegyzeten is túl – magyar ifjúságkutatás 2020. Budapest, Szociális Demokráciáért Intézet – Excenter Kutatóközpont
44. Nagy, G. (2009). Nemzetköziesedés a honlapok tükrében. In Berács, J. & Hubert, J. & Nagy G. (szerk.). A nemzetköziesedés folyamata a magyar felsőoktatásban. Bologna füzetek 3. Budapest, Tempus Közalapítvány (pp. 40-57.)
45. Nagy, K. Z. (2019). A kulturális antropológiai terepmunka módszertana. *Tabula: A Néprajzi Múzeum Online Folyóirata*. 20(1-2), 1-33.
46. Pataki, Gy. (2012). Magány és társas élet a Debreceni Egyetem kollégiumaiban. In Dusa, Á, Kovács, K., Nyüsti, Sz. & Sörös, A. (szerk.), Egyetemi élethelyzetek. Ifjúságszociológiai tanulmányok 1. Debrecen, Debreceni Egyetemi Kiadó (pp. 37-41.)

47. Pavluska V. (2014). Kultúramarketing. Budapest, Akadémiai Kiadó
48. Pavluska, V. (2016). Milyen kultúrafogyasztók a magyarok? – A hazai kultúrafogyasztás átfogó mintázatai In Fehér, A., Kiss, V. Á., Soós, M. & Szakály, Z. (szerk.), Debrecen, DE, Gazdaságtudományi Kar (pp. 435-445.)
49. Pavluska, V. & Jakopánecz, E. & Töröcsik, M. (2018). Kultúra. A magyar lakosság kultúrával kapcsolatos beállítódása és követett magatartása generációs szemléletű vizsgálattal. Pécs, PTE KTK
https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/tudomany/rendezvenyek/fogyasztas/efop_generaciok_alaptanulmany_kultura_2018_0.pdf (Hozzáférés dátuma: 2024.07.11.)
50. Pavluska V. (2023). A digitalizáció hatása a kulturális részvételre – pro és kontra In. Hetesi, E. (szerk.), Megváltozik-e a nonbusiness marketing szerepe a globális trendek hatásaira. Szeged, SZTE Gazdaságtudományi Kar (pp. 56-64.)
51. Pérez, D. A. B. & Gonzales, A. B. G. (2019). Consumo cultural de estudiantes universitarios en Perú. Un estudio comparativo. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(1), 354-370.
52. Petersen, N. F. & Arends, D. (2018). The role of first-year experience excursion in promoting social integration at university: Student teachers' views. *South African Journal of Childhood Education*, 8(1), pp. 1–9.
53. Sanderson, G. (2008). A Foundation for the Internationalization of the Academic Self. *Journal of Studies in International Education*. 12(3) 276-307.
54. Schultz, É. & Szalók, C. (2022). A múzeum, mint vonzerő az egyetemista korosztály szemszögéből. *Marketing & Menedzsment*, 56(1), 43–53.
55. Simándi, Sz. (2016). Fiatal és felnőtt hallgatók a felsőoktatásban - A felsőoktatás módszertani vetületei és kihívásai. Eger, Líceum Kiadó
56. Spancer-Oatey, H. (2000). Culturally speaking: managing rapport through talk across cultures, London, Continuum
57. Szabó, A. & Oross, D. (2024). A magyar egyetemisták politikai gondolkodása és integrációja 2024-ben. Budapest, Nemzeti Ifjúsági Tanács
58. Szabó, I. (2012). Az egyetem mint szocializációs színtér. In Dusa, Á., Kovács, K, Nyüsti, Sz. & Sörös, A. (szerk.), Egyetemi élethelyzetek. Ifjúságszociológiai tanulmányok 1. Debrecen, Debreceni Egyetemi Kiadó (pp.15–16.)
59. Szántó, M. (1976). Szabadidő és életmód. In Falussy Béla (szerk.), A szabadidő szociológiája. Budapest, Gondolat Kiadó (pp. 281-291.)
60. TÁRKI (2020). Magyar Fiatalok 2020. Kérdések és válaszok – Fiatalokról, Fiataloktól. https://tarsadalomkutato.hu/wp-content/uploads/2021/07/magyar_ifjusag_2020_web-v%C3%9A.pdf (Hozzáférés dátuma: 2024.07.11.)
61. Tylor, E. (1871). Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Phylosophy, Religion, Language, Art and Custom. London, John Murray
62. Varga, A. (2012). Dunaújváros kulturális intézményrendszerének vizsgálata térszemléletben. *Modern Geográfia*, 7(1), 10-32.
63. Vitányi, I., Bánáti, F., Csejtej, M., & Falussy, B., & Hunyadi, Z. (2006). A magyar kultúra esélyei: kultúra, életmód, társadalom. MTA Társadalomkutató Központ.
64. Vitányi, I. (2002). „A civilizáció és a kultúra paradigmái.” *Magyar Tudomány*, 47(6). 720-729.