

Hallgatói érdekvédelmi politika a Facebookon

Jelige: Télirózsa

Szeged, 2012

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	1
I. Bevezető.....	2
II. Elméleti alapok: Y generáció – Facebook és politika	4
1. Az Y generáció életvilága és politikához való viszonya	4
2. A Facebook, mint az önreprezentáció eszköze	8
3. A Facebook szerepe és növekedése Magyarországon	12
4. A magyar politika pártok jelenléte a Facebookon	15
5. Összefoglalás	17
III. Hallgatói önkormányzatok Facebook kommunikációjának általános jellemzése	18
1. Szegedi Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzat (SZTE EHÖK)	18
2. Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzat (ELTE EHÖK)	20
3. Pécsi Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzat (PTE EHÖK)	21
4. Összefoglalás	22
IV. Tüntetések: előzmények, okok, eszközök Facebook oldalak	24
1. 2011-es tüntetések	24
a. Éhségsztrájk	26
b. Szegedi demonstráció a felsőoktatási törvény egyoldalú módosítása ellen!	27
2. 2012-es tüntetések	27
a. Hallgatói Hálózat	28
b. Miérthallgatók.....	29
3. Összefoglalás	32
V. Következtetések	33
VI. Felhasznált irodalom.....	35
a. Szakirodalmak	35
VII. Mellékletek	40
a. melléklet: Interjú Polgár Zsuzsannával, a HÖÖK volt szegedi régióelnökével	40
b. melléklet: Interjú Kovács Tamással, az SZTE EHÖK volt sajtófőnökével	51
c. melléklet: Fekete Csaba, a Szegedi Tudományegyetem Hallgató Szolgáltatói Irodájának vezetőjének levele, mely tartalmazza a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatóinak létszámát	56

I. Bevezető

Kutatásom témája a Facebook jelenléte a hallgatói önkormányzatok érdekvédelmi politikájának kommunikációjában, hiszen ez a csatorna a XXI. században, az Y és Z generáció korát élve nem elhanyagolható. A fiatal korosztály tagjai ezen a felületen nap mint nap aktívan jelen vannak és folyamatosan követik az eseményeket.

Úgy gondolom, indokolt feltenni a kérdést, hogy mennyire tudják kihasználni a Web2 nyújtotta lehetőségeket az egyetemi érdekképviselői szervezetek, hiszen itt is az Y generáció tagjai dolgoznak.

A Facebook költséghatékony, könnyen kezelhető és népszerű. Ráadásul azon érv is mellette szól, hogy a fiatalok naponta több órát töltenek ezen az oldalon, még akkor is, ha bizonyos időszakokban passzív felhasználók.

A dolgozat elkészítésénél nem lehetett figyelmen kívül hagyni a már fent említett generáció jellemzését és a közösségi oldal szerepét a nagypolitikában, ugyanis ezek jelentős mértékben hozzájárulnak témám alapos körüljárásához és megértéséhez.

Kiderül, hogy a mai huszonévesek mely információkra a legfogékonyabbak, melyek azok a dolgok, melyek el tudják érni az ingerküszöbüket és felkeltik a figyelmüket.

A politikai pártok is évek óta aktív felhasználók, a 2010-es választásokkor pedig komoly erőforrásokat mozgósítottak a közösségi oldalakon. Így az érdekképviselői szervek előtt – ebből a szempontból – példaként is állhatnak.

Munkában nem tekintem át az érdekvédelem történetét. Azt vizsgálom, hogy a mai infokommunikációs eszközöket – mint a Facebook – hogyan használják a hivatalos és a nem hivatalos hallgatói érdekvédelmi szervezetek és csoportok. A dolgozatnak nem célja, hogy a tiltakozó akciók tartalmi oldaláról vagy a hallgatói érdekvédelem céljairól adjon jellemzést, hanem a Facebook politikai kommunikációs eszközként való használatát mutatja be. A közösségi oldal relevanciáját nagyban megnövelték a 2011-es és 2012-es diákmegmozdulások.

A munka a tágabb témára (politikai kommunikáció, Y generáció) vonatkozó szakirodalom másodelemzése mellett saját kutatásokon alapul. Forrásaim hallgatói érdekvédelemre irányuló Facebook profilok voltak, amelyeknek dokumentumelemzését meghatározott – később bemutatandó szempontrend szerint végeztem el. Arra a kérdésre kerestem a választ, hogy milyen kommunikációs funkciókat látnak el ezek az

oldalak a hallgatói érdekvédelem során. A vizsgált Facebook oldalak a következők voltak : SZTE EHÖK, PTE EHÖK, ELTE EHÖK, Hallgatói Hálózat, Miérthallgatók, illetve a különböző események adatlapjai.

A mintavételi eljárás nem biztosított reprezentativitást (erre a 2012 decemberi események nyomán gomba módra szaporodó oldalak száma miatt szinte lehetetlen volt vállalkozni), törekedtem azonban arra, hogy mind a hivatalos, mind a választott érdekképviselői szervezetek (HÖK), mind a spontán szerveződő érdekvédelmi csoportok (Miérthallgatók, HaHa) bekerüljenek a vizsgálódásba. Emellett a mintában a fővárosi és vidéki egyetemek példái is bekerültek.

Tekintettel arra, hogy a vizsgált témának szakirodalma nincs, kénytelen voltam a napi sajtó sokszor megalapozatlan és pontatlan írásait használni.

Szükségessnek látom jelezni, hogy az érdekvédelmi Facebook kommunikáció vizsgálatának gondolata és maga a kutatómunka már a 2011-es diákmegmozdulások után elindult. A decemberi események tovább növelték ennek a területnek a politikai kommunikációs relevanciáját. Úgy véltem, hogy a végleges változatban reflektálnom kell ezekre is.

II. Elméleti alapok: Y generáció – Facebook és politika

1. Az Y generáció életvilága és politikához való viszonya

Rohamosan változnak környezetünkben a dolgok, nap, mint nap újabb technológiai újítások jelennek meg, melyeket követni szinte lehetetlen. A mai fiatalok ebbe a rohanásba születtek bele és ebben is nőttek fel. A technikai újítások és vívmányok teljesen természetesnek hatnak a számukra.

A mai huszon-, harminc évesek alkotják az Y generációt, nem egyszerű pontosan meghatározni a kotosztályt. Vannak akik az 1976-1995 között születetteket sorolják ide, de egyesek csak az 1982 után születettekre szorítkoznak. Ennek a korosztálynak a számítógépes világ és az Internet teljesen természetes, rengeteg információval rendelkeznek ezeknek a működéséről. Tari Annamária pszichológus szerint a siker és az anyagi javak megszerzése szerepel az első helyen ezen korosztály számára, hiszen megtanulták, hogy a fogyasztói társadalomban ezekkel az elemekkel lehet előre haladni. Ők már öntörvényű emberek, szerintük mindent meg lehet változtatni és nem is szeretnek olyan helyen maradni, ahol a munkáltató nagymértékű lojalitást vár el. E generáció kevésbé hajlandó a túlórázásra, megtartják a munkaidőt, nem szándékoznak tovább maradni munkahelyükön.

Látják a szüleik életét, amely monotoniságot, sokszor unalmat sugall számukra.

Legtöbbjük vágyik biztonságot adó érzelmekre egy olyan életben, ahol keménynek és határozottnak kell lenni. Így kénytelenek megteremteni azt az illúziót, ami a csoporthoz tartozás és a közösségi élményt adja.

Erre pedig a legjobb hely az Internet, a közösségi hálózatok, a blogok, illetve a különféle stratégiai és egyéb hálózatszervezésen alapuló játékok.¹

¹ Tari Annamária: Y generáció. Jaffa kiadó Bp., 2010 23-24 p.

A mai fiatalok számára nem létezik az, ami nincs fent a világhálón. Ugyanakkor szükséges leszögezni, hogy az Internet nem tökéletes biztonságú tudásbázis. Mégis, az Y generáció fiatal tagjai számára sok esetben ez az egyetlen megbízhatónak ítélt információforrás. Ez azt mutatja, hogy szükséges egy alaptudás, segít elválasztani a helyest a helytelentől. Ugyanakkor az elektronikus keresésnek van egy nagy előnye, ez pedig a gyorsaság.² Sokkal egyszerűbb és kézenfekvőbb beütni valamit mondjuk a Google oldalra, mint valóságos helyen – például boltban, könyvtárban vagy videotékában – utánajárni.

Az Y generáció együtt nőtt fel a technológiával, ezért számukra természetes, hogy a webre támaszkodnak más eszközök helyett. Sok esetben a személyes kontaktus helyett az e-mail vagy a chat sokkal kézenfekvőbbnek látszik és előadások hallgatása vagy nyomtatott újság olvasása helyett is egyszerűbb az Internetes portálokon lévő cikkek olvasása. Ugyanakkor még mindig nincsen minden fent a neten, így van olyan tudás a világban, melynek más módon kell utánajárni. A probléma azonban onnan ered, hogy ma már igaznak hisszük azt, ami a weben megtalálható. Annak ellenére, hogy az oldalakon található információkat csak nagyon ritkán ellenőrzik.³

Bejött a köztudatba a „kiguglizni” vagy másképpen „ráguglizni” kifejezés, mely a már korábban említett keresőmotorra utal. Ez pedig azt jelenti, hogy lassan mindenki ezekben a rendszerekben gondolkodik. Mindeközben elfeledkezünk arról, hogy az információ nem egyenlő a tudással, nem szabad összekeverni a megnövekedett információáramlás adta lehetőségeket a tudással, illetve a bölcsességgel. Ez a megállapítás rendkívül fontos, hiszen sok témában érezhetjük jártasnak magunkat, de ez nem egyenlő a mély ismeretanyag birtoklásával.⁴

A fentiekből is jól látszik, hogy az Y generáció számára az állandóság nem elsődleges cél, igényük van a változásra. Legyen ez egy munkahely vagy akár a párkapcsolat. Ugyanakkor szeretnek elmenekülni a valóság elől és erre remek lehetőséget nyújt számukra az Internet és a web2. Továbbá lételemük a gyorsaság, mindent azonnal szeretnének tudni, éppen ezért a legtöbbször a világhálót hívják segítségül, még akkor is ha az ott található információk nem ellenőrzöttek és sokszor alig megbízhatóak. Éppen

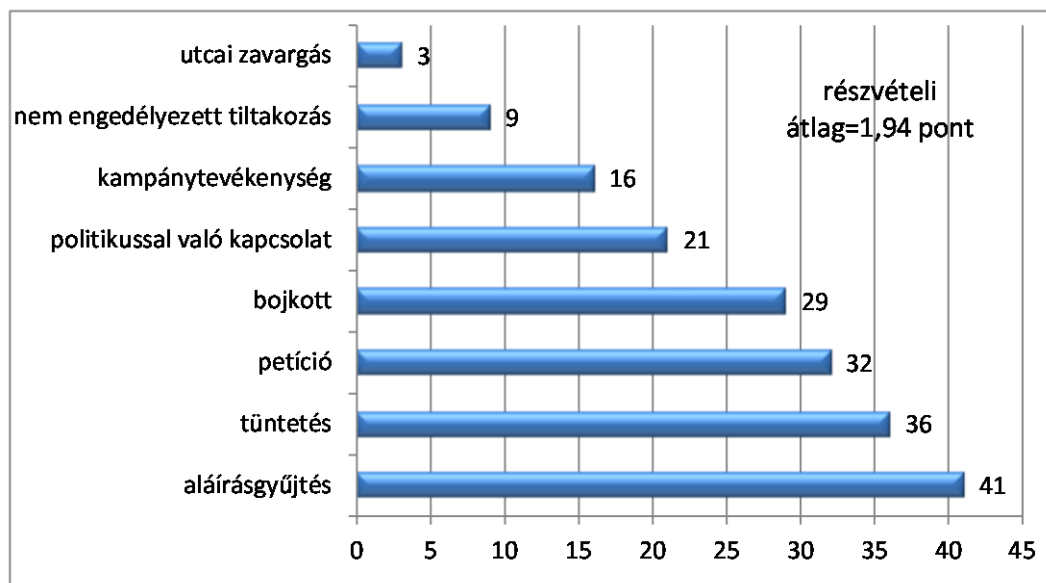
² Tari Annamária: Y generáció. Jaffa kiadó Bp., 2010 46 p.

³ Tari Annamária: Y generáció. Jaffa kiadó Bp., 2010 47 p.

⁴ Tari Annamária: Y generáció. Jaffa kiadó Bp., 2010 47-48 p.

ezért fontos, hogy egy olyan szervezet, mely az ő érdekképviselőjükkel foglalkozik, jelen legyen egy olyan felületen, mint a Facebook és ott informálja őket.

A köztudatban sokszor szerepel az a tény, hogy a magyar népesség nagy része politikailag passzív. Éppen ezért a téma tekintetében mindenképpen szükséges vizsgálni a fiatalok politikai aktivitását.



1. ábra: A tiltakozási formák népszerűsége a magyar felsőoktatási hallgatók körében

Forrás: Szabó Andrea - Oross Dániel: A demokratikus részvétel tendenciái a magyar egyetemisták és főiskolások körében, előadás, Szeged, 2012.11.13.

Ahogy a fenti ábrán is jól látszik a magyar hallgatók körében a legkevésbé elfogadott tiltakozási forma az utcai zavargás, mely törvénybe ütköző és a legtöbbször a közrend megbontása ellen irányul.

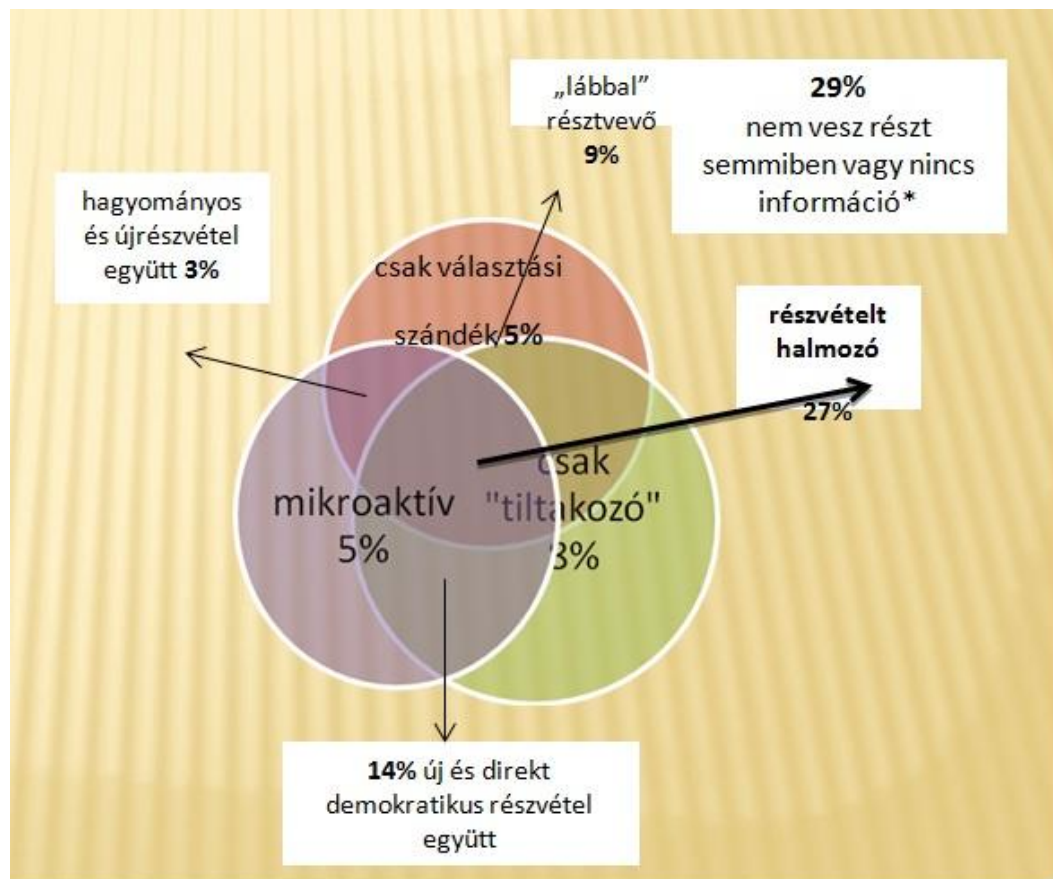
A konvencionális tiltakozási formák közül a legnépszerűbb a legnépszerűbbek az aláírásgyűjtés, a tüntetés és a petíció. Ez a három egyébként mind közül a legnépszerűbb. A nemkonvencionális tiltakozási forma esetében a bojkott a legjobban preferált.⁵

Az aláírásgyűjtés népszerűsége annak is köszönhető, hogy nem igényel akkora

⁵ Kern Tamás – Szabó Andrea: A politikai közéleti részvétel alakulása Magyarországon, 2006-2010, 2011. <http://www.valasztaskutatas.hu/kiadvanyok/rkp/reszvetel-kepviselo-politikai-valtozas-1/kern-tamas-2013-szabo-andrea-a-politikai-kozeleti-reszvetel-alakulasa-magyarorszagon-200620132010/view>, Lekérdezés ideje: 2012. december 17.

erőkifejtést, mint a többi tiltakozási forma. Ráadásul több online aláírásgyűjtő felület is a felhasználók rendelkezésére áll.

A felsőoktatásban tanulók között nincsen digitális szakadék, így az ő esetükben nem jellemző. A lábbal történő (aktív jelenlétet kívánó) részvételhez új embereket tud bekapcsolni a „like-kal” történő politikai részvétel.⁶



2. ábra: A tiltakozási politikai részvétel eloszlása a magyar felsőoktatási hallgatók körében

Forrás: Szabó Andrea - Oross Dániel: A demokratikus részvétel tendenciái a magyar egyetemisták és főiskolások körében, előadás, Szeged, 2012.11.13.

A fenti ábrán látható, hogy a csak közösségi oldalakon aktívan politizálók (mikroaktív) aránya mindösszesen 5 százalék. Ezzel szemben 17 százalékuk a mikroaktív mellett direkt módon is részt vesz a tiltakozásokban, míg a 27 százalékuk halmozza a részvételt, tehát mindhárom megnyilvánulási formán képviselteti magát.

⁶ Kern Tamás – Szabó Andrea: A politikai közéleti részvétel alakulása Magyarországon, 2006-2010, 2011. <http://www.valasztaskutatas.hu/kiadvanyok/rkp/reszvetel-kepviselet-politikai-valtozas-1/kern-tamas-2013-szabo-andrea-a-politikai-kozeleti-reszvetel-alakulasa-magyarorszagon-200620132010/view>, Lekérdezés ideje: 2012. december 17.

A magyar felsőoktatási hallgatók 29 százaléka nem vesz részt semmilyen megnyilvánulási formában.

2. A Facebook, mint az önreprezentáció eszköze

Ma már egy internetes közösség tagjának lenni evidencia. Egyes portálok már olyan nagyon – például a Facebook -, hogy bekerültek az egyetemi tananyagokba is, a felületeken történő interakciók pedig komoly felmérések forrásául szolgálnak a marketing és reklámpiac számára. Igen nagymértékű forgalom zajlik a világhálón: a reklámkampányok kialakítása, vagyis a vásárlóerő átvilágítása és manipulálása is nagymértékben történik ezen felületeken.⁷

Ez nem is meglepő, hiszen a közösségi oldalakon a felhasználókról nagyon sok dolgot meg lehet tudni.

Az új médiumok, mint az Internet, többek között új kommunikációs lehetőségeket és más elveken szerveződő közösségeket teremtettek a fiatalok számára. Ezeknek rendszeres használatával önmaguk megismerésének új lehetőségei vannak születőben. A tizenévesek és a fiatalabbak számára vonzóak az interaktivitás lehetőségei, az aktív közösségi tartalmak. Az identitáskísérletek gyakorlópályái lehetnek a közösségi oldalak, a saját honlapok, a videó és zenemegosztó portálok. Míg a tizenévesek és az idősebb korosztály „csak” aktív internethasználók, addig a fiatalabb generáció már olvasástudás nélküli internetbirtokló, autonóm kereső, tartalommegosztó és előállító. Éppen ezért aggasztó lehet az, hogy könnyedén elérhetik azon szélsőséges, erőszakos, szexuális tartalmakat, melyek elsősorban a felnőtteknek, 18 év feletieknek szólnak. Mindezek mellett a neurológusok, illetve neuropszichológusok arra is felhívják a figyelmet, hogy a virtuálisan szerzett tapasztalatok nem pótolhatják a valódiakat. Így a gyermekek testtudata, testérzete és mozgáskoordinációja sokszoros megerősítés hiányában nem tud megfelelően kialakulni.⁸

Az önmagunkról alkotott, mutatott és láttatott képet sokan, sokféle módon vizsgálták, vizsgálják. Az identitás úgy is meghatározható, mint az a kép, amelyben elfogadott

⁷ Tari Annamária: Y generáció. Jaffa kiadó Bp., 2010 36 p

⁸ Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005 74-75 p.

önmagamat felismerem, amelyet önképemnek ismerek el.⁹

Bár az énképről és annak összetevőinek kialakulásáról sok forrás beszámol, nem vitatható, hogy ebben nagy szerepe van a serdülőkornak is (átlagosan a 12 -18 év közötti életkor).¹⁰

A vizuális önreprezentáció a tömegműediumok megjelenése előtt csak az arisztokraták, a gazdag polgárok és a művészek privilégiuma lehetett, a festményeknek köszönhetően. A lehetőségek bővülését a fotó megjelenése tette lehetővé és ezt a digitális – kommunikációs műediumok, például az Internet megjelenése szélesítette ki. A demokratizálódás a társadalmi rétegeken túl a családokban is lezajlott. Mára a kamerás telefonok és digitális kamerák a fiatalabbak számára is lehetővé teszik az önreprezentáció vizuális formáit is. A weben megjelenő fotóalbumok portfóliók digitális kialakítására ösztönöz, de lényeges változásokat is megenged a személyiségünkön. Ilyen például a kor vagy a nem. Az online önreprezentációs eszközök különböznek a valóságtól, hiszen itt nincs segítségünk a magabiztosság vagy a szemkontaktus, a cél azonban itt is a pozitív benyomás kialakítása. Az online bemutatkozások az olyan virtuális színpadokon történhetnek, mint a fotóalbum, a Facebook profil vagy egy blog. Az interneten természetesen többféle önreprezentáció is történhet.¹¹

A nyelvi reprezentációban, például egy levélváltáskor rengeteget számít az első benyomás, ugyanis nincs idő a másik mélyebb megismerésére. Sokat elárul valakiről a felhasználói neve vagy az e-mail címe, illetve a különféle fórumokon begépett írása. A webes felületeken használt emotikonok (☺) és egyéb nyelvi lágyítók érzelmeket, véleményt próbálnak csempészni a virtuális önreprezentációba, de szerepük van a szöveg nagymértékű tömörítésében is. Ilyen nyelvi lágyítók lehetnek az angol nyelvből

⁹ Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005 75 p.

¹⁰ Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005 75 p.

¹¹ Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005 79 p.

átjött különféle rövidítések, például a btw (by the way – erről jut eszembe) de a magyarban is több ilyen van: Jó8 (jó éjszakát), vok (vagyok).¹²

A kis mennyiségű információ következtében közömbösebbek, hűvösebbek és feladatorientáltabbak vagyunk, mint valójában, ugyanis ebből a kommunikációs formából hiányoznak az árnyalt érzelmeket közvetítő jelek. *Hiltz és Turoff* szerint a közvetlen kommunikációban jobban egyet tudunk érteni, onilne feszültebbé és egyet nem értőbbek vagyunk.¹³

A legtöbb felhasználó számára elérhető az a lehetőség, hogy képekkel legyen jelen és mutassa be magát a különféle közösségi portálokon. A technikai lehetőségek, kép-, illetve videó szerkesztés és a kész alkotások feltöltése a világhálóra, a legtöbbszörnek rendelkezésére áll. Ez a tér mondhatni egy hirdetőtáblaként használható, azonban fontos leszögezni, hogy a célközönség a legtöbbször nem egyezik meg a potenciális nézőközönséggel. Sokszor olyanok is megtekintik ezeket, akikben ez nem kelt pozitív benyomást. Jó példa erre az iskolás korúak esetében a tanár.¹⁴

A képek és a nyelvi lehetőségek kombinálásával holisztikus (teljességre törekvő) bemutatkozásra törekszünk. Az információk összes csatornája alkalmas arra, hogy önmagunkat úgy mutassuk be, hogy közben a teljessége törekszünk. Továbbá kísérletezési lehetőségeket biztosít arra, hogy önmagunkat reprezentáljuk és ennek folyamatos fejlesztésére, alakítására. A változó identitás fázisában segítik az alakítást az állandó visszajelzések és az ezekre való reflektálás lehetősége is. Bemutatkozásunk szembesítése mellett nézőként másokat is bemutatkozására is reagálhatunk, ezzel befolyásolva a virtuális közösség szocializációját. Ahogy a nézőközönség is behatárolható, úgy a reagálók köre is. Rajtunk múlik a reagálás az adott

¹² Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005 80 p.

¹³ Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005 80 p.

¹⁴ Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005 80-81 p.

visszajelzésekre és befolyásolhatja, hogy mennyire fogadjuk el a kapott véleményeket. Ezt pedig a valódi kapcsolatok állapota is nagymértékben módosíthatja.¹⁵

A Girl Scout Research Institute készített egy felmérést, mely szerint a lányok többsége hazudik magáról a Facebookon. 1026, 14 és 17 év közötti lány töltött ki online kérdőívet a közösségi média használati szokásairól. Ebből kiderül, hogy a mai fiatalok számára ugyanúgy a mindennapi élet része az online barátkozás, mint a hagyományos. A válaszadók több mint 91 százaléka nyilatkozott úgy, hogy használja a Facebook-ot. Érdekesség, hogy ezen eredmény mellett 92 százaléuk nyilatkozott úgy, hogy feladná virtuális életét a valódi barátságok érdekében. A válaszadók 74 százaléka azon az állásponton van, hogy a lányok többsége arra használja a közösségi tereket, hogy menőbbnek tűnjön. Amikor saját magukról kellett nyilatkozniuk olyan jelzőket használtak, mint az okos, jó fej, humoros kedves; viszont ezzel szemben online csak a következő jelzőket aggatták magukra: jó fej, humoros, közösségi alkat. Az okosság viszont lemaradt. Általánosságban kijelenthető, hogy a lányok bizonyos dolgokat, igazságokat, pozitív jelzőket elhagynak magukról a virtualitásban. Elmondásuk alapján tisztában vannak a közösségi oldalak veszélyeivel, 85 százaléuk már beszélgetett szüleivel a webes biztonságról, azonban 50 százaléuk úgy gondolja, hogy nem mindig elég körültekintő.¹⁶

Többen is aggódnak amiatt, hogy online életük és cselekedeteik miatt konfliktusokba keverednek (van aki azt is bevallotta, hogy Facebook üzenet miatt vége szakadt a barátságának) vagy nem kapnak meg esetleg egy állást. Ezek ellenére mégis 59 százaléuk tartja úgy, hogy tökéletes befolyása van erre a világra és mindig pontosan tudja, mi jelenik meg róla itt. Egy átlagos lánynak 365 online barátja van és 54 százaléuk rendelkezik olyan ismerőssel, akit személyesen nem is ismer. Ennek ellenére 56 százaléuk szerint a közösségi oldalak közelebbé és összekapcsoltabbá teszik a

¹⁵ Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2009. május-június 81 p.

¹⁶ Laza Bálint: A lányok hazudnak magukról Facebook-on, <http://kozeljovo.komm.bme.hu/2010/11/08/a-lanyok-hazudnak-magukrol-a-facebookon/> Lekérdezés ideje. 2012. március 13.

barátságukat, sőt 30 százalékuk gondolja úgy, hogy ezen oldalak egyenesen javították barátságuk minőségét.¹⁷

3. A Facebook szerepe és növekedése Magyarországon

Hazánkban a 15-29 éves korosztály 63 százalékának van saját számítógépe, 89 százalékának pedig saját mobiltelefonja van. Utóbbinak 50 százaléka rendelkezik hozzáféréssel a világháléhoz, míg 31 százaléka tartozik az okostelefon kategóriába. A 20-24 éves korosztály (mely az egyetemi hallgatók többségét adja) 71 százaléka van fent valamilyen közösségi portálon, az ismerőseik száma átlagosan 372 fő.¹⁸

Egy kicsit a Facebook-ról: a Facebook egy amerikai alapítású közösségi hálózat, mely 2004. február 4-én kezdte meg a működését és Mark Zuckerberg nevéhez fűződik. Eredeti neve a Thefacebook volt. 2009-re már a világ egyik leglátogatottabb szociális hálózatává vált.¹⁹

Mielőtt megvizsgáljuk hazánk népességének aktivitását a fent említett közösségi oldalon, érdemes kitekinteni a világra.

A felhasználók száma alapján a Facebook lehetne a Föld harmadik legnagyobb országa, és az oldal rajongóinak száma kétszerese az Egyesült Államok lakosságának. A márkákra érkezők „tetszik” kattintások 75 százaléka reklámokból származik. Sőt, lehet, hogy meglepő, de az amerikai cégek 80 százaléka a közösségi hálózatokon keres alkalmazottakat.²⁰

A Facebook-nak 640 millió regisztrált felhasználója és naponta 310 millió egyedi látogatója van. A Facebook tudhatja magáénak arányában is a legtöbb regisztrált közösségi oldal felhasználót, hiszen 63,46 százalék a részesedése, míg mondjuk a

¹⁷ Laza Bálint: A lányok hazudnak magukról Facebook-on, <http://kozeljovo.komm.bme.hu/2010/11/08/a-lanyok-hazudnak-magukrol-a-facebookon/> Lekérdezés ideje: 2012. március 13.

¹⁸ 10 kérdés az ifjúságról – Magyar ifjúság 2012 kutatás első eredményei, Kutatópont Kft., http://kutatopont.hu/files/2012/02/magyar_ifjusag_2012.pdf Lekérdezés ideje: 2012. január 6.

¹⁹ Wikipédia Facebook szócikk, <http://hu.wikipedia.org/wiki/Facebook> Lekérdezés ideje: 2012. március 13.

²⁰ A közösségimédia-márkák adatai a világon és Amerikában, 2011. szeptember <http://www.netkutasok.hu/2011/09/en-kozossegimedia-markak-adatai-vilagon.html> Lekérdezés ideje: 2012. március 13.

Twitternek csupán 1,15. A leggyorsabban növekvő felhasználói szegmensét a főiskolás-korú fiatalok adják, míg az adatok alapján, az oldalon a leggyorsabban növekvő város Chicago. További érdekesség, hogy 2011-ban 200 millió felhasználó jelentkezett fel a mobiltelefonja segítségével. Ez 200 százalékos növekedést jelent 2010-hez képest.²¹

A Facebook szerepe Magyarországon jelentősen változott az elmúlt két évben. Korábban a közösségi oldalak közül a negyedik leglátogatottabb volt hazánkban, azonban mostanra ez a tendencia megváltozott. hiszen első helyen áll. Ezzel kiderül, hogy maga mögé utasította a korábban vezető szerepet betöltő, magyar fejlesztésű iWiW-et.²²

Magyarországon jelen van még egy nagy közösségi oldal, a myVIP.

A honlapjuk szerint több, mint 2,9 millió taggal rendelkeznek, és Magyarország egyik legdinamikusabban fejlődő portálja, mely hosszas szórakozást tud nyújtani a felhasználóknak.²³ A látogatottsági adatok azonban ezt nem támasztják alá, ugyanis míg a Facebook hazán második leglátogatottabb portálja, addig a myVIP csak a 660. helyet foglalja el.²⁴

A magyar felhasználók száma (2012. februári adatok alapján) közel 3.5 millió fő, mely szám folyamatosan növekszik. Jelenleg a világon a 39., míg Európában a 14. helyet foglaljuk el. Ez a teljes népesség 39 százalékát jelenti, az internetezőkre vonatkoztatva pedig 63 százalékát. Ez azt takarja, hogy három magyar internetező közül kettő regisztrálva van Facebook-on.²⁵

Összegezve, jól látszik az éles növekedési tendencia az amerikai eredetű közösségi oldal esetében hazánkban, ugyanúgy, mint a világ nagy részén. Abban a világban, ahol a határokon átívelő barátságok már nem mennek ritkaságszámba – köszönhetően az egyszerű külföldi utazásoknak és ösztöndíjaknak – minden bizonnyal igény van arra,

²¹ The growth of social media <http://www.searchenginejournal.com/the-growth-of-social-media-an-infographic/32788/> Lekérdezés ideje: 2012. március 13

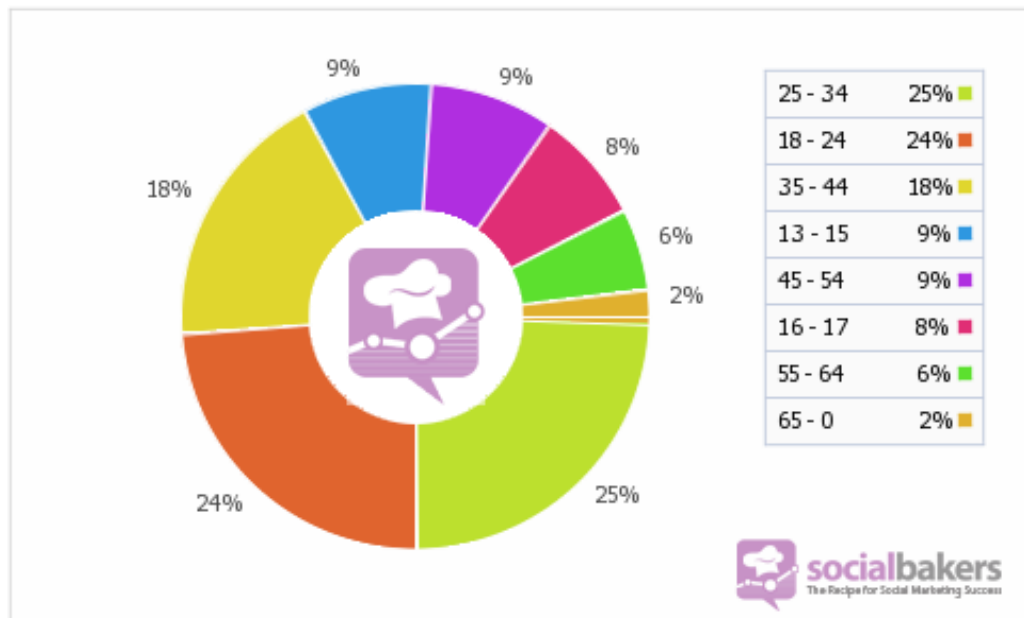
²² Végleg lenyomja a Facebook az iWiW-et? <http://insiderblog.hu/blogzine/2012/02/19/lenyomta-a-facebook-az-iwiw-et/> Lekérdezés ideje: 2012. március 13

²³ Generál Média <http://www.generalmedia.hu/site.php?iname=myvip.com&lang=hu> Lekérdezés ideje: 2012. március 16.

²⁴ Alexa.com <http://www.alexa.com/siteinfo/myvip.com#> Lekérdezés ideje: 2012. március 16.

²⁵ Facebook - Magyar felhasználók száma 3,9 millió, 39 százalék penetrációval, 2012. február, <http://www.netkutatások.hu/2012/03/facebook-magyar-felhasznalok-szama-39.html>, Lekérdezés ideje: 2012. március 7.

hogy ezeket a kapcsolatokat így is lehessen ápolni. Hiszen ingyen van és az üzenetváltás, illetve chat mellett ma már lehetőség van is webkamera segítségével is társalogni.



3. ábra: Magyarországi felhasználók életkor szerinti megoszlása a Facebook-on

Forrás: Facebook - Magyar felhasználók száma 3,9 millió, 39 százalék penetrációval, 2012. február, <http://www.netkutatások.hu/2012/03/facebook-magyar-felhasznalok-szama-39.html>

Ahogy a fenti ábrán is látszik, életkor szerint a legtöbb magyar Facebook-os 18-44 év közötti, arányuk összesen 67 százalék, és ez a leggyorsabban növekvő csoport. Nemek szerint pedig a hazai felhasználók 52 százaléka nő, 42 százaléka pedig férfi.

A TOP 10 magyar Facebook oldal között három élelmiszerárka, két médiamárka, négy vásárlást támogató márka és egy állatokat támogató oldal van. Megoszlásuk szerint ebből hat offline és négy online márka van. Online márkák többek között a weblapok, a fent említett TOP 10-ből ilyen például az Utazom.com oldal. A dolgozat szempontjából ez azért lehet érdekes, mert a Felsőoktatási törvény körül zajló 2011-es események ellenére sem került a TOP 50 közé az ez elleni tiltakozással foglalkozó oldal.²⁶

²⁶ Facebook - Magyar felhasználók száma 3,9 millió, 39 százalék penetrációval, 2012. február, <http://www.netkutatások.hu/2012/03/facebook-magyar-felhasznalok-szama-39.html>, Lekérdezés ideje: 2012. március 7.

4. A magyar politika pártok jelenléte a Facebookon

	Lájkolók száma	Népszerűség	Üzenőfal,	Galéria	Események
Fidesz ²⁷	27.585	18-24 évesek, Budapest	Idővonal, Utolsó bejegyzés: Szeptember	Ritka feltöltés	Ritka használat, Utolsó esemény: 2011
MSZP ²⁸	12.627	55-64 évesek, Budapest	Idővonal, Utolsó bejegyzés: november 10.	Folyamatos feltöltés, képek és videók	Ritka használat, Utolsó esemény: 2012.június
LMP ²⁹	19.857	25-34 évesek, Budapest	Idővonal, Utolsó bejegyzés: november 10.	Folyamatos feltöltés, képek és videók	Rendszeres használat, Utolsó esemény: 2012. november
Jobbik ³⁰	48. 512	18-24 évesek, Budapest	Idővonal, Utolsó bejegyzés: november 10.	Folyamatos feltöltés, képek és videók	Korábban rendszeres használat, Utolsó esemény: 2012. március
Milla ³¹	101.480	25-34 évesek, Budapest	Idővonal, Utolsó bejegyzés: november 10.	Folyamatos feltöltés, képek és videók	Korábban rendszeres használat, jelenleg egy sem elérhető

A fenti táblázatban a magyar pártok Facebook oldalának főbb jellemzőit foglaltam össze.

²⁷ A FIDESZ Facebook oldala, <http://www.facebook.com/FideszHU?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

²⁸ Az MSZP Facebook oldala, <http://www.facebook.com/mszpfb?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

²⁹ Az LMP Facebook oldala, <http://www.facebook.com/lehetmas?ref=ts&fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

³⁰ A Jobbik Facebook oldala, <http://www.facebook.com/JobbikMagyarorszagertMozgalom?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

³¹ Az Egymillióan a magyar sajtószabadságért mozgalom Facebook oldala, <http://www.facebook.com/sajtoszabadsagert?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

Érdekes adat, hogy a Fidesz – pedig a legnagyobb kormánypárt – alacsony rajongói számot tudhat a magáénak. Ennek oka, hogy a 2010-es választásokkor Orbán Viktor miniszterelnöknek is elindult a saját felülete, mely jobban vonzotta a felhasználók figyelmét. Ebből kifolyólag a kampányt segítő szakemberek nagyobb hangsúlyt fektettek arra az oldalra, mint a pártéra.³² Látható, hogy a Fidesz oldala ritkán frissül, kevés információt tartalmaz, az aktuálpolitikai eseményekre is ritkán reagál felületén. Az MSZP is kampányol a közösségi oldalon, azonban sokkal gyakrabban frissítenek a Fidesznél és jóval több képgalériájuk is van az eseményeikről, illetve mozgósításra is használják az oldalukat. Felhasználók számában viszont elmaradtak a több, vizsgált párttól vagy mozgalomtól. Ez valószínűleg a párt népszerűségének is nagyban köszönhető.

A Lehet Más a Politika (LMP) folytatta és folytatja jelenleg is a legsikeresebb politikai kampányt. Minden megtalálható az oldalukon és az egyik legfiatalabb párthoz képest meglepően sok rajongójuk van. Minden megmozdulásukat és akciójukat folyamatosan közvetítik.

A Jobbik komoly erőt képvisel a Facebookon már a választás előtt is. Naponta többször frissítenek, a vizsgált pártok közül nekik van a legtöbb 2012-es képgalériájuk. Fontos: a Jobbikot nézetei miatt kizárták a mainstream médiából, így kénytelenek voltak egy szabad, korlátlanul bővíthető felületet igénybe venni. E mellett az is fontos érv számukra, a Facebook mellett, hogy ingyenes és nagy tömegeket elér, ez pedig egy fiatal párt számára nélkülözhetetlen.³³

Az Egymillióan a magyar sajtószabadságért (MILLA) nevű szervezet – igaz, hogy nem parlamenti erő –, de civil kezdeményezésként komoly hangsúlyt fektetett a Facebook oldalra, hiszen ingyenes és sok ember elérhető rajta. Rengeteg képük és videójuk van, korábban az események funkciót is rendszeresen használták. Tevékenységüket tekinthetjük egyfajta vírusmarketingnek is, hiszen folyamatosan fejlődtek a közösségi oldalon és figyelemfelkeltő tevékenységükkel, hirdetéseikkel egyre több embert tudtak elérni, egyre többen osztották meg bejegyzéseiket. Ez nagyban segítette mozgalmatszervezési tevékenységüket.

³² Orbán Viktor Facebook oldala, <http://www.facebook.com/orbanviktort?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

³³ Jeskó József, Bakó Judit, Tóth Zoltán – A radikális jobboldal webes hálózatai, http://www.poltudszemle.hu/szamok/2012_1szam/jesko.pdf Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

Érdemes kitérni a statisztikai adatokra. Ezen keresztül jól látható, hogy a pártok melyik településen és milyen korosztályban a legnépszerűbbek. Budapest első helyezése nem meglepő, hiszen az ország legnagyobb és legnépesebb települése, hazánk fővárosa, és a politikai események egyik legfőbb színtere.

Jóval nagyobb differenciát mutat a korosztály megoszlása. Látszik, a Fidesz és a Jobbik a 18-24 évesek körében a legnépszerűbb, mely alapján következtethető, hogy ők tudtak a legjobban nyitni a fiatalok irányába.

A másik véglet a Magyar Szocialista Párt (MSZP) hiszen ők az 55-64 éves korosztálytól kapták a legtöbb kattintást. Ez azt igazolja, hogy a párt még mindig az idősebb korosztály körében a legnépszerűbb.

5. Összefoglalás

Az első fejezetből kiderül, hogy nagymértékben befolyásolja a multimédia és az online közösségi világ az Y generáció életét, szinte alig tudnak létezni nélküle. A korcsoporton belül nincs generációs szakadék, annak minden tagja pontosan tudja, hogy melyik fogalom, kijelentés vagy rövidítés pontosan mit takar. Jól látható, hogy az egyetemisták körében a politikai és közéleti aktivitásban résztvevők aránya ötven százalék alatt van. A legnagyobb hajlandóság az olyan megmozdulások esetében jellemző, ahol minimálisabb erőfeszítés szükséges – ilyen például az aláírásgyűjtés. Ezen a téren is megjelentek a web2 eszközei, azonban a politikai részvétel arányaiban nem megy át a közösségi oldalakra, még mindig nagyobb arányban jellemzőek a hagyományos részvételi formák.

A közösségi oldalak még mindig az önreprezentációt szolgálják a legnagyobb mértékben. A felhasználók számára fontosak a gyors visszajelzések és a webes barátok pozitív értékelései vagy hozzászólásai. Ennek megfelelően formálják személyiségüket és a site-okon kialakított profil sok esetben nem egyezik a valós képpel. Az ifjúság szereti megosztani az élete minden fontosabb részletét és a legtöbbször nincsenek tisztában a felhasználók az esetleges veszélyekkel.

Magyarországon sokáig a hazai fejlesztésű közösségi oldalak töltötték be a vezető szerepet, azonban miután a Facebook magyar nyelven is megjelent, nem tudták felvenni az interaktivitásával és naprakészségével a versenyt. Így az amerikai portál vált vezetővé az országban, hasonlóan a világ államainak többségéhez.

III. Hallgatói önkormányzatok Facebook kommunikációjának általános jellemzése

1. Szegedi Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzat (SZTE EHÖK)

A Szegedi Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzata 2012. november elején több mint 10.000 rajongóval rendelkezett. Részletes látogatottsági adatok is találunk, melyek lapján az oldal a 18-24 évesek körében és Szeged városában a legnépszerűbb. A legtöbben 2011 október közepén látogatták meg – ekkor voltak a tüntetések is a Felsőoktatási törvény tervezete ellen.³⁴

A közösségi oldal jelentőségét és népszerűségét mutatja, hogy a felsőoktatási intézménybe 20089 nappali tagozatos hallgató jár.³⁵



4.ábra: Az SZTE EHÖK Facebook oldala

Forrás: SZTE EHÖK Facebook oldal

<http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok>

³⁴ Az SZTE EHÖK Facebook oldal statisztikái, <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/likes> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

³⁵ Fekete Csaba, a Szegedi Tudományegyetem Hallgató Szolgáltatói Irodájának vezetőjének levele, mely tartalmazza a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatóinak létszámát, TDK dolgozat melléklet

Az oldal használja az idővonal funkciót, a borítóképen a szervezet nagyméretű logója látható. Az üzenőfalán aktív kommunikáció folyik, gyakran frissül, egy nap több hír is megjelenik. A látogatók ezeket kommentálják, illetve gyakran írnak bejegyzést is a felületre, főleg akkor, amikor egy pályázat (például a szociális támogatás) beadási ideje van. Ezekre nagy arányban 24 órán belül érkezik válasz az oldal valamelyik olyan adminisztrátorától, aki kompetens az adott témában.³⁶

A fényképek menüpont alatt összesen hét albumot találunk, melyek közül négy az őszi demonstrációval kapcsolatos. A különféle rendezvények plakátját a „Fényképek az idővonalon” albumban találjuk. Friss eseményekről, programokról - ha készült is kép - az nem került fel ide. Ennek oka az lehet, hogy az EHÖK-nek vannak társoldalai, például a Partyponty, melyen a hírek mellett képgalériák is találhatóak.^{37 38}

Az adatlapot tovább böngészve egy videó menüpontot is találhatunk. Ezt a Facebook automatikusan létrehozta, anyag ide nincs feltöltve.³⁹

Az események funkciót folyamatosan használják, minden program meg van hirdetve.⁴⁰

A jegyzetekben is találunk bejegyzéseket, a legtöbb a hallgatói önkormányzati választások eredményét takarja, de új anyag 2011 november óta nem került fel ide.⁴¹

Két további menüpont elérhető az oldalon, az egyik a tanulmányi ösztöndíjjal, míg a másik a szervezet mobilitási programjával kapcsolatos információkat és dokumentumokat tartalmaz.^{42 43}

³⁶ Az SZTE EHÖK Facebook oldal üzenőfala, <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok> Lekérdezés ideje: 2012.március 21.

³⁷ Az SZTE EHÖK Facebook oldal fényképei, <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/photos> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

³⁸ PartyPonty oldal, <http://www.partyponty.hu/> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

³⁹ Az SZTE EHÖK Facebook oldal videói, <http://www.facebook.com/media/set/?set=vb.234238383274984&type=2> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁴⁰ Az SZTE EHÖK Facebook oldal eseményei <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/events> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁴¹ Az SZTE EHÖK Facebook oldal jegyzetei <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/notes> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

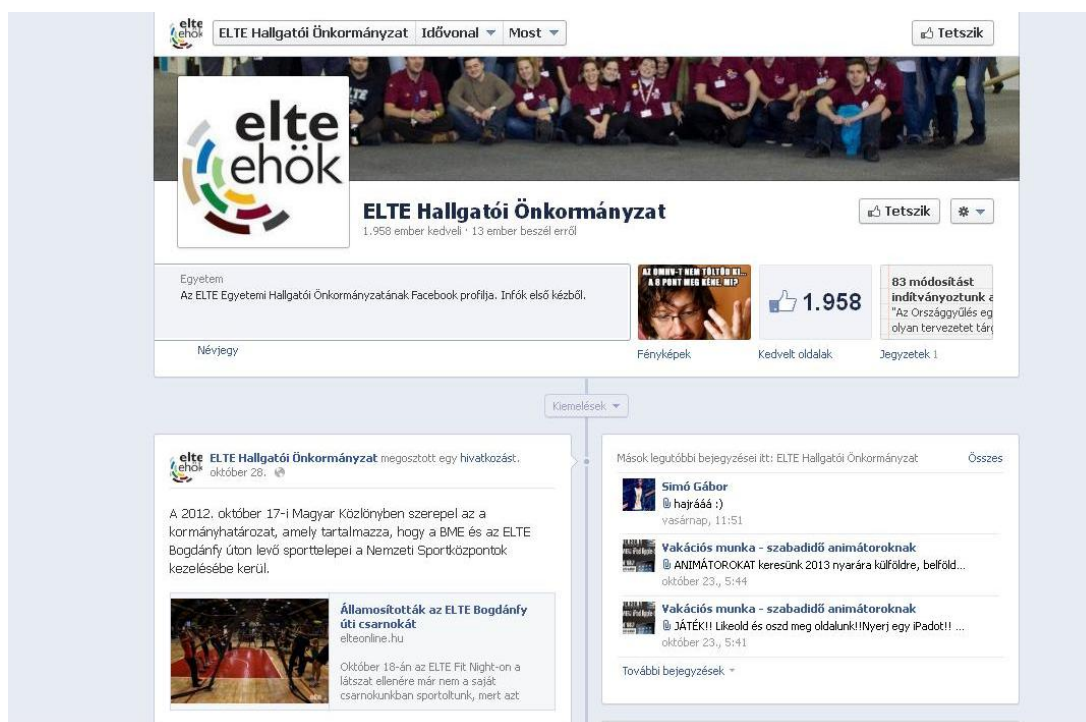
⁴² Az SZTE EHÖK Facebook oldal tanulmányi ösztöndíjjal kapcsolatos menüpontja http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/app_7146470109 Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁴³ Az SZTE EHÖK Facebook oldal mobilitási programmal kapcsolatos menüpontja, http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/app_4949752878 Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

2. Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzat (ELTE EHÖK)

Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzata (ELTE EHÖK) 2012 novemberében megközelítőleg 2000 rajongóval rendelkezett.

A részletes látogatottsági adatokban látszik, hogy az oldal a 18-24 évesek körében a legnépszerűbb, Budapesten. A legnépszerűbb hét a 2012. január 15-el záródó volt.⁴⁴



5.ábra: ELTE EHÖK Facebook oldal

Forrás: Az ELTE EHÖK Facebook oldala

<http://www.facebook.com/eltehok>

Az ELTE EHÖK használja az idővonal funkciót, borítója egy - az Educatio kiállításon készült – csoportkép. Előbbin zajlik kommunikáció, de nem napi rendszerességgel. Felhasználók is írnak az oldalra, főleg programajánlatokat. Kérdéseket csak elvétve találhatunk, de ezekre válasz nem érkezett – legalábbis az idővonalon.⁴⁵

⁴⁴ Az ELTE EHÖK Facebook oldal statisztikái, <http://www.facebook.com/eltehok/likes>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁴⁵ Az ELTE EHÖK Facebook oldal idővonala, <http://www.facebook.com/eltehok>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

A fényképek menüpont alatt hat album található, a profil- és a borítóképek mellett kampányfotók és albumok a Felsőoktatási törvény elleni tüntetésről. Továbbá a pécsi EHÖK-höz hasonlóan a képeken látható az érdekképviselő személyzete is. A „Fényképek az Idővonalon mappában” vegyes a felhozatal, a programplakátoktól a humoros alkotásokig sok minden megtalálható. Érdekesség továbbá, hogy a fővárosi intézmény esetében külön albumot kapott az Oktatói Munka Hallgatói Véleményezése (OMVH), így ösztönözve a hallgatókat az álláspontjuk kifejtésére.⁴⁶

A jegyzetek menüpont alatt egy 2011. decemberi bejegyzés található, mely azokat a módosításokat tartalmazza, amit az ELTE EHÖK indítványozott a felsőoktatási törvény megváltoztatására.⁴⁷

Érdekesség, hogy a vizsgált Facebook oldalak közül ez az egyetlen, amelyik nem használja az események funkciót.

3. Pécsi Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzat (PTE EHÖK)

A Pécsi Tudományegyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzata (PTE EHÖK) 2012 novemberében valamivel több, mint 1100 rajongóval rendelkezett. A részleges látogatottsági adatok azt mutatják, hogy az oldal a 18-24 évesek körében a leglátogatottabb, Pécs városában. A legnépszerűbb hét a 2011. szeptember 25-el záródó volt.⁴⁸

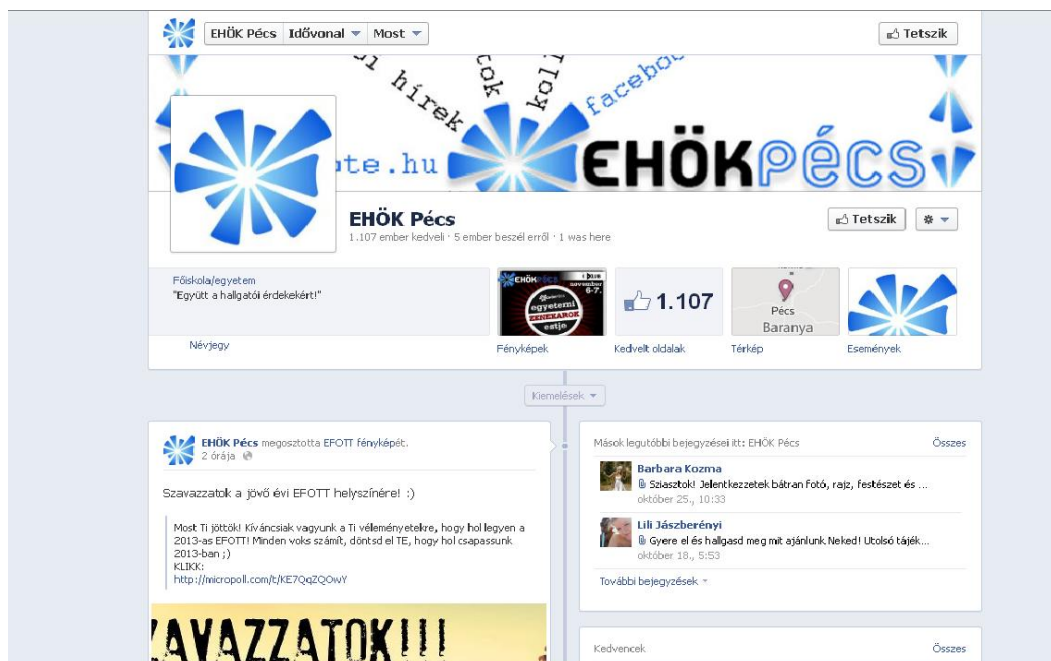
A PTE EHÖK használja az idővonal funkciót, borítóképe a szervezet nagyméretű logója. Az üzenőfalon folyamatos kommunikáció zajlik, egy nap több hír is megjelenik. Felhasználók is írnak az oldalra, különböző programajánlatokat és kérdéseket. Utóbbiakra az adminisztrátorok folyamatosan válaszolnak.⁴⁹

⁴⁶ Az ELTE EHÖK Facebook oldal fényképei, http://www.facebook.com/eltehok/photos_stream, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁴⁷ Az ELTE EHÖK Facebook oldal jegyzetei, <http://www.facebook.com/eltehok/notes>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁴⁸ A PTE EHÖK Facebook oldal statisztikái, <https://www.facebook.com/pecsiehok/likes> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁴⁹ A PTE EHÖK Facebook oldal idővonala, <http://www.facebook.com/pecsiehok>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.



6. ábra: PTE EHÖK Facebook oldal

Forrás: A PTE EHÖK Facebook oldala

<https://www.facebook.com/pecsiehok>

A fényképek menüpont alatt öt mappát találunk, ebből az egyik a profilképek, a másik pedig a borítóképek. Ezeken túl találunk galériát az EHÖK-ben dolgozó személyekről, illetve itt is jelen van a „Fényképek az idővonalon”, ahol különféle programok plakátját lehet megtekinteni. Találunk még egy 2011. november 29-én létrehozott albumot, melyben csupán egy kép van: a Pécsi Egyetemi Zenekarok Fesztiváljának plakátja.⁵⁰ Az „események” funkciót ez a szervezet is folyamatosan használja, hogy elérje a hallgatókat.⁵¹

4. Összefoglalás

Amit az fentebb látható, a hallgatói érdekvédelmi csoportok is jelen vannak a Facebook közösségi oldalon. A következőkben a lényeges funkciókat sorba véve foglaltam össze az eredményeket.

⁵⁰ A PTE EHÖK Facebook oldal fényképei, http://www.facebook.com/pecsiehok/photos_stream, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

⁵¹ A PTE EHÖK Facebook oldal eseményei, <http://www.facebook.com/pecsiehok/events>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

A rajongószámot tekintve az SZTE EHÖK végzett az első helyen. Ők rendelkeznek a legnagyobb rajongói bázissal a felsőoktatási intézmény nappali tagozatos létszámához és a másik két hasonló szervezethez képest is.

Az aktív, kétoldali kommunikáció a szegedi és pécsi érdekképviselőknél megvan, ők reagálnak az oldalra írt kérdésekre és felvetésekre. Ez azonban az ELTE esetében hiányzik.

Az események funkció használata a PTE és SZTE EHÖK adatlapján folyamatos, azonban az ELTE adatlapján ez nem szerepel.

Tanulmányi és pályázati tájékoztató anyagokat legnagyobb arányban a szegedi intézmény töltött fel oldalára, a másik két szervezetenél ez hiányzik, ők főleg a szórakoztató programokat promotálják. Az ELTE esetében van egyetlen kivétel, az oktatói munkát véleményező kérdőív kitöltésére való buzdítás.

A fényképalbumokat egyik szervezet sem tölt fel folyamatosan, mindegyiküknél a felsőoktatási törvény ellen szervezett tüntetések anyagai kaptak nagyobb hangsúlyt.

Az azonban jól látszik, hogy a nagy politikai pártokhoz hasonlóan ezek a szervezetek is felismerték a Web2-ben rejlő mozgósítási és tájékoztatási erőt. Más-más ütemben fejlődnek, a legkiemelkedőbb teljesítményt azonban a szegedi érdekképviselő nyújtja.

IV. Tüntetések: előzmények, okok, eszközök Facebook oldalak

1. 2011-es tüntetések

A kormányváltás után az új kabinet nagymértékű változtatásokat tervezett a magyar felsőoktatásban: finanszírozási rendszer átalakítása, hallgatói szerződés, stb.

2010 nyarán merült fel az első ezzel kapcsolatos igény és indult el a folyamat a Pázmány Péter Katolikus Egyetem volt oktatója, a konzervatív szemléletű Hoffmann Rózsa vezetésével. Mellette volt továbbá Dux László, akkori felsőoktatási ügyekért felelős helyettes államtitkár, aki Szegedről érkezett, így egyfajta reményt jelentett a felsőoktatási intézmény számára.⁵²

2010 nyarának végén egyeztetés zajlott a Balaton mellett, melyen minden felsőoktatásban érintett szervezet képviselője részt vett, így a Hallgatói Önkormányzatok Országos Konferenciájáé (HÖÖK) is. Itt zajlottak az egyeztetések, a műhelymunkák, azonban a később mindenkinek megküldött anyag nem az ott megszületett egyezményeket tartalmazta, hanem a Professzorok Batthyányi Körének álláspontját. Ez volt a fő ok, ami oda vezetett, hogy a Budapesti Műszaki Egyetem Egyetemi Hallgatói Önkormányzatának elnöke az október 23-i megemlékezésen a felsőoktatás átalakítása ellen is felemelte a hangját. Kifejtette, hogy minden eszközt meg fognak ragadni ahhoz, hogy hallassák a hangjukat és jogaikat érvényesítsék. Ekkor indult el a tüntetések folyamata. Egyeztetések indultak a hallgatói érdekképviselő és az oktatási államtitkárság között, azonban ezek – az utóbbi szervezet véleménye szerint – egyoldalúra sikeredtek. Meghallgatták az álláspontjukat, azt tudomásul vették, azonban ennek ellenére folyamatosan jelentek meg az újabb tervezetek. Ezeknek a csúcsa az volt, mikor belekerült a dokumentumba a hallgatói szerződés, mely az országhoz kötné a diákokat. 2011 őszén a HÖÖK koncepciója alapján elindultak a tüntetések. Először a kisebb városokban, majd pedig Budapesten. Ezen eseményeknél használták ki először a Facebook tömegmozgató lehetőségeit hallgatói érdekvédelmi célra. Ugyanakkor mindenképpen meg kell említeni, hogy a civil kezdeményezések jobban használták-e közösségi oldalt. Hamarabb reagáltak a hírekre és viszonylag rövid idő alatt tudtak nagy tömegeket maguk mellé állítani.⁵³

⁵² Interjú Polgár Zsuzsannával, a HÖÖK szegedi régióelnökével, TDK dolgozat melléklet 43-44 p.

⁵³ Interjú Polgár Zsuzsannával, a HÖÖK szegedi régióelnökével, TDK dolgozat melléklet 44-45 p

Tisztázni kell, hogy melyek azok az lépések, melyeket a hallgatói önkormányzatoknak meg kell tenniük, ha valamiféle sérelem éri őket.

Az első a tárgyalás, le kell ülni egy asztalhoz a másik féllel. Ha ez nem ér el eredményt, akkor a média segítségét kell igénybe venni. Először a saját sajtót (például kari, egyetemi lapok) kell mozgósítani, ezt követően jöhet a regionális majd az országos. A végső lépés a tüntetés. Utóbbi Szegeden a Rektori Hivatal előtt volt, mely komoly üzenettel bír, hiszen az egyetem vezetője javaslattevőként része a törvényalkotási folyamatnak a Magyar Rektori Konferencián keresztül.⁵⁴

A politikai erők mindig odafigyelnek arra, hogy a fiatalság mit gondol, hiszen ők a jövő választópolgárai. 2006-ban a szocialista kormány is megpróbált egyfajta tandíjat bevezetni, így akkor is demonstrációk kezdődtek. Ezek azért is értek hamar célhoz, mert a kormánynak nem volt kétharmados többsége és egy népszavazást is tartottak az ügyben. Ezeken túl rendkívül erős volt a kommunikáció: Szegeden South Park figurás plakátok – melyeket újra kellett nyomtatni, ugyanis a népszerűségük miatt folyamatosan elvitték őket -, pólók illetve egy nagyszabású program a Dugonics téren. Utóbbi arról szólt, hogy furnérlemezekből készült emberalakokra voltak különféle felsőoktatási statisztikák felírva. Ezek mellett folyamatosan állt egy HÖK képviselő, akivel lehetett beszélgetni a témáról, így szájról-szájra terjedt az információ a készülő tüntetésről is. E mellett adatbázisokon (e-mail, telefon) is tájékoztatták a hallgatókat 2006-ban.⁵⁵

Az e-mail adatbázis építése jelenleg is folyamatban van. Ez ugyanis tudna hatékonyan működni, de a hallgatói önkormányzatoknak nincs meg az a lehetőségük, hogy kikérjék a diákok adatait a tanulmányi osztályokról. Így különféle alkalmazások, jelentkezések (például az egységes egyetemi gólyatábor) alkalmával és a kedvezményre jogosító kártyák kiadásánál tudják azt bővíteni.⁵⁶

2011-ben már komoly hangsúlyt kapott a Facebook. Az érdeklődők egy központ felületen juthattak hozzá friss és pontos információkhoz, miközben ismerőseikkel is aktív kommunikációt tudtak folytatni. Ráadásul itt már sokkal nehezebb álarc vagy

⁵⁴ Interjú Polgár Zsuzsannával, a HÖÖK szegedi régióelnökével, TDK dolgozat melléklet 44-45 p

⁵⁵ Interjú Polgár Zsuzsannával, a HÖÖK szegedi régióelnökével, TDK dolgozat melléklet 47-49 p

⁵⁶ Interjú Kovács Tamással az SZTE EHÖK volt sajtófőnökével, TDK dolgozat melléklet 49-50 p.

nicknév mögé bújni, így a véleményeket vállalni kell. Mindezek mellett a kommunikáció is gyorsabb, hiszen rá lehet írni egy illetőre, ha online van.⁵⁷

Azonban a Facebook kezd veszíteni a hatékonyságából. Megjelent az idővonal, ami sokaknak az ellenszenvét váltotta ki az oldallal szemben. Megszűnt a fórumok létrehozásának a lehetősége és az események kezdenek érdektelenné válni, annyira sok ilyen jellegű felkérés érkezik a felhasználókhoz.⁵⁸

A 2011-es demonstrációnál is voltak negatív visszhangok. Többek között eleinte a Rectori Hivatal is vonakodott a rendezvénytől, illetve voltak olyan csoportok, akiknek a problémája az Egyetemi Hallgatói Önkormányzattal van és ezt kivetítik a szervezet programjaira is. Ők a Facebook felületén is folyamatosan támadják ezeket, illetve gyakran hoznak létre úgynevezett robotfelhasználókat, melyekkel igyekeznek spam jellegű és negatív bejegyzésekkel teleírni az események üzenőfalait. Ez azonban teljesen átlagosnak mondható, gyakran előfordulhat bárhol, bármelyik oldalon.⁵⁹

a. Éhségsztrájk

Szegeden a hallgatók éhségsztrájkot is szerveztek a felsőoktatási törvénytervezet ellen. A hallgatók közel három napon keresztül tartózkodtak a Bölcsészettudományi Karon található Auditorium Maximumban, miközben ennek az oldálnak a segítségével is tartották a kapcsolatot a nyilvánossággal. Az üzenőfalán folyamatosan jelentek meg a bejegyzések, képek, videók, helyzetjelentések és a média megjelenésekre mutató linkek. Az országos sajtó mellett az egyetemi is aktívan képviseltette magát, így folyamatosan frissültek a bejegyzések videókkal vagy cikkekkel. Ráadásul a résztvevők készítettek, úgynevezett Hoffmann-egyperceseket is, melyekkel az oktatási államtitkárnak üzentek. ezek a YouTube videómegosztó portálra kerültek fel azon keresztül pedig az esemény adatlapján is megjelentek.⁶⁰

Nem csak hallgatók, hanem velük szolidaritást vállaló emberek is írtak bejegyzéseket, sőt, olyan információk is eljutottak a demonstrálókhoz, mint az, hogy Budapesten a

⁵⁷ Interjú Polgár Zsuzsannával, a HÖÖK szegedi régióelnökével, TDK dolgozat melléklet 49-50 p

⁵⁸ Interjú Kovács Tamással az SZTE EHÖK volt sajtófőnökével, TDK dolgozat melléklet 56 p.

⁵⁹ Interjú Kovács Tamással az SZTE EHÖK volt sajtófőnökével, TDK dolgozat melléklet 55 p.

⁶⁰ Hoffmann-egypercesek a YouTube.com videó megosztó oldalon,
http://www.youtube.com/results?search_query=hoffmann+egypercesek&oq=hoffmann+&gs_l=youtube.3.0.35i39j0l9.1115.2344.0.3720.6.6.0.0.0.136.468.5j1.6.0...0.0...1ac.1.DCIVILLT1zE Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

metróállomás kivetítőjén is a kiemelt hírek között szerepel az esemény vagy, hogy a Nem tetszik a rendszer! elnevezésű tüntetésen is beszámoltak a szegedi eseményről.

A Facebookon egyébként 129 ember jelezte, hogy ott lesz 2011. október 21-től 24-ig és 52 mondta azt, hogy talán.⁶¹ Az Index.hu internetes hírportál, a Magyar Távirati Irodára hivatkozva mintegy nyolcvan résztvevő hallgatóról írt.⁶²

b. Szegedi demonstráció a felsőoktatási törvény egyoldalú módosítása ellen!

Az éhségsztrájk 2011. október 24-én reggel ért véget és még ennek a napnak az estéjén került meghirdetésre a Szegedi Tudományegyetem Rektori Hivatala elé a demonstráció. Itt is aktív kommunikáció folyt az üzenőfalán, ám több negatív bejegyzés is született a hallgatók részéről. Ők nem az eseményt kritizálták, hanem az EHÖK elnök személyét. Kifejtették, hogy számukra az ő felszólalásával a tüntetés teljesen hiteltelenné vált. (Ez nem tartozik szorosan a dolgozat témájához, így nem fejtem ki.) Az eseményre összesen 2712 ember jelzett úgy, hogy biztosan ott lesz, míg 1103 fő klikkelt a talán opcióra.⁶³ Az Index.hu internetes hírportál, a Magyar Távirati Irodára Hivatkozva mintegy kétezer jelenlétéről írt. Ez hétszáz fővel kevesebb annál, mint ahányan a Facebookon visszajeleztek.⁶⁴

2. 2012-es tüntetések

2012 telén ismét hallgatói tüntetések szerveződtek Magyarországon. Nemtetszést váltott ki az egyetemi polgárokból a felsőoktatási intézményeket érintő forráskivonás, a fő kiváltó ok azonban a keretszámok drasztikus csökkentése volt. A megmozdulások során az előző évből maradt megoldatlan kérdések (pl.: hallgatói szerződés) is előkerültek és a diákok újabb követeléseket is megfogalmaztak. Több szervezet aktivizálta magát ez alkalommal, így a hallgatói önkormányzatok mellett megjelentek a nem hivatalos szervezetek is.

⁶¹ Az éhségsztrájk Facebook-esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/263132960388481/> Lekérdezés ideje: 2012. március 21.

⁶² Egyetemisták tüntettek Szegeden, Index.hu http://index.hu/belfold/2011/10/24/egyetemistak_tuntettek_szegeden/ Lekérdezés ideje: 2011. március 21.

⁶³ A Szegedi demonstráció a felsőoktatási törvény egyoldalú módosítása ellen! Facebook-esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/284673398223752/> Lekérdezés ideje: 2012. március 21.

⁶⁴ Egyetemisták tüntettek Szegeden, Index.hu http://index.hu/belfold/2011/10/24/egyetemistak_tuntettek_szegeden/ Lekérdezés ideje: 2011. március 21.

Fontos megjegyezni, hogy a dolgozat lezárásakor még mindig voltak lezáratlan kérdések, így 2013 januárjában is várhatóak megmozdulások.

a. Hallgatói Hálózat

A szervezet magát az oktatók és a diákok önszerveződő csoportjaként jellemzi, mely kifejezetten a felsőoktatási törvény miatt jött létre.⁶⁵

A Hallgatói Hálózat 2013 januárjában közel 14.000 rajongóval rendelkezett. A részletes látogatottsági adatok alapján a 18-24 évesek körében volt a legnépszerűbb, Budapesten. Legtöbbször 2012 decemberében látogatták meg, a tüntetések kezdetekor. Igaz, hogy már 2011-ben létrejöttek, de a nagyobb aktivitás egy évvel később indult el az oldalon.⁶⁶



7. ábra: Hallgatói Hálózat Facebook oldal

Forrás: A Hallgatói Hálózat Facebook oldala

<http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat>

⁶⁵ A Hallgatói Hálózat Facebook oldal névjegye, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/info>
Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁶⁶ A Hallgatói Hálózat Facebook oldal statisztikái, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/likes>
Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

Az oldal használja az idővonal funkciót, a borítóképen egy tüntetés pillanata van megörökítve. Az üzenőfalán aktív kommunikáció folyik, gyakran frissül, egy nap több hír is megjelenik. A látogatók ezeket kommentálják, illetve gyakran írnak bejegyzést is a felületre. Ezekhez a témákhoz kapcsolódóan sokszor alakul ki vita a kommentárokbán.⁶⁷

A fényképek menüpont alatt több albumot is találunk, egyrészt a megmozdulások vannak rögzítve, másrészt elérhetőek a szervezet szóróanyagai és plakátjai is. A legnagyobb aktivitás az „Idővonalra feltöltött képek” között van, ide vegyesen kerülnek fel anyagok.⁶⁸

A jegyzetek folyamatosan frissülnek véleményekkel, hírekkel és álláspontokkal.⁶⁹

Az események funkciót az oldal nem használja.⁷⁰

b. Miérthallgatók

Az oldalon található jellemzés szerint a csoport mindenkitől függetlenül kívánnak tenni a szegedi egyetemi élet és képviselet javításáért. A 2012-es események hatására leírásukat frissítették, mely szerint igyekeznek mindent megtenni a törvény visszaszorításáért, a felsőoktatási intézményért és a párbeszéd kialakulásáért.⁷¹

A Miérthallgatók 2013 januárjában közel 1400 rajongóval rendelkezett. A részletes látogatottsági adatok alapján a 18-24 évesek körében volt a legnépszerűbb, Budapesten. (Utóbbi azért érdekes adat, mert egy szegedi szervezetről van szó.) A legtöbb látogatója 2012. december elején volt, a tüntetések kezdetekor. Hasonlóan a Hallgatói Hálózathoz, ez a szervezet is létrejött már 2011-ben, de a legnagyobb aktivitás 2012 év végén volt.⁷²

⁶⁷ A Hallgatói Hálózat Facebook oldal idővonala, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

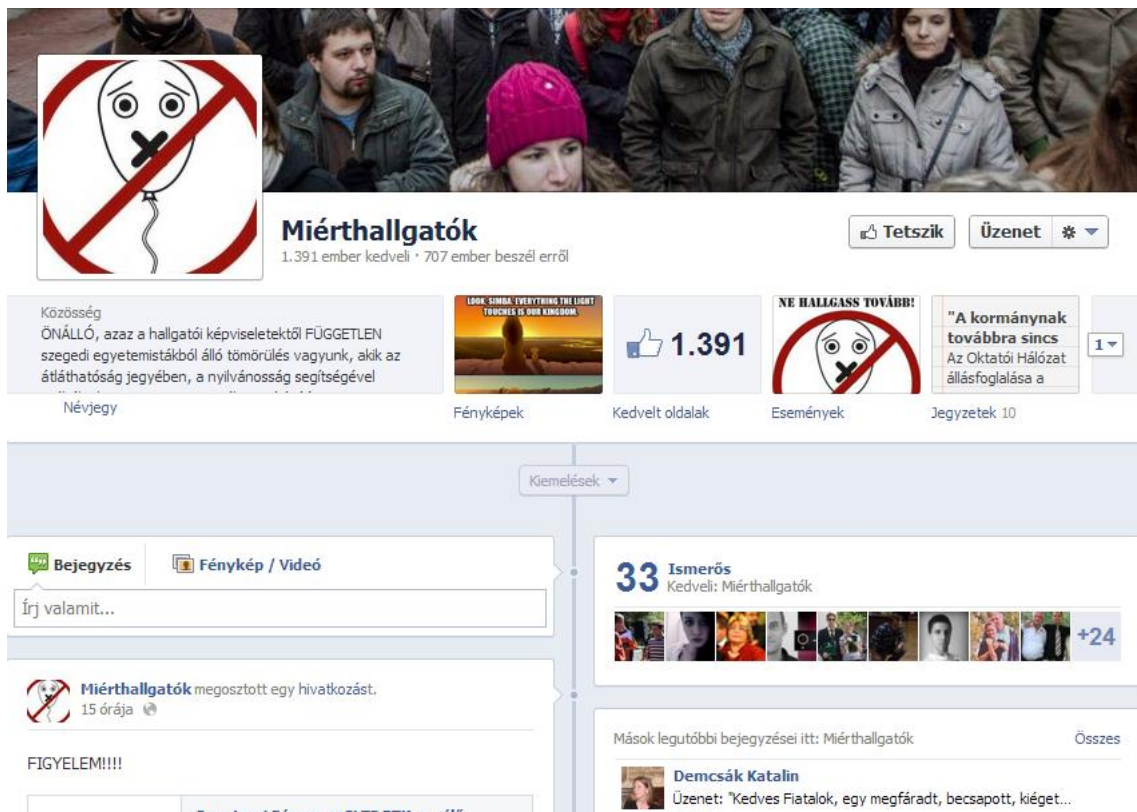
⁶⁸ A Hallgatói Hálózat Facebook oldal képei, http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/photos_stream Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁶⁹ A Hallgatói Hálózat Facebook oldal jegyzetei, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/notes> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷⁰ A Hallgatói Hálózat Facebook oldal eseményei, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/events> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷¹ A Miérthallgatók Facebook oldal névjegye, <http://www.facebook.com/mierthallgatok/info> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷² A Miérthallgatók Facebook oldal statisztikái, <http://www.facebook.com/mierthallgatok/likes> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.



7. ábra: Miérthallgatók Facebook oldal

Forrás: A Miérthallgatók Facebook oldala

<http://www.facebook.com/mierthallgatok>

Ez az oldal is használja az idővonalat, a borítóképen egy tüntetés pillanata van megörökítve. Az üzenőfalán aktív kommunikáció folyik, gyakran frissül, egy nap több bejegyzés is születik. A látogatók ezeket kommentálják, illetve gyakran írnak bejegyzést is a felületre, melyekből itt is többször alakul ki vita.⁷³

A fényképek menüpont alatt több albumot is találunk, a demonstrációik vannak rögzítve. Folyamatos a feltöltés az „Idővonalra feltöltött képek” közé, jellemzőek különféle sajtóanyagok és mémek.⁷⁴

⁷³ A Miérthallgatók Facebook oldal idővonal, <http://www.facebook.com/mierthallgatok> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷⁴ A Miérthallgatók Facebook oldal képei, http://www.facebook.com/mierthallgatok/photos_stream Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A jegyzetek funkció használatban van, álláspontok és híryanagok vannak feltöltve.⁷⁵
Az eseményeket minden rendezvényük esetében igénybe vették.⁷⁶

Komoly különbséget jelent a Hallgatói Hálózat oldalával szemben, hogy a Miérthallgatók a videók opciót is feltöltötte tartalommal, mozgóképes anyag van a rendezvényeikről.⁷⁷

c) Események

c1) Szegedi tüntetés

A meghirdetett események sok esetben szélesebb rétegekhez eljutnak, mint az oldalak, hiszen ide az emberek meghívják ismerőseiket, azokat is, akiknek nem kerültek korábban a látókörébe az események.

Szegeden a Megyeháza előtti téren volt a demonstráció, 2012. december 19-én. Az esemény üzenőfalán az érdeklődők folytattak eszmecserét, ötleteket és híreket osztottak meg. A tüntetés ideje alatt sem szakadt meg ez a folyamat, köszönhetően a már korábban említett okostelefonoknak és mobilinternetnek. A webes felületen összesen 2083 fő jelezte, hogy biztosan jelen lesz.⁷⁸

A jelenlévők pontos számáról nincsenek részletes információk azonban a Délmagyar online újság körülbelül ezer főről számolt be.⁷⁹

⁷⁵ A Miérthallgatók Facebook oldal jegyzetei, <http://www.facebook.com/mierthallgatok/notes>
Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷⁶ A Miérthallgatók Facebook oldal eseményei, <http://www.facebook.com/mierthallgatok/events>
Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷⁷ A Miérthallgatók Facebook oldal videói,
<http://www.facebook.com/media/set/?set=vb.265591966812355&type=2> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷⁸ Tüntetés Facebook esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/383838788366484/>
Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁷⁹ Horváth Attila – A BTK épületében töltötték az éjszakát a diákok, Délmagyar.hu,
[http://www.delmagyar.hu/szeged_hirek/a_btk_epuleteben_toltottek_az_ejszakat_a_diakok/2312210/](http://www.delmagyar.hu/szeged hirek/a_btk_epuleteben_toltottek_az_ejszakat_a_diakok/2312210/)
Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

c2) Budapesti tüntetés

A demonstráció „Télirózsás Diákforradalom” néven került fel a Facebookra és szintén december 19-re hirdették meg a Magyar Tudományos Akadémia épülete elé.

Természetesen az aktív kommunikáció itt is folyamatos volt, csak úgy mint a szegedi esetben. Összesen 5552 személy jelezte biztos részvételét, ami arányaiban nem egy magas szám, főleg egy fővárosi esemény tekintetében.⁸⁰

Az Index.hu internetes hírportál 2-3000 jelenlévőről számolt be.⁸¹

3. Összefoglalás

2011-ben derültek ki a magyar kormány felsőoktatással kapcsolatos tervei, melyek nem egyeztek a hallgatók elképzeléseivel, így decemberben tüntetések kezdődtek országszerte. Ebben az időszakban a nagyobb megmozdulások a hivatalos hallgatói érdekképviseltekhez, a hallgatói önkormányzatokhoz voltak köthetőek.

A szervezésnél komoly szerephez jutottak a web2-es felületek, azon belül is főleg a Facebook. Események és oldalak segítségével juttatták el a szervezők az információt a potenciális résztvevőkhöz.

2012 decemberében újabb tüntetési hullám következett, ugyanis a kormány terveiben a keretszámok drasztikus csökkentése szerepelt. Ebben az időszakban a hivatalos hallgatói érdekképviseltek mellett megjelentek a nem hivatalos szervezetek. Utóbbiak is komoly hangsúlyt kapott a Facebook, mind a szervezésben, mind pedig a mozgósításban.

Itt - a vizsgált szervezetek oldalainak tekintetében – megfigyelhető, hogy a közösségi oldalon lévő oldalak hasonló sémára épültek: folyamatos kommunikáció, vitapontok kialakulása, interaktivitás, vizuális elemek alkalmazása. A leginkább kimutatható hasonlóság a más esetekben ritkán használt jegyzetnél van: a vizsgált nem hivatalos mozgalmak gyakran élnek ezzel a funkcióval.

⁸⁰ Télirózsás Diákforradalom Facebook esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/511683732196449/> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

⁸¹ Több diákot állítottak elő a tüntetésen – percről-percre, Index.hu, http://index.hu/belfold/2012/12/19/ulosztrajk_a_szent_istvan_gimnaziumban/?p=2 Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

V. Következtetések

Az Y generáció életének egyik alappillérévé vált a közösségi média és a Web2. Ebben a korcsoportban egyáltalán nem jellemző a generációs szakadék, minden tagja pontosan tudja, hogy az közösségi oldalak mire valók és az ehhez kapcsolódó kijelentések mit jelentenek. A közösségi oldalak még mindig az önreprezentációban játsszák a legnagyobb szerepet. Ma már evidens, sőt elvárás egy internetes közösség tagjának lenni, ugyanis sokan – főleg a fiatalok – az itt kapott visszajelzések alapján formálják online személyiségüket, melyek sok esetben nem egyeznek meg a valós képpel.

- A fenti népszerűség tendenciája a politikai aktivitásban nem jelenik meg, a politikai részvétel arányaiban nem megy át a közösségi oldalakra, a csak ezen a felületen folytatott aktivitás mindössze öt százalék.

- A hallgatói érdekvédelmi szervezeteknél is az Y generáció tagjai dolgoznak és ugyanezt a korosztályt szeretnék megszólítani is. Éppen ezért egyértelmű, hogy aktívan jelen vannak ezeken a felületeken, igaz eltérő mértékben. Míg a szegedi képviselő az egyik legfőbb információforrásként kezeli, addig az ELTE és a pécsi egyetem oldala ritkán frissül és jóval kevesebb tájékoztató anyagot tartalmaz.

- Az előző pontból következik, hogy a 2011-es és 2012-es demonstrációkban is komoly szerepet kapott a Facebook. A különböző események és oldalak vizsgálata ezt az állítást alátámasztja, hiszen a szervezés és az információátadás is itt történt. Az események oldala sokszor úgy néz ki, mint a Facebookon belüli újabb közösségi oldal, ugyanis az érdeklődők bejegyzéseket írnak, melyek alatt a hozzászólásokban sokszor komoly vita jön létre. A web2-es felületeken ideologikus beszélőközösségek alakulnak ki, az aktív felhasználók megteremtnek egy közösségi élményvilágot, mely valamiféle valóságképet nyújt számukra. Megjelent még ezeken a felületeken a kreatív brainstorming is, hiszen Szegeden a szervezők plakátkészítésre is invitálták a hallgatókat a nagy megmozdulás előtt. Sokan az esemény üzenőfalán osztották meg egymással ötleteiket.⁸²

⁸² Kari gyülekező és transzparensgyártás az esti tüntetés előtt esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/295984790521776/> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

Jól látszik, hogy a közösségi oldalaknak komoly szerepe van már most is a politikában, a szervezésben, a mozgósításban és ez a jövőben minden bizonnyal csak fejlődni fog. Ennek több oka lehet. Egyrészt a könnyű és hordozható internetes eszközök egyre olcsóbbak lesznek és széles tömegek számára válnak elérhetővé. Másrészt a Facebook és a Twitter széles tömegekhez jutnak el, ráadásul használatuk mindenki számára ingyenes.

VI. Felhasznált irodalom

a. Szakirodalmak

10 kérdés az ifjúságról – Magyar ifjúság 2012 kutatás első eredményei, Kutatópont Kft., http://kutatopont.hu/files/2012/02/magyar_ifjusag_2012.pdf Lekérdezés ideje: 2012. január 6.

Jeskó József, Bakó Judit, Tóth Zoltán – A radikális jobboldal webes hálózatai, http://www.poltudszemle.hu/szamok/2012_1szam/jesko.pdf Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

Kern Tamás – Szabó Andrea: A politikai közéleti részvétel alakulása Magyarországon, 2006-2010, 2011. <http://www.valasztaskutatas.hu/kiadvanyok/rkp/reszvetel-kepvisolet-politikai-valtozas-1/kern-tamas-2013-szabo-andrea-a-politikai-kozeleti-reszvetel-alakulasa-magyarorszag-200620132010/view>, Lekérdezés ideje: 2012. december 17.

Laza Bálint: A lányok hazudnak magukról Facebook-on, <http://kozeljovo.komm.bme.hu/2010/11/08/a-lanyok-hazudnak-magukrol-a-facebookon/> Lekérdezés ideje: 2012. március 13.

Tari Annamária: Y generáció. Jaffa kiadó Bp., 2010

Új Pedagógiai Szemle, Havasi Tamás: Az internet szerepe a fiatalok identitásának kialakításában. Bp., 2005

b. Források

A FIDESZ Facebook oldala, <http://www.facebook.com/FideszHU?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

A Hallgatói Hálózat Facebook oldal eseményei, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/events> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Hallgatói Hálózat Facebook oldal idővonala, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Hallgatói Hálózat Facebook oldal jegyzetei, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/notes> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Hallgatói Hálózat Facebook oldal képei, http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/photos_stream Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Hallgatói Hálózat Facebook oldal névjegye, <http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/info> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Hallgatói Hálózat Facebook oldal statisztikái,
<http://www.facebook.com/hallgatoi.halozat/likes> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Jobbik Facebook oldala,
<http://www.facebook.com/JobbikMagyarorszagertMozgalom?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

A közösségimédia-márkák adatai a világon és Amerikában, 2011. szeptember
<http://www.netkutasok.hu/2011/09/en-kozossegimedia-markak-adatai-vilagon.html>
 Lekérdezés ideje: 2012. március 13.

A Miérthallgatók Facebook oldal eseményei,
<http://www.facebook.com/mierthallgatok/events> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Miérthallgatók Facebook oldal idővonala, <http://www.facebook.com/mierthallgatok>
 Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Miérthallgatók Facebook oldal jegyzetei,
<http://www.facebook.com/mierthallgatok/notes> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Miérthallgatók Facebook oldal képei,
http://www.facebook.com/mierthallgatok/photos_stream Lekérdezés ideje: 2013. január 6

A Miérthallgatók Facebook oldal névjegye,
<http://www.facebook.com/mierthallgatok/info> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Miérthallgatók Facebook oldal statisztikái,
<http://www.facebook.com/mierthallgatok/likes> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A Miérthallgatók Facebook oldal videói,
<http://www.facebook.com/media/set/?set=vb.265591966812355&type=2> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

A PTE EHÖK Facebook oldal eseményei, <http://www.facebook.com/pecsiehok/events>,
 Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

A PTE EHÖK Facebook oldal fényképei,
http://www.facebook.com/pecsiehok/photos_stream, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

A PTE EHÖK Facebook oldal idővonala, <http://www.facebook.com/pecsiehok>,
 Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

A PTE EHÖK Facebook oldal statisztikái, <https://www.facebook.com/pecsiehok/likes>
 Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

A Szegedi demonstráció a felsőoktatási törvény egyoldalú módosítása ellen! Facebook-esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/284673398223752/> Lekérdezés ideje: 2012. március 21.

Alexa.com <http://www.alex.com/siteinfo/myvip.com#> Lekérdezés ideje: 2012.március 16.

Az Egymillióan a magyar sajtószabadságért mozgalom Facebook oldala, <http://www.facebook.com/sajtoszabadsagert?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

Az éhségstrájk Facebook-esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/263132960388481/> Lekérdezés ideje: 2012.március 21.

Az ELTE EHÖK Facebook oldal fényképei, http://www.facebook.com/eltehok/photos_stream, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az ELTE EHÖK Facebook oldal idővonala, <http://www.facebook.com/eltehok>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az ELTE EHÖK Facebook oldal jegyzetei, <http://www.facebook.com/eltehok/notes>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az ELTE EHÖK Facebook oldal statisztikái, <http://www.facebook.com/eltehok/likes>, Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az LMP Facebook oldala, <http://www.facebook.com/lehetmas?ref=ts&fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

Az MSZP Facebook oldala, <http://www.facebook.com/mszpfb?fref=ts> Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal eseményei <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/events> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal fényképei, <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/photos> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal jegyzetei <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/notes> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal mobilitási programmal kapcsolatos menüpontja, http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/app_4949752878 Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal statisztikái, <http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/likes> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal tanulmányi ösztöndíjjal kapcsolatos menüpontja
http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok/app_7146470109

Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal üzenőfala,

<http://www.facebook.com/szegedi.tudomanyegyetem.ehok> Lekérdezés ideje:

2012.március 21.

Az SZTE EHÖK Facebook oldal videói,

<http://www.facebook.com/media/set/?set=vb.234238383274984&type=2> Lekérdezés

ideje: 2012. november 6.

Egyetemisták tüntettek Szegeden, Index.hu

http://index.hu/belfold/2011/10/24/egyetemistak_tuntettek_szegeden/ Lekérdezés ideje:

2011. március 21.

Egyetemisták tüntettek Szegeden, Index.hu

http://index.hu/belfold/2011/10/24/egyetemistak_tuntettek_szegeden/ Lekérdezés ideje:

2011. március 21.

Facebook - Magyar felhasználók száma 3,9 millió, 39 százalék penetrációval, 2012.

február, <http://www.netkutatasok.hu/2012/03/facebook-magyar-felhasznalok-szama-39.html>, Lekérdezés ideje: 2012. március 7.

Facebook - Magyar felhasználók száma 3,9 millió, 39 százalék penetrációval, 2012.

február, <http://www.netkutatasok.hu/2012/03/facebook-magyar-felhasznalok-szama-39.html>, Lekérdezés ideje: 2012. március 7.

Generál Média <http://www.generalmedia.hu/site.php?iname=myvip.com&lang=hu>

Lekérdezés ideje: 2012. március 16.

Hoffmann-egypercesek a YouTube.com videó megosztó oldalon,

http://www.youtube.com/results?search_query=hoffmann+egypercesek&oq=hoffmann+&gs_l=youtube.3.0.35i39j0l9.1115.2344.0.3720.6.6.0.0.0.0.136.468.5j1.6.0...0.0...1ac.1.DCIVILLT1zE Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Horváth Attila – A BTK épületében töltötték az éjszakát a diákok, Délmagyar.hu,

http://www.delmagyar.hu/szeged_hirek/a_btk_epuleteben_toltottek_az_ejszakat_a_diakok/2312210/ Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

Kari gyülekező és transzparensgyártás az esti tüntetés előtt esemény oldala,

<http://www.facebook.com/events/295984790521776/> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

Orbán Viktor Facebook oldala, <http://www.facebook.com/orbanviktor?fref=ts>

Lekérdezés ideje: 2012. november 10.

PartyPonty oldal, <http://www.partyponty.hu/> Lekérdezés ideje: 2012. november 6.

Télirózsás Diákforradalom Facebook esemény oldala,

<http://www.facebook.com/events/511683732196449/> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

The growth of social media <http://www.searchenginejournal.com/the-growth-of-social-media-an-infographic/32788/> Lekérdezés ideje: 2012. március 13

Több diákot állítottak elő a tüntetésen – percről-percre, Index.hu, http://index.hu/belfold/2012/12/19/ulosztrajk_a_szent_istvan_gimnaziumban/?p=2 Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

Tüntetés Facebook esemény oldala, <http://www.facebook.com/events/383838788366484/> Lekérdezés ideje: 2013. január 6.

Végleg lenyomja a Facebook az iWiW-et? <http://insiderblog.hu/blogzine/2012/02/19/lenyomta-a-facebook-az-iwiw-et/> Lekérdezés ideje: 2012. március 13

Wikipédia Facebook szócikk, <http://hu.wikipedia.org/wiki/Facebook> Lekérdezés ideje: 2012. március 13.

VII. Mellékletek

a. melléklet: Interjú Polgár Zsuzsannával, a HÖÖK volt szegedi régióelnökével

Te személyesen miben látod a hallgatói érdekvédelem nehézségeit és ez miben bukhat el?

Eddigi hallgatói érdekvédelmi tapasztalataim alapján a hallgatói érdekvédelmi képviselőt megítélése elég kétes, ez főleg annak tudható be, hogy pénzek fölött opponál. Mindig lesz olyan ember, aki nem kap és ez személyes sértésnek könyveli el, de úgy gondolom, hogy a jelenlegi törvényi keretei és lehetőségei a hallgatói mozgalomnak tökéletes arra, hogy jogilag tiszta és feddhetetlen munkát végezzen. Az már más kérdés, hogy a hallgatókat ebbe mennyire lehet bevonni és szerintem itt van az egésznek a kulcsa, hogy az a munka, amit a hallgatói érdekképviselő, ahogy én látom, országos szinten végez, az összességében egy ötös skálán mondjuk négyesre értékelhető és itt a legkisebb HÖK testülettől kezdve a legnagyobbig érték mindenkit. Azt nem mondom, hogy nincsenek hibák, mert itt is emberek dolgoznak, tehát tévedni lehet, de a kulcskérdés az az, hogy mennyire tudjuk ezt a hallgatókkal megismertetni. Itt pedig már nagy a felelőssége a hallgatói képviselőknek szerintem, mert a kommunikáción bukhat el minden. Ha a beérkező hallgató kap egy olyan érthető, az ő nyelvére lefordítható alapsomagot, amiben minden le van írva tényszerűen, röviden a hallgatók érdekküszöbének megfelelően tálalva úgymond eléjük van rakva, akkor szerintem egy jó és hogy úgy mondjam gyümölcsöző, tevékeny kapcsolatot, lehet a hallgatókkal kiépíteni. Ha egy kicsit bővebben kifejtem, akkor azt értem alatta, hogy ez egy kétoldalú viszony, tehát nem lehet úgy hatékonyan érdeket képviselni, ha nincs folyamatos kapcsolat azzal a bázissal, akiket képviselünk. És szerintem erre nagyon jó az a példa, amit most egyetemi szinten próbálnak kiépíteni, egy hallgatói érdekvédő, szakos érdekvédő csoportot is beillesztenek a HÖKök és a hallgatók közé, mert úgy gondolom így már sokkal jobban elérhető egy karon is egy adott hallgató, hogyha tényleg kíváncsi és vannak olyan kérdések, amikben szeretné tudni, hogy miképpen zajlanak az egyetemi dolgok. Szerintem ez most egy nagyon nagy előrelépés és országos szinten kellene, hogy példa legyen. Mi lehet a buktató? Hát, ahogy mondtam,

hibák mindig előfordulhatnak. Namármost a hallgatói érdekképviselő sohasem önállóan működik, hanem mindig ott van a törvényi felügyelet, a köztisztviselő, ellenjegyző joga, a belső ellenőrzési osztály. Nem tudom, hogy más egyetemeken hogy működik, de itt évenként át vannak vizsgálva a testületek, hogy megfelelően működnek-e gazdálkodási szempontból és ha emellett olyan programokat szervez egy testület ami tényleg egy tevékeny közösséget tud összeszervezni és a hallgatók érdekei sem csorbulnak akkor szerintem nincs sok bukási lehetősége egy testületnek.

Említetted a hallgatók inaktivitását és a most meghirdetett szakos érdekképviselőt, ami ezt próbálja ellensúlyozni. Erre mekkora a hallgatók érdeklődése?

Én ennek nem látom a mostani beérkezési arányát, azt, hogy hányan jelentkezők, nem veszek részt benne aktívan. De mint hallgató én is látom, hogy meg van hirdetve Facebook-on, az EHÖK honlapján, tehát eljut a felhívás a hallgatókhoz. Szerintem itt ha ez az első év egy alaplétszámmal ha megy utána már terjedni fog ennek a híre, főleg gólyatáborokban, hogy be lehet épülni az egyetemi közéletbe és érdemes beépülni és szerintem ami nagyon fontos, hogy tud egy olyan közösséget adni a hallgatóknak, ami a mostani nagy, talán kicsit elszemélytelenedett hallgatói létben nincsen jelen. Szerintem ez egy fontos megfogó ereje lehet, illetve ami még nagyon hasznos, nem csak hallgatói szempontból, hanem társadalmi szempontból is, hogy arra hivatott ez rávenni a hallgatókat, hogy aktív közéletet éljenek és legyen véleményük a dolgokról, lássanak át egy szervezetet. Szerintem később akár a közéletben is sokkal hatékonyabban tudnak a hallgatók átlátni dolgokat, illetve ha igényük van rá, megnyilvánulni is.

Említetted, hogy a hallgatók bírálják a hallgatói önkormányzatot és inaktívak. De ha bírálják, akkor miért inaktívak?

Szerintem a bírálatok általában ilyen hullámokban jelennek meg, tehát én sosem tapasztaltam azt, hogy egy állandó kritikahullám vagy bírálati szint lenne jelen, hanem ez általában az ösztöndíjak, a tanulmányi szociális ösztöndíjak vagy talán még esetleg a HÖK választások esetében szokott előfordulni, mint ahogy mondtam a demokrácia is ugye a többség uralma a kisebbség felett ugyanilyen az egyetemi élet is. Mindig vannak csoportok, akik nem tudnak olyan hatékonyan érdeket képviselni, vagy úgy érzik, hogy valamilyen szempontból az ő érdekeik csorbulnak mind anyagi, mind közéleti szempontból és általában ilyenkor szoktak egyre kisebb arányban megjeleníteni a kritikák.

Tehát például szociális ösztöndíjak esetében, amikor az 51/2007-es kormányrendelet bevezetésre kerül egy új rendszerre kellett átállni, ez nagyon sok embernek az eddig bevált rutinszerű, papíralapú pályázás tekintetében egy változás volt, amit nem mindenki vett zökkenőmentesen. Itt most nem azt értem, hogy a Hökök, hanem a hallgatók nem vették ezt komolyan, az utolsó pillanatra hagyták, kicsúsztak belőle, nem megfelelő igazolásokat csatoltak és ezek miatt ez egy gondolom sok ember által ismert folyamat, olyan pszichológiai reakciók jönnek ki belőlük, melyek során saját sérelmeiket vetítik ki egy adott csoportra és erre ott van persze a Hök. Ezt vállalnia kell egy közéletben aktívan szereplő embernek, hogy nem csak pozitív bírálatok jönnék, hanem negatív kritikák is. Kérdezted, hogy mi lehet az oka az inaktivitásnak, szerintem manapság annyiféle inger éri a fiatalokat, meg mindenkit a társadalomban, hogy az ingerküszöb magasan van. Egyrészt sokkal nagyobb a hallgatói tömeg, sokkal heterogénebb az a hallgatói csapat, akinek programokat kell szervezni, fel kell kelteni az érdeklődését és ez sokkal nagyobb kihívás szerintem manapság, mint eddig volt. Erre jó válasz a Facebook, ami most egy olyan kommunikációs csatorna, terep, ahol hirtelen lehet elérni, nagy tömegeket, de ugye ennek is van egy ilyen felfutó ága, aztán stagnál, aztán hanyatlik, aztán megint új eszközöket kell erre keresni, vagy kicsit rafináltabbnak kell lenni, hogy a hallgatókat el tudjuk érni. Szerintem mindig a technika vagy a kor kihívásaira kell reagálni ilyen esetekben.

Szerinted van annak reális alapja, hogy nem szeretik a hallgatói önkormányzatokat?

Nem, én mindig azt tapasztaltam, ha valakinek ellenérzése van a HÖK iránt, az általában valami arctalan szervezetet nem kedvel. De hogyha például megismeri a benne dolgozó embereket és látja, hogy mennyi energiát meg időt fordítanak erre a hallgatók, hogy ez jól működjön, akkor mindig megváltozik a véleményük. Ez pedig szinte egy embert sem ismerek olyat, aki ha megismeri és megismeri azt amit mi csinálunk, akkor rossz véleményekkel van a hökökről. Tehát mondom, legtöbbször személyes sérelem feldolgozásához szükséges az a fajta arctalan szervezet nem tetszés vagy utálás, amiről most jelen helyzetben beszélünk. De aki valamilyen formában kapcsolatba kerül a hökökkel, az nem szokott rossz véleménnyel lenni róluk. Ennek pont a felsőoktatás eltömegesedése a kulcsa, nem tudunk mindenkire személyesen eljutni, akármennyire is igyekszünk. Például ha itt a bölcsészkart veszem alapul, 4 – 5 ezer hallgatóhoz a

kilenc vagy tizenegy fős testület nem tud mindenkit is merni, hogy megszólítsa. Ezen, ha a hallgatók is érdeklődnek, nagyon könnyen lehet változtatni. Szerintem a hökök megítélése a rendszerváltás óta egyre pozitívabb. Amíg ez egy be nem ágyazódott dolog, egy társadalmilag el nem fogadott szervezet, vagy új szervezet, inkább így mondanám mert azért az elfogadottsága mindig megvolt, addig volt nehéz dolga a hököknek. De most hogy már évek óta része az egyetemi közéletnek az, hogy a hallgatók is beleszólhatnak, ami szerintem egy fontos része a felsőoktatásnak, hogy mivel mi egy szolgáltatást veszünk igénybe és mi vagyunk a legnagyobb részében a felsőoktatásban szereplők közül jelen, fontos, hogy ott legyünk és szerepeljünk. Hogyha egyre professzionálisabb a HÖK utánpótlás, a HÖK tisztségviselők kinevezése, akkor egyre kisebb az a hibaszázalék, ami nemtetszést kelt a hallgatók körében.

Volt Magyarországon egy kormányváltás és célkeresztbe került a felsőoktatás is. Miért döntöttek úgy a hallgatói önkormányzatok, hogy nyomást gyakorolnak a kormányra és milyen eszközöket használtak ebben?

Ez egy nagyon komplex kérdés, főleg azért tudok erre válaszolni, mert testközelben kísértem végig az egész folyamatot. Az egész onnan indult ki, hogy felmerült a kormányváltással egy igény, hogy mindenhez szeretnének hozzájárulni, ami nagy és kardinális kérdés, ilyen a felsőoktatás is, ami sorra került. Namármost azt hiszem, hogy másfél éve nyáron került először szóba. A Hoffmann Rózsa vezette oktatási tárca úgy döntött, hogy változásokat akar. Na most tudni kell, hogy eddig a Pokorni vezetése alatt a felsőoktatás liberálisabb, európai mércével mérve is rugalmasa szemléletű volt, a Bologna-folyamatot szem előtt tartva alkotó meg irányító oktatási minisztérium volt és ez után jött Hoffmann Rózsa, egy volt Pázmányos oktató, ahhoz az egyetemhez köthető személy, aki konzervatívabb szemléletet vall. Ez nem feltétlenül baj, csak ez volt a kiindulási helyzet, plusz még ott volt Dux László, aki Szegedről érkezett. Mi bízunk abban szegediek, hogy valamilyen szinten pozitívumot fog jelenteni számunkra, de aztán kiderült, hogy ez nem feltétlenül vált előnyünkre. És akkor kezdődött el egy egyeztetés nyár végén, valahol a Balaton mellett. Mindenféle felsőoktatásban érintett szervet odahívtak, többek között a Hallgatói Önkormányzatok Országos Konferenciájától is két képviselőt, mint ugye az országos érdekképviselőnek a csúcsát. De voltak ott a Magyar Akkreditációs Bizottságtól, az MRK-tól, az MTA-tól, Professzorok Batthyányi körétől kezdve elég sok oktatásban érdekelt személy. Ott

munkacsoportokban elindult egy alkotó folyamat. Mindenféle kardinális kérdéseket emeltek ki, ezek a munkacsoportok ezeket dolgozták ki. Akkor már lehetett látni, hogy változni dognak a dolgok, de még mindenki kicsit optimistább volt. Aztán ebből a műhelymunkából, hogy így nevezzem kijött egy anyag, ami hogy úgy mondjam egyáltalán nem követte azt az irányvonalat, ami ezen műhelymunkán kirajzolódni látszott és akkor a Professzorok Batthyányi körének a világképét, az oktatásról való elképzelését tartalmazta, ezt nyíltan vállalták, lehetett tudni. Akkor volt az első ilyen hallgatói megmozdulás, hogy a Budapesti Műszaki Egyetemen 56-osok emlékére szervezett megemlékezésen az EHÖK elnöke felszólalt, hogy márpedig nem hagyják a hallgatók nevében, hogy itt bármiféle jogsértés történjen és a hallgatók mindenféle eszközt meg fognak ragadni ahhoz, hogy hallassák a hangjukat és a jogaikat érvényesítsék. Innen indult el tehát a folyamat és nagy felháborodás után elkezdődtek, hogy úgy mondjam nem egyeztetések, hanem egyoldalú meghallgatásoknak nevezném ezeket. Hoffmann Rózsa olyan három-négy havonta behívta a felsőoktatás képviselőit, mindig készült egy anyag, amit mindenki azonnal elvetett, meg tiltakozott, meg nemtetszését fejezte ki tényleg a felsőoktatás minden szegmenséből és erre reagálva mindig volt egy meghallgatás. Bementek Hoffmann Rózsához, ahol ott volt Dux László is és elmondhatták az ellenérveiket, ilyenkor mindig bólogattak, hogy rendben megfontoljuk és mindig kijött egy, tehát ezt a folyamatot úgy jellemezném, hogy egyre rosszabb lett a felsőoktatási törvénytervezet formája, mindig egyre radikálisabb tervek jelentek meg és ennek talán a kicsúcsosodása az, amikor megjelentek a hallgatók röghöz kötése, a hallgatói szerződésnek a kérdése. Sajnálatos módon ez bennmaradt az azóta elfogadott, most már hatályba lépett, Nemzeti Felsőoktatási Törvénynek nevezett, nem is tudom, hogy nevezzem, törvényben. Most ott tart a dolog, hogy sajnos akik most felvételiznek, nem tudják milyen szakra hány embert vesznek fel állami ösztöndíjas képzésre. Most már az államilag finanszírozott fogalom okafogyottá vált, lesznek részösztöndíjasok és önköltség árán a felsőoktatásban lévő hallgatók. Volt egy tüntetés 2011 októberében, amire igen jól reagált szerintem a média, mindenhol megjelenhetett. Voltak vidéki tüntetések, ahol a HÖÖK-nak az volt a koncepciója, hogy először kis vidéki megmozdulások legyenek és aztán Pesten csúcsosodjon ki egy nagy, lehetőleg minél nagyobb tömeget megmozgató tüntetésben ez az egész tiltakozás. Szerintem jól sikerült, nagy tömegek voltak ott, a hallgatók szerintem pozitívan nyilatkoztak róla, ahogy én hallottam, Szerintem itt alkalmazták először jól a Hökök a Facebook-ot, mint

kommunikációs csatornát, tehát jól mozgósítottak rajta. Mindemellett azért azt szeretném megemlíteni, hogy az alulról szerveződő civil hallgató kezdeményezés sokkal erősebb volt, mint amit a Hökök kezdtek el, mert egyrészt gyorsabbak voltak, jobban reagáltak a hírekre, azok megjelenésére és nagyobb tömegek és nagyobb tömeget is tudtak hirtelen maguk mellé állítani a Facebook-on. Ilyen volt a „Tiltakozunk a Felsőoktatási törvény egyoldalú módosítása ellen” nevű csoport, ami persze társult a HÖÖK-os tüntetéshez, csak valahol egy hatékonyabb kommunikációs csatornát testesített meg a Facebook-on, mint a Hökök tudtak saját bázisukon belül megvalósítani. Tehát megvolt ez a tüntetés, újra tárgyalóasztalhoz ültek az érdekképviselők, illetve a felsőoktatás szereplői és megint megindult a kommunikáció, ami nem volt ugye folyamatos, mert ahogy mondtam, több hónapos szünetek voltak egy-egy tervezet megérkezése előtt. Várható volt, hogy valamilyen szinten puhulnak azok a radikális irányvonalak, amiket lehetett tapasztani eddig és ennek a vége volt, tehát a törvényalkotás végén Orbán Viktorral volt egy közös találkozója a HÖÖK-nak, ahol úgymond mindenki kinyilváníthatta a megelégedését, hogy tárgyaltunk, egyeztettünk és valami jó és hasznos fog ebből kisülni. És akkor december 23-án szavazták meg ugye a végleges verzióját és rögtön alá is írta Schmidt Pál és január elején ki is jött a Közlönyben. Mindenki arra vár, hogy ez hogyan fog manifesztálódni a felsőoktatás színterén. Nagyon sajnálom azokat, akik most felvételiznek, mert tényleg fogalmuk sincs arról, hogy hol, mennyiért és hány fő tanulhat és egyáltalán mire érdemes menniük, úgy, hogy egy négy éves felkészülési folyamatot már most nem lehet úgy átalakítani, hogy köztudott, hogy természettudományos irányba szeretnék terelni a hallgatókat. Nem lehet úgy átalakítani, hogy versenyképesen tudjon felvételizni a felvételi eljárásban a leendő hallgató. Most felmerült nagyon sok helyen, hogy mivel EU-s tagállamok vagyunk, ugyan úgy igénybe vehetik a hallgatók az ingyenes oktatás lehetőségét. Tehát ha én most felvételiznék, biztos, hogy elgondolkodnék azon, hogy Bécsben vagy Prágában kezdeném meg a tanulmányaimat, mert amennyit itt önköltség jogcímén rá kell majd fordítani az oktatásra, nem lesz kifizetődő hosszútávon és a hitelállományát is növelni fogja a hallgatónak és egyáltalán nem lesz versenyképes még egy 20-30 évig a munkaerőpiacon ekkora hitelállománnyal szerintem egy hallgató sem.

Kicsit Szegedre koncentrálni, milyen nyomásgyakorló eszközökkel élt a hallgatói önkormányzat, bármilyen, ellene forduló intézkedéssel szemben?

Szerintem az első a kommunikáció, minden érdekképviselő onnan próbál kiindulni, hogy leül egy asztalhoz a tárgyalópartnerével és megpróbál dűlőre jutni. Ha ez után sem sikerül közös nevezőre jutni, akkor jöhet a sajtó. Egyrészt a saját sajtó és média-megjelenés kihasználása – itt a kari és az egyetemi lapokra gondolok, honlapokra – aztán a regionális vagy országos sajtó megmozgatására. Szerintem itt Szegeden inkább a regionális sajtó van jobban használva az itteni érdekképviselőnek, aztán még itt a tüntetések is említhetném, mert azért a Szegedi Tudományegyetem is része annak a folyamatnak, meg a rektor is aktív résztvevője az MRK-n keresztül, a Magyar Rektori Konferencián keresztül a törvényalkotás folyamatának. Itt Szegeden a Dugonics téren a Rektori Hivatal előtt tüntetnek a hallgatók, ez valamilyen szinten az itteni, nem csak országos szempontból, hanem az itteni vezetéstől is nyomásgyakorló hatással bír. De szerintem az esetek döntő többségében inkább a verbális kommunikáció révén közös nevezőre lehet jutni.

Te amióta benne vagy az egyetemi rendszerben, milyen demonstrációkról tudsz, amik sikeresek voltak? Mi a siker titka?

Szerintem a nagy előnye a hallgatóságnak, hogy mivel a jövő nemzedéke, a leendő és a jövő kereső választópolgára, nagyon odafigyelnek a politikai erők arra, hogy a fiatalság mit gondol. Mivel nagy tömegeket tudunk hirtelen megmozgatni ezért erős a nyomásgyakorló hatásunk és ez fontos nem gyakran kihasználni, hanem amikor nagyon szükséges, de akkor erősen és megfelelő ráhatással mozgatni a hallgatókat. Tehát ebben rejlik szerintem az egésznek a titka, tehát itt az MSZP kormány idején is felmerült már a FER, a Felsőoktatási Részhozzájárulásnak a kérdése. Akkor volt egy sikeres tüntetéssorozat az országban, amiben a vidékiek közül Szeged volt a legnagyobb tömeget megmozgató része és azt hiszem, hogy akkor jól tudtunk megmozdulni és volt egy fajta olyan része, hatékonyabb gyorsabb kommunikáció, mai most talán egy picit hiányzott. A mostani országos kommunikációnak abban látom talán a hibáját, hogy mindenki próbál annyira óvatos és megfontolt lenni, senkit se sértsen meg és a saját tárgyalópozícióját se rontsa, hogy időnként egy picit talán egy hajszálnyival többet vár, mint amennyit kellene. Az MSZP kormány idején folytatott kommunikáció és sajtómegjelenés ennyiből hatékonyabb volt és persze olyan tekintetben is, hogy nem volt a kormánynak kétharmada és nem tudott olyan könnyen átvinni kérdéseket, mint most. Tehát akkor betartották, be kellett, hogy tartsák a törvényalkotásnak azokat a

szintjeit és egyeztetési szakaszait, amiket most kihagytak. Tehát most nem érzem azt, hogy egyenlő tárgyalópartnereik lennénk a törvényalkotásnak, habár javultak valamilyen szinten az elmúlt másfél évben a tervezetekben megjelent témákban a hallgatók lehetőségei, mert azért valljuk be, hogy a hallgatói képviseleti arány javult a tervezetekhez képest. Viszont nem minden úgy alakult, ahogy szeretttük volna. Tehát a sikeres tüntetések, azok az MSZP idejéhez köthetőek, most jó volt a pesti tüntetés, jobb volt, mint az MSZP idején, de valahogy mégsem ütött akkorát, mint vártuk.

Milyen csatornákon szerveztétek a demonstrációkat, milyen csatornákon keresztül, a Facebook előtt és ezek közül melyik volt a leghatékonyabb akkor?

Egyrészt a plakát, mint hirdetési kommunikációs felület volt a legmeghatározóbb, nem tudom, hogy neked rémlik-e, akkor a South Parkos rajzfilmfigurákkal volt hirdetve a tüntetés és ez akkor nagyon megragadt mindenkiben. Emlékszem naponta többször kellett új plakátot kirakni, mert annyira tetszett mindenkinek, hogy hordták haza, tehát nagyon megfogta a hallgatókat. Pólónyomtatás volt fontos, mert már előtte megjelent hallgatókon a póló, mint rendezvényt hirdető elem és a tüntetés előtt itt Szegeden volt egy ilyen performance-szerűség a Rectori Hivatal előtt, ahol ilyen furnérlemezből kivágott emberalakokra volt mindenféle adat ráírva, illetve az, hogy európai viszonylatban hogy áll a magyar felsőoktatás kérdése és akkor ott nagyon sokan megálltak, mindig volt ott egy hökös, akivel lehetett beszélgetni a témáról. Már ott hirdettük, hogy lesz a nagy tüntetés Szegeden, ahová el lehet jönni. Emellett szerintem emberi kommunikációban is gyorsan terjedt ez a rendezvény, mert én is hallottam az utcán, hogy beszéltek róla az emberek. Baráti társaságok is mozgósították egymást, főleg azért, mert amikor volt a rendszerváltás utáni nagy tüntetés Szegeden mindenkiben megmaradt. Lehet róla látni ilyen archív képeket is és mindenki szeret valami forradalmi nagy dologban részt venni. Akkor szerintem mindenki érezte azt, hogy ez egy olyan nagy pillanat, amikor ismét meg lehet mozdulni, mert főleg Szeged mindig példamutató volt, élen járt az ilyen megmozdulásokban. A hallgatóknak szerintem ez egy erős motivációs erő volt, hogy ők is valami olyanban szerettek volna részt venni ami változást hozhat és ők is részesei lehetnek ennek. Akkor ez nagyon jól működött, akkor e mellett próbáltuk adatbázisainkon keresztül telefonon keresztül értesíteni a hallgatókat, illetve levelezőrendszeren, e-mailen keresztül. Ez az akkor technikai és kommunikációs eljárásoknak megfelelő volt. Később megjelent az iWiW,

ami szerintem nem töltötte be azt a szerepet, amit most a Facebook. Nem volt ennyire hatékony kommunikációs felület, inkább csak egy ráhangolódás volt a nagy nemzetközi felületre, amit a Facebook jelent. Amit a Facebook meg jelent, főleg ez a „Tiltakozzunk a Felsőoktatási Törvény egyoldalú módosítása ellen” csoport. Észrevették, szerintem ez volt az ébresztő, a vészriadó a hökők felé, hogy nekik is hatékonyan meg kell jelenniük. Ez a csoport ugyanis egy hét alatt érte el az ötvenezres létszámot és ha ekkora tömegeket el lehet érni hirtelen az ország bármely részéről, akkor ezt a felületet nekik is meg kell tanulniuk jól kezelni és akarniuk kell hatékonyan kezelni. Ez szerintem Szegeden elég jól működik mostmár, de nem mindegyik HÖK még az országban él ezzel a lehetőséggel, ahogy én nézem. Kisebb rendezvényekhez igen, de nem látja még át azt a lehetőséget, ami ebben a felületben rejlik.

Szerinted a Facebook előtt hirdetéseid közül melyik volt a leghatékonyabb?

Egyértelműen a plakát. Még nem volt Facebook és az eseményeket az emberek nem értesítőtől látták, hanem elmentek a hirdetések mellett és nézték ami történni fog, illetve szerintem nagyon gyakran a hallgatók többsége fél szemmel rápillant, hogy mi az ami színes, mi az ami új, mi az ami érdekes. És ez a tüntetésplakát, ami a South Park téma körül mozgott elérte a hallgatók ingerküszöbét.

Mióta szervez a HÖK ilyen tüntetéseket?

Magának a Höknek, a jelenkori Höknek a megléte a rendszerváltás utáni időszakról kezdve datálható. Akkor volt egy nagy tüntetés, amit a Bokros-féle oktatási hozzájárulás – ami nagyon minimális volt a mostani önköltséghez képest – akkor volt egy hatalmas tüntetés, ami egy pesti, több napos, sátorozós rendezvényben csúcsosodott ki az országház előtt. Innentől kezdve számítanám a jelenkorit, persze a jogelődök, mint a MEFESZ vagy a Márciusi Ifjakhoz is visszamehetnék, mind jó példával szolgálhatnak előttünk, de a jelen jogkeretek között a hallgatói érdekképviselőket a rendszerváltás utántól.

A tüntetéseknek és a hallgatói önkormányzat egyéb Facebook-os megjelenéseinek milyen a visszhangja?

Szerintem mindenképpen pozitív, mert a hallgatóknak kényelmes az, hogy egy központosított felületen, a Facebook-on kaphatnak meg minden olyan információt

gyorsan, - itt a gyorsaságon és a friss információkon van a hangsúly elsősorban – úgy, hogy közben a kortársaikkal is tudnak aktív kommunikációt folytatni. Mindenképpen pozitívnak ítélném meg és a nagy előnye szerintem még abban is van, hogy a Hököknek is, hogy itt azért nehezebb már egy álarc mögé bújni. Tehát itt aki véleményt nyilvánít, az vállalja a felelősségét annak, hogy azt mindenki látni fogja az adott csoporton vagy eseményen belül vagy felületen belül és talán sokkal megfontoltabb és kulturáltabb a véleményformálás így, mint a kisebb kari honlapokon nicknevek mögé bújva. Tehát a kérdésfeltevések is már sokkal kulturáltabbak. És egyértelműen gyorsabb a kommunikáció. Tehát ha én online vagyok és valaki megtalál, akkor azonnal feltehet egy kérdést, amire tudja, hogy én tudom a választ és nem kell mondjuk e-mailt írnia és várnia egy napig vagy fél napig várnia, hogy megnézzem a postafiókomat.

A Facebook-on szerintem azért napi több órát szinte mindenki, hacsak passzív formában is a gép mellett, de elérhető, jobban, mint telefonon vagy más kommunikációs formában.

A hallgatók hány százaléka jelzett vissza a Facebookon összességében a tüntetésekkel kapcsolatban? Milyen az arány és mennyien mentek el a visszajelzők közül?

Az én eddigi tapasztalataim alapján, ha nem csak a tüntetéseket nézem, hanem az összes eddigi rendezvényt, akkor van egy bázis, akiket meg tudunk hívni. Ehhez persze hozzá kell tenni, hogy ennek a bázisnak egy része már nem célcsoport, például lediplomázott és már nem feltétlenül kell megszólítani egy adott rendezvényhez, de mivel a csoport része ezért kap meghívót. Tehát mindig nézni kell egy ilyen hibaszázalékot is és nem feltétlenül azok kerülnek meghívásra, akik az adott rendezvényre célcsoportként meg kellene, hogy szólítva legyenek. Általában a megszólítottaknak olyan negyven százaléka jön el én azt mondom, ami hogy ha egy százezres meghívott tömeget nézünk, akkor negyvenezer fő az egy jó arány. És ennek a negyven százaléknak mondjuk a hetven százaléka el is jön. Én azt mondom, hogy ez egy jó arány és nem szabad visszaélni szerintem ezzel a kommunikációs eszközzel. Mindig csak olyan nagy horderejű és fontos, hogy ezeket nagy csoportrendezvényekre kell felhasználni, hogy a hallgatóknak az ingerküszöbe ne emelkedjen még feljebb. A Facebook eseményeket és meghívókat a fontosabb rendezvényekre kell tartogatni.

Mennyien mentek el a szegedi és a budapesti tüntetésre?

Itt Szegeden ha jól emlékszem, olyan 5-6 ezer főt közölt le az MTI, ami ugye hivatalos forrásnak mondható, Pesten nagyon sokan voltak. Én legelől voltam a színpad mögött és nem láttam a tömeg végét, ezt el tudom mondani. Hát, hogy ott mennyien voltak pontosan, tudom, hogy több 10 ezres tömeg volt, én megkockáztatom, hogy egy ötvenezeren voltak, de szerintem talán többen is. Ez is ugye sajtóorgánumtól függ, hogy ki milyen politikai szempont szerint közli le a dolgokat, de szerintem ez egy nagy tömegnek volt akkor betudható. Rossz idő volt, szerintem hideg is, de sokan elmentek, szerintem egy jól sikerült tüntetés volt.

A tüntetések szervezése mellett – és most szorítkozzunk a HÖÖK-ra és a szegedi EHÖK-re, mire használják még a Facebook-ot ezek a szervezetek?

Szerintem a HÖÖK most jelen helyzetben nem használja aktívan. A tüntetés megszervezéséhez igénybe vette a Facebook-ot, de hogyha felmész a HÖÖK felhasználói felületére, pár ezer fős like-oló tömeget tudhat maga mögött, ami szerintem egy országos szervezetnek, egy ilyen felületen nagyon gyenge felhasználói ismertséget jelent. Most megint egy ilyen nyugodtabb időszak van, hiszen jelenleg nem kell hallgatókat mozgósítani. A HÖÖK a tüntetés megszervezéséhez nagyon jól használta, de most nem kommunikál olyan aktívan, ahogyan elvárható lenne. Biztosan láttad te is a már sokat emlegetett „Tiltakozzunk a felsőoktatási törvény egyoldalú módosítása ellen” nevű felhasználói felületet, van is ott egy ilyen visszaszámláló, hogy mikor reagál már a HÖÖK a Felsőoktatási törvény bejelentése utáni dolgokra. Nagyon lassan reagált, mert még is egy nagy mamutszervezet, nehezen mozog, sok a tagönkormányzata, idő mire mindenkinek a véleményét kikéri. A tüntetés időszakában jól használta a HÖÖK a Facebook-ot, de most nem. Egyrészt nem toboroz embereket, akikhez eljuttathatja az információit, másrészt meg nem is nagyon aktív, nem posztolgat túl gyakran, ha kéthetente egyszer megjelenik egy poszt, akkor azt mondom, hogy hú.

Viszont itt Szegeden nagyon aktív a felhasználói felület, ennek a felhasználói felületnek a frissülése. A hallgatók célorientáltak, gyorsan, fáradtság nélkül tudnak friss információkhoz jutni. Tehát szerintem Szegeden nagyon jól működik, de országosan lenne még mit tenni én azt mondom.

Most a HÖÖK-on belül van egy ilyen netminiszternek megválasztott Horváth Dávid nevű férfiember. Ez egy ilyen netes kampány volt, hogy legyél te Magyarország

netminiszterelnöke és az ő programjára szavaztak a legtöbben. Ő segít a HÖÖK-nak a sajtófigyelésbe a netes figyelésbe, ő próbálja ezt így koordinálni. Csak ugye nehéz egy ilyen mamutszervezetnek reagálnia.

Szerintem azért is nagy a HÖÖK felelőssége, mert van egy középiskolás csapat, most érettségiző hatalmas tömeg, aki várja az információkat és az ő szülei is. Nem tudják, hogy most akkor mi történik. Egyébként nagyon sok gimnáziumban most ilyen válság szülői értekezleteket hívnak össze, próbálják így összefogni az embereket, hogy most akkor mi lesz és igyekeznek a meglévő kevés információt is eljuttatni hozzájuk. Tehát a HÖÖK-nak most szerintem ebben van a nagy felelőssége. Nagyon nagy tömegekhez kellene információt eljuttatni, de mivel most nem tervezik jelenleg, hogy utcára visznek embereket, ezért nem használják a Facebook-ot. Tehát például a HÖÖK elnöknek sincsen külön Facebook felülete, a szegedi EHÖK elnökkel ellentétben.

b. melléklet: Interjú Kovács Tamással, az SZTE EHÖK volt sajtófőnökével

Mi a véleményed a hallgatói érdekvédelemről és Te hogy látod ennek a nehézségeit, miben bukhat el?

A hallgatói érdekvédelem arról szól, hogy a hallgatóknak az érdekeiket védjük, ugye ez a nevében is benne van. Isten igazából az ezzel az egyetlen probléma az, úgy láttam ezt sajtófőnökként annak idején, hogy a hallgató nem úgy tekint ránk mint egy normális egyetemi egységre, az egyetem hivatalos szervére. Márpedig azok vagyunk. Úgy tekintenek ránk, egyébként helyesen, mintha hallgatók lennénk. Nincsen meg ez a kölcsönös tisztelet vagy elismerés, mint egy HSZI-n vagy Tanulmányi Osztályon dolgozóval szemben. Hanem, ha mondjuk nem megy ki időben a pénz, amihez egyébként semmi közünk nincsen, hogy az utalás hogy megy, mert ugye a Gazdasági és Műszaki Főigazgatóság meg a HSZI intézi ezeket a dolgokat, mégis hozzánk jönnek verni az asztalt. Az ösztöndíjakat, a szociális támogatást, mindent rajtunk kérnek számon, alapból emiatt egy negatív kép alakulhat ki az EHÖK-ről, az EHÖK tisztségviselőkről. Ez a másik rész. Ezzel szemben áll az, hogy ha egy oktatói visszalépés vagy túlkapás történik akkor egyből a hökösökhöz rohannak, hogy segítsenek, ami nem baj. A Lutz Gabi egyébként rendszerességgel, ha nincsen neki napi 30-40 hallgatója, akinek valamelyik ügyét intézi, akkor egy se. Tehát havi rendszerességgel szerintem azt lehet mondani, hogy egy olyan, az összes HÖK szintjén

legalább egy olyan 300-350 embernek segítünk, ha az összes kari hököt és az Ehököt is beleszámoljuk. Valamikor ez a szám 500 felé is elmozdul.

Ha rátérünk a Facebook-ra, a tüntetésekre, miért döntöttetek most a nyomásgyakorlás mellett?

A Felsőoktatási törvény miatt. Alapvetően ez mindenkinek érdeke, a hallgatóság ezzel ki tudja fejezni a véleményét a törvénnyel vagy a törvénytervezettel kapcsolatban, amit azóta egyébként el is fogadtak és nem túl szerencsés módon azóta is alakítgatják. De a véleménynyilvánítás az egy normális demokráciában alapvető. EZ egyébként szerintem Magyarország a Nyugat-európai országokhoz képest bőven gyerekcipőben jár. Tehát szerintem ez akkor lenne normális, ha mondjuk a Hoffmann Rózsa kimegy Brüsszelbe és három tüntető egy speciális boltban vásárolt torával jól pofándobja.

Ezen kívül te milyen demonstrációkkal találkoztál már és ezek közül melyek voltak a sikeresek?

Alapvetően az Egyetemi Hallgatói Önkormányzatnak minden tüntetése sikeres volt. Gondolhatunk itt a Felsőoktatási törvénynek októberben vagy novemberben tartott első demonstrációjára, az éhségsztrájkra, gyakorlatilag akármelyikre, tehát még a 2007-es 2006-oson is ott voltam, mindegyik sikeres volt. Itt egyikre sem lehet azt mondani, hogy nem lett volna sikeres. Annyit vettem észre Isten igazából, hogy most az előző évekhez képest több ember volt a Dugonics téren, mint például 2006-ban. Annak ellenére, hogy például a sajtóban mióta kétharmad van, nagyon erős a nyomás a sajtósok részéről. Millió dolgot elhallgatnak, nem jön ki újságíró, kiküldjük a körlevelet, elhívjuk őket, jó persze megyünk, aztán nem jön senki. Én idén nagyon észrevettem azt, hogy a baloldali sajtó az nagyon jött vagy jött normálisan, úgy ahogy azt kell egyébként, jobboldalinál semmi, tehát nem véletlenül lettek a magyar televízióknak azok a felkapott kis képek, amik mennek a Facebook-on, tüntetés a parlament előtt, aztán mutatnak egy üres kordont egy járókelővel, közben a másik oldalon meg ott áll 10 ezer ember, tehát ezek így nem véletlenek.

Azt mondtad hogy sikeres volt a tüntetés. Miben látod a siker okát?

Hát, hogy hatékony a kommunikáció.

Ha már rátérünk a kommunikációra: mivel és hogyan szerveztétek meg a tüntetéseket, ha nem digitálisan?

Amikor nem digitálisan, akkor szórólapozás volt régen. Ott ugye az alapvető probléma az, ha megnézzük a korábbi évek hallgatói szerveződéseit és ezt a Ba/Ma rendszert, hogy a mikroközösségek felbomlanak. A mikroközösség az, amikor volt például egy szemináriumú csoport, akkor egy töris évfolyam például, amikor én kezdtem az egyetemet, az 2004 volt és akkor ugye még osztatlan képzés volt akkor úgy nézett ki egy évfolyam, hogy volt 150 fő a tanterv miatt a 150 fő legalább 80 százaléka ismerte egymást. Tehát hogyha ott felmerült egy hír vagy bedobott valaki egyet mondjuk órán, akkor az végigsöpört a szakon, a 150 ember között. Akkor ugye mondjuk az adott karon is viszonylag gyorsan lehetett ilyen egy két emberrel vagy intézeti tanácsstaggal információt szivároztatni a hallgatók felé. Amióta bejött a Ba/Ma rendszer már ilyen nincsen. Egyrészt feldarabolták a szakokat, nincsen egy évfolyamban annyi fő mint régen, plusz a tanterv olyan szinten differenciált, hogy nem is valószínű, hogy egy szakon belül akár három, négy év alatt a hallgatók találkozni fognak egymással. Lesznek olyan hallgatók, akik a másikat soha nem látták. Ez 2004-ben még nem így volt.

Melyik volt a sikeresebb: a digitális vagy a nem digitális kampány?

Szerintem mind a kettő ugyanolyan sikeres volt. Annyi amit igazából ki kell emelni, hogy a digitálisnál sokkal több nehézség van. Itt, amióta Facebook van, simán lehet olyan ellenkampányt csinálni, hogy köpni-nyelni nem tud az ember.

Milyen visszhangja volt az eseményeknek a hallgatók körében? A hallgatók hány százaléka jelzett vissza, abból mennyien jöttek el?

A szegedi demonstrációra 2713 jelezte, hogy jön, 1104 azt, hogy talán és 8096 fő volt meghívva. Ebből - hogyha megnézzük a Dugonics térnek az adottságait – és fentről direkt készíttettem nagy felbontású képeket, azon látszik, hogy valójában ott olyan négyezer ember biztosan volt. Hatékonynak mondható a kommunikáció. Egyébként a Facebook-ra alapvetően igaz, hogy két opció szokott lenni: az egyik az, hogy például a 2713, ez most egy nagy tüntetés, általánosságban ilyen eseményekhez nem alkalmazható, de az van, ha például valaki egy születési bulit tart vagy egy kisebb

eseményt, és mondjuk azt mondja száz ember hogy megy valójában olyan hetven lesz ott. Tehát ez itt most egyébként felülmulta, ami ilyen Facebook eseményeknél 5%-os kategória.

A Facebook mellet még milyen kampányeszközöket használtatok?

E-mailben is ki lett küldve. Hallgatói e-mail rendszert építünk. Ez egyébként tudna hatékonyan működni, csak nincsenek meg a megfelelő adottságai, mert például a rektori hivattal szemben vagy akármelyik karral szemben ők az ETR-es adatokat ahogy beregisztrált a hallgató megkapják. És ők, például a rektori hivatal az 16.000 e-maiul címet tud, amin keresztül biztos hogy elérhető egy hallgató és ők ezt használhatják. Mi ezekhez az adatbázisokhoz nem férünk hozzá, úgyhogy muszáj valahonnan beszerezni őket. Erre találtam ki azt, hogy a Gólyatábor elektronikusan menjen Facebook alapján. Ugye 1986-tól már az Y generációt számolgatjuk, ami gyakorlatilag az, hogy a 86 után születettek általánosságban jellemző az, hogy a mindennapi élet szükségleteihez használják az Internet és a modern kommunikációs formákat, úgy, hogy nincsenek tisztában ennek a biztonság veszélyeivel, nem kezelik kritikusan ezeket a hálózatokat, ezért döntöttünk a kidolgozás mellett. Egyébként ez úgy nézett ki, hogy létrehoztuk a golyatabor.hu-t, Facebookon keresztül lehetett regisztrálni, (máshogy is, de direkt hosszabb űrlapot kellett kitöltenie a felhasználónak, ha nem Facebook-on keresztül akart regisztrálni) így egyszerűbb volt az egy kattintás. Ez egyébként az Y generációból adódik is, hogy ezt az egy kattintásos módszert 95% használta, tehát olyan 5-6 gyerek gondolta úgy, hogy inkább kitölti ezt az űrlapot. Létrehoztuk ugye ezt a hálózatot amiben jelenleg olyan 4-5 ezren lehetnek. Ide egyébként csináltunk egy olyan visszacsatolást, hogy a golyatabor.hu-t összekötöttük a kari HÖK oldalakkal. Ugye ilyen új rendszerű kari HÖK oldal még nincsen sok. A rendszer lényege az, hogy van olyan például, hogy Bölcsészkar. A Bölcsészkarjával a bölcsészbuliknál ingyen be lehet menni a JATE Klubba. Ezzel a lehetőséggel egyébként mindenki él. A gólyatábor bölcsész adatbázisát átmozgattuk a BTK HÖK oldalának az adatbázisához, tehát gyakorlatilag össze lett mosva a kettő, plusz, amikor valaki átvesz egy kártyát, akkor frissítenie kell egy HÖK képviselő előtt az adatait. Ezért jó a rendszer. Mi azt nem tudjuk megcsinálni, hogy naponta megnézzük az ETR-ben, hogy a hallgató beiratkozott-e, gyakorlatilag a kártyával tudjuk azt megmondani, hogy van vagy nincs. Plusz az, hogy miképpen jelentkeznek az eseményekre.

Most is volt plakát és szórólap, de ezeknek a mennyiségét lényegesen lecsökkentettük. Igazából nem éri meg, mert mondjuk egy informatikai fejlesztés az – nem is tudom, hogy mi volt a jó példa erre. Egyszer csináltam egy számolást, ami arra vonatkozott, hogy ha elektronikus hirdetőket csinálnánk – például egy LCD TV-t – akkor egy olyanak a beszerzés 30 ezer forint körül lenne, amin folyamatosan fut a hirdetés. Ezzel szemben egy A/3-as plakát 100 példányszámos nyomtatása kerül ugyanennyibe, amit ugye letépkednek vagy elveszik. Nem is szeretem egyébként, ráadásul plusz grafikus kell ahhoz, hogy megcsinálja.

Volt-e olyan, aki nem támogatta ezt a rendezvényt és ha nem, akkor miért nem?

Hát, nem emlékszem ilyenre. A Rektori Hivatal vonakodott az elején, de minden simán ment végül. A hallgatók közül én nagyon aprócska csoportokról tudok, akik ellene voltak a rendezvénynek. Utána voltak igazából olyan visszajelzések, hogy talán nem DJ-nek kellett volna zenélnie. Ezek egyébként mindig előjönnek, tehát hogy ez Szegeden ez alap. Isten igazából én azt vettem észre, hogy van egy alap csoport, aki nagyon régen tartja magát, mint ellenzék. Róluk azt kell tudni, hogy még kredit előtti rendszerben kezdték meg a tanulmányaikat, egy darab indexük nincsen, általában 30-32 évesek, beragadtak valahogyan ide egy picit az egyetemi életbe. És ők ugyanezt mondják a hökösökről, hogy beragadtak az egyetemi életbe. De itt van egy kis difi, hogy mondjuk valaki négy diplomát szerez meg vagy egy diplomát szerez meg és egyébként nem tud elhelyezkedni utána. Ilyen csoportok vannak, egyébként nem jellemző. Az szokott lenni, hogy amit észrevettem, hogy tipikusan az ilyen csoportok csinálják azt, hogy létrehoznak öt darab robotfelhasználót akivel szépen még kommentelgetik a saját hozzászólásukat vagy például az EHÖK oldalán lévőket. Őket kitiltottam, ők sehol nem tudnak hozzászólni. Ez teljesen átlagos.

Eltételezve a tüntetéstől, mi az, amire a mindennapi életben használja az EHÖK a Facebook-ot?

Események, üzenőfal, ugye itt most a Facebook megint módosított, mert régen volt fórum, ami nem volt egy jól működő fórum, szerintem mert normálisan nem lehetett benne keresni, azt most leszedték. Gyakorlatilag ennyi. Esemény, kommunikáció, meghívás, gyakorlatilag szabadjára engedjük az egészet.

Ez így hatékony?

A Facebook? Kezd nem az lenni. Kezdjük itt ezzel az idővonalas átalakítással, levették a fórumokat, olyanokat csináltak például egy eseménynél, hogy nem lehet meghívni minden embert.

Ráadásul az esemény kezd érdektelen lenni.

Az Ehöknek jelenleg több mint 8000 felhasználója van , így gyorsabban és közvetlenebbül eljutnak a hallgatókhoz fontos információk, például a szociális támogatással kapcsolatban.

c. melléklet: Fekete Csaba, a Szegedi Tudományegyetem Hallgató Szolgáltatói Irodájának vezetőjének levele, mely tartalmazza a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatóinak létszámát

Tisztelt Varga Tamás!

Az intézmény 2012. októberi nem végleges statisztikai adatai szerint az SZTE nappali tagozatos hallgatói létszáma 20089 fő.

Üdvözlettel: Fekete Csaba