

# Generációk-Médiapedagógia: Gondolatok a tudatos médiahasználatról

Gál Anikó

[gal.aniko@szte.hu](mailto:gal.aniko@szte.hu)

SZTE JGYPK Alkalmazott Pedagógiai Intézet

A tanulmány egy rövid általános fogalmi és értelmezési keretet nyújt a generációelméletek szűk szegmenséről. Kitér a digitális nemzedék gyermekeinek azon tulajdonságaira, melyek a megváltozott társadalmi háttérből és az információ mennyiségének növekedéséből adódnak. E kérdéskör megvitatása után bemutatja a médiapedagógia, médiaműveltség és az információs műveltség fogalmi meghatározását, a fogalmak egymás közötti kapcsolatának párhuzamba állítását.

Végezetül a médiapedagógia-kurzushoz kapcsolódóan egy kérdőíves felmérés keretén belül választ kaphatunk arra is, hogy szociálpedagógia szakos hallgatók hogyan vélekednek e kérdéskörrel.

**Kulcsszavak:** generációk, médiapedagógia, tudatos médiahasználat



## Elméleti háttér

### Generációelméletek

A mai gyermekeket egyre nehezebb megérteni a médiakörnyezetük nélkül, mivel az újabb generációk (X, Y, Z) az egyre gyorsuló technikai változások nyomán különböző digitális környezetben szocializálódnak (Tari, 2010; Tari, 2011). Emellett médiahasználati szokásaik, médiaélményeik befolyásolják viselkedésüket, a társaikhoz való viszonyukat, a közösségen belül elfoglalt helyüket. Egyúttal rámutatnak a gyermek családon belüli helyzetére, az őket körülvevő felnőttfigyelem mértékére, intenzitására is (Nagy, 2013).

A generációelméletek megértéséhez mindenekeelőtt szükséges a „generáció” („nemzedék”) fogalmának meghatározása. A hagyományos, biológiai meghatározás szerint a generáció „a szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallumot” jelöli, mely kb. 20-25 évet foglal magában (Komár, 2017. 14. o.). Mára azonban a csoportok gyors változásai – az új technológiák megjelenése, az átalakuló karrierutak és értékrendek, valamint az eltolódó társadalmi értékek – következtében mindez megváltozott. Napjainkban a generáció fogalmát inkább szociológiai (mintsem biológiai) szempontból érdemes megközelíteni. Komár (2017. 14. o.) tanulmányában a következőképpen definiálja a fogalmat: „Szociológiai értelemben a generáció olyan személyek csoportja, akik

*ugyanabban a korszakban születtek, akiket sajátos események, trendek és folyamatok alakítottak és kötnek össze*". A generációhoz tartozás tehát azt jelenti, hogy a kortársak történelmileg azonos korszakban és földrajzilag azonos helyen élnek, valamint hasonló értékeket képviselnek. Hangsúlyozza azt is, hogy a legújabb generációk már átlépi a földrajzi és kulturális határokat (az első „globális generáció”), ezáltal inkább élményekben és tapasztalataikban osztoznak egykorú társaikkal szerte a világon.

A generációkutatások megjelenése a 20. század második felére tehető. Az egyes nemzedékek és jellemzőik csoportosítására többféle megközelítés létezik. Az egyik legismertebb felosztás ezek közül Kulcsár Zsolt 2008-ban megjelent (2014-ben átdolgozott) *Az integratív e-learning felé* című e-bookjában található (Buda, 2019):

- 1925–1945 – Veteránok,
- 1946–1964 – Bébibumm,
- 1965–1979 – X generáció,
- 1980–1995 – Y generáció,
- 1996–2009 – Z generáció.

A Veteránok (1925–1945) idős korukban találkoztak először az internettel, nehezen birkóznak meg az új informatikai megoldásokkal.

A bébibumm tagjai (1946–1964) életük derekán, középkorú felnőttként kerültek kapcsolatba az internettel. Leginkább a munkájuk, munkahelyük megtartása érdekében kellett megtanulniuk a számítógépek használatát.

Az X generáció (1965–1979) tagjai kamasz- és ifjúkorban találkoztak az internettel, ezért munkavégzésüket alapvetően meghatározza a web.

Az Y generációt (1980–1995) a digitális nemzedék első hullámának nevezzük, akik gyermekkorukban találkoztak a számítógéppel, internettel. Munkájukba és életvitelükbe egyaránt beépült az új technológia, számukra már ezek jelentik a megszokott környezetet (Buda, 2019).

A további részben a Z és egy új nemzedék, az alfa-generáció (2010–) főbb jellemzőit tekintjük át részletesebben, melyekkel minden olyan pedagógus találkozik/találkozni fog, aki a felnövekvő, digitális kor gyermekeiként is nevezett tanulókat fogja tanítani.

A Z generáció (1996–2009), melyet LEG-generációnak is nevezhetünk, életüket az internethez kötődően, mintegy „bedrótözva” élik. Jellemző rájuk, hogy kiváló intellektussal és igen fejlett problémamegoldó képességgel rendelkeznek, melyhez kiváló technikai érzék társul, és amely erős gyakorlati igényt is generál. *„Absztraháló képességük és figyelemmegosztásuk jó, melynek következtében szimultán több médium felhasználói”* (Pais, 2013. 11. o.).

Pais tanulmányában (2013) az is megjelenik, hogy mindezek mellett számolni kell esetükben a környezettel való elidegenedéssel és azzal, hogy virtuális közösségi létük okán több negatív tapasztalattal kell megküzdeniük, ami nehéz megfelelést, a rohanás, a pénz, a „pörgés”, a sikerhajszolás helyzetét teremt körükben. Ennek egyik lehetséges okát abban véli felfedezni, hogy az internet világába való beleszületés átalakítja

az emberi kapcsolataikat (család, iskola, kortárs stb.), a kommunikációt. Ugyanakkor az online világ kitágítja énhatárait, és az identitás alakulásának jelentős tényezőjévé válik. Komolyabb problémaforrás lehet, hogy az online világban eltöltött, tekintélyes mennyiségű tartózkodási idő miatt a valóságos világban konfliktuskezelési készségük hiányos, indulatkezelési nehézségek, agresszió valószínűsíthető. Úgy véli, hogy „*e korosztály legveszélyeztetettebb magányra, szorongásra és agresszióra*” (Pais, 2013. 11. o.).

Összességében a csoport legfontosabb jellemzői az alábbiakban foglalhatók össze:

- A személyi szabadság nagyon fontos számukra.
- Társas életüket folyamatosan megosztják a nyilvánossággal.
- Elődeiknél sokkal gyorsabb ritmusban élnek.
- Nem a szavak és érzelmek jellemzik őket elsősorban.
- A változástól nem félnek, mert hozzászoktak, ebbe születtek bele.
- Kevésbé lojális fogyasztók.
- Inkább magukban, mint a körülöttük lévő világban bíznak.
- Praktikus szemlélet jellemző rájuk.
- Inkább okosak, mint bölcsek.
- Bátrak és kezdeményezők.
- A szabályok betartására kevésbé mutatnak hajlandóságot.
- Az elektronikus szerkezeteket profin kezelik (Pais, 2013).

A 2010 után született korosztályról (alfa-generáció) azonban még kevés információ áll rendelkezésünkre. Egyelőre családi, bölcsődei, óvodai körből származik kevés tapasztalati tudás, „*amely egyik oldalon az agresszió erősödésére, a másikon pedig a korábbiakhoz képest csendesebb, visszafogottabb viselkedéselemek megjelenésére utal. A korosztály neve is több helyen is „új csendes” generációként szerepel*” (Pais, 2013. 15. o.). Buda (2019) tanulmányában arra is felhívja a figyelmet, miszerint ők a jövő reménységei, és egy olyan korban fognak felnőni, amelyet még nem ismerhetünk, csak találgathatjuk, milyen is lesz. Mark McCrindle szerint (id. Sterbenz, 2014) az alfák lesznek a jövő nagy átalakítói, akik képesek megküzdenni például a környezetszennyezés vagy a globális felmelegedés ártalmaival. A jövőkutatók elképzelései szerint az alfák fognak a legtovább élni az emberiség történetében. Nagyon magasan képzettek és rendkívül felkészültek lesznek, generációjuk valóban komolyan fogja venni a tudás és az élethosszig tartó tanulás jelentőségét (Sterbenz, 2014). Teljes mértékben asszimilálódnak a világhálóba, ennek viszont az az ára, „*hogy ők lesznek a legmagányosabb nemzedék, akik a GOOGLE-szemüvegeken keresztül folyamatos hálózati kapcsolatban állnak majd egymással, de egyikük lesznek, és egyedül fognak élni is*” (Kissné, 2014. 1. o., id. Buda, 2019).

Mindebből megállapítható, hogy a mai kor generációja könnyen és gyorsan eligazodik a digitális világban, melynek jellemzői elsősorban nem technikai, inkább kulturális értelemben meghatározottak: az így létrejövő digitális kultúra komplex, megfoghatatlan, interaktív (kölsönös, közvetlen kapcsolaton alapuló) és interkonnectív (a folyamatos összekapcsoltság érzetét kelti), elemei testre szabhatóak (Komár, 2017).

Napjaink kultúrájának alapvető jellemvonása az azonnaliság, a globalizált (és egyben uniformizált) tartalmak helyi értelmezése, valamint a tömegkulturális szimbólumok folyamatos terjedése és használata. Komár tanulmányában (2017) arra is rámutat, hogy a Z és a fiatalabb generációk (alfa-generáció) társas igényeit és kommunikációs stílusát sajátos kultúrájukon kívül a digitális nyelv jellemzői is befolyásolják, melyek az írásbeli és szóbeli kommunikáció jellegzetességeit is ötvözik. Amellett tehát, hogy az egyes generációk különböző tapasztalatokkal rendelkeznek, „más nyelvet is beszélnek”, nem jelenti azt, hogy nem érthetjük meg egymást. Jellegzetes kommunikációs stílusuk megismeréséhez következzenek néhány főbb jellemző (Komár, 2017):

- egyszerre többirányú, szimultán kommunikáció, mely mind az irodalmi nyelvtől, mind a köznyelvtől elszakad;
- állandó „online jelenlét” és kapcsolattartás: minden kommunikáció jelen időben történik („szupermost” generáció);
- rövid és tömör üzenetváltások, a képi tartalmak és matricák szöveget helyettesítő funkciója;
- angol nyelvi kifejezések és rövidítések sűrű használata (pl. YOLO – you only live once, ’egyszer élünk’; LOL – laugh out loud, ’hangosan nevet’ stb.);
- új jelölési konvenciók, „trendek” megjelenése (pl. címkézés: a hashtag # használata);
- az aktuális érzelmi állapotok és hangulatok kifejezésére irányuló, erős „képi-nyelvi” igény (pl. emotikonok használata: J L).

A leírtakból érthetővé válik az is, hogy a médiahasználati kutatások napjainkban prioritást élveznek, mivel az egyes korosztályok átlagos használati szokásairól, a használati trendekről nyújtanak képet, ugyanakkor a kapott eredmények háttérként szolgálhatnak a konkrét gyermekcsoportban tapasztalható jelenségek értékeléséhez, megértéséhez is (Nagy, 2013).

Kétségtelen, hogy ez a folyamat számos előnyt jelent, de egyúttal veszélyeket is hordoz magában. Az esetleges ártalmak forrásául szolgáló veszélyek sokszor nagyobb teret kapnak, hiszen mind a szülők, mind az egyéb érintettek (pedagógusok, szakpolitikusok, média stb.) célja az, hogy ilyen esetek minél kevesebb számban forduljanak elő. Ugyanakkor a gyerekek internetezéséről és ennek a szocializációra, kapcsolatépítésre, kommunikációra, tanulásra való hatásáról kevés, bizonyítékokkal alátámasztott tudással rendelkezünk. Ebből a célból jött létre az EU Kids Online nemzetközi kutatási együttműködés, amelyet az Európai Bizottság Biztonságos Internet Programja támogat (Ságvári, é. n. 737889).

A KidComm (2020) szindikált kutatása alapján a 2016 óta eltelt 3 évben tovább javult, egyes területeken az elméleti maximumát közelíti a 8–17 éves korú gyerekek digitális eszközhözafférése. A médiahasználati kutatás eredménye alapján az internetpenetráció (98%), valamint a mobiltelefon-ellátottság (98%) közel 100%-os a gyerekes háztartásokban. A 8–14 évesek körülbelül 70%-a használ saját mobilkészüléket, ami 10 százalékponttal magasabb arány, mint a három évvel ezelőtt mért. A gyerekek által

használt telefonfunkciók sorrendjét tekintve nem tapasztalható átrendeződés, továbbra is a Facebook, a Messenger és a Viber a legnépszerűbb mobilalkalmazás, de az elmúlt három év során az Instagram is felzárkózott hozzájuk. Az okostelefon-funkcióhasználatot illetően megállapítható, hogy a gyerekek 65%-a elsősorban üzenetküldés és chat céljából, 62% fényképezésre és videókészítésre használja az okoseszközt. Azonos arányban (61%) jelenik meg a játék és a hagyományos telefonhívás, de a közösségimédia-használat is népszerű (54%) a felhasználók körében. Emellett a zenehallgatás (40%) is szerves része a gyerekek mindennapjainak, legyen az otthonukban, társaságban vagy utazás közben, a változatlanul nagy népszerűségnek örvendő YouTube regisztráción keresztül. Az influenzaszerpiac fragmentált, Pamkutya<sup>1</sup> jelent említésre méltó vonzerőt a gyerekek számára (*KidComm*, 2020).

Mindebből következik az is, hogy a média világa ma már a társadalmi környezetünk szerves részévé vált, hiszen folyamatosan érkeznek az ingerek, információk az internetről, az újságokból, televízióból stb. Ebben az egyre hektikusabbá váló információözönben az iskola feladatköre is átalakult, melyben célként fogalmazódik meg, hogy védetté, tudatosabbá tegye a tanulókat az egyre áttekinthetlenebb információáramlással, illetve a gazdasági és politikai manipulációval szemben. Az iskolának – az alapvető ismeretek mellett – elsősorban normákat, mintákat, készségeket kell közvetítenie, hogy a diákok ne legyenek kiszolgáltatva a körülöttük lévő ún. médiauniverzumnak. Ebből a felismerésből született a médiapedagógia fogalma (*Jakab*, 2014).

## Médiapedagógia, médiaműveltség, információs műveltség

Fontos megjegyeznünk, hogy a médiapedagógia nem újkeletű ágazata a pedagógiának. 1933-ban jelent meg Angliában F. R. Leavis és Denys Thompson könyve: „Culture and environment: The training of critical awareness” (Kultúra és környezet: a kritikus tudatosság tréningje). Ez volt az első olyan könyv, amely konkrét ajánlásokat és gyakorlatokat tartalmazott arra vonatkozóan, hogyan kell az iskolákban tanítani a médiát (Buckingham David, 2003), vagyis a médiapedagógia első állomásának tekinthető (*Lampl, Pšenáková és Papp*, 2009).

A médiapedagógiának alapvető feladata, hogy rámutasson a média rejtett veszélyeire és lehetőségeire. Az elmúlt évtizedekben a média jelentős változásokon ment keresztül, hiszen ma az ún. információs társadalomban<sup>2</sup> élünk, s ez még inkább szükségszerűvé

1 Olyan közszereplők, akik zeneparódiákat és humorosnak szánt videókat készítenek. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahU-KEwiJ9P602-D1AhWBgf0HHfZNA9IQFnoECEEQAQ&url=https%3A%2F%2Fhu.facebook.com%2Fpamkutya&usq=AOvVaw0gneZ4Kijv2eK3rAdWgsfA> (2022. február 2.)

2 Olyan új típusú társadalom, melyben az információs és telekommunikációs technológiák globális elterjedésének segítségével az emberiségnek új típusú életvitelre, magasabb minőségű életre, munkavégzésre, társadalomban betöltött szerepre van lehetősége” (*Murányi Béla*, id. *Karvalics*, 2007. 34. o.).

teszi a médiapedagógia bevezetését a nemzeti tantervekbe<sup>3</sup> (Lampl, Pšenáková és Papp, 2009). Az Európai Tanács Parlamenti köztestület 2000/1466. számú ajánlása külön foglalkozik a médiapedagógia fontosságával. Kiemeli, hogy manapság már nem az a probléma, hogy az emberek nem jutnak elég információkhoz, hanem az, hogy túl sok az információ. Főleg az ún. új médiának köszönhetően bárki megteheti, hogy nagy mennyiségű információt árásson el az online térben, illetve nagy mennyiségű információhoz jusson. Az információk tengerében azonban nehéz tájékozódni, nemcsak az információtúltengés, hanem az információk jellege miatt is. A médiakultúra által uralt világban a valóság és a fikció közötti határ gyakran elmosódik. Sok gyermek és fiatal viszont ebben a virtuális világban él, s nem mindig tudnak megfelelő döntéseket hozni (Lampl, Pšenáková és Papp, 2009).

A mai mediális feltételek mellett feltételezhető a társadalmi kirekesztés új formájának megjelenése is, melyben leginkább azok érintettek, akik nem tudnak kommunikálni a média által és/vagy nem képesek kritikusan értékelni a médiatartalmakat. Az ajánlás e ponton kimondja, hogy égetően szükséges a médiapedagógia fejlesztése. *„A médiapedagógia olyan gyakorlati oktatás, amely a médiakompetencia, azaz a médiával kapcsolatos kritikus és szelektív attitűd kialakítására törekszik. Célja olyan kiegyensúlyozott állampolgárok nevelése, akik a hozzáférhető információk alapján saját maguk képesek önálló döntéseket hozni”* (Lampl, Pšenáková és Papp, 2009. 12. o.).

A Médiapedagógia Tanács ajánlásában arra is kitér, hogy a médiapedagógiának a jelen felnőtteire is irányulnia kell a szülői szerepkör jobb betöltése érdekében. Ehhez kapcsolódóan szükséges kiemelnünk a „digitális átalakuló fogalom” megjelenését (a digitális bennszülött kifejezés helyett), mely arra utal, hogy a digitális generációknak is egy tanulási folyamaton kell keresztülmenniük, mert csak ennek segítségével tudják azt a tudást elsajátítani, azokat a szükséges képességeket megszerezni, amelyek a digitális tér értő használatát biztosítja<sup>4</sup>. Így az iskola mellett kiemelt szerep jut a családnak is, mely a szülő és gyermek közötti tudáscserét is magában hordozza. Mindez azt jelenti, hogy a gyermek az online környezet és a digitális eszközök használatában segítheti a szülőt, a szülő pedig a biztonságos tájékozódáshoz, a digitális szövegértéshez, a kritikai gondolkodás fejlesztésén keresztül a tudatosabb online jelenléthez szükséges ismereteket adhatja át. Ennek következtében a generációs szakadék felszámolása a közös és kölcsönös ismeretátadáson és az egymásra való odafigyelésen alapul<sup>5</sup>. Ebben az értelemben fontos, hogy a médiapedagógia az élethosszig tartó nevelés koncepciójának részét is képezze.

3 Lásd bővebben: A 2020-as NAT-hoz illeszkedő tartalmi szabályozók. *Digitális kultúra*, 3–4. évf.; *Digitális kultúra* 5–8. évf. A 2020-as NAT-hoz illeszkedő tartalmi szabályozók. In: *Oktatási Hivatal, Kerettanterv az általános iskola 1–4. és 5–8. évfolyama számára*.

In: [https://www.oktatas.hu/koznevelas/kerettantervek/2020\\_nat](https://www.oktatas.hu/koznevelas/kerettantervek/2020_nat) (2022. 03. 01.)

4 *Digitális Médiaműveltség Szülőknek Képzési kézikönyv* (2018)

5 *Digitális Médiaműveltség Szülőknek Képzési kézikönyv* (2018)

A fentiekből kiindulva a médiapedagógia célcsoportjait a következőképpen definiálhatjuk:

1. Az alapfokú oktatói-nevelői folyamatban részt vevő gyermekek és fiatalok az adott korosztály specifikumai szerint, illetve
2. a felnőttek csoportja, mely különböző kritériumok szerint tovább differenciálható, úgymint például pedagógusok, szülők, nagyszülők, érdeklődő felnőttek.

Nyilvánvaló azonban, hogy a médiapedagógia első számú felnőtt korú célcsoportját jelenleg a pedagógusok, illetve a jövő pedagógusai, a tanárképző szakok hallgatói képezik (Lamp, Pšenáková és Papp, 2009). A médiapedagógia nevelési szintjei is arra irányulnak, hogy a laikus befogadót médiakompetens személlyé formálják. Azt kell tudatosítani, hogy a világról szóló ismeretek többsége igen nagy mértékben a média által közvetítve jelenik meg számunkra (Buckingham, 2005), ezért a világ megismerése és értelmezése magában foglalja a médiaszövegek kritikai értelmezését is. Ebben a környezetben kiemelt jelentősége van tehát a tudatos gondolkodásnak, értve ezalatt azt is, hogy ne csak szemlélői, passzív befogadói legyünk a kapott üzeneteknek, hanem tudjunk kritikusan viszonyulni hozzájuk. Ennek megfelelően nagy jelentősége van a médiaműveltség széles körű elterjesztésének. Ebből következően fontos a médiaműveltség fogalmának tisztázása is, mely a következőket tartalmazza: „Annak képessége, hogy a kommunikáció különböző formáihoz hozzáférjünk, ezeket a formákat elemezni, értékelni és előállítani tudjuk” (Key facts, 2003, id. Koltay, 2009). A médiaműveltség meghatározható úgy is, mint azoknak az ismereteknek és készségeknek az összessége, amelyek nélkülözhetetlenek ahhoz, hogy megértsük, milyen médiumokban és formákban jelenhetnek meg az adatok, az információk és a tudás, hogyan keletkeznek ezek, hogyan tárolhatók, hogyan továbbíthatók, és hogyan prezentálhatók (Varga, 2008). A médiaműveltség nyilvánvalóan elsősorban a tömegkommunikációból (ideértve – fokozódó mértékben – az internetet) nyert információk kritikus kezelésére vonatkozik, és részben azonos a tágabb értelemben vett információs műveltséggel (Bawden, 2001, id. Koltay, 2009). Ezt erősíti az a definíció is, amely szerint a médiaműveltség annak képessége, hogy a kommunikáció különböző formáihoz hozzáférjünk, ezeket a formákat elemezni, értékelni és előállítani tudjuk (Key facts, 2003, id. Koltay, 2009).

Ezek a meghatározások hasonlóságot mutatnak az információs műveltség ismertebb definícióival. Információsan műveltnek azt tekinthetjük, aki felismeri, mikor van szüksége információra; aki megtanulta, hogyan kell tanulni; továbbá ismeri, miként szerveződik az információ, hogyan található meg, és hogyan használható fel a tanulásban (ALA, 1989). Kiterjed az információ minden formájára, továbbá arra, hogy az egész életen át tartó tanulás korában minden korosztály számára fontos, tehát hatóköre az általános iskolától az időskorig terjed, mivel mindenki használ információkat (CILIP, 2004.). A leírtakból megállapítható az is, hogy a médiaműveltség és az információs műveltség általános fogalmai átfedik egymást, mivel a médiából nyert információk részben egybeesnek, részben kiegészítik a formálisabb könyvtári forrásokat (Bawden,

2001, id. *Koltay*, 2009). Különbséget jelent a két fogalomkör kapcsán, hogy a médiaműveltséggel elsősorban a közoktatás területén foglalkoznak, azonban a felsőoktatásban is helye van, az információs műveltség viszont elsősorban a felsőoktatásban kapott kiemelt figyelmet, bár itt sem beszélhetünk kizárólagosságról (*Koltay*, 2009).

Összességében megállapítható, hogy mindhárom fogalom esetében (médiapedagógia-médiaműveltség-információs műveltség ld. 26. oldal) a legfőbb „közös nevező” az új technológiák hatásának felismerése. Mindegyik kapcsán fontos szerepe van annak, hogy a különböző médiumok közvetítésével kapott információt értékeljük, szintetizáljuk, és hatékonyan használjuk fel őket. Kijelenthetjük, hogy napjainkban olyan állampolgárokra van szükség, akik rendelkeznek az írástudás készségeivel, információs műveltséggel, vagyis akik sokat olvasnak, kérdeznek, mernek információkat megkérdőjelezni. Ennek érvényesnek kell lennie a médiához való viszonyulásunk kapcsán is. Képessé kell tenni a tanítványokat arra, hogy kritikusan kezeljék a mindennapos médiafogyasztás eredményeként megszerzett élményeiket, és megvizsgálják a médiaüzenetek konstruált jellegét (*Hobbs*, 2006a, id. *Koltay*, 2009). Ennek igen fontos eleme a kritikai gondolkodás előtérbe hozása, mely magában foglalja egyrészt a megbízható források keresését és megtalálását, továbbá a tények és vélemények közötti különbségtételt, végezetül a manipulatív érvelés felismerését. *Hobbs* (2006a) mindemellett kiemeli azt is, hogy a médiaismeretet oktató tanárok hagyományosan a hírek, a hirdetések és a szórakoztató média elemzésének folyamatát hangsúlyozták (*Koltay*, 2009). Az oktatásnak azonban túl kell lépnie ezen, és a figyelmet az új médiumok (mobillkommunikációs eszközök, kézi számítógépek [PDA-k]), az üzenetek új formái (internetes keresők, azonnali üzenetküldés, blogok), valamint az új társadalmi kérdések (egyebek között az azonosság, az anonimitás, a magánélet és a magántitok problémái) felé is kell fordítania. A médiafogyasztói magatartás mellett érdemes figyelmet fordítani a személyközi kommunikációra és az egyén kommunikatív viselkedésének reflexív vizsgálatára is (*Koltay*, 2009).

## A vizsgálat bemutatása

Jelen vizsgálat a „Médiapedagógia” című kurzushoz kapcsolódik, melyet az SZTE Juhász Gyula Pedagógusképző Kar Alkalmazott Pedagógia Intézet Szociálpedagógus-képző Tanszék szociálpedagógia szakos hallgatói hallgatnak.

A vizsgálat célja, hogy átfogó képet kapjunk egyrészt arról, hogy (1) a szociálpedagógus szakos hallgatók milyen előzetes ismeretekkel rendelkeznek a médiapedagógia-kurzushoz kapcsolódó médiapedagógia fogalmának, célcsoportjának meghatározására vonatkozóan, másrészt (2) arról, hogy hogyan vélekednek a különböző médiumok iskolai keretek között megjelenő lehetséges használatáról, továbbá (3) véleményük szerint milyen optimális keretek között készíthető fel a ma generációja a tudatos médiahasználatra vonatkozóan.



A vizsgálatban 48 fő 2. évfolyamos nappali (N=35) és levelező (N=14) tagozatos hallgató vett részt. Az adatfelvétel saját szerkesztésű kérdőív segítségével valósult meg. Az írásbeli kikérdezés egyaránt tartalmazott nyílt és zárt végű kérdéseket. Mivel a minta kisszámú, ezért a vizsgálat nem tekinthető reprezentatív kutatásnak.

A felmérés első nyílt kérdése a médiapedagógia fogalmának meghatározására irányult. A strukturálatlan kérdés, más néven nyílt végű kérdés esetében nem jelenik meg válaszalternatíva, a válaszadók maguk fogalmazták meg feleleteiket, mely lehetővé tette számukra azt, hogy spontán módon fejezzék ki gondolataikat a kérdés kapcsán (Hódi és Tóth, 2019). A leggyakrabban előforduló válaszokat különböző kategóriákra osztottam.

Az eredmények összesítése alapján megállapítható, hogy a fogalom meghatározása alatt a hallgatók 71%-a a helyes, tudatos médiahasználatra való nevelést, 29%-a pedig az oktatási célú használatot értette. Egy-egy feleletben olyan alternatívák jelentek meg, mint például a médiaeszközök hatása, a gyermekek életét befolyásoló digitális eszközök megismerése stb. A kapott eredmény alapján megállapítható, hogy a hallgatók többsége általánosságban véve helyesen definiálta a médiapedagógia fogalmát.

Arra a nyílt kérdésre, hogy kik lehetnek a médiapedagógia célcsoportjai, a válaszadók többsége szerint (46%) főként az általános iskolai tanulók csoportja érintett. A megkérdezettek 40%-a pedig a bármely korosztályt (gyerekek, tanulók, felnőttek, szülők, idősek), míg 12%-a a középiskolai tanulókat jelölte meg. Csupán 2%-ban jelentek meg azonos arányban az óvodások, egyetemisták, pedagógusok csoportjai. A válaszokat összevetve a szakirodalomban (Lampl, Pšenáková és Papp, 2009; CILIP, 2004, stb.) leírtakkal, a hallgatók 40%-a válaszolt helyesen.

A soron következő kérdés esetében (diszkrét skála) a kitöltőknek lehetőségük volt válaszkategóriák közül dönteni (fontos; részben fontos, részben nem; egyáltalán nem), melyben arról kaphatunk visszajelzést, hogy mennyiben értenek egyet a megfogalmazott kérdéssel (Hódi és Tóth, 2019). Továbbá azt is kértem tőlük, hogy a kijelölt választ indokolják is meg. A kérdés így szólt: „Mennyire tartja fontosnak a digitális eszközök használatát az iskolában?”

A hallgatók több mint fele (57%) „fontosnak” tartja, melyet főként azzal indokoltak, miszerint a mai világ elengedhetetlen részévé vált, másrészt az IKT/digitális eszközök használatával érdekesebbé, színesebbé tehető a tanóra, ami egyben a tanulók tanulási motivációjának, érdeklődésének felkeltéséhez is döntően hozzájárul.

A kitöltők 41%-a a „részben fontos, részben nem” válaszalternatívát jelölte meg. Részben fontosnak tartják – megegyezően az előző csoport válaszadóival – abban a tekintetben, hogy életünk szerves részévé vált, és emellett az online oktatás is szükségessé tette használatát. Ellenérvként sorolták fel többek között azt az állítást, mely szerint veszélyt is hordozhat magában, úgymint például függőséghez vezethet. A leírtakban az is megjelent, hogy használata nélkül is megfelelő tudáshoz juthatnak a tanulók. Csupán egy hallgató (2%) jelölte meg az „egyáltalán nem fontos” állítást, melyet azzal indokolt, hogy a rendszeres eszközhasználat túlzott ragaszkodást, függőséget válthat ki a gyermekben, ami több negatív következményt is vonhat maga után.

Az utolsó kérdés esetében arra voltam kíváncsi, hogyan, milyen keretek között készítheti fel az iskola a tanulókat a tudatos médiahasználatra.

A felkészítést a hallgatók nagy része (48%) tanóra/tantárgy keretén belül (például: mozgókép- és médiaismeret, informatika, osztályfőnöki óra stb.) képzelel optimálisnak. Hasonló arányban (35%) jelentek meg a válaszok között az olyan oktatási módszerek is, mint az előadás, a beszélgetés, a megbeszélés módszere.

A válaszok között a következő javaslatokat is megtalálhatjuk: a megfelelő szakmai felkészültség az oktató részéről (7%), a pedagógusok példamutatása (5%), illetve az elrettentő példák nyújtása (5%).

Összességében megállapítható, hogy hallgatóink többsége rendelkezik előzetes ismeretekkel a médiapedagógia fogalmát érintően. Az eredmények arra is rámutatnak, hogy a a prevenció szempontjából is kiemelt feladatnak tekintik a tanulók felkészítését. A hallgatói válaszokból az is összegezhető, hogy a pedagógusok részéről a megfelelő szakmai felkészültség mellett a segítő, támogató attitűdnek is meg kell jelennie, azaz nyitottsággal, értő figyelemmel forduljanak a gyermekek médiaélményei felé, törekedjenek egy olyan biztonságos légkör megteremtésére, ahol a tanulók őszintén és nyíltan beszélhetnek médiaélményeiről.

## Összegzés

A digitális világ kialakulása alapjaiban változtatta meg a gyerekek környezetét. Mivel a változás igen gyors ütemű, ezért nehéz lépést tartani az új alkalmazásokkal, műszaki megoldásokkal, illetve az ehhez kapcsolódóan kialakuló új kommunikációs formákkal, nyelvi közegekkel (Nagy, 2014). A virtuális terek benépesülése újfajta gondolkodásmódot, információfeldolgozást eredményez, ezért is meghatározó napjainkban a felnőttek szerepe a gyermekek médiahasználatában.

A szakirodalomban leírtakból egyértelműen megállapítható, hogy ez a szerep lényeges változáson ment keresztül az elmúlt évtizedekben. Míg korábban a kontrollra helyeződött a hangsúly, ma már a párbeszéd és a kompetenciafejlesztés a meghatározó. Fontos feladata a szülőnek, hogy gyermeke életkori sajátosságainak megfelelően, tudatosan alakítsa a közös médiahasználatot, mely aktív médianevelés segítségével valósulhat meg. Ehhez szükséges az is, hogy nyitott legyen gyermeke médiakörnyezetben szerzett élményeire, segítse a tudatos használat megtanulásában és abban is, hogy gyermeke tartalmas és kreatív módon tudja eltölteni az idejét az online világban. Mindemellett fektessen hangsúlyt a médiamentes időszakok biztosítására is (pl. közös tevékenység, programok segítségével).

Másrészt az iskolákban is szükség szerű egy olyan tantárgy jelenléte, amely közvetlenül foglalkozik a média jelenségeivel. Egyúttal a tanulók felkészítését, nevelését összetársadalmi, illetve össziskolai feladatnak is kell tekinteni (Jakab, 2014). Tisztában kell lennünk azzal is, hogy a médiapedagógia ugyanakkor nem köthető közvetlenül egyetlen

kitüntetett tantárgyhoz sem, mert ún. sajátos „rejtett tantervvel” is rendelkezik, ezért fontos lenne, hogy az egész iskolai szellemiségben, valamennyi tantárgy, valamennyi tanár szemléletében és pedagógiai eszköztárában is megjelenjen. A gyakorlatban mindez azt jelenti, hogy a pedagógusnak (felnevelőként, szülőként, tanárként) meg kell ismernie a média világának sajátosságait, azért, hogy szakszerűen tudjon válaszolni a média oldaláról érkező kihívásokra, s ezáltal hitelesen tudja formálni, „befolyásolni” diákjai médiafogyasztását (Jakab, 2014). A médiapedagógia mint alapvető pedagógiai módszer megismerése tehát azért is fontos a pedagógusok számára, hogy a tömegkommunikáció világából érkező információkat és tudáselemeket minél eredményesebben tudják felhasználni óráikon, illetve hogy az újabb digitális eszközöket természetes segédeszközként tudják alkalmazni.

## Irodalom

A 2020-as NAT-hoz illeszkedő tartalmi szabályozók.

[https://www.oktatas.hu/koznevelas/kerettantervek/2020\\_nat](https://www.oktatas.hu/koznevelas/kerettantervek/2020_nat) (2022.03.01.)

Buckingham, David (2005): *Médiaoktatás*. Hatodik Síp Alapítvány – Új Mandátum Könyvkiadó – Zsigmond Király Főiskola, Budapest.

Buda András (2019): Generációk, társadalmi csoportok a 21. században. *Magyar Tudomány*, 1. sz. [https://mersz.hu/dokumentum/matud\\_405](https://mersz.hu/dokumentum/matud_405) (2022.02.15.)

CILIP (2004): *Chartered Institute of Library and Information Professionals*. A short introduction to information literacy. <http://www.cilip.org.uk/policyadvocacy/learning/informationliteracy/definition/introduction.htm> (2022.01.11.)

*Digitális Médiaműveltség Szülőknek Képzési kézikönyv* (2018). Készítette a Digitális Nonprofit Kft. megbízásából Magyarország Digitális Gyermekvédelmi Stratégiája megvalósításának részeként a Televele Médiapedagógiai Egyesület. <https://digitalisgyermekvedelem.hu/storage/posts/mfjXNf7OYAQ7syMvYYHLZMYdPoQmISKQqSk8JFMi.pdf> (2022.03.24.)

*Elérhető a KidComm gyerekkutatás eredményei* (2020). <https://www.ipsos.com/hu-hu/elertok-kidcomm-gyerekkutatasa-eredmenyei>. (2021.01.07.)

Hódi Ágnes és Tóth Edit (2019): *Mérőfeladatok és kérdőívtek szerkesztése*. Szegedi Egyetemi Kiadó, Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó, Szeged.

Jakab György (2014): A médiaoktatás értelmezési kereteiről. *Új Pedagógiai Szemle*, 64. 9–10. sz. 50–57. [https://folyoiratok.oh.gov.hu/sites/default/files/journals/upsz\\_9-10\\_nyomdai.pdf](https://folyoiratok.oh.gov.hu/sites/default/files/journals/upsz_9-10_nyomdai.pdf) (2022.01.11.)

Lampl Zsuzsanna, Pšenáková Ildikó és Papp László (2009): *Médiapedagógia*. ELTE TTK Multi-médiapedagógiai és Információtechnológiai Központ, Budapest.

Lénárd András (2015): A digitális kor gyermeke. *Gyermeknevelés*, 3. 1. sz. 74–83. [http://epa.oszk.hu/02400/02411/00005/pdf/EPA02411\\_gyermeknevelas\\_2015\\_1\\_074-083.pdf](http://epa.oszk.hu/02400/02411/00005/pdf/EPA02411_gyermeknevelas_2015_1_074-083.pdf) (2022.01.11.)

Koltay Tibor (2009): *Médiaműveltség, média-írástudás, digitális írástudás*. [https://www.media-kutato.hu/cikk/2009\\_04\\_tel/08\\_mediamuveltseg\\_digitalis\\_irastudas](https://www.media-kutato.hu/cikk/2009_04_tel/08_mediamuveltseg_digitalis_irastudas) (2021.01.07.)

- Komár Zita (2017): Generációelméletek. *Új Köznevelés*, 73. 8–9. sz. <https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-kozneveles/generacioelmletek> (2022.01.24.)
- Nagy Krisztina (2013): *Médiaélmény, médiavalóság, médiahasználat. A 6–10 éves korosztály médiaoktatásának lehetőségei.* [http://www.irodalomismeret.hu/files/2013\\_1/nagy\\_krisztina.pdf](http://www.irodalomismeret.hu/files/2013_1/nagy_krisztina.pdf) (2022.03.01.)
- Pais Ella Regina (2013): *Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához – tanulmány.* Tudománykommunikáció a Z generációnak Kiadó, Pécs. [https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais\\_alapvetesek\\_a\\_z\\_generacio\\_tudomany-kommunikaciojához\\_-\\_tanulmany\\_2013.pdf](https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais_alapvetesek_a_z_generacio_tudomany-kommunikaciojához_-_tanulmany_2013.pdf) (2022.02.01.)
- Ságvári Bence: *Az EU Kids Online magyarországi kutatásáról.* Ithaca research consulting. EU KIDS ONLINE –A MAGYARORSZÁGI KUTATÁS EREDMÉNYEI. <https://docplayer.hu/737889-Az-eu-kids-online-magyarorszagi-kutatasarol.html> (2022.01.07.)
- Sterbenz, C. (2014): *Generation Alpha Is Coming and It Will Change the World Forever.* Business Insider. <http://read.bi/1QCiOPa> (2022.01.05.)
- Tari Annamária (2010): *Y generáció*, Jaffa Kiadó, Budapest.
- Tari Annamária (2011): *Z generáció*. Tericum Kiadó, Budapest.
- Varga Katalin (2008, szerk.): *A 21. század műveltsége: E-könyv az információs műveltségről.* PTE FEEK Könyvtártudományi Intézet, Pécs. <http://mek.oszk.hu/06300/06355> (2022.01.11.)
- Z. Karvalics László (2007): Információs társadalom – mi az? Egy kifejezés jelenléte, története és fogalomkörnyezete. In: Pintér Róbert (szerk.): *Az információs társadalom. Az elmélettől a politikai gyakorlatig.* Gondolat – Új Mandátum Kiadó, Budapest. 29–47. <https://mek.oszk.hu/05400/05433/05433.pdf> (2022.02.01.)