



PÁZMÁNY PÉTER KATOLIKUS EGYETEM
Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar

TÖLGYESSY ZSUZSANNA

**Médiapedagógia –
az óvodapedagógus
és a tanító szakos hallgatók
számára**

egyetemi jegyzet

ISBN 978-963-308-399-4

Esztergom, 2021.

Pázmány Péter Katolikus Egyetem BTK

Tölgyessy Zsuzsanna

Médiapedagógia – az óvodapedagógus és a tanító szakos hallgatók számára

egyetemi jegyzet

ISBN 978-963-308-399-4



PPKE BTK VJTK

Esztergom

2021

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	4
Alapfogalmak.....	6
Szakirodalom.....	13
Internetes források.....	13
Kérdések, feladatok.....	14
II. Médiatörténet.....	14
Szakirodalom.....	16
Internetes források.....	17
Kérdések, feladatok.....	18
III. Média napjainkban.....	19
Szakirodalom.....	23
Internetes források.....	23
Kérdések, feladatok.....	25
IV. Elektronikus médiaműfajok	
1. Mozgókép.....	28
2. Televíziós műfajok.....	32
3. Az internet világa.....	39
Szakirodalom.....	45
Internetes források.....	46
Kérdések, feladatok.....	48
V. Médiakorszak gyermekei.....	50
1. Klasszikus médiakritika.....	54
2. Szülői mediáció.....	56
3. Internetes zaklatás.....	58
4. Reklám és a gyermek.....	59
5. Számítógépes játékok.....	60
Szakirodalom.....	63
Internetes források.....	64
Kérdések, feladatok.....	67
VI. Médiapedagógia – azaz a média tanítása és a médiával való tanítás.....	68

1. Karanténiskola.....	75
Szakirodalom.....	76
Internetes források.....	77
Kérdések, feladatok.....	78
VII. Médiapedagógia gyakorlata az óvodában és az alsó tagozaton	
1. Médiatudatosság az óvodás és a kisiskolás korban.....	81
2. IKT-eszközök az óvodában és az iskolában.....	82
3. Az IKT-kompetencia gyakorlati felhasználása.....	83
Szakirodalom.....	86
Internetes források.....	86
Kérdések, feladatok.....	86
Összegzés.....	87
Melléklet.....	88

Bevezetés

Az elektronikus média térhódítása folyamatos, lassan behálózza az egész világunkat: a gazdaság, a politika, a személyes kommunikáció, a mindennapi élet rutincselekvései, sőt a bűnözés is változik általa. Az igényes szakirodalom értelemszerűen – időigényessége miatt – csak kullog a jelenségek után, az internetes források aktualitása is gyorsan elroppen.

A fentiekből következik, hogy az alábbi jegyzet hiányossága és furcsa mód erénye, hogy a rögzített anyag legfeljebb a médiatörténet esetén időtálló, a jelen eseményeit taglaló részek folyamatos kiegészítésre, korrigálásra szorulnak. A jegyzet meg is szólítja az olvasóját, hogy folyamatos kritikával olvassa a leírtakat: inkább csak kérdez, mint válaszol, azaz önálló vélemény megformálására és kutatásra, konkrét cselekvésre ösztönöz. Emellett a tudományos egzaktságon lazítva a jegyzet inkább a holisztikus összefüggéseket kívánja feltárni azok számára, akiknek ezen a területen egyes ismereteik messze túlszárnyalják a jegyzetíróét már csak életkoruk és a digitális médián eltöltött időmennyiség folytán is.

A jegyzet legfőbb célja az ismeretek átadása mellett a médiával való kritikus, értő és személyes viszony kialakítása, amelynek eredményeit remélhetőleg a hallgató a későbbi pedagógusi munkájában is használhatja, sőt gyümölcsöztetheti.

A jegyzet az alapfogalmak, a médiatörténet, a média jelenkori jellemzői, a médiaműfajok ismertetése után jut el a pedagógus hallgatók számára kulcsfontosságú részekhez. A *Médiakorszak gyermekei* címen a mai gyerekek jellemzői kerülnek górcső alá. Majd a *Médiaoktatás, azaz a média tanítása és a médiával való tanítás* című fejezetben, szak módszertani kérdések kerülnek terítékre, abból a célból, hogy bővüljön a hallgatók módszertani repertoárja, illetve kifejlődjön bennük az igény arra, hogy módszertanukat folyamatosan frissítsék. A jegyzet utolsó (*Médiapedagógia gyakorlata az óvodában és az alsó tagozaton*) fejezete pedig a 4-10 éves korosztályra vonatkoztatva tárgyalja a médiaoktatás konkrét elvi és gyakorlati kérdéseit, dilemmáit.

A jegyzetíró az egyes témák kifejtésének mélységénél és stílusában is szem előtt tartja, hogy feladata nem az elméleti vagy akár gyakorlati médiaszakemberek képzése. Munkájával a legfiatalabb korosztályokkal foglalkozó jövőbeli pedagógusok személyes életét és munkáját igyekszik segíteni azzal a szándékkal, hogy jobban értsék az egész világot átszövő médiavilágot, és annak aktív résztvevői, fejlesztői lehessenek.

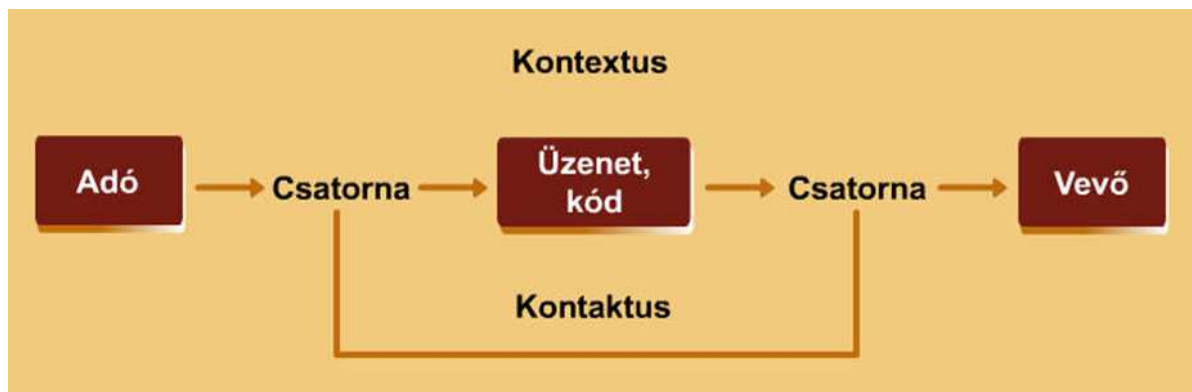
E munka formájában is felvállalja a vázaltszerűséget, nyitottságot és töredezettséget. Egyes témákat csak történelmi adatok, kulcsfogalmak, esetleg ábrák, táblázatok, források

alapján ismertet. Képanyagával a vizuális kommunikációt kívánja verbálissá átalakítani, azaz a kiválasztott képekkel beszélgetést, közös gondolkodást, akár vitát próbál gerjeszteni. Minden fejezetet kérdések, kutatási vagy kreatív feladatok zárják, amelyek a jegyzetet használó hallgatók aktivizálását kívánják biztosítani, abban bízva, hogy ezzel személyesebbé, mélyebbé tehető a tudásuk. Mindemellett bőséges szakirodalom és folyamatosan bővíthető ismeretterjesztő internetes források egészítik ki az egyes témák tárgyalását.

I. Alapfogalmak

„Nem lehet nem kommunikálni.”

(Paul Watzlawick 1969.)



Néhány témába vágó kulcsfogalom tömör leírása az alábbiakban ábécé sorrendben olvasható.

Celeb: ismert, híres személy, akinek az ismertségének az alapja a legtöbb esetben, de nem kizárólagosan, nem az illető tudása, ill. tevékenysége, hanem a médiában való szereplése, amely során kialakul a médiafogyasztókban róla egy mesterséges kép, karakter. A fogyasztó részéről előnyös lehet olyan személyek követése, akiket mások is ismernek. A celebbé válás akár súlyos tragédiát is hordozhat magában – lásd BB Évi történetét. Előfordulhat az is, hogy egy jeles tudós a médiaszereplések hatására celebként is működik pl. Öveges professzor, majd Czeizel Endre, Vekerdy Tamás, napjainkban Csernus Imre vagy Zacher Gábor, a külföldi természetvédő tudósok közül: Cousteau kapitány, David Attenborough. **Influencer:** véleményvezér, aki megpróbálja befolyásolni, inspirálni, szórakoztatni a közösségi médiákon feliratkozó követőiket. (Pl.: Dancsó Péter, Kajdi Csaba, Kasza Tibor, Rubint Réka.) Az egész világon ismert **megasztárok** (pl. David Beckham, Cristiano Ronaldo, Brad Pitt, George Clooney), akiket reklám céljára megnyerhet a multinacionális nagyipar, és akiket mintegy ikonként használ fel. **Showmanek** (Magyarországon pl. Friderikusz Sándor, Fábry Sándor, Istenes Bence, Till Attila, Ördög Nóra, Liptai Claudia) a szellemes műsorvezetőtől a cirkuszi mulattatóig többféle stílushoz igazodhatnak. John Lennon gyilkosának, Mark Chapmannek az

esete a **sztárkultusz** árnyoldalára hívja fel a figyelmet: a sztárok iránti rajongás könnyen gyűlöletbe csaphat át.

Hiperlink: angolul hyperlink, hivatkozás, link, amely mediális rendszerek elemeit, objektumait összeköti. Használatuk alakítja ki a médiaszöveg ugrásszerű, információválogató, hálózatos, azaz nem lineáris, a felhasználó érdeklődésére koncentráló olvasását.

Hír: tényekre – ki, mit, hol, mikor – szorítkozó, semleges hangnemű információ, ha már kitér a hogyan, a miért kifejtésére – kommentárról, magyarázatról, értékelésről beszélhetünk. A hírközléskor kulcsfontosságú a hírek megbízhatósága és pontossága. A televíziós hírszerkesztés etikai szabályait szerte a világon a BBC etikai kódexének alapelvei mentén határozzák meg. Magyarországon irányadónak számít az 1999-ben elfogadott ún. Visegrádi jegyzőkönyv. Eredetük: hírügynökségek: pl. Reuters (1851.), MTI (Magyar Távirati Iroda 1883.); intézmények, magánszemélyek szóvivői; sajtótájékoztatók, sajtóközlemények.

Információfeldolgozás: 1. lépés: üzenetszűrés: médiazörek kirotálása, 2. lépés: jelentéspárosítás: a tanultakhoz való kötés, 3. lépés: jelentésalkotás: saját tudástár gondozása, fejlesztése.

Információs társadalom: ahol nagyipari eszközök használatával történik az információ hálózatba szervezett tárolása, előállítása, áramoltatása stb., ahol az információ központi fontosságú, ahol az információ áruként funkcionál, birtoklása hatalmat jelent. (Nem csoda, hogy a hatalom megszerzésekor a forradalmak célpontja egy-egy korabeli hírbázis: nyomda (1848. márc.15., Pest-Buda), rádió (1956. okt. 23., Budapest), tévé (1989. dec., Bukarest). A kívánt profit jelentős részét ma már nem az anyagi javak primer létrehozása állítja elő. A robotika ennek a folyamatnak a szerves része, mely vélhetően mentesíti az embert a fizikai munkától, ezzel a munkanélküliek kritikus tömegét állítva elő, akiknek a féken tartására a kenyeret és cirkuszt elv alapján erősödik fel a szórakoztató információipar – az **infotainment** (angol information és entertainment szavakból képzett műszó. „Információ + szórakoztatás: az információ szórakoztató formában történő átadása). Lásd a **kereskedelmi tévécsatorna**, **neo(új)tévé** szócikkeket!

IKT: (angolul ICT) információs és kommunikációs technológia: olyan eszközök, technológiák, szervezési, tevékenységek összessége, amely az információt és a kommunikációközlést, feldolgozást, áramlást, tárolást, kódolást elősegíti, gyorsabbá, könnyebbé és hatékonyabbá teszi. AZ IKT-eszközök az elektronikai eszközök – pl. TV, rádió, telefon, számítógép.

Kapuőr funkció: amit a kapuőrök, azaz a tömegkommunikációs szervezet tagjai, leginkább a szerkesztők gyakorolnak, miszerint részben önállóan is észlelik a külvilágot, részben pedig szelektálnak az információk között a célközönség igényeinek megfelelően. Ebből következik a mindenkori média szubjektivitása és az, hogy a médiában megjelenő valóság mindig konstruált, azaz megszerkesztett.

Kereskedelmi tévécsatorna: reklámjövedelmek biztosítják működését, létérdeke a nézettség emelése, így feladatának a nézők szórakoztatását tartja. A nézők ellazulásával nő a fogyasztás vágya, így a kedvelt műfajai (show-műsorok, vetélkedők, infotainmentek), a reklámok csomópontjai. Célközönsége a fizetőképes középosztály, az alsóbb rétegek tévés reprezentációja szűkös: gyakran csak a bűnözés vagy adománygyűjtés kapcsán kerülnek képernyőre. Az ún. valóságtelevízió a nagy csatornákon a különböző vetélkedőkkel, (amikor a döntésekben részt vehetnek a nézők is, és így akár fontos családi eseménnyé válhatnak a szavazások) harcban áll a nézettségért a különböző filmeket és elsősorban sorozatokat sugárzó kábelcsatornákkal. A nézettség mindenekfölött elvet elemzi Hartai László (*Médiaesemény – esettanulmányok* / Hartai László – Budapest: Búvásvölgy, Wolters Kluwer 2015. 157-204.) tanulmányában, mikor felidézi Hajdú Péter médiaetikai vétségét: Szepesi Nikit mindenféle előzetes egyeztetés nélkül közvetlenül a kamerák előtt élőadásban szembesítette kisgyermekkorai zaklatójával a szenzációhajhászás érdekében.

Kibertudatosság: napjainkban elengedhetetlen, a technika tudatos felhasználását, a média által kapott információk kezelését és saját hétköznapi életünkbe való beágyazását értjük alatta. Része a médiakompetenciának.

Kondicionálás: médiafogyasztás szokásának kialakítása és fenntartása például újabb médiatartalmakra való örökös ajánlásokkal, beharangozásokkal.

Kommunikáció: latin szótöve kapcsolatot, közösséget jelent; információcsere általában egy közös jelrendszer segítségével. Fajtái: 1. közvetlen kommunikáció, melyben a szerepek (adó, vevő) folyamatosan felcserélődnek, csatornaként a levegő funkcionál, a résztvevők azonos helyen, azonos időben kommunikálnak egymással. 2. Közvetett kommunikáció: távközlés, azaz telekommunikáció (pl. telefonálás) esetén azonos időben, de különböző helyen találhatók az egymással kommunikálók. Az e-mailek, messenger szöveg-, videó- és hangüzenetek esetén azonos időre sincs szükség.

Közzszolgálati tévécsatorna: közpénz fedezi működését. Feladata a tárgyilagos tájékoztatás, a nemzeti kultúra és a kisebbségi kultúrák képviselése, a határon túli magyarság igényeinek szolgálata, oktatási és ismeretterjesztő feladatok ellátása, új tudományos eredmények bemutatása. Az egész világon hanyatlik szerepe, nemigen tudja ellátni hagyományos feladatát,

miszerint a közszolgálati média a demokrácia örökutójaként köteles feltárni a hatalom visszaéléseit. Magyarországi közszolgálati televízióadók: Duna, Duna World, M1, M2, M4 Sport, M5; közszolgálati rádióadók: Kossuth, Petőfi, Bartók, Dankó Rádió.

LLL: lifelong learning, 'életen át való tanulás'. A jó pap holtig tanul – a mondás napjainkra permanens művelődéssé erősödött, amely a tudás specializációját, korszerűsítését, a mindenkori jelenhez való igazítását is magában foglalja. Mind a közösségi élet, mind a család világa, de különösen a munka világa igényli a tudás folyamatos tervszerű karbantartását, ehhez a modern társadalmak a felnőtteknek, sőt a "szépkorúaknak" is kinyitják a formális, informális lehetőségeit. A LLL társa a LWL, a life wide learning, 'élet minden színterén való tanulás'.

Média: a médium egyes szám – a média már többes szám; eredeti jelentése közép, középút, eszköz, közvetítő (spiritualizmusban a közvetítő személy): az információ rögzítésére és közvetítésére használt ember (pl. szemtanúk, hírmondók, akik valamit láttak, és valaki másnak, aki nem látta, amit ők, elmondják, leírják). A jegyzet kommunikációs közvetítő jelentésben használja, és magát az eszközt (könyv, újság, rádió, internetes hírportál, fénykép, videó stb.) érti rajta.

Médiadokumentáció: könyvtárak, filmarchívumok, videó-, kézirat-, fotó-, plakáttárak stb. A digitális szövegek fontossága miatt 2010-től az amerikai Kongresszusi Könyvtár a Twitter-archívumot is elkezdte gondozni.

Médiakompetencia/műveltség: alapfeltétele bármilyen személyes és hivatalos kommunikációnak. Beletartozik a különböző médiumok ismerete, használata; a médiaműfajok jellegzetességeinek felismerése (a valóság [pl. ismeretterjesztő film] és a fikció [pl. reklám] bemutatásának különbözősége); a kritikai távolságtartás, így például: a kereskedelmi vagy politikai manipuláció felismerésének képessége; a mediális (technikai eszköz közbeiktatásával zajló) kommunikációban való aktív részvétel, legyen az egy iskolarádió, egy telefonbeszélgetés vagy egy blog, egy hangüzenet.

Médiakutatás: elemzés irányai: mit - tartalomelemzés, kinek - közönségkutatás, milyen eredményt hoz az adott médiatermék - hatáskutatás.

Médiapedagógia: legfőbb célja a tudatos, kritikus, igényes, de egyben autonóm médiahasználat kialakítása, azaz a médiakompetencia megerősítése a személyiségfejlesztés érdekében. Horizontjának része a médiatudomány, amelytől eszközöket is átvesz a 21. századi oktatás módszertanának adekvát megújítására.

Médiaszükséglet: az emberben megbújó kíváncsiság, tudásvágy információéhséget generál. A szórakozás, a kikapcsolódás, a feszültségoldás szükséglete is állhat a médiahasználat

mögött – lásd a korábbi időkben a televíziós csatornák kapcsolgatását, napjainkban a facebook-oldalak pörgetését. Az egyedüllet, a magány ellen elsősorban a gyerekek és az idősebbek védekeznek médiahasználattal. Az internetes közösségi oldalak az önmegmutatás mellett a közösségek keresésének és megtartásának igényét is próbálják kielégíteni.

Multitasking: az azonos idő alatti halmozott, párhuzamos médiafogyasztás. Az egyén oldaláról ez a kifejezés azt jelenti, hogy megkísérel adott idő alatt, két vagy több, együttesen az adott időintervallumot meghaladó időt igénylő tevékenységet elvégezni. Oka a holtidő minél jobb kihasználása, az elérhető ingergazdagság hasznosítása. A multitasking az egyes tevékenységek összeecsúsztatását, illetve a figyelem megosztását, az egyes tevékenységek minőségének romlását eredményezheti. Előzménye a hagyományos eszközök párhuzamos használata – pl. rádióhallgatás autóvezetés, háztartási munka közben –, az online formája a különböző alkalmazások együttes futtatása a digitális térben.

Műsoridők: a televízióadást a különböző korú emberek életritmusa határozza meg, ill. tévéfüggőség esetén az életritmust határozza meg a tévéadás. A gyerekek délelőtt és napközben (különösen, ha aznap nincs óvoda, iskola) a legaktívabb fogyasztói a tévéműsoroknak, csatornáknak. Sajnos gyakran előfordul, hogy a 20 óra utáni felnőttcsatornák műsorai (*Fókusz, Éjjel-nappal Budapest, Barátok közt*) óvodások kedvencei lesznek, ennek legtöbbször az az oka, hogy ezeket a gyerekek nagy öröme már együtt tudja nézni a család. Az olyan esti műsorok – mint *Ének iskolája, Kis csillag születik* –, ahol a gyerekeket főszereplővé tesznek, ezt a jelenséget használja ki. Főműsoridőnek a 19-23 közti időszáv tekinthető, amelyben a felnőttek informálódhatnak, szórakozhatnak. A reggeli, délelőtti időszáv elsősorban az inaktív lakosság számára készül, gyakran degradáló színvonalon, ekkor vannak az ismétlések, a teleshop műsorai, az asztrológiai tanácsadások.

Nemzedékek: Marc Prensky 2001-ben vezette be a digitális bevándorlók (akik felnőttkorukban találkoztak az internetes világgal) és a digitális bennszülöttek (akik beleszülettek az internetes világba) szembeállítását. Az alábbi a táblázat a digitális bevándorlók és a digitális bennszülöttek eltérő jellemzőit mutatja be, Tóth-Mózer Szilvia munkája, a lehetséges szélsőséges hatásokkal kiegészítve (*Oktatásinformatikai ismeretek. Tanítás és tanulás az információs társadalomban* / Ollé János – Papp-Danka Adrienn – Lévai Dóra – Tóth-Mózer Szilvia – Virányi Anita – Budapest: ELTE Eötvös Kiadó, 2013. 34-35. o.).

	Digitális bevándorlók	Digitális bennszülöttek
<i>Ingerfelvétel</i>	korlátozott számú forrás,	számos forrás, hiperlinkek,

	lineáris, kötött útvonal, alacsony ingerküszöb	véletlenszerű felfedezés, magas ingerküszöb: ingerfaló - eltompuló
<i>Ingerfeldolgozás</i>	kontextusba helyezés	hiányos fogalmi keret
<i>Figyelem</i>	koncentrált, fókuszált	sokcsatornás, megosztott, multitasking - figyelemzavar
<i>Érzelmek kezelése</i>	frusztrációtűrés	érzelmi inkontinencia, türelmetlenség, érdekérvényesítő, nárcisztikusság
<i>Időkezelés</i>	minden esetre felkészülni, képesek a késleltetésre	éppen időben elkészülni, de megerősítéseket azonnal kapni szeretnek
<i>Nyelvhasználat</i>	megformált	szlengszerű, szituatív
<i>Társas kapcsolatok</i>	kevés, erős	több gyenge kapcsolat always online - elmagányosodás
<i>Tanulás</i>	fáradtságos	folyamatba ágyazott, játszva, barangol, csak könnyű tartalmakat fogyaszt
<i>Tudás</i>	lexikális és ünnepnapi	azonnal hasznosítható, szórakoztató, nem a tudás tartalma, hanem az elérésének az útvonala fontos
<i>Tekintélyhez való viszony</i>	tiszteletadás	médiasztárok, celebek, influencerek

Az egyes nemzedékeket ennél cizelláltabban is megkülönböztethetjük:

1946-65: baby-boomer generáció

1965-79: X generáció,

1980-94: Y generáció

1995-2010: Z generáció

2010 utáni: alfa vagy facebook/net/cyber/google generáció

Neo(új)tévé: a XXI. századi tévézés és a tévéműsor a tömegigények kielégítésével plebejussá válik, az objektivitás helyett a hétköznapiság és a szubjektivitás jellemzi; mindenki és minden bekerülhet a tévébe; gyakori témává válik a sikeres emberek intimitása; a bemondó, a műsorvezető is közvetlen cseveg. (Umberto Eco kifejezése éppúgy, mint a paleotévé.)

Paleo(ős)tévé: a XX. századi televízió küldetése kiterjedt az informálás mellett a nevelésre, a művelődésre. Tekintélyes szakértők felkérésével törekedett a komolyság, a hitelesség megőrzésére.

Pedagógia: társadalmi jelenség, emberi tevékenység, melynek során megvalósul a korszellemnek megfelelő személyiségfejlesztés, napjainkban leggyakoribb elismert cél: a konstruktív ('folyamatosan építkező'), reziliens ('mentális megküzdési képességgel rendelkező') életvezetés kialakítása. E tudományág feltárja az embert alakító és fejlesztő tevékenység összefüggéseit, folyamatát. A fogalom egyszerre jelenti minden egyes a személyiségben tartós változást elérni szándékoló tudatos emberi hatásmechanizmust – függetlenül annak eredményességétől, legitimitásától, de mind ennek tudományos reflexióját is. Megannyi ága, ágazata ismert tárgya, célcsoportja szerint: ennek egyike a médiapedagógia.

Politikai korrektség: (rövidítése **PC** [píszí] az eredeti angol *political correctness* kifejezés alapján) olyan nyelvezetet, politikát, viselkedést, eszmét, gondolkodást jelöl, amely igyekszik minimalizálni az egyes vallási, etnikai, kulturális vagy egyéb közösségek megsértését. Az angol kifejezés amerikai nyelvhasználatból terjedt el a világban, ebből következik nem pártpolitikai, hanem össztársadalmi értelemben vett korrektséget jelöl a kifejezés. Célja, hogy a sztereotípiákon alapuló megkülönböztetéseket az eufémizmusok segítségével kiiktassa a nyilvános megszólalásokból, ezzel hozzájáruljon a különböző társadalmi csoportok közti jól működő kommunikációhoz, használatuk sikere azonban kérdéses. Néhány példa:

Sértő kifejezés	Politikailag korrekt kifejezés
cigány	roma
néger, nigger, feka	színes bőrű
mohamedán	muszlim
rokkant	mozgássérült
szekta	kisegyház
fogyatékos	sajátos nevelési igényű

Tömegkommunikáció vagy tömegtájékoztatás, amelynek klasszikus változata, hogy több, sőt szándéka szerint, minél több címzett számára készít egy valaki vagy egy márknyi csoport médiatartalmat – pl. tömegkommunikációs termék az újság, a rádió-, a tévéadás. Ma változóban van a tömegtájékoztatás: a híradók helyett egyre inkább a közösségi oldalak, hírportálok, blogok elégítik ki a befogadók hírigényét. A many to many elv alapján, bárki lehet hírközlő, bárki könnyedén találhat lehetőséget arra, hogy másokkal megossza élményeit, gondolatait, ilyen értelemben beszélhetünk online agoráról, azaz az információcserére alkalmas digitális piacterről avagy Social News-ről.

Web 1.0: első generációs internetes szolgáltatások, rögzített formájú tömegkommunikációs honlapok (website-ok), e-mailek. Az 1990-2004 közötti időszakra voltak jellemzőek ezek az elektronikus médiatermékek.

Web 2.0: előzménye a tévécsatornákon használt üzenetfal; második generációs internetes szolgáltatások – például blogok, wikik, youtube –, melyben a személyközi és tömegkommunikáció közötti határok megszűnnek, melyben a tartalomfogyasztók egyben tartalomkészítők is; általuk létrejön egy közös, folyamatos kiegészítést biztosító tudás, amelyet már nem csak néhány ember működtet, aminek bárki aktív részese lehet. 2005-től lesz az internetes világ egyre jelentősebb szegmense.

Szakirodalom

Az információ és az ember: segédkönyv az ismeretszerzés elsajátításához 12-18 éves tanulók részére: feladatgyűjtemény az ismeretszerzés gyakorlásához 12-18 éves tanulók részére / Homor Tivadar, Mészáros Antal. - Budapest: Gondolat Kiadó, 1994.

Elmélkedések a médiapedagógiáról / Jóna Dávid. - Zsámbék: Arthúr Kortárs Művészeti és Kulturális Alapítvány, 1997.

Tudományos ismeretterjesztés a magyarországi televíziókban / Szabó Dávid. – Budapest: Világosság 2003/7-8.

Médiaismeretek és felnőttoktatás / Kiss Judit. - Budapest: Országos Köznevelési Intézet, 2005.

Általános médiaismeret / Pikó András. - Pécs: Dialóg Campus Kiadó, 2007.

Internetes források¹

Cél: védelem? Cél: felkészítés? / Tímár Borbála

¹ Valamennyi internetes letöltés-ellenőrzés 2020. 12.28 és 2021. 01.03. közt történt. Előfordul, hogy szerző anonim vagy jelígis.

http://www.mediapedagogia.hu/cel-vedelem-cel-felkeszites/?fbclid=IwAR2WwRZmkV_nHzhJYypT4bDJRE9Oec2vp76_YP-USz5ghdUkrqZ8AG4fFso

Melyik generációhoz tartozol? Kik a digitális bennszülöttek? / Woohoo

<https://woohoo.hu/ezek-a-kulonbozo-generaciok/?fbclid=IwAR2epD4wcU707J9aD437tnVLwAExolhNs1RP5CAHaoSzhMJ7f2UVkyqrazo>

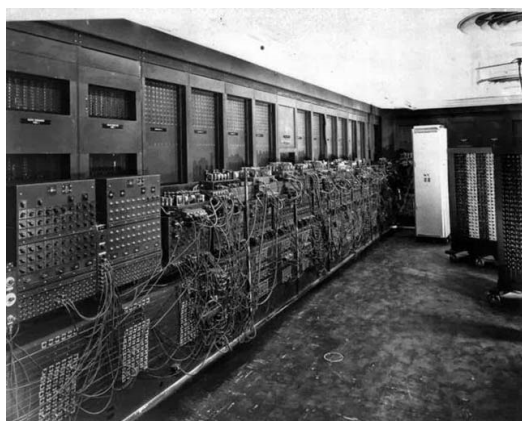
Kérdések, feladatok

1. Készíts hírt a mindennapi életedből! Használj hírforrásokat és képi elemeket!
2. Milyen különbségeket látsz a nagyszüleid, szüleid és kortársaid médiafogyasztása közt?
3. Hogyan magyaráznád el 10 év alatti gyermekeknek, mit jelent a kommunikáció, a média kifejezés?
4. Milyen egy jó blog?
5. Kik napjainkban a legjelentősebb influencerek? Vajon miért épp ők?
6. Példákkal támaszd alá a paleo- és a neotévé közti különbségeket!
7. Gyűjts ellenérveket valamelyik definíció állításainak megkérdőjelezéséhez!
8. Milyen fogalmakat vennél még fel a kisenciklopédiába? Add meg a definícióját is!

II. Médiatörténet

„Az új időtöltés gyerekek körében betöltött népszerűsége villámgyorsan növekszik. Az otthonok biztonságának új fenyegetője már a kezdetekkor rengeteg nyugtalanító fejleményt hoz. A szülők azt látják, hogy gyermekeik viselkedése furcsamód megváltozik, felkészületlennek, rémültnek és tehetetlennek érzik magukat az új problémák láttán.”

(Azriel L. Eisenberg 1936-ban a rádióról)



ENIAC - 1946. febr. 14.

A média kezdeteit egyrészt a veszélyre figyelmeztető tűz-, füst-, tükör-, kürt-, dobjelek, másrészt a magántulajdont jelölő billogjelek, rováspálcák jelentik.

Az európai civilizáció az ie. X. században kialakuló föníciai betűíráson alapul, az ekkor használt 22 mássalhangzót az ókori görögök egészítik ki magánhangzókkal, ők alakítják ki a balról jobbra történő írásirányt is, a latinok etruszk és görög hatásra hozzák létre a saját ábécéjüket, amely csak a Karoling-korban egészül ki kisbetűkkel, a w és az u betűvel. A görög ábécéből alakul ki a cirill-ábécé, a latinból a 26 betűből álló angol és a 44 betűből álló magyar ábécé. A latin betűknek ékezetekkel való ellátásának kialakulásának folyamatát őrzi néhány családnevünk – Thewrewk, Weöres, Eötvös.

Európában a papiruszt, a pergament csak a középkorban váltja fel a rongyból készült papír, amelyet az ókori Kínában már bambuszból elő tudtak állítani. A nyomtatás – szintén ókori kínai találmány – csak 1450 után lesz a könyvek sokszorosításának eszköze a mainzi könyvkészítő mesternek, Johannes Gutenbergnek köszönhetően. A tankönyvek első nagy korszaka is e felfedezéshez köthető: Rotterdami Erasmus és Johannes Amos Comenius (*Orbis Pictus* 1658.) voltak az első híres tankönyvírók.

A nyomtatott sajtó fénykora Magyarországon a XIX. század közepétől a XX. század közepéig tartott, Nyugat-Európában ennél hamarébb kezdődött 50-100 évvel. Ekkorra a kapitalizmus megerősödött, ekkortól a pontos, gyors tájékoztatás extraprofitot termelt, a szabad sajtó megteremtése politikai cél lett (lásd az 1848-as magyar forradalom 12 pontja közül az első követelést: *Kivánjuk a' sajtó szabadságát, censura eltörlését.*). A média örkutya módjára igyekezte óvni az egyre demokratikusabb berendezkedést a diktatórikus erők visszaélései ellen (lásd Ady publicisztikáját vagy Emile Zola *J'accuse* című cikkét). A leleplező újságírásnak a legnagyobb hagyománya az Egyesült Államokban alakult ki.

Az általános tankötelezettség bevezetésével (Magyarországon 1868-ban vezették be az Eötvös József-féle népiskolai törvényt), az analfabétizmus fokozatos felszámolásával

létrejöttek az olvasni tudó tömegek, akik a nyomdagépeknek köszönhetően az olcsóvá vált újságokat meg tudták vásárolni, így vált például a szakmunkás réteg az 1905-től már napilapként működő *Népszava* rendszeres olvasójává.

Az újság kulcsszerepét a tájékoztatásban a XX. század első felében fokozatosan a rádió, második felében a század végéig pedig a televízió veszi át.

Az alábbi felsorolás az elektromos üzenetrögzítés egyes állomásait közli:

- 1837: Samuel Morse: távírórendszer
- 1876: Graham Bell: telefon
- 1892: Puskás Tivadar: telefonhírmondó (rádió elődje)
- 1895: Lumière testvérek első mozgóképfelvétele: *A vonat érkezése, A megöntözött öntöző*
- 1895: Guglielmo Marconi, Alekszandr Sztjepanovics Popov (1896): rádió
- 1924: Balázs Béla: *Der sichtbare Mensch, oder Die Kultur des Films* - az első jelentős filmesztétikai mű
- 1926: John Baird, Mihály Dénes: televízió
- 1927: *A jazzénekes* - első hangosfilm
- 1937: Walt Disney: *A Hófehérke és a hét törpe*: színes, hangos, egészestés rajzfilm
- 1951: Macskássy Gyula: *A kiskakas gyémánt félkrajcára* – első magyar, 15 perces rajzfilm
- 1957. máj. 1: Magyar Televízió első tényleges adása, Kádár János megszólaltatásával
- 1958: az első hírközlő műhold
- 1972: az első elektronikus levél
- 1974: bolti forgalomban az első PC (Personal Computer 'személyi számítógép' - USA)
- 1981: az első Oscar-díjas magyar film – Rófusz Ferenc: *A légy*
- 1992: a korábbi katonai hatalmi eszközökből kialakul az internet, egy globális számítógép hálózat, amely biztosítja az infrastruktúrát a world wide webnek, azaz a világháló rendszerének
- 2000: első okostelefon (Japán)
- 2004: Facebook a Harvardon
- 2005: bárki (aki minimum 13 éves) csatlakozhat a Facebookhoz, így kialakul a világ 3. legnépesebb országa Kína, India mögött
- 2005: az első youtube-videó: *Me at the zoo*
- 2008: magyarországi Facebook szolgáltatás kezdete

Az internet a XXI. századra válik elsődleges médiummá. Manapság a használata olyan általános, hogy növekedés már csak a legidősebb és a legfiatalabb generációnál lehetséges. Jelentősége a könyvnyomtatással felér, fokozatosan, de egyre nagyobb mértékben váltja fel a papíralakú dokumentumokon folyó adminisztrációt, a nyomtatott sajtót és könyvkiadást.

Szakirodalom

Médiakalauz: mozgóképkultúra, médiaismeret I-IV. / Boda Edit, M., Magyar Média Műhely közread. - Budapest: Magyar Média Műhely, 1997.

Fénykatedrális / Kömlődi Ferenc. – Budapest: Kávé Kiadó, 1999.

Mozgóképek és médiaismeret 1-2. Tankönyv 12-18 éveseknek / Hartai László, Muhi Klára. - Budapest: Korona Kiadó, 2002.

A média története - Diderot-tól az internetig / Barbier, Frédéric; Lavenir, Catherine Bertho. - Budapest: Osiris Kiadó, 2004.

Magyar médiatörténet a késő Kádár-kortól az ezredfordulóig / Bajomi-Lázár Péter szerk. - Budapest: Akadémiai Kiadó, 2005.

A média társadalomtörténete - Gutenbergtől az internetig / Briggs, Asa – Burke, Peter. - Budapest: Napvilág Kiadó, 2012.

Muzsikáló Gyermekrádió / Morva Péter. – Budapest: Magyar Pedagógiai Társaság, 2018.

Internetes források

A zoetróp elfelejtett művészete / Eric Dyer – Ted.com

https://www.ted.com/talks/eric_dyer_the_forgotten_art_of_the_zoetrope?language=hu&fbclid=IwAR0wv_di8eM2iEW8vMwb8kAr6Jcstp0L666SZ7eKfOESNKUblCzX2xfPSQM#t-11167

Arrival of a Train at La Ciotat (The Lumière Brothers, 1895)

<https://www.youtube.com/watch?v=1dgLEDdFddk>

Egy fogadás miatt született meg az első mozgóképek / BBC History

<https://24.hu/tudomany/2018/06/15/mozgokep-tortenete-eadweard-muybridge/>

1895. december 28. | A Lumière testvérek első nyilvános filmvetítése / Tarján M. Tamás

http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/1895_december_28_a_lumiere_testverek_elso_nyilvanos_filmvetitese/?fbclid=IwAR2k-ZGrt7h1wcGb76mZI7MKtGZv_1lQxhPTJ9Cc

80 éves A Hófehérke és a hét törpe / Köller Kristóf

<https://hetediksor.hu/2017/12/21/80-eves-hofeherke-es-het-torpe-koncepcios-rajzok-es-20-erdekesseg/?fbclid=IwAR3QW7xjFYg83q6hkNYs-xK4mOOvzyAc3-II5vX5EgsX0EMEIDe3c7E3FJE>

A tévével nőttünk fel, de már nem az életünk része – egy legendás korszak vége / Szentesi Éva
[https://wmn.hu/kult/51783-a-tevevel-nottunk-fel-de-mar-nem-az-életünk-resze-egy-legendas-korszak-](https://wmn.hu/kult/51783-a-tevevel-nottunk-fel-de-mar-nem-az-életünk-resze-egy-legendas-korszak-vege?fbclid=IwAR1aYDA9iD8mnwv2Dd7JwzjIq85Sna5gd1PJy1QxJbYHzuudGPGLmlW7r)

[vege?fbclid=IwAR1aYDA9iD8mnwv2Dd7JwzjIq85Sna5gd1PJy1QxJbYHzuudGPGLmlW7r](https://wmn.hu/kult/51783-a-tevevel-nottunk-fel-de-mar-nem-az-életünk-resze-egy-legendas-korszak-vege?fbclid=IwAR1aYDA9iD8mnwv2Dd7JwzjIq85Sna5gd1PJy1QxJbYHzuudGPGLmlW7r)

SzívCity: életmentés okostelefonnal / Gombaszögi Attila

https://fmc.hu/2017/10/18/szivcity-életmentes-okostelefonnal/?fbclid=IwAR0CMvkkU0nlkD9hx3U2txth2eJCABHVz-BNIDIk_NGE_f-ignIPB8TTbJc

Okosrózsafüzért dobott piacra a Vatikán / HVG.hu

https://hvg.hu/tudomany/20191017_okosrozsafuzer_vatikan_katolikus_egyhaz?fbclid=IwAR3b-qjzJ729pUdpVDDqcy0Lp2hVn7lMkcY-AIXiNfcAWJ1oCA8zMAaF6kg

Kérdések, feladatok

1. Hozz be tárgyakat – kolomp, palatábla, emlékkönyv, régi újság, rádió, cipőkrémdobozos telefon, bakelitlemezt, videokazetta stb. –, amelyek a régmúlt, közelmúlt médiáját idézik!
2. Keress filmekből való jeleneteket az ősi, írás előtti jelzésekből! (Pl. kürt: Jókait adaptáció *Szegény gazdagok*; tűz: *A Gyűrűk Ura*.)
3. *Mátyás anyja* című Arany-balladában a postagalambot holló helyettesíti. Nézz utána a postagalamb felhasználásának lehetőségeinek!
4. Gyűjts hasonló gesztusvicceket: *Egy indián és egy rendőr találkozik. Az indián a mutatóujjával a rendőrrre mutat. Erre a rendőr a mutatóujjával és a középső ujjával az indián arca felé bökö. Erre válaszolva az indián két tenyerét részút egymásnak fordítja. Mire a rendőr legyint. Mi történt? A rendőr értelmezésében: Odajön hozzám egy hülye indián, s mutatja, hogy kiszúrja a szememet. Erre visszamutatok, hogy kiszúrom én neked a mind a két szemedet! Erre kérlelt, hogy hagyjam békén, mire én legyintettem, hogy menjen. Az indián értelmezésében: Találkoztam egy fura öltözetű emberrel. Kértem tőle, hogy ki vagy. Erre mutatja: kecske. Kértem: hegyi? Nem, vízi.*
5. Nézz utána, honnan ered a „körmére ég a gyertya” szólásunk!
6. Nézz utána, milyen írásfajták vannak a világon!
7. Készíts lenyomatokat – használj leveleket, krumplinyomdát, testrészeket stb.!

8. Készíts titkos írást! Próbáld megfejteni a társaid titkos írását!
9. Nézz utána, kik volt az első magyarországi nyomdászok! (Pl.: Hess András, Honterus János, Sylvester János, Huszár Gál, Heltai Gáspár, Mantskovits Bálint, Misztótfalusi Kis Miklós.)
10. *Országok rongya! könyvtár a neved.* Nézz utána, honnan való az idézet! Olvasd is végig a művet! Mit válaszolsz a benne feltett kérdésekre?
11. Mi volt a magyar történelemben a Pesti Hírlap és a Pesti Napló jelentősége?
12. Nézz utána, mire használja Celestin Freinet a nyomdagépet iskolájában!
13. Állíts össze egy kérdősort, ahol a Nyugat folyóiratban publikáló szerzőket a műveikkel kell párba állítani, és egy power point- arcképsorozatot! Társaid felismerik az alkotókat?
14. Keress a *Gutenberg-galaxis halála*-kijelentésre vonatkozó érveket, ellenérveket!
15. Nézz utána, mi volt a szerepe Neumann Jánosnak a számítógép létrehozásában?
16. El tudsz énekelni egy-két dalt Walt Disney *A Hófehérke és a hét törpe* című mesefilmjéből?
17. Mely nemzethez tartoznak a fenti, az elektromos üzenetrögzítést egyes állomását mutató felsorolásban a feltalálók?
18. Mi a meglepő az 1951-es *A kiskakas gyémánt félkrajcára* rajzfilm török császár figurájában?



19. Takács Vera tévésszakember honlapja alapján mutasd be a magyar tv gyermekműsorait 1970 és 2007 közt!
20. Mi a különbség az amerikai újságírókat jutalmazó Pulitzer-díj és magyar újságírókat jutalmazó Pulitzer-díj közt?

III. Média napjainkban

„Egy átlagos felhasználó naponta 5 órás periódus alatt 7 órányi képernyős médiát fogyaszt...”

<https://www.kh.hu/csoport/sajto/-/sajtohir/felnek-a-fiatalok-a-digitalis-nyomoktol->



A jelenkori médiazajban a média által termelt hatalmas információhalmazt már nem csak az ember természetes kíváncsisága és tudásvágya táplálja, hiszen az információk mennyisége lassan lehetetlenné teszi a tájékozódást, hanem az egész világunkat behálózó médiára épülő hatalom és iparág.

A lassan általánossá váló mobilinternet következménye, hogy a legidősebb és legfiatalabb korosztály kivételével a „kikapcsolhatatlan” okostelefonok, azaz az always online-jelenség tanúi lehetünk. Napjainkra az okostelefon – e zsebben, kézben elérő színes-hangos, érinthető eszköz – a folyamatos használat által az emberek „testrészévé” lett. Ezáltal az emberek többet írnak és olvasnak, mint eddig bármikor az emberi civilizáció történetében, ez mindenképpen – különösen megfelelő színvonal esetén – fejleszthetően hathat az emberi tudatra.

Az offline világot kiszorítja az online világ, azaz a közvetlen tapasztalatokat egyre gyakrabban váltja fel médiaélmény, a valóságos helyszíneket a média által konstruált terek, pedig az agyunk nem érzékeli másképp a mások által érdekből konstruált médiaélményt, mint

a valós tapasztalatot, ezért is fontos a médiaértés, a média világának kritikus vizsgálata. Egy médiaszöveg – megfelelő minőség esetén – bár lehet tükör, lehet ablak a valóságra, de elsősorban egy áru, amit tulajdonosa haszonnal kíván értékesíteni a médiapiacra. Gyakori médiajelenség a manipuláció és a sztereotípiák használata, amely segíti a politikai vagy gazdasági érdekek érvényre juttatását.

A média hatalmát jelzi, hogy már a médiában való megjelenés is önmagában rangot, értéket jelent, mintha a médián kívüli élet másodrangú lenne.

1938. október 30-án Orson Welles *Világok harca* című rádiójátékát a harminc perces folyamatos sugárzás folyamán valóságnak értelmezték az amerikaiak, és elkezdtek menekülni, bujkálni, fegyverkezni. Az ennyire direkt hatás ritka, de a követendő trendi minta médiában történő felmutatása nem csak az anyagi, hanem az ideák világára is érvényesíti befolyásoló erejét, ilyen pl. a birtoklás- és győztes-kultusz, a kétkezi munka értéktelensége, a híradókban prezentált rossz világ-képzet.

Ehhez kapcsolódik a magyar származású George Gerbner által leírt kultivációs hatás is, miszerint a nézők világképe a tévében prezentált világképhez kezd hasonlítani. Pedig a médiában látott világ más, mint a valóság: az objektívan mérhető nemek, életkorok arányában is jelentős az eltérés: idősök csak 3 százalékban jelennek meg a karcsú nők és izmos férfiak médiavilágában. Előfordul, hogy a kisebbségi csoportok felülreprezentáltak a médiatermékekben: James Potter számításai alapján az Egyesült Államok-beli médiában a feketék 16 százalékban jelennek meg, és gyakran a felettesei a fehéreknek a filmekben, a valóságban az arányuk csak 12 százalék (*Médiaműveltség* / Potter, W. James. – Budapest: Búvásvölgy, Wolters Kluwer 2015. 235. o.). Magyarországon ez másképp van: a cigányság reprezentációja csak a populáris zene világában jelentős a számos roma zenésznek köszönhetően; ehhez hasonlóan Reisz András meteorológus köznyelvtől eltérő palóc kiejtését sem igazán fogadta el a nagyjérdemű.

Az internettel kapcsolatos demokratikus irányú politikai derűlátás illúziónak bizonyult: a demokráciát működtető aktív és felelősségteljes állampolgári magatartás nem vált általánossá a digitalizáció világában. Az interneten folyó politikai diskurzus nem lett racionálisabb, így például a kommentek hangvétele durva, egymást nem végighallgató, hanem inkább ledorongoló. Nem csoda, hogy a pökhendien erőszakos kommentelőket trolloknak hívjuk. Általánosságban is megfigyelhető, hogy a média inkább a már meglévő vélemények felerősítésére, semmint azok megváltoztatására hat. A mindenkori hatalom gyakran bedob a média világába bizonyos témákat mintegy elterelő hadműveletként, ezt nevezzük napirendkijelölésnek, utalva az országgyűlési tanácskozások napirendjére, ugyanis a média

azt nem tudja előírni, hogy miről mit gondoljanak az emberek, de hogy miről gondolkodjanak, azt igen.

Az egyes politikai vagy gazdasági érdekcsoport fizetett vagy elhivatott ágensei folyamatos aktivitást mutatnak a világhálón. Előfordulhat azonban az is, hogy egy-egy blogíró népszerűsége és elhivatottsága folytán internetes újságíróvá válik, mint Magyarországon Tóta W. Árpád. A világhálót az elüzletiesedés mellett, leginkább a szórakoztatás jellemzi (lásd a 2020-as tiktok-lázt), politizáló kedve pedig elsősorban a mémkultúra kialakításában és működtetésében mutatkozik meg.

Az elvárható korrekt tájékoztatást segítheti, ha az adott média szerkesztői tisztességgel látják el kapuőr feladatukat, miszerint a saját médiatermékükben a valóság számtalan eseménye közül az objektíven fontos, több forrás által ellenőrzött eseményeket kívánják bemutatni, minden esetben elutasítva a gyűlöletkeltést, az uszítást, a rágalmazást.

A globális, de egyben decentralizált internet megállíthatatlan diadalmenetéhez hozzájárulhatnak azok a tényezők, melyek azt bizonyítják, hogy az internetes világ gyökerei messzire nyúlnak vissza – így a mai gyerekek hiperaktivitása mögött a már 2005-ben felvázolt hipotézisében a vadászó ősünk multitaskingra való képességét találja meg Thom Hartmann. Meglátása szerint az új ősi értékek a következők: a rugalmasság, a rövidebb fókuszálás, a kockázatvállalás – ezzel szemben az olvasás a földművelő ősünk szorgalmas, kitartó, folyamatos munkavégzését idézi. A digitális világ nem-lineáris hiperszövegei alapján létrejött jelentésháló sem új képződmény – állítja a rizóma-elmélet –, hiszen már a természet is ismeri a vízszintes kiterjedésű összekapcsolódási módot, lásd az oldalirányú kapaszkodó gyökereket.

Gondolkodásunk vizuálisabb, konkrétabb lett, jellemző rá a szimultanizmus: a gyors párhuzamos információfeldolgozás, az ide-oda való cikázás, miközben csak a minket érdeklő elemekre koncentrálunk. A kauzalitás, az ok-okozat, a hatás-ellenhatás összefüggései rejtve maradnak, hiszen nem az egész konstrukcióra, hanem csak egyes elemekre figyelünk: könyvek helyett mondatok, verskötetek helyett verssorok, zenei albumok helyett zeneszámok kerülnek az érdeklődésünk körébe, vagyis a jól strukturált, rövid tartalmak, mint a viccek, a reklámok, a tiktok-videók. A mai ember inkább megkeres, alkalmaz, minthogy megjegyezne valamilyen konkrét információt, jellemző rá még a tudásszomj azonnali kielégítésének a vágya: igény az azonnali megosztásra és visszacsatolásra.

Nem tudunk élni az okostelefon nélkül, aminek működéséről csak néhány szakembernek van fogalma, a körülöttünk lévő világ is egyre több talányt és bizonytalanságot rejteget számunkra. A világháló összeköt bennünket a térben távollévő dolgokkal, emberekkel, és könnyen eltávolíthat azonban a velünk egy térben lévő dolgoktól, emberektől.

A mobilhasználat domináns volta ellenére a mobil-etikett kialakulatlan. Az archaikus telefonálási mód, azaz a távirati stílus, a „nem telefontéma, majd személyesen elmondom” – már nagyon ritka. De hogy a tömegközlekedési eszközök legyenek-e a helyszínei a személyes, akár intim beszélgetéseknek, vagy mikor kérhető a telefon kikapcsolása, milyen mobilhasználati szabályok legyenek egy iskolában – még eldöntendő kérdések.

Egyértelmű negatív változások a mozgáshiányból – amely mögött nem csak az internethasználat áll – következnek, mint a súlyfelesleg, a görbe hát, a gerincferdülés, a folyamatos képernyő-nézés miatt kialakuló szembetegségek. A vizualitás előtérbe törekvése miatt gyakoriak a szövegértési nehézségek és a beszédhibák a gyerekek és a felnőttek körében egyaránt.

A technika folyamatos fejlődése erősíti az életen át való tanulást, amely legtöbbször autodidakta, vagy társdidakta módon történik, azaz egyedül próbálkozunk vagy segítséget kérünk egy-egy kompetens személytől.

Szakirodalom

Az információs társadalom / szerk: Pintér Róbert. - Budapest: Gondolat - Új Mandátum, 2007.

A világ előrehaladása az információs társadalom terén / World Progress Report - BME Információs és Trendkutató Központ, 2007.

Szisztematikus káosz / H. Nagy Péter. – Dunaszerdahely: NAP, 2012.

Adatok tánca / H. Nagy Péter. – Dunaszerdahely: Lilium Aurum, 2012.

Piknik az aknamezőn. Médiaszövegek 1993–2013 / H. Nagy Péter. – Dunaszerdahely: Media Nova M, 2014.

Digitális média és a mindennapi élet / Andok Mónika. - Budapest: L' Harmattan, 2016.

Média és társadalom az információ korában / Szécsi Gábor. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2016.

Médiaterek Lady Gaga korában. Kalandozások a popkultúra területén / H. Nagy Péter. – Dunaszerdahely: Media Nova M, 2017.

E-könyv - Online - Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei / Szűts Zoltán. - Budapest: Wolters Kluwer, Budapest, 2018.

Internetes források

A 10 nap, ami alatt a teljes magyar sajtó megpróbálta elhallgatni, hogy a szomszédunkban atomkatasztrófa történt / Herczeg Márk

https://444.hu/2016/04/26/a-10-nap-ami-alatt-a-teljes-magyar-sajto-megprobalta-elhallgatni-hogy-a-szomszedunkban-atomkatasztrofa-tortent?fbclid=IwAR0UD_nVeDdirCNsZGpLgGy

Miért videózunk folyton ahelyett, hogy megélnénk életünk pillanatait? / Elizabeth Scalia

<https://777blog.hu/2017/02/06/miert-videosunk-folyton-ahelyett-hogy-megelnenk-eletunk-pillanatait/>

Paranoia vagy tényleg lehallgatnak telefonon? / Élesné G. Szilvia

<https://seosiker.hu/paranoia-vagy-tenyleg-lehallgatnak-telefonon?fbclid=IwAR2WHs4sWhKmaXIj0QwR2kRv8FZ4jxT7J21fyNozhJ7xf9QPs5Tb76f9CE>

A technológia fogságában / Györfi Dániel

https://www.youtube.com/watch?v=cByIQhPvdWE&fbclid=IwAR2svkp9OOHnuhhkMZwFOONHFTuflr-qON7JT8NxWik58gPbt_qSnJBRe-A

Műveltnek lenni a digitális korban / Tímár Borbála

http://www.mediapedagogia.hu/muveltneklennidigitaliskorban/?fbclid=IwAR0x4_RVFurrqSRchnYbcYBf1sHRBsZAT3xPz8ZTSOFpyF_V1BUTLUFH5PA

Az 5G káros hatásai elől senki sem menekülhet? / Milanovich Domi

https://divany.hu/vilagom/2019/06/11/5g-karos-hatasai?fbclid=IwAR0DP7OYs4ED50k2kT4xVGuKuMEsm0kf_8eHajWG-gJfvaNeoLZ58IE5SwY

Élet internet nélkül? / Erzsi

<https://almameter.wordpress.com/2018/11/05/elet-internet-nelkul/?fbclid=IwAR1wvNeYRvbWZFxxiKjWxlfXubWJyIrlDQnrP9HMyIrlj9PsZByynD4AMtw4>

Mobilmentes étkezés: sikeres volt a Vak Varjú kampánya

<http://chefpincer.hu/magazin/magazin-helyek/1657-mobilmentes-etkezes-sikeres-volt-a-vakvarju-kampanya?fbclid=IwAR00aBB9Z2y85B33>

Az idős magyarok egyre jobban rákapnak a netre / BD

https://index.hu/tech/2018/05/08/az_idos_magyarok_egyre_jobban_rakapnak_a_netre/

A szemünk előtt épült ki a digitális diktatúra / Dezső András

https://index.hu/kulfold/2018/09/22/a_szemunk_elott_epult_ki_a_digitalis_diktatura/?fbclid=IwAR0IaxR3Lo8EZ7Wj01PutNBdRIU5r5rMSA0SsVHtjzn_fYhAJMApr_feBaE

12 fotó, ami jól mutatja, hogy miként manipulál bennünket a média / Tiborc

<https://liked.hu/foto/12-foto-ami-jol-mutatja-hogy-mikent-manipulal-bennunket-a-media/?fbclid=IwAR3GDD521OZtf90OCOFGeea6hFb6OLSBsAZIS-gpNdqIgH0uV6x5oSz1c7Q>

Egy öngyilkos holttestét mutatta be a Youtube-sztár, óriási lett a felháborodás / Horváth Bence

<https://444.hu/2018/01/02/egy-ongyilkos-holttestet-mutatta-be-a-youtube-sztar-oriasi-lett-a-felhaborodas?fbclid=IwAR1J3mJduxH5DZx35DocxNtd1IzIlgoQoQpIYavQFhxakLwWBBcuHQg1EE>

Hogyan lett egy budapesti nyugdíjasból Hide The Pain Harold, a netes világsztár / Szily László

https://444.hu/2016/03/10/hogyan-lett-egy-budapesti-nyugdijasbol-hide-the-pain-harold-a-netes-vilagsztar?fbclid=IwAR3qLBX6PpwKWtNyjv_Ux-BW8VXh8SM43Qjwqafg_PJ8rKkqCllgC4kDwA0

Az amisoknak is vannak számítógépeik / Hegyeshalmi Richárd

https://index.hu.cdn.ampproject.org/v/s/index.hu/tudomany/til/2017/06/28/az_amisoknak_is_vannak_szamitogepek/amp?usqp=mq331AQCKAE%3D&fbclid=IwAR1I8gG5DZhsaX6iBE

Kérdések, feladatok

1. Mennyi a médiahasználatod időtartama és költségei? Milyen arányban oszlik meg a média egyes fajtái (írott, elektronikus) közt? Mennyi volt ebből a szórakozás, s mennyi volt a hasznos funkcionális használat?
2. Milyen szerepe van az életedben a közösségi oldalaknak? Melynek vagy a tagja? A közösségi oldalak böngészése a médiahasználatod hány százalékát teszi ki? Ismerőseidet az offline életből ismered?
3. Gondold át: a társadalmi változások egyetlen, legfőbb kiváltó oka a technológiai változás lenne?
4. Kutass leleplező újságírók, tévészemélyiségek tragikus vagy szerencsés kimenetelű története után!
5. Értelmezd az ábrát és a viccet!

3 HASONLÓSÁG

a reklámban és a politikai
propagandában



Megkülönböztetés
kényszere

Feldicsérés
kényszere

Ígéret
kényszere

6. Mi a véleményed az alábbi fa



Álj talpra
el ezt az
akinek jot kívánsz 2016-ban. És
ha vissza kapsz 5-öt jobb lesz az
éved. Vissza kapom? 😊

A HÜLYÍTÉSNEK IS VAN HATÁRA
Még hozzá akkora, amekkorát az emberek megengednek.

www.demotivato.com

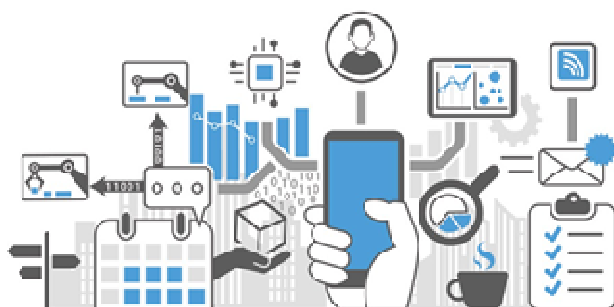
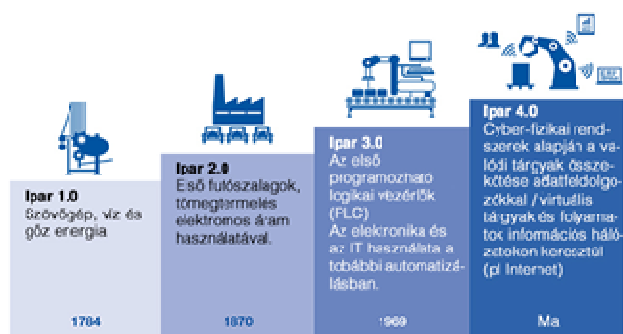
7. Adj címet az alábbi képnek!



8. Értelmezd az alábbi újságcikket! Tudj meg a témáról minél többet!



9. Milyen szabályokat javasolnál a mobilhasználat területén az oktatási intézményekben és másutt?
10. Jellemezd az ipar változásait a képek segítségével!



11. Nézz utána a Mohamed-karikatúrák által kiváltott erőszakhullámnak! Milyen határai lehetnek a vélemény- és sajtószabadságnak?

12. Elemezz egy friss Pápai Gábor vagy dr. Máriás karikatúrát/alkotást! Vezesd a vitát, amely a rajz kapcsán kialakulhat!

IV. Elektronikus médiaműfajok

"In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes."

(Andy Warhol)



1. Mozgókép

A mozgóképek alapja a kép, amely megalkotásának motivációja leggyakrabban a mulandóság elleni harc – ez így van az alábbi görögvázaletés esetén is:

*Örökre szól s örök a lomb a fán!
S te, vad szerelmes, kinek ajakad
Bár oly közel, édes célt mégsem ér,*

*Ne bánd, bár vágyad kéjt hiába kér,
Örök, szép vágy lesz s nem hervad a lány!*

(Keats: Óda egy görög vázához)

Magának a képnek is mágikus a természete: sosem azonos az ábrázolttal, mindig létrehoz egy sajátos önálló művészi valóságot. A fényképezés megjelenése fel is szabadítja a festészetet a természethű ábrázolás kényszerétől. A mozgóképek előzményének tekinthetők a folyamatot ábrázoló rajzok, festmények – mint pl.:

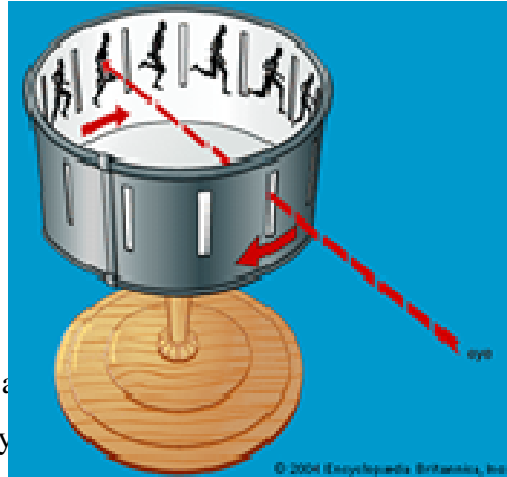


a gótikus szárnyas oltárok,
formában.



Kolozsvári Tamás: *Garamszentbenedeki oltárkép*, 1427.

A mozgókép technikájának számos előzménye közül csak az egyik, a képen látható zoetrop, amely esetén megfelelő sebességnél a látásérzékelésünk tehetetlensége folytán az állóképet mozgóképnek látjuk.



A képi ábrázolás legfőbb eszközei a

- Képkivágás (plán): nagy
- Vágás, párhuzamos montázs (pl. Francis Ford Coppola: *A keresztapa*: egy keresztelő képei és egy gyilkosság képei egymást váltják) – a látottak értelmezéséért a nézőnek aktívan meg kell dolgoznia
- Utalás: pl. kattogó vonatkerék – ‘utazás’
- Nézőpont: kamera irányítja a tekintetünket: objektív (a kamara kívülállóként láttatja az eseményeket), szubjektív (egyik szereplő szemével látjuk a történetet, a többiek a kamerába néznek) – pl. Nemes Jeles László: *Saul fia*
- Kameramozgás: az operatőr panorámázhat, kocsizhat, daruzhat, zoomolhat; használhat álló- és kézikamerát
- Kiemelés: felirat, narrátor, közelkép, megvilágítás, színkezelés (pl. Steven Spielberg: *Schindler listája*: piros kabátos kislány alakja) használatával
- Tempó: vágások gyakorisága adja meg
- Hanghatások, zene

A történetet mindig a néző konstruálja, amit lát az a cselekmény, a bűnügyi filmekben éppen erre épül a néző félrevezetése. A kép mindig jelen idejű, a múlt visszapergetését, a flashbacket (‘visszapillantás’) az alábbi eszközökkel szokták jelölni:

- felirat
- a kép elsötétül, majd kivilágosodik
- a szereplő lehunyja a szemét, vagy a távolba mered.

A múlt idézés legendás filmje Akira Kurosawa *A vihar kapujában*, amely egy megtörtént gyilkosságot az öt különböző szereplő elmondása alapján ötféleképp mutat be.

A filmek forgalmazásával a XX. század elején kialakult a mozihálózat (a mozi szót a mozgóképszínház összetett szóból alkotta Heltai Jenő író, költő, színpadi szerző, mikor megírta *Berta a moziban* című kuplét 1907-ben), amely nagyobb közösségi térként működött (lásd Giuseppe Tornatore *Cinema Paradiso* című filmjét) szemben a tévével, amely a családi körben élte fénykorát, a számítógép tere már leginkább egyszemélyes. A mai mozik közönsége leginkább a városi tizenévesek közül kerül ki, a mozizás napjainkban a társas kikapcsolódás élményén kívül egyrészt a legmodernebb digitális technika kipróbálását, másrészt az üdítő és popcorn fogyasztását jelenti számukra.

A két világháború közt Magyarország a gyártott filmek száma szerint Európában a harmadik helyen állt. A vígjáték (pl. *Hyppolit, a lakáj*) és melodráma (pl. *Halálos tavasz*) műfaja volt a legnépszerűbb. Az 50-es éveket leginkább a kommunista jelszavakat hirdető propagandafilmek jellemzik – pl. *Állami áruház, Dalolva szép az élet* –, Kádár-korszakot a művész-értelmiség politikai megnyerése jegyében az ún. szerzői vagy művészfilmek (lásd pl. Jancsó Miklós, Fábri Zoltán, Makk Károly, Bacsó Péter, Szabó István, Rózsa János vagy Huszárik Zoltán életművét.). Emellett forgattak népszerű vígjátékokat is a szórakoztató funkció felerősítése mellett a művészet társadalomformáló hatását remélve – 1956-ban *Mese a 12 találatról*, 1965-ben *A tizedes és a többiek* (a filmben elhangzó „Az oroszok már a spájzban vannak!” mondat akkoriban szállóigévé vált.) Jelenünket egyrészt a fesztiválsikerek (Berlin, Cannes), másrészt a magyar közönséget visszahódító vígjátékok (*Valami Amerika, Üvegtigris, BÚÉK*), szerelmes filmek (*Kincsem, Csak szex és más semmi, Liza, a rókatündér, Testről és lélekről, Felkészülés meghatározatlan ideig tartó együttlétre*) jellemzik. Az egyre gyakoribbá váló külföldi filmes bér munkák nemcsak bevételt, turisztikai értéket jelentenek, hanem biztosítják a hazai szakemberek fejlődését is.

Mindig is drága dolog volt egy film elkészítése, jelentős tőke szükségeltetett hozzá, manapság egyre inkább a kulturális árutermelés érdekében készülnek a filmek, a művészi önkifejezés háttérbe szorul, ennek folyamódványa, hogy a mai filmek főmotorja a pénzügyi háttérter megteremtő producer. A filmgyártás legtermékenyebb Indiában, a multiplexek számára készített tömegfilmek hazája az Egyesült Államok. A film sikerességének záloga a jó sztori, a világsztárok által alakított karakterek. Gyakori jelenség, hogy egy-egy film egy új fikatív világ felépítésébe kezd, amelyhez sok karakter, sok sztori kapcsolódhat – *A csillagok háborúja, A Gyűrűk Ura, Harry Potter, Trónok harca, Az éhezők viadala*.

A közönségfilmek közt fontos műfaj lett a családi film is, itt többek közt a Walt Disney filmek (*Mary Poppins, Jégvarázs, Az oroszlánkirály*) mellett álljon néhány más példa is: *Reszkessetek betörők!, Jumanji, A karate kölyök*.

A populáris filmeket górcső alá vevő Király Jenő szerint a tömegfilmek az ősi archetípusok felhasználásával a kollektív problémákat boncolják. Így például a westernről az a véleménye, hogy feladata az amerikai erkölcs, történelem megteremtése volt, mikor ez megtörtént, el is halt e műfaj. Ma leginkább a katasztrófafilmek, a thrillerek a népszerűek.

Gyakran keverednek a különböző filmes műfajok egy filmben belül – ilyen pl. *Élősködők*, amely 2020-ban a legjobb film kategóriában kapott Oscar-díjat, műfaja: vígjáték-thriller.

2. Televíziós műfajok²

Hírműsorok

Ahogy az ismert mondás állítja: nem az a hír, ha a kutya megharapja a postást, hanem ha a postás megharapja a kutyát. Azaz a médiaipar az emberek figyelmének elnyerésére törekszik, a profitjának növelése érdekében a sokkoló hírek közlésén fáradozik. Így például a hírműsorokban a bűnügyi hírek aránya a megengedett 20 százalékot átlépi a nézettség növelése érdekében, ezen belül is a személyek elleni bűncselekmény felülreprezentálása történik: a gyilkosság előfordulása a bűnügyi hírekben 50 százalékos, a valóságban 0,5 százalékos, a lopás reprezentációja 10 százalék az összes bűnügyi hírben, valóságban a bűnesetek 90 százalékát ez teszi ki. Az egyes megfogalmazások is érzelmeket felkorbácsolók: pl. „...itt darabolta föl; vérfürdő; nem lát az agyonvert tanár; 106 késszúrás; közösen gyilkolták meg a nagymamát...”. Érdekes, hogy ezt az apokaliptikus látásmódot a meteorológiai jelentések is átvették. Pl.: *döglesztő meleg; támad az ősz; leszakadhat az ég; brutális szél söpör végig az országon; megnőhet a halálos stroke-ok száma az extrém időjárás miatt, lecsap az időjárás, ezért adtak ki riasztást.*

A hírek drámáivá tétele és tömege zavarja már a tájékozódást, és nem segít a valóságban való eligazodásban. Ezt a jelenséget hívjuk médiazajnak (a kifejezés a reklámzajból ered, amelynek jelentése: azon hirdetések összessége, amelyek egy adott időintervallumban egy adott médiumban jelennek meg) vagy információs szmognak, állhat mögötte konkrét politikai elterelő manőver vagy akár morális pánikképzés.

A hírműsorokban felgyorsított módon jelenik meg a világ, nincs idő a reflektálásra, mindez ún. érzelmi lezúlláshez is vezethet. Popper Péter is megidézi ezt a jelenséget: „*Látom*

² Ábécé sorrend alapján.

a tömegsírt a tévében, majd így szólok a feleségemhez. Kati van még abból a baracklekvárból, amit Nagymarosról küldött Klotild néni?”

Egyes elemzők szerint megdöbbentő összefüggés feltételezhető a médiában látott erőszak, és az azt követő – utánzáson alapuló – újabb erőszakos esemény közt, lehet ez akár elvadult fiatalok vandalizmusa, akár egy iskolai lövöldözés, akár egy nyilvános helyen elkövetett öngyilkosság.

A média és a terrorizmus közt is feltételezhető egy bizonyos viszony: a médiának a terrorizmus sztorit nyújt, és kielégíti a közönség dráma- és akcióigényét, a terrorizmusnak pedig a média ingyenes nyilvánosságot biztosít. A rettegés terjesztésének törvénye alapján a tétet folyamatosan növelni kell, így lehetünk egyre durvább erőszak tanúi, elszenvedői. Ezenkívül a terrorszervezetek már saját propagandagépezetekkel is rendelkeznek. A 2019. március 15-én elkövetett új-zélandi tömeggyilkosság elkövetője közvetített is élő facebook-videóban egy fejére erősített kamerával, a 17 perces felvétel eltávolítása bár megtörtént negyed órán belül, a másolatok vírus módjára terjedtek tovább a világhálón.

Már nem csak a negatív utópiának tekinthető – *Az éhezők viadala* című – alkotásban találkozhatunk a háború előadásban való bemutatásával, a kutatók beszélnek Living Room War-jelenségről az 1990-es öbölháború kapcsán, mikor a CNN-közvetítések érdekében a katonai bevetések időpontját az amerikai idő szerinti főműsoridőhöz igazították. Az életbevágó információk esetén a BBC elvek szerint a médiának bizonyos értesüléseket vissza kell tartani. Hasonlóan óvatosan kell eljárni az öngyilkosságok média-reprezentációja esetén, különösen Magyarországon, ahol a népegészségügyi adatok szerint az öngyilkosságban meghaltak száma több, mint háromszorosa azokénak, akik közlekedési balesetben hunytak el. Tehát kerülni kell a részletek, a helyszínek bemutatását; az öngyilkosság romantikus színezetet se kapjon, hogy az utánzási vágy vagy a beteges celebkövetés, celebbé válás ne indítson el olyan folyamatot, amely megtörtént az első magyar szépségkirálynő, Molnár Csilla öngyilkossága után, amikor 1986-ban Csilla tette után röviddel 200 fiatal lány vetett véget életének. (Meglépő, hogy az öngyilkosság esetén az utánzási vágy milyen erős, így volt ez már Goethe 1774-es műve, *Az ifjú Werther keservei* kapcsán is.) Egy öngyilkosságról tudósító hír esetében ezért inkább a segítségnyújtás, a tanácsadás lehetőségeit kell közreadni.

A hírműsorok szerkesztése esetén fontos, hol mi számít hírnak. A populáris médiában lehet valami már csak attól is hír, hogy a médiában zajlik. A szerkesztők felelőssége a célközönség és a média tulajdonosának kiszolgálása mellett a kapuőr funkció tisztességes betöltése is.

A hírek ma már kép- és videóanyag nélkül szinte közölhetetlenek. Felvételeket készíthet a helyszínrre kiküldött saját stáb, de használhatnak rendőrségi vagy amatőr felvételeket is.

A komoly és komor híradó helyett ma sokkal népszerűbb a szórakoztatva tájékoztató infotainment műfaj (information+entertainment összetétel alapján), mint a magyar csatornákon menő *Fókusz* vagy *Aktív* műsor, amelyek leginkább tabloidokkal ('kis színes, érzelmekre ható hírek') és a nézőkhöz intézett eldöntendő kérdésekkel él.

Kibeszélőshow (talk-show)

E műfaj Amerikában jött létre, Magyarországon fénykorát 2001-2010 közt élte, akkoriban 16-18 közötti műsorsávban volt látható a kereskedelmi csatornákon, mintegy a főműsoridőre való bemelegítésként. (Némileg előzményének tekinthetők még a paleotévé korából: Vitray Tamás, Vámos Miklós, Kepes András beszélgető műsorai.) Magyarországon a politikai talk-show ismeretlen, a magánéleti talk-show-k tematikája kettős, vagy olyan a téma, ami mindenkit érint (*Ki akarok békülni veled!*) vagy épp rendhagyó (*Elvittek az ufók!*). A műsor dramaturgiája igen egyszerű: a konfliktus bemutatását a műsorvezető által szolgáltatott megoldás követi. E műfaj a médiát egyszerre szerepelteti a középkori királyi ítélő tábla és a cirkusz – a bekiabálások, a verekedések kapcsán – szerepkörében. A magyarországi műsorvezetők közül Mónika aduja mosolya volt, Balázs a humorával élt, Joshi Bharat pedig indiai bölcsként tett igazságot. A képernyőről való lekerülés oka az volt, hogy túl korai időszakban a nézettség növelése miatt egyre meredekebb, és így a gyerekeket veszélyeztető témákat is érintett, mint pl. az incestust. (Ugyanis az 1996-os médiatörvény a kiskorúakat veszélyeztető tartalmakat (erőszak, szexualitás) száműzte a 23–5 óra közötti sávba.)

Az egyes adások szereplői vagy jelentkeztek egy konkrét felhívásra, vagy betanított statiszták voltak, így a hitelesség fejtegetése újabb izgalmat jelentett a nézők számára. Az adott beszélgetést, vagy akár a csetepatét élő közönség figyelte, akik legtöbbször ingyen vállalták, hogy bizonyos jelre nevéssenek vagy tapsoljanak. Az egyes adások nézői közt voltak farizeusok, akik ugyan ócsárolták a műsort, de közben folyamatosan figyelemmel kísérték, voltak, akik azért nézték, hogy kinevéssék a szereplőket, vagy megbotránkozzanak a bemutatott emberi sorsokon, és voltak, akik teljesen hitelesnek tartották a látottakat, és azonosultak az igazságot osztó műsorvezetővel. (*A Mónika-jelenség kulturális szociológiája* / Császi Lajos – Budapest: Gondolat Kiadó, 2011. alapján.)

Császi Lajos elemzése szerint (*Tévээрőszak és morális pánik* / Császi Lajos. – Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó, 2003.) a krimi az a műfaj, ami a fizikai erőszakot képzeletbeli erőszakkal helyettesíti, ezzel biztonságos részvételt biztosít egy erőszakos rítusban, így tekinthető a középkori nyilvános kivégzések utódjának, hiszen funkciója az általános érvényű normák ismertetése, betartásának hirdetése. Nem növeli az erőszakot, hiszen logikai váza a normák megszegésétől a normák visszaállításáig tart. Császi utal Norbert Elias *A civilizáció folyamata* művére, amely rögzíti, hogy a civilizáció egyik legfontosabb eredménye a fizikai erőszak megfékezése és kontrollja, ennek bizonyítéka a sport, a játék és – a krimi műfaj térményése.

Thriller

A thriller elsősorban filmes műfaj, de gyakori televíziós sorozat-műfaj is: a kifejezésben található az angol szótó thrill borzongást jelent. A műfaj előzményének tekinthető a középkori vásári képmutogató tevékenysége, a népi balladák rémtörténetei, a boszorkányos, ördögös hiedelmek, a vámpírtörténetek, az európai népmesék (pl. Grimm-mesék) horrorisztikus darabjai. (Vesd össze: *Ágnes asszony* népballada, Arany János: *A képmutogató*.) Alapját egy az archetipikus élmény, az ismeretlentől, a váratlantól való félelem adja. Többszörre igaz a műfaj szereplőire, hogy megéreznek egy bizonyos bajt, ami fenyegeti őket, de sokáig nem szembesülnek vele – ahogy a néző sem –, ezzel jön létre a kívánt feszültség, izgalom a nézőben. A filmes műfaj megalkotója Alfred Hitchcock (*Pscycho*, *Madarak*). Néhány jellegzetes film a közelmúltból: *A torony* (Richard Kletter rendezésében), *Holtodiglan* (David Fincher rendezésében), *A legbelső félelem* (Gregory Hoblit rendezésében), sorozat: *Döglött akták*, *The walking dead*, *A szolgálólány meséje*, *Fekete tükör*, *Odaát*, *A szökés*.

Reklám

Ha a tévénézőket csoportosítjuk, akkor találunk kapcsolgókat, hűséges sorozatnézőket és alkalmi tévénézőket, ezek közül a sorozatnézők lehetnek az igazi célpontjai a reklámoknak.

Reklám már az ókorban is létezett: a pun hajósok tüzet raktak, amikor kikötöttek a Földközi-tenger medencéjénél, hogy mindenki lássa, megérkeztek az új áruval.

A mindennapi termékeknek reklámra nincs szüksége, de a nem feltétlenül szükséges termékek (ún. luxustermékek) számára nélkülözhetetlen. Sikeréhez hozzájárul, hogy a vásárlók soraiban általános az a hiedelem, hogy a reklámozott termék a jobb.

Napjaink árubőségében a reklám az áru eladása mellett a fogyasztó nem tudatos, érzelmi, nem fizikai szükségleteire is reflektál, azaz az áruhoz kötve megjelenít egyéb

értékeket is, mint például az egészség, a jó közérzet, a takarékoság, a szórakozás, a kaland, az erő, a harmónia, a biztonság, mintha a termék megvételével ezek is megvásárolhatók lehetnének. Így fel is hívja azokra a nem materiális értékekre a figyelmet, amely hiányzik az emberek életéből, amire vágnak – mint például az alábbi reklám esetén:



Mivel a reklámmal profit nyerhető, fontos pénzt befektetni egy-egy reklám elkészíttetésébe, ezért általában a reklám eszközhasználata friss, képileg igen kreatív. Jellemzi a tömörség, a pergő, figyelemfelkeltő képsorok, időtartama rövid, üzenete félreérthetetlen: határozottan kiáll valamely termék, márka mellett.

A dicsérés és a megtevesztés eszközeivel is él – pl. hatalmas betűkkel hirdeti egy mosópor, hogy XXXL-es súlyú, és csak hosszas keresés után lehet rálelni arra az apró betűs részre, amelyből megtudjuk, hogy csak átlagos tömegű mosóporról van szó. Használja a mantraszerű ismétlést, amely hozzájárul a márka, a termék bevéssződéséhez, és ahhoz, hogy az egyes vásárló újra és újra azt a bizonyos terméket vásárolja.

Általában szép, előnyös külsejű vagy híres emberekkel reklámoznak, mert a szépségük, híruk összekapcsolódik a termékkel. Pozitív hatással bírnak a potenciális vásárlókra még az emberi arcok, az erotika, a kisállatok, a kisgyerekek. A televíziós csatornák használják a hangerő hirtelen felerősítését, és próbálják szervesen beépíteni az adott műsorba a reklámot, így például egy akciófilmben szereplő autóüldözés után egy gépkocsi-reklámot vetítenek, az interneten pedig a felugró, mozgó-beszélő oldalak próbálják a figyelmet magukra terelni, gyakran azzal az üzenettel, hogy gratulálnak a busás nyereséghez. A fogyasztás növelésére egyéb promóciós (vásárlásra sarkalló) eszközök is bevetésre kerülnek, mint a kuponok, az árkedvezmények, az áruminták, a reklámajándékok, a pénzvisszatérítés, a törzsvásárlói kedvezmények stb.

A reklámozásnak vannak törvény által rögzített szabályai: pl. tiltott a negatív reklám, vagyis másik termék lejáratása, és az egészségkárosító cikkek, mint a cigaretta reklámja. Tilos alkoholtartalmú ital olyan reklámja, amely gyermek-, illetve fiatalkorúnak címzett vagy, amely gyermek- vagy fiatalkorút szerepeltet. Az 1996-os médiatörvény korlátozta a reklámozás mértékét is (1 órában összesen 12 perc 20 percenként; 30 percnél nem hosszabb

hír- és gyerekműsorokban nem lehet reklám), a hazai gyártású filmek megszületését támogatta azzal, hogy előírta, erre kell fordítani a reklámbevételek 6 százalékát.

Általánosságban érvényes, hogy a kereskedelmi csatornákon háromszor annyi reklám van, mint a közszolgálatiban. Bizonyos televíziós csatornák – mint pl. a BBC, az HBO – nem ad helyet külső reklámnak, csak saját műsorait hirdeti.

Az internet monitorozza, azaz folyamatosan figyeli a felhasználói preferenciánkat, így egy-egy keresés után személyre szabott ajánlatok özönével lát el; alkukötés is előfordulhat, valamilyen tartalomhoz csak akkor kapunk bebocsátást, ha megnézünk bizonyos mennyiségű reklámanyagot.

Társadalmunkban a fogyasztásnak többféle funkciója van: jelenhet önmegvalósítást, társadalmi státusz kijelölését, lehet önbizalmat adó, szorongáscsökkentő – gondoljunk csak a méregdrága sportautókra. Egy legújabb termék birtoklása – ez különösen a mobiltelefonoknál mutatkozik meg – a sikeres, felkészült, okos, naprakész „glóriát” vonhat a gazdája feje fölé, különösen a tizen-huszonévesek szemében.

A reklám azt sugallja, hogy egy-egy tárgy birtoklása a kulcs a boldog élethez, előfordul, hogy a moralitást is felülírja: egy prostituált a kitarójától kapott ékszereket látványosan elhajítja, menekülvén csak a reklámozott autó slusszkulcsát tartja meg. Mindenesetre a reklám által folyamatosan generált fogyasztás fenn is tartja a kapitalista gazdaság lendületét.

Sorozat

Célja, hogy a nézőket mindegyre ugyanabban az időpontban a képernyő elé szegezze, leginkább a kereskedelmi médiánál fontos ez, hiszen így a reklámokat előre el tudják helyezni, és a sorozat által preferált közönséghez tudják igazítani.

A szappanopera kifejezés még az amerikai rádiósorozatok idejéből való, az első 1932-ből való *Betty and Bob* címen, mikor a szappan-, fogkrém- vagy mosópormárkák (pl. Colgate) dicséretét családi történetbe fonták. Ma általában a végtelenített, a nézettséghez kötött, alacsony színvonalú sorozatokat illetjük ezzel a kifejezéssel.

Léteznek mini (3-5 részes), napi és heti sorozatok. Lehet csoportosítani őket tartalom, világkép alapján: pl. romantikus: *Esmeralda*, *Bűvölet*; irreális: *Bűbájos boszorkák*, *Trónok harca*, *A szolgálólány meséje*, *Black Mirror*; reális: *Doctor Murphy*, *Grace klinika*, *Hatalmas kis hazugságok*; történelmi: *Vikingek*, *Tudorok*, *Downton Abbey*; humorosak: *Jóbarátok*, *Egy rém rendes család*, *Így jártam anyáttal*, *Két pasi – meg egy kicsi*.

Legtöbbször a 18-49 év közötti nőket, családanyákat tekintik fő célcsoportnak, de léteznek kifejezetten ifjúságnak, férfiaknak, homoszexuálisoknak, illetve egyéb szubkultúráknak szánt sorozatok. Gyakori, hogy egy külföldi licence építik a helyi változatot, mint a *Terápia* vagy az *Aranyélet* esetén.

A magyar médiatörténet jelentős darabja az 1959-ben útjára bocsátott, egészen 2007-ig futó *Szabó család* rádiósorozat, és az 1987-től 1999-ig futó *Szomszédok* televíziósorozat. A *Barátok közt* (RTL Klub) és a *Jóban Rosszban* (TV2) nézettsége a két csatorna közötti versengést tükrözi. Kvázi sorozatként funkcionál egy újabb műfaj – a konstruált reality/docu-soap –, mint pl. *Gyanú árnyékában*, *Éjjel-nappal Budapest*, ahol a fiktív történet látszólag valódi konfliktusokból tevődik össze, amely nem a szóról szóra rögzített forgatókönyvön nyugszik, és a spontán párbeszédök önreflektív részekkel kiegészített. A színészek statiszták, így hétköznapi emberek néznek a sorozat révén farkasszemet a hétköznapi emberekkel.

Ma a sorozatnézés, különösen a fiatalok körében, már más, mint egykor, ők teljes évadokat töltenek le, és fogyasztanak el, az egyes részeket egymás után, gyakran szünet nélkül emésztik meg, csak az új évad kijövetelére kell várniuk. Ehhez a világhoz kapcsolódik pl. a Netflix amerikai médiaszolgáltató és produkciós vállalat. A cég elsődleges tevékenysége médiatartalmak előfizetéses alapon való szolgáltatása, emellett saját gyártású médiatartalmakat is készítenek. (Pl. egyestés filmeket: *Az ír*, *A két pápa*, *A házassági történet* és sorozatokat pl.: *A telhetetlen*, *Szexoktatás*, *A vaják*, *Narcos*.)

Valóságshow

Népszerűségét egyrészt a kukkolási vágy kielégési lehetőségén, másrészt a bárki híres és gazdag lehet-illúzióknak köszönheti. A műfaj torz vonásait híven bemutatja Susanne Collins *Az éhezők viadala* trilógiája, amely ennek a műfajnak a végletesen kegyetlen formáját rajzolja meg: az lesz a győztes, aki életben marad, akit nem gyilkolnak meg a többiek; üzenete: az egyes ember, de a hősi harc is csak egy médiatermék.

A műfaj feszültségét a bezártság, a magánszféra megszűnése és a feladatok adják. Többféle műfaj elemeit hordozza, mint a sorozat, a vetélkedő, a show, a dokumentumfilm. Hétköznapi, önként jelentkező szereplőkkel zajlanak az alábbiak: *Való Világ*, *Big Brother*, *Anyósreality*, *Survivor*, *Star Academy*, *Házasodna a gazda*, *Farm*, *Házasság első látásra*. Van olyan fajtája a valóságshow-nak, mikor a különlegesség épp a hírességek szerepeltetése – *Celeb vagyok, ments ki engem!* –, egy másik válfajának fókuszában valamilyen foglalkozás, szakértelem áll (leggyakrabban szakács, modell), egy másik típus a személy-, ház- és autóátalakító műsor, e műfajhoz tartozik a kandikamerás felvételek bemutatása is.

Felvett anyagot a leadás előtt szerkesztik, manipulálják elsősorban azért, hogy érdekessé tegyék azokat. Ennek érdekében előfordulhat, hogy az emberi méltóság és intim szféra sérthetlenségét felülírják a szerkesztők, miközben azzal védekeznek, hogy a résztvevők önszántukból vállalják ezeket a feladatokat. A másik jellemző, hogy a szappanoperákhoz hasonlóan a szereplők egy-egy vonását emelik ki, így lesznek például: cselszövők, összeférhetetlenek, skalpvadászok stb.

A valóságshow-k világa napjaink rút oldalát világítja meg: az élet harc; a szövetségek, a barátságok időlegesek; a győzelem azonos a pénznyereménnyel; a kiszavazás ceremóniája az ókori gladiátorok világát idézi. A valóságshow helyszínül szolgáló villában, amely a magyarországi felső középosztály státuszszimbólumaival – mint jakuzzi, kondigépek, szauna – van felszerelve: az élet egy nagy buli, ahol a munkavégzés, az intellektuális tevékenységek tiltott listán vannak; a fizikai szükségletek, a szexualitás, az indulatok, a kényelemvágy azonban szabadon megmutatkozhatnak. A villalakók parancsvégrehajtók, hiányzik belőlük a kritikai magatartás, és e passzív szerepkör nem valami rosszként, hanem a világ természetes rendjeként jelenik meg, ahol a szereplők önként lemondanak alapvető jogaikról – pl. nő-férfi párok összebilincselése 24 órára – cserében fogyasztási igényeiket kielégítik. E késői fogyasztói társadalom diktatórikus világa leginkább a 15-18 évesek széles rétege számára vonzó – nem kell dolgozni, luxus körülmények közt élhet, és még közben híres is lesz.

A valóságshow Magyarországon a 2000-es évek elején szögezett a legtöbb embert a képernyő elé, az idővel változó nézettségi számok egyelőre a műfaj kifulladását jelzik: 2001-ben az RTL Klubon menő VV1 másfél milliós nézőszámot tudhatott magáénak, a 2014-es VV7 már csak az RTL II-n futott, és nézőinek száma 200 ezer fő volt.

3. Az internet világa

A digitális élet alappillérei: a keresés, a jelenlét és az archiválás. A digitális alaphasználati módok a következők:

1. fejlesztő: folyamatosan állít elő és oszt meg tartalmakat
2. kritikus: kommentel
3. gyűjtő: ismeretet, dokumentumokat keres és gyűjt
4. kapcsolódó: közösségi kapcsolatok érdeklik
5. fogyasztó: árukatalógusokat böngész

Legtöbben több céllal is kapcsolódunk az internet világához, ahogy a kép is mutatja:



Vannak, akiknek szinte valamennyi életjelensége az internethez kapcsolódik. Japánban külön kifejezés – hikikomori – van azokra a férfiakra, akik soha nem hagyják el a lakásukat, és nem élnek semmiféle nem cyber szociális életet – a jóléti társadalom a meglévő igényeket kielégítő iparágakkal lehetővé teszi számukra ezt. Az internethez kapcsolódó játék- és pornófüggőség érintheti a tinédzserektől kezdve a teljes felnőtt korosztályt.

A digitális média véleményem szerint egyre inkább metamédiumként viselkedik, azaz minden korábbi és minden vele párhuzamosan létező médiát magában foglal – ez leginkább a fiatalok által szinte kizárólagosan használt okostelefonokra érvényes. Andok Mónika ezzel szemben könyvében (*Digitális média és a mindennapi élet* / Andok Mónika – Budapest: L' Harmattan, 2016.) a konvergencia mellett teszi le a voksát, szerinte az egyes médiaformák összefonódnak, sőt szinergia alakul ki, azaz olyan együttműködés, amely hatékonyabb, mintha a tényezőket csak egyszerűen összeadnánk. Szerinte a helyzettől függően választunk az okostelefon vagy a laptop között. Összekapcsolódó hálózat, mátrix jön létre már évtizedek óta a filmek, a képregények, a videójátékok közt, ennek eredménye például a Harry Potter-es videójátékok, de az egyéb kiegészítő termékek is – a radírgumitól kezdve a pizsamáig. Az internet mediatizálódik, a tömegmédia internetesedik: ha nem jut tovább egy énekes egy televíziós showműsorban, akkor a facebookon mond köszönetet a rajongóinak. A tévéműsorok egyre inkább könnyedén feldarabolható részekből tevődnek össze, hogy könnyedén felkerülhessenek a videó megosztó oldalakra, különösen igaz ez a vetélkedők műsorszámaira – így például 2009-ben Susan Boyle első tévés szereplése 200 milliós youtube megtekintésre tett szert. Népszerűvé vált a trailer, ami már nem csak előzetes, nem csak reklám, hanem kezd önálló műfajjá válni. Andok adata, hogy az American Idol tévés vetélkedőben a szavazók egyharmada a szavazáskor először írt SMS-üzenetet.

Új műfajok jelennek meg a világhálón: mint az egyes intézmények, szervezetek honlapjai, rajta GYIK ('gyakran ismételt kérdések'); a személyes hangú, beszélt nyelvű blogok rendszeresen megjelenő posztokkal; az általában intoleráns kommentek, amelyek nem

egymás véleményének a megismerését szolgálják, hanem inkább az azonos véleményeket erősítik fel; a képeket, videókat alkalmazó vlogok; a kvázi saját rádióként működtethető podcasting, azaz online hanganyagok, amelyek rendszeresen új epizódokkal örvendeztetik meg a feliratkozó hallgatókat.

Több kérdést vetnek fel ezek a digitális termékek:

- Szakszerű ismeretterjesztés vagy önjelölt guruk, vagy valódi személyes tapasztalatok állnak az információk mögött?
- Lehet, hogy a személyes hang valójában egy árucikk bemutató hirdetést, posztnak álcázott promóciót rejt?
- Az interneten a sokszínűség a tömegek bölcsességét tükrözi-e?
- Valóban demokratikus, központ nélküli szerveződés a világháló?
- A kívánt tömörség, frissesség mennyire teszi felszínessé a médiatermék által közölteket?

Az oktatásban a gyors információ keresésnél használatos lehet a Wikipédia, melynek a jellemzői a következők: bárki szerkesztheti; semleges nézőpontot képvisel; választékos stílusú, jól strukturált szöveg. Célja az elsődleges források összegzése, megnevezése, nem a saját kutatás publikálása.

Az alábbi táblázat a blog és a Wikipédia különbségeit mutatja be:

Blog	Wikipédia
Folyamat	Eredmény
Egyéni	Kollektív
Dinamikus a legutóbbi legfelül	Statikus, de folyamatosan frissített
Egytől sokaknak	Sokaktól sokaknak
Gondolkodás változásait mutatja be	Tudás változásait mutatja be
Poszt	Oldal
Komment	Fórumok
Saját vélemény	Kutatás eredményei

Napjainkban a legnépszerűbb internetes műfaj egyike a youtube-csatornán megtalálható vlog, amelynek a leggyakoribb témái az útibeszámolók; az autók, a game-ek, a technika újdonságai; a sminkelési, öltözködési tanácsok. E szűk tematikai keret átléphető: önmegmutatásra, önkifejezésre használja ezt a lehetőséget a *blépés*, szórakoztatásra épít a *JustVidman*, ismeretterjesztésre a *zállatorvos*. Napjaink legfrissebb jelensége az a kínai

eredetű videomegosztó közösségi hálózati szolgáltatás, amely révén egy percnél rövidebb feliratos, hangos tánc-, szinkron-, komédia- és tehetségvideók készíthetők – ez a *tiktok*.

A jelen emberének a legtöbb idejét leginkább az online közösségi oldalakon (facebook, instagram, twitter, snapchat stb.) való tartózkodás emésztí fel. Milyen motiváció lehet e mögött? Valószínűleg az egyik legelemibb emberi igény: az önfogadtatás, önmegmutatás vágya, ami megmutatkozik a képzőművészet önarckép műfajában is ősidők óta, és amiről Ady is ír 1909-ben:

*Sem utódja, sem boldog őse,
Sem rokona, sem ismerőse
Nem vagyok senkinek,
Nem vagyok senkinek.*

*Vagyok, mint minden ember: fenség,
Észak-fok, titok, idegenség,
Lidérces, messze fény,
Lidérces, messze fény.*

*De jaj, nem tudok így maradni,
Szeretném magam megmutatni,
Hogy látva lássanak,
Hogy látva lássanak.*

*Ezért minden: önkínzás, ének:
Szeretném, hogyha szeretnének
S lennék valakié,
Lennék valakié.*

Az önreprezentáció módjai lehetnek verbálisak és képiek. A leggyakoribb a szelfi, amely ‘*elég vagyok én hozzá*’, ‘*ahogy én akarom*’ – mögöttes tartalommal napjaink legjellemzőbb önkifejezési formájává vált. Emellett egyre gyakoribbak az emotikonok, matricák, GIF (Graphics Interchange Format)-ek vagy hang – és videóüzenetek – vagyis többnyire a vizuális elemek.

Nem csoda, hogy a legaktívabbak ezeken az oldalakon az önmagukat építő kamaszok, akik gyakran hamis identitással kísérleteznek, mint ahogy egy 2019-es eset példázza: egy csepeli 11 éves kislányt interneten elcsaló 15 éves fiúról kiderült, hogy valójában lány.

A profil és a képek frissítésére, csinosítására általában a lányok több energiát szentelnek, mint a fiúk, e képekből leginkább nem a valóságra, hanem a vágyott külsőre lehet következtetni.

A valahova, a valakihez való tartozás vágya, a kapcsolati háló kiépítése és karbantartása is erősíti a közösségi oldalakat. Megfigyelhető, hogy a csoport- vagy párkapcsolati képek erősítik az összetartozást. A pszichológusok szerint a nők számára *'kapcsolatban'* bejegyzés biztonságot jelent, még ha nem is fedí az igazságot, és az *'egyedülálló'* bejegyzés biztatást is adhat kezdeményezésre. A technika lehetővé teszi, nem csak a távol élő családtagok, hanem a partnerek, sőt expartnerek, sőt az expartnerek új partnereinek követését, amely valószínűleg nem tesz jót a nyomkövető kedélyének.

A másoktól való függés a lájkvadászatban, -versenyben is tetten érhető. A bökdösés a fiatalok közt kortárs visszajelzésként *'tetszel'* jelentéssel bírhat. Az online szociális hálók offline kapcsolatok nélkül új típusú magányt generálhatnak, megadják annak az illúzióját, hogy fontosak vagyunk másoknak, hogy nem vagyunk egyedül. Ténylegesen nem online közösségekről beszélhetünk, hanem inkább online társas találkozóhelyekről. Érdekessége e közösségi hálóknak, hogy ceremóniális gát nélkül felvehető, fenntartható és megszakítható kapcsolatok jöhetnek létre általuk.

A technika ugyan a fizikai korlátokat átlépi, de fizikai szeparáció megmarad, amely a közeli kapcsolatokat nehezíti meg: „...*a skype-ot nem lehet megpusztilni*” – mondja egy kisunokájától távol élő nagymama.

A szociális avagy társadalmi tőke nem csak a fiatalok számára létfontosságú. Kipróbálható az a tény, miszerint az internetet használók közül mindenki elérhető 4 láncolatú ismerős körben. A számtalan ismerős (1000 fölötti) gyenge kötésekkel jár, a gyorsan kialakuló és eltűnő kapcsolatok miatt szükségessé válhat a már ismeretlenné váltak időnkénti kirostálása. Egy elhunyt személy profiloldalát egy kijelölt személy vagy törölheti, vagy akár megemlékező oldalt is készíthet.

A közösségi oldalak arra is törekednek, hogy a családi, egyéni narratívát a kezükben tartsák, a múltbeli eseményekre, a barátságokra időről időre figyelmeztetnek. Gyakran maguk kezébe veszik az irányítást: *Zsuzsanna, 3 új értesítés, 1 eseménymeghívó és 5 üzenet vár* – kaptam ezt a hamis információkat tartalmazó, de egyben a fontosságomat hirdető üzenetet a facebooktól, mikor néhány napig hanyagoltam az oldalt.

A kialakult közösségi háló pozitívuma, hogy ablakot nyit az offline világra: offline eseményről való tájékoztatás, jelentkezés, jegyvétel stb. kapcsán. Segíti a hasonló érdeklődésű emberek egymásra találását, legyenek azok akár anime rajongók, akár hegymászók. Így könnyen előfordulhat, hogy valaki olyan emberekkel ismerkedik meg a közösségi oldalon, akit korábban nem ismert.

Veszélyessége, hogy használói saját ismerőseinek a tapasztalatai alapján igazodnak el a világban, a referenciacsoportjuk a barátaik, az ismerőseik, azaz a szociálisan szűrt információk torzíthatnak a tájékozódásuk pontosságán. A személyes bejegyzésekhez való hozzászólások általában nem mélyen szántó gondolatokat tartalmaznak, hanem legtöbbször szórakoztató célú rövid reagálások, és nem lehet tudni, hogy ki és milyen élethelyzetben, szövegkörnyezetben olvassa el őket.

A tudatos profil-, imázsépítés az online közösségi oldalon ma a társadalmi életünk része. Vajon mi lehet az alábbi profilkép kiválasztása mögött a szándék?



Az alábbi képek és feliratok egy pályakezdő tanítónő jól megfogalmazott ars poeticájának is tekinthetők:



*csak tanulj és taníts, hogy majd tanítva megtanuld,
a helyed ott van, ahol szeretnek - nyuszikákkal
minden percét élvezem annak, amit csinálok*

Tari Annamária szerint az aktív tartalommegosztó és -készítő, ha tartja magát az önreprezentáció íratlan szabályához, miszerint életének csak a boldog pillanatait mutatja meg – mint az evés, a szórakozás, a nyaralás, a jegyesség, a házasság, a gyermekáldás stb. – már ettől derűssé válik, önképe pozitívabb lesz. Bár vadhajításokat is hozhat ez, például a vakáció képei lebuktathatnak egy betegállományban lévő kollégát, vagy felhívják a figyelmet az üresen hagyott lakásra – lásd www.pleaserobme.com 'Rabolj ki, kérlek!'-honlapot. A passzív, rejtőzködő, csak informálódó magatartás depresszívvé tehet, különösen, ha a mások örömteli pillanataira önmagunk leértékelésével reagálunk.

Internet nyelvének pozitívuma, hogy igyekszik frappáns, tömör lenni. A vitafórumok, chatszobák esetén különösen fontos az első benyomás.

Sajnos – valószínűleg az anonimitás lehetősége miatt – a másik jellemző a durva, sértegető, gyakran rágalmazó hangnem, amely cyberbullinghoz (internetes zaklatás), amely agresszív, szándékos, ismételt károkozás, vagy mobbinghoz, egy csoportnak az egyénnel alkalmazott lelki terrorjához is vezethet, a komollyá vált cselekedetek bűncselekményként tarthatók számon. Legtöbbször a zaklató és a zaklatott is alacsony önértékeléssel rendelkezik.

Az internethasználat kapcsán nyelvünk több új szóval, kifejezéssel és egyben fogalommal bővült: szkennel, fájl, cset, szkájpozik, csatolmány, komment, poszt, bejelöl, feltölt, lájkol, mém, troll, lóg a neten, dob egy sms-t, kommenthuszár, fészckocka, fészklakó, becsekkol 'virtuálisan bejelentkezik', torrentezik 'illegálisan letölt', cápázik 'illetéktelen, rosszindulatú belépés egy idegen facebook oldalra', egoszörfözés 'keresőprogramban saját névre való rákeresés', XD ikszdézik 'nevet', spoilerezik 'lelővi egy filmnek, könyvnek, mangának a poénját, eredete: Amerikában a keleti és a nyugati part közötti 3 óra az időeltérés', # hashtag 'tárgy- és témamegjelölés a képekhez', fomo (Fear Of Missing Out) 'lemaradástól és/vagy kimaradástól való félelem', jomo (Joy Of Missing Out) 'kimaradás öröme', fobo (Fear Of Being Offline) 'félelem az elérhetlenségtől, ha nincs térerő, nem működik az internet, nomophobia (no-mobile-phone phobia) 'pánik az otthon hagyott vagy nem talált telefon miatt', fantomvibrálás 'mintha rezegne a telefon, ennek folyamatos figyelése'.

Szakirodalom

Képkorszak: szöveggyűjtemény a mozgóképkultúra és a médiaismeret oktatásához / Gelencsér Gábor összeáll. - Budapest: Korona Kiadó. 1998.

Tükör/tükrök által homályosan?: a film, a rádió és a televízió a kutatások tükrében: válogatott tanulmányok / Szilágyi Erzsébet – Budapest: s.n., 2001.

A hír értékei: etika és professzionalizmus a mai magyar médiában / Sükösd Miklós, Csermely Ákos szerk. - Budapest: Média Hungaria, 2001.

Tévéerőszak és morális pánik / Császi Lajos. - Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó, 2003.

Mágikus mozi - Műfajok, mítoszok, archetípusok a filmkultúrában / Király Jenő. - Budapest: Korona Kft., 2003.

Így beszéltek ti: nyelvtani és nyelvhelyességi hibák a kereskedelmi és közszolgálati rádióban, televízióban és írott sajtóban / Szabó Beáta, Pannónia Rádió Kft. közread. – Budapest: Pannónia Rádió Kft., 2005.

Tömegkultúra és tömegmanipuláció a modern társadalomban: a média- és művelődésszociológia új aspektusai / Szretykó György szerk., Beszteri Béla írták. - Pécs: Comenius Bt., 2005.

Fény, mozgás és árnyék: felsőoktatási jegyzet a mozgókép és média tárgyhoz / Gyenes Zsolt. - Kaposvár: Profunda Könyvek, 2007.

A kép a médiaművészet korában / Nagy Edina szerk. – Budapest: L'Harmattan, 2006.

A Mónika-jelenség kulturális szociológiája / Császi Lajos - Budapest: Gondolat Kiadó, 2011.

Határtalan médiakultúra / Antalóczy Tímea – Pörcei Zsuzsanna szerk. - Budapest: Bűvösvölgy, Wolters Kluwer 2015.

Médiaesemény – esettanulmányok / Hartai László - Budapest: Bűvösvölgy, Wolters Kluwer 2015.

Internetes források

Mozi-kalauz: hogyan járunk moziba és hogyan nézzünk filmeket? / Margitházi Beja

<https://www.filmtett.ro/cikk/788/mozi-kalauz-hogyan-jarjunk-moziba-es-hogyan-nezzunk-filmeket-egy-hivatasos-mozibajaro-roger-ebert-nyoman>

Képiség, írásbeliség az internet korában / Havasi Tamás

<http://epa.oszk.hu/00000/00011/00136/pdf/repertorium2008.pdf> <http://www.iskolakultura.hu/ikultura-folyoirat/index.htm>

A társadalomkritikus állatok meséi / Paár Ádám

https://filmvilag.blog.hu/2017/11/07/allati_tarsadalomkritika_rajzfilmen#comments

100 év – 10 érdekes tény, amit eddig nem tudtál a magyar animációról (VIDEÓVAL)

https://nullahategy.hu/10-erdekes-teny-amit-eddig-nem-tudtal-a-magyar-animaciorol/?fbclid=IwAR2agkqgebrTK_tvJAQouO2vnQvJ_rGS3lYMaOmy8LPVjYNI36c8VFS1e93A

Így vernek át minket a reklámokban / Elekrobi

https://www.youtube.com/watch?v=gdLydNQW4Tg&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3qLBX6PpwKWtNyjv_Ux-BW8VXh8SM43Qjwqafg_PJ8rKkqCllgC4kDwA0

Az idei black friday koronázatlan királya a 317 ezer forintos Bogyó és Babócás gyereklámpa / Zed

<https://index.hu/gazdasag/2019/11/30/black-friday-atveres-lehuzas-humoros-bogyo-baboca/?fbclid=IwAR33W8PaQrzbHfWcZklPAYZE1yAMvxQDOEQ91W17bmBBM061DywYY3ZRzWA>

Bizarr Régi Reklámok #1 / Dancsó Péter

https://www.youtube.com/watch?v=8_6AbsTXGIM&fbclid=IwAR2k-ZGrt7h1wcGb76mZI7MKtGZv_1lQxhPTJ9CcGw6_PeF1lopqq740ZA

Megnyomorítják a lelkünket a reklámok / András Bence

<https://www.portfolio.hu/prof/20190602/megnyomoritjak-a-lelkunket-a-reklamok-326339?fbclid=IwAR0rGtumZtoA-4mo0OWeN4M16csTqZLlrX2rUvSCqroxzOtFtyE7G6Qaqvc>

Halál és nemi erőszak sem kizárt az új valóságshow-ban / 24.hu

<https://24.hu/elet-stilus/2016/12/15/halal-es-nemi-eroszak-sem-kizart-az-uj-valosagshow-ban/?fbclid=IwAR2V88gawMyoao9ZmJ-9e-fWILASPD8N-Rut6-QkC7-mL2ESjH20AfGmVEI>

Miért nincs nálunk jó late-night show? / Bálints Mihály

<https://24.hu/kozelet/2018/06/03/miert-nincs-nalunk-jo-late-night-show/?fbclid=IwAR1OH1cXoaNFM6RDkfy6vHFfirBiO97IyjWrzXuOr99KWdMYzpCi2v8LDqE>

Szoronganak az Instagramtól a fiatalok / Stubnya Bence

<https://index.hu/tudomany/2017/05/20/szoronganak-az-instagramtol-a-fiatalok/>

Élet közösségi oldalak nélkül?

https://orientpress.hu/cikk/2017-02-05-elet-kozossegi-oldalak-nelkul?fbclid=IwAR39VCdq-Jmckx2ITzDb-mdbuyKoENf-y7_2oBD6Kd3B8ZKSkcnj4Qe_v8E

Facebook-alapító: Szándékosan tettük függővé az embereket / Dömös Zsuzsanna

https://24.hu/tech/2017/11/10/facebook-alapito-szandekosan-tettuk-fuggove-az-embereket/?fbclid=IwAR1vEBwRVV-bms4qPYHvnH9ECQs5xiYg6F8kHK_tn42UGd8ZJL5Ys9oFj8Y

Ez a magány új formája... / Hidasi Judit

<http://goodstuff.hu/2018/10/26/ez-a-magany-uj-formaja/?fbclid=IwAR1RJTyZqPCES6DsNnMIC15WDRIVJKd3qzL3bmUuD80J4Hq9IRBqhmO1EKs>

Kilőtt az új oldal, már 200 000-nél is többen regisztráltak az anti-Facebookra / HVG.hu

https://hvg.hu/tudomany/20191119_wikipedia_wt_social_regisztracio_kozossegi_oldal?fbclid=IwAR3J-kyvy6pCxCM26IkR_CELL1iny0khjli6GDOpUSJVZ1G-z-UfikMxtsQ

Ez lehet a netes trollkodás legjobb ellenszere / Bátky Zoltán

https://pcworld.hu/pcwlite/otletes-ellenszer-internetes-trolllok-ellen-259813.html?fbclid=IwAR2a-CH2HZnTn4LfYHFULSRHqcdDNJfqN70og_KLroxRr7QQhQ1iMJcoFew

Az ideális áldozat / Dr. Gyurkó Szilvia

https://wmn.hu/ugy/51661-dr-gyurko-szilvia-az-idealis-aldozat?fbclid=IwAR0x4_RVFurrqSRchnYbcYBf1sHRBsZAT3xPz8ZTSOFpyF_V1BUTLU FH5PA

Kétszázan nézték előben Facebookon a christchurchi mészárlást, de senki nem jelentette /

Kálmán Attila

<https://24.hu/tech/2019/03/19/christchurch-terror-elo-video-facebook/?fbclid=IwAR39fZmRrouwpvT1V9h1eFPAegY5yKs2CaFDvUncSFRBsUGyZmqybyltKZw>

Megérkeztek az új emoji-k / Nagy Nikoletta

https://24.hu/tech/2019/09/23/android-10-uj-emoji-k-gendersemlegesseg/?fbclid=IwAR2a-CH2HZnTn4LfYHFULSRHqcdDNJfqN70og_KLroxRr7QQhQ1iMJcoFew

Kérdések, feladatok

1. Melyik könyv, film váltott ki jelentős értelmi, érzelmi, meggyőződésbeli hatást rád?
Ez a hatás rövid vagy hosszú távú?
2. Készíts közvéleménykutatást egy aktuális kérdésről online-kérdőív használatával, azaz egy szabadon választható letölthető program segítségével!
3. Elemezz egy népszerű médiaterméket kognitív, érzelmi, esztétikai, erkölcsi szempontból!

4. Vizsgáld meg az 1 óra alatti reklám mennyiségét, visszatérését, hitelességét, motivációs erejét egy közszolgálati és egy kereskedelmi tévécsatornán!
5. Készíts környezetben felmérést, melyik a legnépszerűbb könyv, vagy film, vagy honlap, vagy blog!
6. Ajánlj indoklással egy könyvet, vagy filmet, vagy honlapot, vagy blogot a társaidnak!
7. Ajánlj indoklással egy könyvet, vagy filmet, vagy honlapot, vagy blogot az óvodás vagy az alsó tagozatos gyerekeknek!
8. Milyen ismeretterjesztő műsorokat ajánlanál 6, 10 éves testvérednek, tanítványodnak?
9. Gyűjts aktuális eseményekhez kapcsolódó mémeket!
10. Készíts az óvodásokkal, kisiskolásokkal egyszerű eszközökkel mozgóképet!
11. Nézz utána a jegyzetben a 31. oldalon szereplő magyar rendezők munkásságának! Milyen tekintetben érzed filmjeiket elavultnak, és mit tartasz aktuálisnak bennük?
12. Vizsgálódj Kabos Gyula, Karády Katalin, Jávor Pál, Latabár Zoltán, Kiss Manyi, Dayka Margit, Gobbi Hilda, Páger Antal, Tolnay Klári, Latinovits Zoltán, Ruttkai Éva, Darvas Iván, Domján Edit, Gábor Miklós, Sinkovits Imre, Bajor Imre, Koltai Róbert, Reviczky Gábor, Bodrogi Gyula, Bujtor István, Kern András, Hernádi Judit, Pogány Judit, Udvaros Dorottya, Monori Lili, Scherer Péter, Mucsi Zoltán, Bálint András, Rudolf Péter, Stohl András, Nagy Ervin, Ónodi Eszter, Shell Judit, Csányi Sándor színészi pályája után! Figyeld meg színészi játékukat!
13. Kik a külföldi és magyar színészbálványai saját nemzedékednek? Készíts erről véleménykutatást!
14. Mely magyar filmekből vannak az alábbi képek? Mi az azonosság bennük? Mely filmmel – idővel remélhetőleg filmekkel – folytatható a sor?





15. Nézz utána Palásthy György munkásságának! Milyen témákat dolgozott fel a képzőművészetben és a filmkészítésben?
16. Hogyan tudnád az erkölcsstanát megvalósítani a képzőművészetben? Milyen Csukás István-adaptációját a *Keménykalap és krumpliorr* televíziós sorozatot?
17. Milyen nyomot hagytak szüleid, nagyszüleid emlékezetében az alábbi animációs, ill. bábos sorozatok – *Mézga, Frakk, Süsü, Futrinka utca, Mazsola és Tádé, Rémusz bácsi meséi*?
18. Elemezd a vizualitás szempontjából a kecskeméti rajzfilmstúdió alkotásait – a *Magyar Népmesék* és *Mesék Mátyás királyról* sorozatot!
19. Írj kritikát valamelyik ma vagy a közelmúltban futó magyar tévésorozatról – pl. *A mi kis falunk, Aranyélet, Drága örökösök, Apatigris!*
20. Rendezzettek mini filmklubot az élvonalbeli magyar női rendezők (Mészáros Márta, Enyedi Ildikó, Horváth Lili) alkotásaiból! Mennyire reális e filmekben ábrázolt női sors?
21. Melyik műsorvezetőt tartod magatartása, szavajárása, öltözete alapján példamutatónak?

V. Médiakorszak gyermekei

„Egy felmérés szerint egy átlag amerikai tinédzser egy hét alatt 30 percet tölt az apjával, és 44 órát ül a képernyő előtt.”

(Philip Zimbardo)

https://hvg.hu/plazs/20140407_Philip_Zimbardo_interju



Az alfa-generáció (2010 után született gyermekek) többek közt abban különbözik a Z generációtól (1996-2010 között született gyermekek, ill. fiatalok), hogy a nekik készült digitális szerkentyűk (smart gadgets for kids) már egészen apró gyermekkoruk óta körbe veszik őket. Ma már a gyermekek már a születésük pillanatában kapcsolatba kerülnek a digitális, internethez kapcsolódó eszközökkel. (Ha a közösségi oldalakon feltűnő magzatképekre gondolunk, akkor a születést megelőzően.) Álmukat babytelefonok őrzik, és ahogy hathónapos kortól már tárgyakat kézbe tudnak venni, egyre nagyobb a valószínűsége annak is, hogy nem csak a szüleik telefonját nyomkodhatják, hanem már saját „okos” játék is birtokukban van, amit legtöbbször a megnyugtató eszköznek vetnek be a szüleik – orvosnál, fodrásznál, utazásnál, vásárlásnál, etetésnél vagy bármilyen várakozásnál.

A külvilággal való találkozás közvetlen élményét ma gyakran kiszorítja az online-világ dömpingje: a babakocsiban levegőztetett babák okos játékokkal játszanak, épp úgy, mint a családi vagy tanulmányi osztálykirándulásra vitt nagyobbacska gyerekek. Ennek egyik következménye, hogy a magyar óvodás gyerekek, ha állatnevet kell mondaniuk, tengeri és trópusi állatokat gyakrabban neveznek meg, mint a lakóhelyükön található házi vagy vadon élő állatokat; ezért utasítják el a fáról leszedett, nem tökéletes küllemű gyümölcsöket; kamaszként ezért esnek kétségbe, ha nem tudnak medencés kerti partyt rendezni a barátaiknak, vagy a külsejük nem hasonlít az épp ikonná váló színészre vagy színésznőre.

További következmény, hogy számukra a világ nem a hagyományos koncentrikus körök alapján tárja föl önmagát, azaz kisgyermeként otthona, családja, közvetlen lakókörnyezete mellett a média nem csak a távoli világot mutatja meg, hanem leplezetlenül feltárja a felnőtt világ erőszakkal, szexualitással telített arcát, amit azonban a szülői mediáció, ellenőrzés korlátozás alá tudna vonni.

Marshall McLuhantól származik az a gondolat (A *Gutenberg-galaxis* 1962.), miszerint az elektronikus média által létrejövő globalizáció létrehoz egy uniformizált világot – azaz *the global village*-t. (Így például Simon Cowell, az X-faktor kitalálója és egyben zsűritagja, kezében tartja több milliárd ember belső világának irányítását – a kulturális imperializmus ezen a téren megvalósítja Sztálin, Hitler álmát.) A média által vezérelt globális gyerekkor a mélyszegénységben élő gyerekek kivételével a világ valamennyi gyermekét jellemzi.



A mai gyerekek leginkább az amerikai, ill. az anime-sorozatok esetén a japán médiatermékeket fogyasztják. Az ott látott, legtöbbször felső középosztály világát bemutató „valóság” a kamaszkorban önértékelési zavarokat is okozhat: *Kimehetek-e az utcára, ha nem úgy nézek ki, mint egy Barbie-baba? A szüleim elrontották az életüket, hiszen nincs se sportkocsink, se úszómedencénk, se házimozik?*

A változás 2-3 év távlatában is jelentős, a mai kisgyerekek idősebb testvérei számára is a médiahasználat már rutincselekvés volt, de a gyermek napirendjéhez kapcsolódott: mesét néztek a gyerekek a reggeli kakaóivás alatt, tévéztek az óvoda után vagy akár a vacsora közben. Az internethasználat kezdete általánosságban 10-12 év volt, előtte a gyerekek a mesecsatornák, mesevideók fogyasztói voltak. Ma már az internethasználatnak nincs alsó korhatára, és lassan az időkorlát is megszűnik. Vége szakadt az offline, online aktivitás nemek szerinti különbségének – a „kocka” fiúk és a közösségi oldalukat szépítgető lányok helyett a bloggerek, vloggerek, tiktokolók világában mindkét nem egyaránt képviselteti magát.

Napjaink gazdasági-társadalmi változásainak egyetlen, legfőbb kiváltó oka a technológiai átalakulás lenne? Valószínűleg nem – mikro- és makroszintű összefüggések állhatnak a háttérben. Mindenesetre a kisgyermeki lét jelentősen megváltozott: a kisgyermeket kevés családtag, de az elektronikus eszközök sokasága veszi közbe – az Arany János-i Családi

kör világa („*Körül az apróság, vidám mese mellett, / Zörgős héju borsót, vagy babot szemelget*”) már a múlté. A Gutenberg-galaxis – a könyv alapú kultúra és tudomány – mellett (és ha az újabb populáris és covid-fertőzés mentes tendenciákat – online előadások, viták, workshopok, konferenciák – figyeljük), egyre inkább helyett a vizualitás korát éljük. Világunkban az internethasználat, azon belül az okostelefon-használat mint alapkompétencia egyre inkább elengedhetetlen.

Napjainkban a család mellett/ helyett a média a társadalomba való beilleszkedés, azaz a szocializációs folyamat irányítója, ennek az az egyszerű oka, hogy a gyermekek sokkal több időt töltenek ténylegesen a médiával, mint a szüleikkel.

Általánossá vált a nukleáris (kétk generációs) család és egyre gyakoribb az egyszülős család, egyre kevesebb a testvér, bár a gyerekek szerepe felértékelődött; a gyerekeket gyakran csak az elektronikus média várja haza, ill. az altatja el. Ennek látszólag mond ellent, hogy kialakult a szórakoztató gyerekipar (bobbályák, kalandparkok, ugráló várak, szabadulósobák stb.), a szülők kevesebb, de élményekkel teli minőségi időt kívánnak tölteni a gyerekeikkel. A lányok az eddigi fiús tantárgyakban, szakmákban is versenytársai a fiúknak. A generációk elszigetelődnek egymástól, a gyerekek időben és térben is igyekeznek külön világban élni, kivívják szabadságukat a médiahasználat terén a saját tévé, számítógép, mobiltelefon birtoklásával, de anyagi függésük a gondoskodó szülőktől hosszú ideig fennáll. És épp a médiafogyasztás terén mutatkozik meg az a szokatlan jelenség, hogy a szülők jobb, drágább eszközöket vásárolnak meg a gyerekeiknek, mint amit saját maguknak megengednek.

Gyakran hallott kritika a mai gyerekekről, hogy hiperaktívak és agresszívek. E mögött állhat mozgáshiány, amelyet okozhat az is, hogy az intézménybe (vagy bárhová) való eljutás szokásos módja az autózás lett, és a kisebb-nagyobb monitorok előtt töltött túl sok idő.

A médiaerőszak agresszívbakká nem teszi az embereket, mint egyébként volnának, nem indítja őket olyan erőszakos cselekedetek elkövetésére, amelyet egyébként nem követnének el – írja az angol médiapedagógus David Buckingham. Hasonlóan gondolkodik erről a kérdéssel Ranschburg Jenő *Áldás vagy átok?* című könyvében. Véleményem szerint azonban bizonyos öngerjesztő folyamatok felerősödhetnek: ha egy agresszív család gyermeke rendszeresen agresszív filmeket lát, felnőhet azzal a meggyőződéssel, hogy a konfliktusok egyedüli megoldási módja a verbális vagy fizikai agresszió. Bizonyos számítógépes játék is felerősítheti az agressziót, különösen, ha a halál, a gyilkosság súlyát elbátellizálja – „*azokat kell kinyírni a pontokért...*”, „*kinyiffantom az egyik barátomat...*” – hallottam egy „ölös” számítógépes játékot játszó kisfiú szájából.

Vajon a média felkészíti-e a gyerekeket a való élet valós veszélyeire? A felnőtt nagy dilemmája, hogyan tegye ezt meg időben és fokozatosan, de úgy, hogy a gyerekekben az emberi jószágba vetett hitet se törje össze. Mindenesetre a gyerekek nehezebben birkóznak meg a valódi rémesetekkel, azaz a híradók világával, mint az erőszakos filmekkel, ugyanis a fikció esetén örömet okoz nekik a különféle effektek megfajtása – *vér helyett paradicsomszószt* látványa.

Minduntalan tapasztaljuk, hogy mostanában a gyerekek jelentős része figyelemzavaros tüneteket produkál, azaz csak nagyon rövid ideig tudnak egy-egy dologra figyelni, és bármi el tudja téríteni őket, ennek oka lehet a folyamatosan visszatérő reklámhoz való idomulásuk, másrészt a mai gyerekek már korán hozzászoknak az egyidejű több inger fogadásához. Érdekes módon épp a kisgyerekkorban kialakuló asszociatív gondolkodás teszi később a fiatalok többségét képtelenné arra, hogy örömmel elmélyüljenek az olyan régi, lineáris működést igénylő tevékenységekben, mint az olvasás.

Napjainkban legtöbbször a történeteket már képi formában megfogalmazva kapjuk, a belső képzelőerő nincs edzésben, nem csoda, hogy a gyerekek fantáziahiánya is állandó panasza a pedagógusoknak.

A felnőttek, ezzel együtt a pedagógusok és a szülők tekintélye is csökkenőben (e két csoport nemegyszer egymás tekintélyét is csorbítja), hiszen a felnőtt világ korai megismerése miatt a gyerekeknek már hamar feltűnik a felnőttek esendősége, bizonytalansága. Az idősebbek tudását, tapasztalatait a világ gyors változása miatt nem tekintik használhatónak, inkább a google-t kérdezik, mint a körülöttük lévő felnőtteket.

1. Klasszikus médiakritika

Az 1980-as években az amerikai médiakutatók, gyermekpszichológusok felemelték a szavukat az egyre inkább babysitterként használt tévé ellen. Így többek közt megjelent 1983-ban Neil Postman tollából *Disappearance of Childhood* (A gyermekkor eltűnése), 1984-ben Marie Winntől *Children without Childhood* (magyarul megjelent 1990-ben *Gyermekek gyermekkor nélkül* címen). Véleményük szerint a gyermekkor védettségét megszünteti a nappaliban vagy akár a gyerekszobában elhelyezett káromkodó, agresszív, szexuális tartalmakat is bemutató televízió.

A fenntartások azonban nem csak a tévéműsorok tartalmára vonatkoztak, hanem magára a tévézésre, amely megfosztja a kisgyermeket legfontosabb tevékenységüktől a

játéktól, és társas kapcsolataikat is leszűkíti, hiszen a XX. század végére a közös játékra alkalmas közterek helyett a nappaliban vagy a gyerekszobában, ill. pontosabban a képernyő előtt cseperednek föl a gyermekek, vagyis a „*kimegyek játszani*”-szokás, azaz a csoportos játéktevékenység kihalóban. A középosztály gyermekeinek napjait pedig már kisgyerekkortól a szervezett sportórák, zeneórák és egyéb kötött tevékenységek teszik a felnőtt élethez hasonlatossá.

Kósa Éva médiapszichológus a 7 év alatti gyermekek számára kizárólag az állóképet, a diafilmet ajánlja. Ugyanis véleménye szerint ebben a korban zavart és szorongást okozhatnak a pergő képsorok az el-eltűnő szereplőkkel, és a közelképek, amelyek azt sugallják a kicsiknek, hogy a szereplők feje hirtelen nagyra nő. Napjainkban a kisgyermekek mozgóképet már nem csak nagy képernyőn, hanem a felnőttek, az idősebb testvérek vagy akár a saját mobiltelefonjuk kivetítőjén is látnak.

A kisgyerekek felfogása szerint a mesefigurák a tévédobozban laknak, és ők is ismerik a nézőiket, nem csak a nézők őket. A gyerekek filmet nézve mindig a cselekvővel azonosulnak, ha a cselekvő a gyilkos, akkor is – állítja Kósa Éva. Fontos lenne a szülői, felnőtt moderálás, a közös médiahasználat folyamán az irányadás: különösen a *ki a jó, ki a rossz?* - kérdésében. Egy erőszakos történet – a mesék nagy része ilyen ősidők óta – esetén a mediáció nélküli együttnézés megerősítést jelent, ezért szükséges az óvodás, kisiskolás gyerekeknél a gyerekek által felvetett kérdések megbeszélése. A médiára bízott, a felnőttektől fizikailag is elszigetelt, magányos gyerekek kiszolgáltatottabbak a médiában látott erőszakkal szemben, hiszen kérdéseikkel és félelmeikkel is magukra maradnak, és lélekben könnyen az erős, de egyben erőszakos lény mellé állnak.

De miért is néztek, néznek a gyerekek tévét? Mert a családok tévézés közben vannak együtt; rossz idő, betegség, játszótárs hiánya esetén mintegy vész-elfoglaltságként működik; szülők elfoglaltsága idején babysitterként használatos; rítussá, azaz visszatérő cselekedetté vált a legtöbb családnál, az esti rutin szertartások részévé vált; nevelési segédeszközként is bevetésre kerül akár jutalmazásként, akár büntetésként.

A XX. századi médiapedagógiát két irányzat jellemzi – mindkettőt a technikai determinizmus hatja át. Az egyik szerint a média maga a gonosz, és egy aggódó, rendes szülő kritizálja és elutasítja a gyerekkori elektronikus médiahasználatot, sőt az oktatásnak is meg kell védeni a diákokat az új médiumoktól, hiszen ők az okai a korai szexuális életnek, az erőszak terjedésének és a fiatalok trendkövető fogyasztáscentrikusságának – hirdeti ez az irányzat.

A másik irányzat hangadója Don Pascott, aki az 1999-ben megjelent könyvében (*Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*; magyarul 2001-ben jelent meg *Digitális gyermekkor – Az internetgeneráció felemelkedése* címen a Kossuth Kiadó gondozásában) szembeállítja a tévés és internetes nemzedéket: az előbbit passzív, tunya nemzedéknek láttatja, ahogy ő mondja couchpotato-, azaz a heverőn trespedő krumplici-generáció. Ezzel szemben a digitális generáció aktív: részt vesz a folytonos felfedezésen, kísérletezésen alapuló tanulásban, melyet játékként él meg, és ezzel a tevékenységgel napjaink lezáratlan, folyamatosan bővülő tudásanyagát építi. Ma már tudjuk, hogy a folyamatos hálón való lógás, szörfözés nem feltételezi automatikusan a minőségi használatot, a médiaértés technikai és tartalmi szintje is gyakran hiányosságokat mutat az internetgeneráció tagjainál (is).

A két irányzat kibékítésén munkálkodik David Buckingham, aki elfogadja, hogy a diákok ismerik, szeretik az új elektronikus médiumokat. A médiapedagógia célja pedig a felkészítés, az okos felhasználás ösztönzése, és ha ez sikerül, akkor a gyerekek nem áldozatai, hanem alakítói lehetnek a médiának. Azonban Buckingham attól is óva int, hogy az új technikákat magától értetődően a bölcsesség és az igazságosság varázsköveinek lássuk.

2. Szülői mediáció

A szülői mediáció a szülők felelősségvállalását jelenti gyermekük média-használatának terén: ide tartozik a tartalom szelektálása, az eszközhasználati idő korlátozása, a minőségi műsorok, honlapok, játékok preferálása és a példamutatás.

Kósa Éva kutatásai szerint Magyarországon a szülői mediáció korlátozott és igen szegényes: a szülők döntő többsége nem ellenőrzi a gyermekek médiafogyasztását, legfeljebb az időtartamot, nem beszél meg a látottakat, és gyakran a korhatár bejelölést sem veszik komolyan. Hiányoznak az ajánló, a válogató, a korlátozó és a médiahasználaton kívüli tevékenységi alternatívákat megtanító szülői viselkedési minták is. A szülői ellenőrzést nehezíti a minden második magyar család gyerekszobájában lévő tévé, esetleg számítógép. A kisgyerekek birtokában lévő külön eszközök elsősorban a szülői igények zavartalan kielégítését biztosítják.

Az óvodáskorú gyerekek szabad játékában megfigyelt, tévézésre utaló elemek alapján a mai gyerekek együtt a szülőkkel leginkább az esti, felnőttekhez szóló filmet vagy sorozatot tekintik meg. Az egyre dominánsabbá váló, a tévét kiszorító, folyamatosan használt,

kikapcsolhatatlan okostelefonok kis képernyője pedig már ki is zárja a közös, egyidejű médiahasználatot. Manapság tehát a közös tévézéseket, filmnézéseket fokozatosan felváltja már a családon belül nem is az egyes generációk, hanem az egyes egyének elkülönült médiahasználatát – ez különösen a hétköznapiakra jellemző, a karácsonyi családi film még tartja népszerűségét.

E jelenségek mögött állhat a kétkeresős család örökös idő- és energiahíánya, és a baby-boomer nagyszülői generáció (1946-65 közt születettek) esetén az informatikai ismeretek hiánya: gyakori jelenség, hogy a nagyszülőknél a legszabadabb a gyerekek médiahasználatát. A kisgyermekes szülők már digitális bennszülöttek, akiknél szintén gyakori a nagymértékű eszközhasználat, a függőséget azonban legtöbbször nem magukon, hanem a gyermekeiken fedezik fel, mikor arról számolnak be, hogy ezek az elektronikus eszközök felpörgetik a gyerekeket, és megvonás esetén a gyermekeik *„idegesek és hisztisek lesznek”*.

Mindenesetre a vészharang kongatása helyett nagyobb figyelmet kell fordítani az élet e területére, amely a napjainkban a gyereknevelés egyik sarkalatos pontja lett. A szélsőséges szülői magatartás ezen a téren sem javasolható, azaz az elektronikus eszközöktől való teljes tiltás vagy a használatuk terén a korlátlan szabadság megadása. A különböző felmérések szerint azok a szülők is, akik ugyan korlátlanul megengedik a multimédiás eszközök használatát, tisztában vannak a káros hatásokkal, azonban felelősségteljes szülői feladatukról megfeledkezve a rövidtávú előnyök érdekében – *„addig is nyugton van a gyerek”* – szemet hunynak. A korlátozó szülő kiaknázni kívánja az ezen eszközök adta pozitívumokat, és úgy gondolja, hogy a mértékletes igénybevétel megakadályozhatja a későbbi függés kialakulását. A médiamentes szülő a multimédiás eszközökhöz társuló negatívumokat helyezi homlokterébe, és a médiamentességből eredő hátrányokat – úgy gondolja –, hogy gyermeke a későbbi életszakaszában zökkenőmentesen be tudja majd pótolni.

Mindenképpen van a gyermekkori médiahasználatnak rövid és hosszútávú következménye. A kondicionálás, bizonyos szokások kialakítása a későbbi életszakaszokra is rányomhatja a bélyegét. Nehéz megtalálni a teljes tiltás Szküllája és a korlátlan szabadság Kharüdisze közt a helyes utat, de meg kell próbálnunk rálelni az arany középútra, mert egy biztos: gyermekeinknek életük folyamán szükségük lesz a tudatos IKT használatra, fontos, hogy a korunk adta lehetőségek javukat szolgálják.

A szülői mediációt az óvodapedagógusok, tanítók befolyásolni épp annyira tudják, mint a szülők más egyéb területre vonatkozó nevelését, de elengedhetetlen, hogy tudomásuk legyen arról, milyen a médiahasználat a gondjaikra bízott gyermekeknek.

E fejezet végén álljon itt néhány szabály-javaslat:

- Az életkornak megfelelő, minőségi, de mennyiségi korlátoknak is eleget tevő médiafogyasztás. Így a magyar népmeséket se nézze órakon keresztül egy kisgyermek. A három év alatti gyermekek csak minimális mértékben, azaz csak napi 10-20 percre találkozzanak a képernyő nyújtotta világgal.
- E technikai készülékek ne kerüljenek be a gyerekszobákba. Az elalvás előtti negyed-fél óra a hagyományos éloszavas mesélés vagy felolvasás ideje legyen, ez a már olvasni tudó kisiskolásnak is jár. Az elaltatást sose bízjuk egy képi hangra, egy készülékre!
- A felnőtt tervezze meg, mi lenne megfelelő a médiakínálatból a gyermeknek, és ha egy mód van rá, ismerje meg, próbálja ki előre, amit a gyerekének szán.
- Egy gyermek sose legyen magára hagyva egy készülékkel, hogyha kérdése van a látottakkal kapcsolatosan, azokat mindig tudja valakinek feltenni. Az elektronikus médiából nyert tapasztalatokról, élményekről pedig beszéljünk is el vele.
- Maga a felnőtt is rendelkezzen változatos szabadidős tevékenységrepertoárral, és maga is mutasson példát könyvolvasásra, sportolásra, kirándulásra, kertészkedésre, családtagokkal, barátokkal való beszélgetésre stb.
- Ha több vagy akár egy gyerek jön látogatóba, akkor biztassuk a gyerekeket a közös játékra, ha születésnapit szervezzünk, akkor mondjunk le a filmnézésről, a számítógépezésről, helyette inkább szervezzünk vetélkedőt, társasjátékot, sportviadalt – bármilyen csoportban végezhető offline játéktevékenységet.
- Pedagógusként feladatunk bármilyen korú gyermeknél, hogy a tudatos és szelektív, interaktív médiahasználatra tanítsuk őket. Segítsük őket – ne tiltással, nem a médiát lefitymáló kritikával, hanem a tudásukat bővítő műsor- és blogajánlatokkal is – abban, hogy saját tévénezési, internethasználati szokásaikat értékcentrikusan alakítsák ki.

3. Internetes zaklatás

Ha tágan értelmezzük a címet, akkor idetartozhat a reklám világában megmutatkozó anyagi világ térhódítása is, amely újabb és újabb fogyasztásra sarkall; a médiában megjelenő ideális férfi és nő alakja, amely a külső fontosságát hirdeti, és ami különösen lányokban kisebbségi érzést és korai szexualizációt generál, amely szintén újabb fogyasztást eredményez. A gyermeket érhetik káros, romboló (pedofil, rasszista, emberi méltóságot sértő, gyűlöletkeltő, kábítószerre, terrorcselekményre, anorexiára buzdító stb.) tartalmak is. A pornó oldalak, horror, thriller filmek előtt ugyan jelezni kell, hogy a tartalmat megtekintő elmúlt már

16 vagy 18 éves, de a korhatármegjelölés semmibe vétele a gyerekek számára vonzó kihívás, így ahhoz, hogy a felnőtt világ titkairól lehulljon a lepel, csak néhány kattintás választja el a gyerekeket.

Közvetlenebb veszélyt jelentenek az internetes közösségi oldalak, ahol lehetőség van ismeretlen emberekkel való kapcsolatba lépésre, akik a gyanútlan gyereket arra kérhetik például, hogy vetközzön le a webkamera előtt. Gyakoribb azonban az ismerősök általi zaklatás: mint a kínos felvételek nyilvánosságra hozása; egyik osztálytárs nevében mint *Béna Béla* profil kreálása; zsaroló programok (*Momo*, *Kék bálna*) terjesztése. Ezek a jelenségek az amúgy is érzékeny, önértékelési zavarral rendelkező gyerekeket akár öngyilkosságba is tudják kergetni, ez történt Amanda Todd esetében is.

Az internetes zaklatás melegágya az, hogy a gyerekek túl fiatal korban kezdik használni a közösségi oldalakat: ahol van korhatár, ott egyszerűen idősebbnek adják ki magukat, bár már léteznek tíz éven aluliaknak készült közösségi oldalak is – például a *Togetherville.com*, amelyet a Disney üzemeltet.

Az online-zaklatás jellemzői a következők: nem fizikai agresszió, nem lehet elbújni előle, időn, téren túli, végtelen számú tanúja van, kitörölhetetlen, a zaklató anonim, a felbujtók és gyakran kivitelezők is inkább lányok.

A szűrőszoftverek alkalmazása mellett természetesen ezekre a veszélyekre fel kell hívni a gyerekek figyelmét, és a pedagógusoknak is felkészültnek kell lenniük, hiszen fontos, ha ilyet tapasztalnak, akkor ne érezzék magukat tehetetlenek. Nélkülözhetetlen, hogy tudják, hová fordulhatnak – pl. a fenti esetekben Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálathoz, Kék Vonal Gyermekkrízis alapítványhoz, az UNICEF HelpAPP nevű telefonos alkalmazáshoz vagy a Hintalovon Gyermekjogi alapítványhoz –, hogy megtörténjék a gyors eltávolítása a sértő tartalmaknak.

4. Reklám és a gyermek

A fogyasztói társadalmak reklámjainak rejtett üzenete az, hogy alapvetően minden rendben van: a világ jó és harmonikus, ennek csak egy feltétele van: a reklámozott termék birtoklása.

Az óvodáskorú gyermekek általában a reklám leglelkesebb fogyasztói, mert a reklámok játékosak, zenei elemekkel bővítettek, építenek a gyermeki naiv mesetudatra, humorosak, pergők, érthetők, gyakoriak bennük a szójátékok, az animációk, a gyerek- és állatszereplők. A

reklámok szövegeit, képi világát a kisebb gyerekek gyakran felhasználják szabad játékaikban, a reklámok ismétlődése sem zavarja, sőt maga az ismétlés a gyerekek számára örömforrás, a reklámok hiteltelenségét is a még aktív mesetudatukkal könnyedén megbocsátják, a gyűjthető ajándékok pedig épp a gyerekek ősi gyűjtési szenvedélyét célozzák meg. A nagyobb gyerekek pedig már önfeledten idézik, akár parodizálják a televíziós reklámokat.

A jól strukturált, rövid időtartamú reklámok már az apró gyerekkorban észrevétlenül elkezdhetik a fogyasztásra való szocializálást, a márka- és trendidentitás kialakítását. Mivel a legtöbbször a kisgyerekek esetén hiányzik a műfajismeret, azaz nincsenek tisztában a reklám küldetésével, hisznek a felnőttek szavában, nem kételkednek a reklám túlzásaiban se, valójában tisztességtelen nekik reklámot készíteni. Mindenesetre a felelősség a felnőtteké, és ténylegesen az ő pénzükön történik az esetleges vásárlás is.

A 7-8 évesek már ismerik a reklám célját: eladni valamit. A jó reklámot szeretik, de nem kötik minden esetben az adott termékhez, így válhatott népszerűvé a gyermekek körében 10-20 évvel ezelőtt a Fundamenta-róka. A gyerekek befolyásolásán úgy lehet enyhíteni, hogy felkészítjük őket a fogyasztói piac kezelésére, és gazdasági kompetencia alapjait, mint például Addig nyújtózkodj, ameddig a takaród ér! - elvet már a kisgyerekkortól kezdjük átplántálni.

A reklámokban a gyerekek megszólítása nem véletlen, hiszen gyakran saját vásárlóerővel is rendelkeznek már, és befolyásuk van a szülők vásárlására, sőt lehetnek kezdeményezők is (a szülő-gyerek alkudozások tárgya gyakran egy-egy reklámozott termék, és a gyermekek legfőbb érve: „mindenkinek már van ilyen”), és nem utolsósorban ők a jövő fogyasztói.

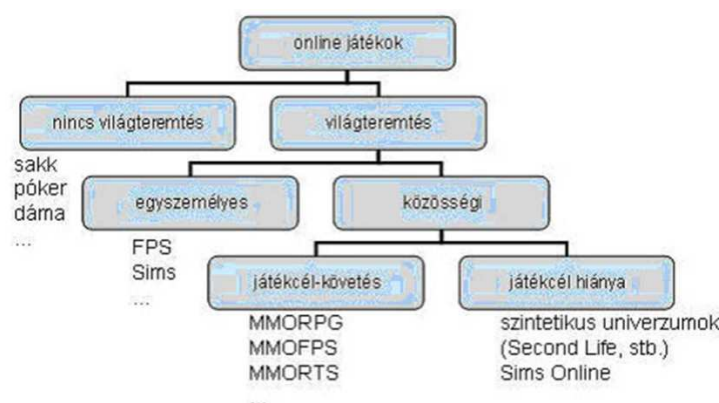
A reklám befolyásolhatja a fogyasztó márkaválasztását, de ritkán ösztönöz több vásárlásra – állítja David Buckingham *A gyermekkor halála után. Felnőni az elektronikus média világában* című könyvében. E 2000-ben megfogalmazott állítás ma már nem állja meg a helyét: világunk bővelkedik divatos gyerekbolondító vicikvacakokban, azaz teljesen felesleges, de a gyerekek körében népszerű presztízs tárgyakban.

A nassolásra szoktató édességipari termékek egész évben, karácsony előtt pedig a játékszerek reklámáradata borítja el a gyerekcsatornákat, az internetes gyerekoldalakokat. Ebből következik, hogy edzeni kell a mai árubőség miatt a gyerekeket az örökös választásra: almát vagy körtét kérek-e, és tudom-e, hogy miért éppen azt?

5. Számítógépes játékok

Mind otthon szülőként, mind az óvodában, iskolában pedagógusként szükséges a valódi és online játékok differenciált és egészséges arányainak megtalálása. A számítógépes játékok megítélése általában megosztja a felnőtteket. Általánosítás helyett csak konkrét kipróbált játékokról lehet megalapozott véleményünk. Többféle típusú játék létezik – például sportjátékok: Fifa, Forza Horizon, ügyességi játékok: Szuper Mórió, legtöbbször avatár-játékfigurára épülő szimulációs játékok: Sims, Second Life, konstruáló játékok: Minecraft.

Az alábbi táblázat szemlélteti a számítógépes játékok csoportjait a világteremtés, a társasság és a játékcél szempontjából:



Általánosságban az mondható, hogy a számítógépes játékok erősíthetik a játészó finommotorikáját, többcsatornás információt feldolgozó képességét, szem-kéz koordinációját, térlátását, megosztott figyelmét. Támogathatják a kétkeszességet, a kitartást, a kudarcűrést, a pontosságot, az önálló tanulást, a reakciódő csökkenését és az olvasási és matematikai képességekre is kedvezően hathat. Egyre több magyar iskolában zajló gyakorlat szerint a Minecraft Education Edition számítógépes játék programmal mint tanítási - tanulási módszerrel gyorsabban és hatékonyabban sajátíthatják el a tanulók a tananyagot.

A gépen napi 2-3 órát, vagy akár ennél több órát játékkal töltő „kockák” már nem csak fiúk, hanem lányok is lehetnek. Valószínűsíthető, hogy az átlagnál kevesebb társas kapcsolatuk van, a szülői mediáció minimális, de az is elképzelhető, hogy cserében flow-érzést élnek át a virtuális kalandok közben, fejlődik a problémamegoldó képességük, és az angol nyelvet is szó szerint játszva tanulják. Veszélyt jelenthet a kicsik és a nagyok számára egyaránt a regisztrációhoz kötött, a kibervilág pénzét valós pénzre cserélő szerencsejátékok, mint például az online póker.

Természetesen e játékoknál is fontos a mértékletesség, a játékidő megfontolt korlátozása, a játékok minősége.

Ugyanis léteznek valóban agresszív játékok (Tekken, Mortal Kombat, GTA V, Resident Evil 7), melyek egyrészt félelmet, szorongást kelthetnek a gyerekekben, másrészt a szadista fantázia kiélésére építenek, és az izgalomszint folyamatos növelése érdekében az agresszivitás mértéke emelkedhet. Ezekben a „játékokban” gyilkosságokon át vezet az út a sikerhez, ahol az ölés súlya elbagatellizálódik, nem szembesülünk az erőszak következményeivel, a sérültek fájdalmával, a halál visszavonhatatlanságával. A gyakran humorral vegyített erőszakos akciók – ezeket mindenki ismeri a *Tom és Jerry* sorozatból – a gyerekek mások iránti érzéketlenségét okozhatja. Az agresszív játékok legsúlyosabb üzenete – a világ gonosz, te minden áron próbálj életben maradni.

A fenti kockázatok ellenére napjaink pedagógiájának fontos csapása – a tanulás játékosítása – a gamification: azaz játékelemek alkalmazása a tanulás, a problémamegoldás céljából. E számítógépes programok játékosított eszközöket (dizájn, küldetés, történetbe való ágyazás, visszajelzés, közösségi kooperáció, versenyeztetés: szintek, pontok, jutalmazás) használnak fel. A koncepció nélküli alkalmazásuk, az alkalmazott anyag pedagógiai beágyazatlansága vagy a negatív visszajelzések (pl. fekete pontok) már hátráltatják a kívánt tanítási folyamatot. Előnye a játékosításnak, hogy az iskolán kívüli környezetben is folytatható szabadon, és könnyedén megoldható a különböző szintek, hibák érzékelésével az egyénre szabott tartalom biztosítása.

A nyelvtanulásnál a gamification a felnőtt korosztályt is elérte – pl. *duolingo*, *xeropan*, *goangol* mobilalkalmazások –, úgy tűnik, hogy a virtuális jutalmak, dicsérek, szint átlépések nem csak a gyerekeket motiválják.

A hagyományos játékgyártók is nyitnak a digitális világ felé. Így a Lego figuráihoz használja az emotikonokat, az óvodás korosztály a színkódolást gyakorolhatja a Lego Coding Express-vonatokkal, nagyobbaknak a programozott robotkészítés lehetőségét ajánlja föl.

Oktatóprogramok készülnek már a legkisebbek számára is, mint például az angol nyelvű Jumpstart vagy a Little Bee, nagyobbaknak valók az alábbi oktatójátékok: NobelPrize.org, BBCgames, Nasa interactive games, Club Penguin; Wiglington & Wenks; de saját játék készítésére is van lehetőség: CartoonNetwork.com; AWS game. Az interneten minőségi, értékhordozó magyar tartalmak is kiaknázhatók, ilyen az *egyszervolt.hu* gyerek honlap, a *Tarkabarka informatika*, amely játékos feladatok gyűjteménye tanítóknak, óvoda- és gyógypedagógusoknak az információs és kommunikációs képességek fejlesztéséhez, az internetről ingyenesen letölthető képességfejlesztő szoftver a *Beszédmester* (beszédfejlesztés), a *Varázsvonal* (irányok, szem-kéz koordináció) esetében csak a demo verzió tölthető le ingyenesen. Az *Okos doboz* is fejlesztő feladatokat tartalmaz valamennyi alsós tantárgyhoz

kapcsolódóan. A *Médiatudor*, *Bigyoo*, *Webidomár* honlapok emelhetik a kibertudatosság szintjét, és segítik a biztonságos internetezést. A folyton változó média világában segíthet eligazodni a felnőtteknek a Médiapedagógiai Műhely *Televele* honlapja. Az NMHH (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság) működteti a káros tartalmak bejelentésére azt az internet hotline-t, amely internetes jogsegélyszolgálatot biztosít: bejelentések alapján segít a neten talált jogsértő tartalmak gyors eltávolításában.

Szakirodalom

Gyerekek gyermekkor nélkül / Winn, Marie. – Budapest: Gondolat kiadó, 1990.

Szemben a képernyővel: az audiovizuális média hatása a személyiségre / Kósa Éva, Vajda Zsuzsanna – Budapest: Eötvös József Könyvkiadó, 1998.

A tévé-kor gyermekei / Werner, Anita. – Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó, 1998.

Az áruvilág kicsi királyai. Gyerekek a reklámok világában / Müller, Melissa – Budapest: Geomédia Szakkönyvek, 2001.

Digitális gyermekkor. Az internetgeneráció felemelkedése. Információs Társadalom kicsiknek és nagyon nagyoknak / Tapscott, Don. - Budapest: Kossuth Kiadó, 2001.

A gyermekkor halála után: felnőni az elektronikus média korában / Buckingham, David, Kertész Balázs ford., György Péter bev. – Budapest: Helikon Kiadó, 2002.

A világ a szobánkban: a keresztyén család és a televízió / Knevel, Andries Gerrit, Kiss Károly ford. – Budapest: Pont Kiadó, 2005.

Áldás vagy átok?: gyerekek a képernyő előtt / Ranschburg Jenő. - Budapest: Saxum Kiadó, 2006.

A média hatása a gyermekekre és fiatalokra IV.: Balatonalmádi, 2007 / Gabos Erika szerk. – Budapest: Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, 2008.

Az y generáció / Tari Annamária – Budapest: Jaffa Kiadó, 2010.

A z generáció / Tari Annamária – Budapest: Tericum Kiadó, 2011.

A média hatása a gyermekekre és fiatalokra / Gergely Orsolya. – Csíkszereda: Státus Kiadó, 2012.

Szocializációs közegek a változó társadalomban: A nevelés esélyei: család, iskola, szabadidő, média / Nagy Ádám – Trencsényi László. – Budapest: ISZT alapítvány, 2012.

A digitális bennszülettek képességprofilja / Gyarmathy Éva, Kucsák Julianna. Iskolakultúra, 6. 43-53. 2013.

Ki fontos: Én vagy Én? / Tari Annamária. – Budapest: Tericum Kiadó, 2013.

Generációk online / Tari Annamária. – Budapest: Tericum Kiadó, 2015.

Médiaszocializáció / Kósa Éva, Berta Judit szerk. – Budapest: Bűvösvölgy, Wolters Kluwer 2015.

Ifjúság és média / Ruddock, Andy. – Budapest: Bűvösvölgy, Wolters Kluwer 2015.

A fiatalok digitális mozgóképei / Havasi Tamás (jegyzetfejezet) in: *A fiatalok képi világa* / Gaul Emil, Havasi Tamás, Orosz Csaba. – Nyíregyháza: Nyíregyházi Főiskola, 2015.

Netfüggő gyerekek. Hogyan teremtsünk egyensúlyt a virtuális és a valódi kapcsolatok között / Chapman, Gary, Pellicane, Arlene. – Budapest: Harmat Kiadó, 2016.

Bátor generációk: Szorongok tehát vagyok / Tari Annamária. – Budapest: Tericum Kiadó, 2017.

Szex és lájk és közösségi média: hogyan értsünk szót a gyerekekkel a digitális világban? / Havey, Allison. – Budapest: Jaffa Kiadó, 2018.

Ifjúsági szubkultúrák művészetpedagógiája / Kárpáti Andrea. In: *Magyar Tudomány*. 961-969. 2019.

A Z generáció kognitív sajátosságai / Szőke-Milinte Enikő. In: *Személyközi és médiakommunikációs tudatosság az iskolában* / H. Varga Gyula szerk. – Budapest: Hungarovox Kiadó, 2020. 23-41.

Internetes források

A televízió és az óvodáskorú gyermek I. rész: Az óvodáskorú gyermek / Dancs Nikolett
http://www.babysitter-budapest.hu/a-televizio-es-az-ovodaskoru-gyermek-i-resz-az-ovodaskoru-gyermek/?fbclid=IwAR2agkqebrTK_tvJAQouO2vnQvJ_rGS3lYMaOmy8

A televízió hatása a kisiskolás gyerekekre / Kiss Judit
<https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-pedagogiai-szemle/a-televizio-hatasa-a-kisiskolas-gyerekekre?fbclid=IwAR3GDD521OZtf90OCOFGeea6hFb6OLSBsAZIS-gpNdqIgH0uV6x5oSz1c7Q>

4 lépés, ami segíti megóvni a gyereket a gonosz tartalmaktól / Tímár Borbála
https://moderniskola.hu/2017/11/ez-menti-meg-gyereket-gonosz-tartalmaktol/?fbclid=IwAR18VrCs-bQzoD9DclT4ii7oaxMXi3Qjw3TJZkEFOA0HIT-T_05hJFhEr4

15 fontos pont arról, milyen veszélyeket rejt az internet a gyerekek számára / Zimra Zsuzsa
<https://wmn.hu/juzer/48639-15-fontos-pont-arrol-milyen-veszelyeket-rejt-az-internet-a-gyerekek-szamara?fbclid=IwAR1JM3ThU3MGgO-cSGsG00FNzOi5MrA4njWiwRlesC>

Aggódunk a gyerek online biztonságáért, de nem teszünk érte / Nagy Nikolett

[https://24.hu/tech/2019/09/20/gyerek-online-biztonsag-gyerekeveles-internet/?fbclid=IwAR35W9j-](https://24.hu/tech/2019/09/20/gyerek-online-biztonsag-gyerekeveles-internet/?fbclid=IwAR35W9j-8VTWQBtqiTwLY5P1jzXKO7vg_5Ldq85aiRhJpgWACqksB3MMsRM)

[8VTWQBtqiTwLY5P1jzXKO7vg_5Ldq85aiRhJpgWACqksB3MMsRM](https://24.hu/tech/2019/09/20/gyerek-online-biztonsag-gyerekeveles-internet/?fbclid=IwAR35W9j-8VTWQBtqiTwLY5P1jzXKO7vg_5Ldq85aiRhJpgWACqksB3MMsRM)

Nem érzik a gyerekek az online világ veszélyeit / Dubravec Emese

https://nlc.hu/csalad/20130527/cyberbullying-internet-gyerek/?fbclid=IwAR2KAjA--wHtNFvIn6wahHwXv4zmsbVAuLfaKID_GYf2Lsdmp3tAf8DOj6E

Média – kultúra – gyermekek / Béres István – Korpics Márta

http://janus.ttk.pte.hu/tamop/tananyagok/media_kultura_gyermekek/index.html?fbclid=IwAR2Wd2x2h19fhfcSP3AQthRF5JTrCzXa8XSWfbBg3yeKk

Ha drogot nem ad a gyerekeknek, miért vesz neki mobilt? / Joób Sándor

https://index.hu/tech/2018/01/31/mobilfuggoseg_kozosseg_i_media_tari_annamaria_kiskamasz_gyerek_pszichologus_gyerekeveles_facebook/

Egészséges gyermekkor a digitális világban / Michaela Glöckler

<https://www.youtube.com/watch?fbclid=IwAR3uU-phWyj-THjLV2TeJWUGGrfZPIDxLX0fVAVZwLigBvY8LBeWnZsx-XE&v=b3L5TmsK7es&feature=youtu.be&app=deskto>

Ha gyerekek mobilja van, közösségi médiában is jelen lehet? / Myreille

https://www.digitaliscsalad.hu/biztonsag/ha-gyerekek-mobilja-van-kozosseg-i-mediaban-is-jelen-lehet?utm_campaign=hu-19-10-c-f-k-a-a-brd-care-family-dcs-oct-bid-2019-red0154

A mobiltelefonnal nevelt gyerek nem tanulja meg, mi az a türelem vagy kitartás / Balázs Zsuzsanna

https://qubit.hu/2019/10/01/a-mobiltelefonnal-nevelt-gyerek-nem-tanulja-meg-mi-az-a-turelem-vagy-a-kitartas?_ga=2.14751922.545239135.1569840196-699701263.1513153325&fbclid

Gyermeink a virtuális világ bűvöletében / Erős Nikoletta

<https://belvarosikozossegiter.hu/gyermekeink-virtualis-vilag-buvoleteben/?fbclid=IwAR01cGH5UTJGv-I99CUWNqATmgIHElph380cZAH5hda-CJnYwHBt64p64LQ>

A reklámok hatása a gyermekekre napjainkban

https://www.fajltube.com/irodalom/oktatas/A-reklamok-hatasa-a-gyermekekre72536.php?fbclid=IwAR2z73jnOd6a7XpGRVDTToFSJC78XJMf418He1MHOaYjQ_iCtCThr4i9e0ME

Az anyagi életszemlélet és a reklám hatása a gyerekekre – Tim Kasser pszichológus előadása / Körössy László

<https://www.magyarkurir.hu/hirek/az-anyagias-eletszemlelet-es-reklam-hatasa-gyerekekre-tim-kasser-amerikai>

[psichologus?fbclid=IwAR17hQX5QBIr6TLTVCNy94IDkv7c2N1FLX00_vzhMWG62D](https://www.psichologus.hu/?fbclid=IwAR17hQX5QBIr6TLTVCNy94IDkv7c2N1FLX00_vzhMWG62D)

Szexinek lenni elvárás már a kislányoktól is? – A közösségi média drámai hatása a gyerekek testképére / Bereczki Enikő

<https://wmn.hu/ugy/50393-szexinek-lenni-elvaras-mar-a-kislanyoktol-is---a-kozossegi-media-dramai-hatasa-a-gyerekek-testkepere?fbclid=IwAR3yj0NRzSIRnBfC9PsTfXvQ3c5XUq>

A The Witcher 3 Novigrádja egy ilyen csodás várost ihletett a Minecraftban

https://www.gamestar.hu/jatekvilag/minecraft-the-witcher-3-novigrad-250013.html?fbclid=IwAR31C7hmACEA1oMx4UZuvz7fNjr5Zt_P1gO4aXow1_YSqttXr7G5VC_GLlc

Videojátékok hatása / Kasza Orsolya

https://m.eduline.hu/kozoktatas/20090423_videojatekok_hatasa?fbclid=IwAR1SFNb8btiip-vN4ibSPpjWWNSGCuU52ORb2a8tNQco1on5_i4UsI4STS8

Gondolatok...: A videojátékok hatása a gyermekekre / illegalfreq

<https://www.pcguru.hu/hirek/gondolatok-a-videojatekok-hatasa-a-gyermekekre/25598?fbclid=IwAR0rcf2DNh7bvw98v9TZvyVJLr4XwhSOOusyGPSKIRM-bUju702JCsoqBk>

Nem vagy egyedül – Unicef videó

https://www.youtube.com/watch?v=Tog6ai0QBgo&fbclid=IwAR12J7iUWmNnn3SapDL8U9oI6U_8hnQoITpgPastMlnuFGx1oqyJAMD5gZY

Snapchat: az internetes zaklatás új lehetőségei? / Janni Anikó

<https://moderniskola.hu/2016/04/snapchat-az-internetes-zaklatas-uj-lehetosegei/?fbclid=IwAR3ZrozWYOCz8KYF1VQpulZAo73bOZJn5q7-R1Jv32-mCr4foL5GzFoQYRc>

Felejtse el a képernyőidőt – kapcsolódás az online generációhoz / Tímár Borbála

http://www.mediapedagogia.hu/felejtse-el-a-kepernyoidot-kapcsolodas-az-online-generaciohoz/?fbclid=IwAR12J7iUWmNnn3SapDL8U9oI6U_8hnQoITpgPastMlnuFGx1oqyJAMD5gZY

Zaklatás az iskolában: így vess véget neki! / Vadas Judit

https://www.life.hu/eletmod/20140110-zaklatas-az-iskolaban-igy-vess-veget-neki.html?fbclid=IwAR1AT_p1zRFzl-ksd0xfZ4YE_3pQ3pmKwqzAqzO5KlKhFfW89yWzZX4RwYM

Öt alkalmazás, hogy biztonságban legyen a gyerek a neten

https://kutyu.blog.hu/2017/11/27/ot_alkalmazas_hogy_biztonsagban_legyen_a_gyerek_a_net_en

Miért lett öngyilkos a 15 éves Amanda?!

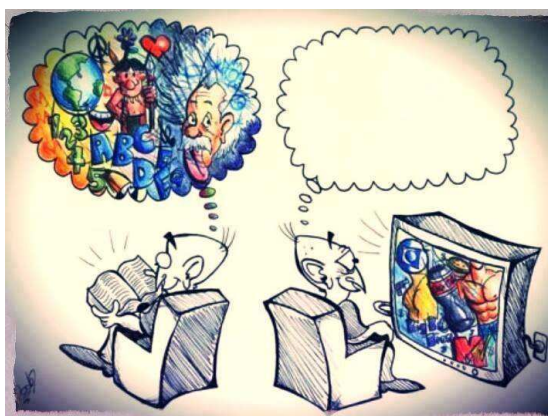
<https://blikkruzs.blikk.hu/aktualis/drama/miert-lett-ongyilkos-a-15-eses-amanda-egy-lany-egesz-vilagot-felkavaro-hires-kuzdelme/e1wk7rt?fbclid=IwAR1IU1-XcLytmeX0Z2jYjWbP8HnOcc>

Vannak előnyei is a telefonanyaságnak – ilyenek egy digitálisan aktív család mindennapjai /
Tóth Girlzonboard Flóra

<https://wmn.hu/juzer/51607-vannak-elonyei-is-a-telefonanyasagnak--ilyenek-egy-digitalisan-aktiv-csalad-mindennapjai?fbclid=IwAR0KeDAjJU2D25icsxqxmkv>

Kérdések, feladatok

1. Mutasd be a csecsemőknek, kisgyerekeknek ajánlott „okos” játékszerek kínálatát!
2. Készíts interjút egy szenvedélyes számítógépjátékossal!
3. Milyen személyes tapasztalataid vannak az idegennyelv-tanító alkalmazásokkal?
4. Mutasd be a kedvenc reklámjaidat!
5. Térképezd fel egy gyerekcsoport napi, heti, ünnepnapi, vakációbeli médiahasználati szokásait!
6. Ha lesznek saját gyerekeid, milyen szabályok szerint fogod médiahasználatukat szabályozni? Ha vannak, milyen szabályok közt zajlik gyerekeid médiahasználatuk?
7. Vitassátok meg a képet! Ki ért vele egyet? Ki nem ért vele egyet? És miért?



8. Hol és mennyiben érzed elavultnak a fejezetben leírtakat?
9. Nézz utána az interneten Amanda Todd történetének!

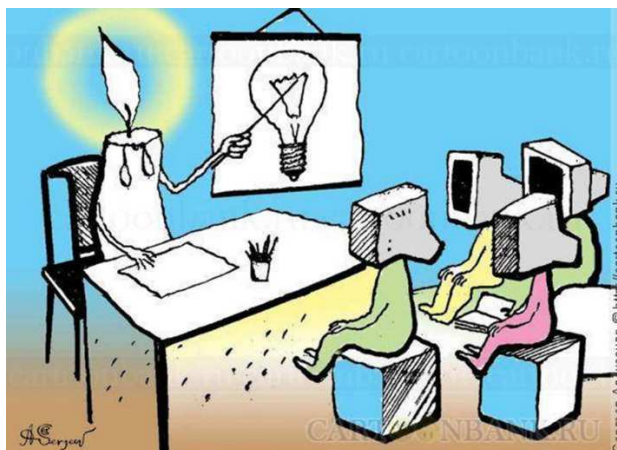
10. Wéber Anikó *Az osztály vesztese* c. gyerekregény témája az osztályon belüli internetes zaklatás. Olvasd el a könyvet! Az olvasás közben szerzett élményeidről, gondolataidról számolj be!
11. Próbáld ki a jegyzetben szereplő oktatójátékokat, és a tapasztalataidat oszd meg!
12. 2020-ban AZ ÉV GYEREKKÖNYVE díjat az ifjúsági kategóriában Huszti Gergely: *Mesteraltók hajnala* könyve érdemelte ki. A könyvében ábrázolt világ mennyiben tükrözi a számítógépes játékok fantáziavilágát?
13. Konkrét (pl. dráma-, tánc-, képző-) művészeti tevékenységben való részvételt vizsgál meg a Slow Time, a tudatos lassítás szemléletén keresztül! Milyen ellenhatás jöhet létre a mediatisált, rohanó világunkban a művészetek által?
14. Kutasd fel az újra divatossá vált diafilmek kínálatát; az óvodai, iskolai, családi diafilmezés gyakorlatát!
15. Ismersz-e a lakóhelyeden gyerekeknek tartott alkotó médiaszakkört? Ha igen, vedd fel vele a kapcsolatot, és ismerd meg tevékenységüket!
16. Olvasd el előbb magad, majd a rád bízott óvodásoknak, kisiskolásoknak – Marc-Uwe Kling könyvét – *A nap, amikor a nagymama tönkretette az internetet* (Scolar Kiadó, 2019.)! A történet középpontját az a kérdés adja, hogy vajon mi történik egy átlagos család hétköznapi délutánjával, ha hirtelen eltűnik a világból az internet. Beszélgetsetek a könyv kapcsán bennetek felmerült érzésekről, gondolatokról! A beszélgetést felválthatja dráma, szerepbe lépő, cselekedtető eszköztár használata is.

VI. Médiapedagógia – azaz a média tanítása és a médiával való tanítás

„A digitális pedagógiában már nem az információközlés, sokkal inkább az információfeldolgozás, valamint az egyéni és közösségi szövegalkotás az elsődleges, míg az iskola legfőbb vonzereje a személyesség és a tevékenységre épülő tanulás lehet.”

Jakab György

http://www.tani-tani.info/meztelen_a_kiraly



A kisgyermek mindenkori feladata, hogy a környezetét felfedezze, ennél fogva a természetes kíváncsiságától hajtva hamar felismeri, hogy napjaink legfontosabb tárgya, az emberek harmadik keze – az okostelefon, és a nagyokat utánzó szerepjátékában ez a tárgy, akár építőkocka alakjában, de jelen van.

Az érintőképernyős készülékek tömeges elterjedése már kisgyermekkorától biztosítja az önálló személyes használatot, hiszen az érintőképernyős mobil-, ill. internethasználatnak ma már egyáltalán nem feltétele az olvasni-írni tudás. A technika által biztosított újabb kommunikációs módok természetesek a mai gyerekeknek, úgymint a hang- és videóüzenetek, emotikonok, matricák, GIF-ek stb. Egyre inkább úgy tűnik, hogy századunk mindennapjaiban a vizuális és beszélt nyelvi kommunikáció dominánsabb lesz, mint az írott nyelvi, az erre való felkészítés előbb vagy utóbb paradigmaváltásra fogja kényszeríteni napjaink elméleti és gyakorlati pedagógiáját.

Kósa Éva 2013-as kutatásai szerint Európában a legtöbbet, a mediterrán országokat is megelőzve, a magyarok televízióztak – napi 4 óra 48 percet. Napjainkra a 12 év alatti korosztályban is csak emelkedhetett a képernyő előtt töltött idő. Ennek ellenére a PISA-felmérések szerint a magyar gyerekek médiaszövegértése a legalacsonyabb szintű az európai gyerekek közt. E tények függvényében, fontos lenne a médiával való korai találkozásokat is megfelelő szintre emelni akár az óvodáskortól, hiszen már az óvodás gyerekek is tudnak fényképezni, a fényképekből kis technikai segítséggel montázst készíteni, rajzaikból akár rajzfilmet létrehozni, és az iskoláskorúakat is képessé lehet tenni arra, hogy tudjanak iskolai honlapot, rádióadást, videómontázst készíteni, blogot írni stb.

A XXI. századi médiapedagógia alapját annak a tudomásulvétele adja, hogy az elektronikus média az életünk kiiktathatatlan része lett, ezért a pedagógusok kötelessége, hogy a rájuk bízott gyermekek jövőjét támogatva a gyermekek médiakompetenciáját fejlesszék. A

médiakompetencia áll az adott technikák tudatos felhasználásából, a kapott információk pontos értelmezéséből és a saját életünkbe való beágyazásról. A szükséges kritikai hozzáállás biztosíthatja, hogy a megfelelő helyen a megfelelő információkra tegyünk szert, a sok információ közt a körültekintő szelektálás elkerülhetetlen, és a számtalan információból holisztikus szemlélettel összefüggő egésznek kell alkotni az emberi elmének. A médiakompetencia része a mediális (technikai eszköz közbeiktatásával zajló) kommunikációban való aktív részvétel is.

A mai gyerekek (és felnőttek) tévézéssel, számítógépezéssel töltik szabad idejük nagy részét – az itt szerzett tapasztalatokra, tudásra, jártasságra építeni kell. A pedagógus feladata, hogy a gyerekek meglévő, akár az iskolán kívül szerzett tudására támaszkodva mintegy explicitté tegye az implicit tudásukat.

Az is könnyen elképzelhető, hogy egy-egy óvodás vagy kisiskolás gyermek technikai tudása megelőzi a felnőttét, amit a gyerek élete, fejlődése iránti őszinte tisztelet jegyében értékként kell kezelnünk, és az egyes gyermekek egyedi tudásszerzését folyamatosan ösztönözni kell. Emellett mindenképp szükség van a felnőttek bölcsességére és mértéktartására, de arra is, hogy a pedagógus felvállalja a digitális felfedező szerepét, ha életkora miatt digitális bennszülött már nem lehet.

A tanár feladata is változik, a mindent tudó helyett facilitátori, segítő szerepkörben a tanulás-tanítás egységének a jegyében feladata egyre inkább a gyerekeket elérő információáramlás ösztönzése, irányítása, szelektálása; az IKT integrálása a különböző tanulási helyzetekbe és a saját szakmai tevékenységének egészébe. Ma már a folyamatos szakmai fejlődésének része a digitális világ figyelemmel kísérése is.

A fentiek egyik lehetséges – a felső tagozaton már használható – gyakorlati módszere az ún. fordított osztályterem (flipped classroom), ahol az információk feldolgozása a diákok önálló tanórán kívüli feladata, és a tanóra pedig lehetőséget ad a gondolatcserére, az értelmező beszélgetésre és a vitára, amelyben a tanár szerepe a moderálás és a reflektálás.

Elengedhetetlen az is, hogy a pedagógusok ismerjék a gyerekek által használt gyerekcsatornákat, műsorokat, számítógépes játékokat. Az első oktató jellegű, az egyik leghosszabb ideje futó gyerekeknek szóló program az amerikai Sesame Street 1969-től, majd 1997-ben indult a brit Teletubbies (BBC); néhány Magyarországon fogható gyermek- és ifjúsági csatorna: M2, Baby Tv, Duck Tv, JimJam, Minimax, Cartoon Network, Disney Channel, Nickelodeon, Megamax. A látottak beépülnek a gyerekek játékába, világképébe, így az óvónők, tanítók hasznosíthatják a gyerekek körében népszerű szereplőket, mesevilágokat a nevelői-oktatói munkájukban. Tehát, aki gyermekekkel foglalkozik, annak folyamatosan

figyelemmel kell kísérni az épp aktuális trendi médiaterméket, hogy ne keverje össze Hannah Montanát Violetával vagy Thomast Noddyval, Elizát Másával, azaz könnyedén beléphessen a gyermekek által ismert világokba.

Napjaink pedagógiája célkitűzéseiben és módszereiben is változás előtt áll, ugyanis új kompetenciák (együttműködés és csapatban dolgozás, logikai és kritikai gondolkodás, véleményezés, döntéshozatal, felelősségvállalás, önálló tanulás) előtérbe kerülését teszi szükségessé a megváltozott társadalmi-gazdasági környezet, amelyben többek közt az életen át tartó való tanulás is egyik meghatározó komponens lett, amely elől a pedagógus társadalom sem bújhat el.

Fontos lesz a nyitott (divergens) és a tanulóközpontú tanulás, amely szerint a tudás hasznosítás lényeges szempont. Az intézményes tanulást egyre inkább kiegészíti az informális tanulás, amelyet a számtalan tudásanyagot biztosító internet könnyebbé tesz, és általa integrálódik a formális és az informális tanulás.

Az önfejlesztés számtalan lehetősége megtalálható a világhálón – pl. a Teachertube, a Ted-előadások, melyek mind tartalmilag, mind módszerükben lekötik a tanulni vágyót, álljon csak itt néhány cím ízelítőül: *Hogyan kommunikálnak a növények a gyökereik segítségével?*, *Hogyan hekkelttem meg az online randizást?*, *Világtörténelem 18 percben*. (Yuvel Noah Harari, izraeli történész könyvei épp Ted-előadásai révén lettek rendkívül népszerűek Magyarországon.) Hasonló a magyar gyártású *Mindentudás Egyeteme* és a későbbi *Mindenki Akadémiája* ismeretterjesztő előadássorozat. Számos online, ingyenes felnőtteknek szánt kurzus (MOOC 'massive open online courses'; Coursera) ad lehetőséget a tanulásra. (A feliratkozók 80%-a ugyan lemorzsolódik, a fizetős kurzusok esetén ez a szám érthető módon jóval alacsonyabb.)

Kétségtelen, hogyha az oktatás eredményességén javítani akarunk, az egyenoktatást fel kell, hogy váltsa a digitális eszközök segítségével könnyedén megvalósítható egyénre szabott tanítás és tanulás. A digitális pedagógia egyik előnyös sajátossága pedig ehhez kapcsolódóan az, hogy a gyerekeket azon a területen fejleszthetjük, amelyen kiemelkedő a tudása, amihez erős motiváció köti, és az így biztosított sikerélmény transzferhatása kiterjedhet az egyéb elmaradott kompetenciákra is.

A tanulás-tanítás határtalanná válhat a mai IKT-eszközök használatával, hiszen tapasztalatait és tudását bárki bármikor megoszthatja a hasonló érdeklődésű emberekkel. A hálózatalapú internet másik pozitív jellemzője, hogy közösségi működésen alapul, amely lehetővé teszi a résztvevőknek, hogy az új technikákat, műfajokat egymástól tanulják meg, és egymás tanítása természetes és önzetlen módon zajlik. („A digitális kultúrában a kollaboratív

alkotás új formái nyerne polgárjogot: például az újrameverés (remix), amely egy kész mű – pl. egy film előzeteseként – újravágását vagy más hanggal társítását jelenti. A filmes és állóképes idézet és adaptáció a plágium köréből kikerülve, elfogadott alkotói módszer lett, sőt, hidat képez a hivatásos és műkedvelő alkotók közt.” In: *Ifjúsági szubkultúrák művészetpedagógiája* / Kárpáti Andrea. In: Magyar Tudomány. 2019. 967. o.) Ez által megerősödhet a tanulás társas jellege, a tudástartalmak hálózaton történő közös kezelésének gyakorlata, melynek alappillérei a következők: megosztás, kommentálás, értékelés.

Egyre jobban elterjed egy új tanulásszervezési forma: a hálózati csoportmunka, amely lehetővé teszi akár 100 fő számára is látható és követhető módon az interakciót az internetalapú permanens információáramlás során. A pedagógus építhet a gyerekek önálló közösségi tevékenységére is, ahogy Arató László magyartanár diákjaival a facebookon létrehozta az *Egri csillagok* profilját, és a kötelező olvasmány feldolgozása e közösségi oldal gondozásának keretei közt valósult meg.

Napjainkban a médiát és az oktatást már képtelenség lenne egymás ellenében meghatározni. A médiaoktatás nélkülözhetetlen, hiszen tárgya a média vezető iparág, első számú szocializációs tényező, birtoklása hatalmat jelent, a jövő kommunikációja a digitalizált képi kommunikáció, és nem mellesleg a fiatalok életét kitölti a médiahasználat, ahogy az alábbi táblázat is szemlélteti:

Fő- komponensek megnevezése	Kommunikáció, szórakozás		Játék	Tájékozódás, információ- szerzés	Tanulás, iskolai feladatok végzése
Itemek	közösségi használat	háló	egyszereplős játékok játéka	hírek olvasása az interneten	tudományos letöltése mobil eszközre
	chat alkalmazások használat		többszereplős online játékok játéka	praktikus információk szerzése internetről	tanulási appok letöltése mobil eszközre
	videomegosztók böngészése szórakozás céljából				számítógépen végezni a házi feladatot mobil eszközön végezni a házi feladatot e-mailen tartani a kapcsolatot a tanárral/házi feladatot e-mailen beküldeni
					iskolai társakkal e-mailen megbeszélni az iskolai feladatokat
					a tanórák megértéséhez az interneten böngészni feltölteni/letölteni az iskola honlapjáról/böngészni az iskola honlapját az iskola honlapjáról információk szerzése az internetet böngészni iskolai feladat elkészítéséhez

(Vincze Anikó: *Az IKT és az oktatási egyenlőtlenségek összefüggései*. In: Magyar Tudomány. 2018. 1730. o.)

A médiapedagógia célja, hogy egyre mélyebb és hasznosabb legyen a médiahasználat. Elmaradás általában nem az eszközellátottságban van, hanem a magasabb szintű kognitív munka területén. A médiaszövegek elemzése, értelmezése, kritikája (meghatározott támpontok, értékelési szempontok alapján) hatékony, konstruktív, felelős (felhasználási feltételekre, adatvédelemre kiterő) használatának az elérése a feladat. A médiapedagógia módszere pedig leginkább a cselekedtetés – a learning by doing.

A fenti evidenciák ellenére az új 2020-as NAT szerint az iskolában a hagyományos informatika-oktatás megszűnik, digitális kultúra néven a 3. évfolyamtól a 8. évfolyamig heti 1 órában él tovább, és a későbbiekben a szakmunkástanulók nem is részesülnek ilyen irányú képzésben. A gimnáziumokban 2-1-2 óraszámban folytatódik a tantárgy, hogy az érettségi évében átadja a helyét a heti 1 órás mozgókép és médiaismeret nevű tantárgynak, amely versenyben áll létéért a másik kötelezően választható, dráma és színház tantárggyal. A mozgókép és médiaismeret választható érettségi tantárgy, de csak közép szinten, általában a gyengébb képességű diákok megmentésére, és alacsony presztízsű.

Megoldást az jelentene, ha valamennyi évfolyamon zajlana jól képzett szakemberekkel végzett szakszerű és élményszerű médiaoktatás, azaz létezne egy elismert és elfogadott tantárgy, amit kiegészítene egy bizonyos átlós módszer, aminek kapcsán valamennyi tantárgy kapcsolódna így vagy úgy a médiatudományokhoz. Ennek csírája megtalálható a nyelvtanórán, mikor nem a hagyományos grammatika, hanem a kommunikáció a téma, illetve az irodalomórán, mikor egyes művek filmes adaptációjával foglalkoznak, és így érintik a filmművészet egyes kérdéseit is. Az iskola sokat tehet a rendszeres szakórai műsor- vagy linkajánlatokkal is, különösen, ha az itt nyert tudást sikeresen beépíti a tananyagba.

A digitális pedagógia, avagy internetalapú médiapedagógia legfőbb célja a kritikus és tudatos szelektív médiahasználat elérése, azaz médiatudatosság fejlesztése. Lehet tanítani a klasszikus konzervatív pedagógiai módszereket elhagyva a digitális média segítségével bármely dolgot, természetesen magát a médiát is. A digitális pedagógián a médián keresztül történő oktatást értjük, az oktatás célú médiumok használatát, készítését. Valójában a Nagy Andor-féle az 1970-es években induló iskolatévé reneszánszát éljük napjainkban megerősítve a játékos, interaktív elemekkel.

De magának a médiaoktatásnak mi legyen a tananyaga? David Buckingham a következőket javasolja:

1. médiaszövegek tudatos, kritikus olvasása

Ennek feltétele:

- alapfogalmak (média működése: gyártás, forgalmazás [üzleti haszon]; műfajok; médianyelv, eszköztár stb.) ismerete
- digitális tartalmak gyűjtése, rendszerezése, digitális kooperáció másokkal
- kutatások: saját fogyasztói viselkedés; egy adott esemény sajtó visszhangja; egy műsor befogadói; médiavállalat működése; új tévéműsor piacra dobása stb.

2. médiaszövegek írása, azaz tartalom-előállítás, fejlesztés, megosztás.

Alkotás feltétele:

- szükséges felszerelések megléte
- saját és a társak munkáinak értékelése
- technikai feltételek és önkifejezésre törekvő ambíciók egységére való törekvés.

A számonkérés, az osztályzás háttérbe szorul az online-pedagógiában. Egyre inkább kritérium-feladatban (elkészíti-e vagy nem a diák a feladatát) és nem dolgozatban, nem ötfokozatú osztályzásban gondolkodnak a tanárok. A technikai megoldásoknak köszönhetően egyénre szabott visszacsatolás terelgeti a tanulókat a tanulás folyamán, amelyet többek közt a magyar eDia online értékelő rendszer is biztosít. Újabb előnye tehát a digitális eszközök használatának, hogy általuk létrejön egy könnyedén átlátható pedagógiai adatbánya a tanulók tudásáról, elakadásairól, tanulásuk tempójáról, amelyre épülhet a tanulást támogató rendszerek továbbfejlesztése. A tanórán alkalmazott szavazórendszerek biztosíthatják a tanárok konkrét, élőben folyó tanítására való gyors és folyamatos visszajelzést.

A 2020-as esztendő távoktatásán folyó dolgozatírás a csoportmunkában létrejövő együttműködést, ill. a társadalmi tőke erősítését alakította ki – a gyerekek kiosztották egymás között a feladatokat, megtalálták és hasznosították azokat a gyerek vagy felnőtt ismerőseiket, akik az épp aktuális szakterületen kompetens tudással bírnak, hasonlóan, mint az iskolán kívüli világban. A puskázás terén is létrejöttek technikai újítások, az okos telefonok adatbázisai mellett olvashatunk Google szemüvegről, kontaktlencséről. Valószínűleg egyre több területen a gyors, sikeres választást, azaz inkább a hatékony interneten való keresést kellene értékelni, különösen az oktatás középső, felső szintjein.

Azonban hibás és haszontalan is lehet az internet-felhasználás az oktatásban, ha például a tanulók nem mélyednek el az internetes forrásokban, csak másolnak és beillesztenek, anélkül, hogy elolvasnák azt, és a forrást meg sem jelölik. Ugyanígyen helytelen a PowerPoint-diák egyszerű lemásolása vagy előadásként a diákról való egész mondatok felolvasása. Ezeket a jelenségeket a pedagógusoknak ki kell szűrniük a saját és a diákok tevékenységéből egyaránt.

Az alábbi táblázat összefoglalja és összehasonlítja a közelmúlt és a remélt közeljövő oktatását. Vajon a régi és új elemek milyen aránya az optimális?

Ipari kor oktatása	Digitális kor oktatása
Tanárcentrikus	Tanulócentrikus
Szabványosítás: NAT	Személyre szabott
Passzív	Aktív, interaktív
Már ismert dolgok tudása: memorizálás	Felfedezés, új dolgok megtanulásának képessége
Versengés	Megosztás

A pedagógusok munkáját segítheti, kiegészítheti valamennyi iskolás korosztály esetén a Bűvösvölgy, a médiaértés-oktató központ. A médiatudatosságra való nevelés intézménye két városban – Budapesten és Debrecenben – iskolai szervezés keretében, ingyenesen látogatható.

1. Karantén-iskola 2020 tavaszán

Az online tanulás, mikor a tananyag átadása és az ellenőrzés is online formában zajlik, 2020 tavaszán lett egyedüli módja az oktatásnak, és annak valamennyi szintjén óvodától egyetemig.

Az egyes iskolák tanárai általában különböző rendszereket használtak. Az eddig használt KRÉTA a vírus előtti offline világ megfelelő kategóriát és feladatait tartalmazza: tanmenet, tantárgy, tananyag, házi feladat, számonkérés, osztályzatok, igazolt és igazolatlan hiányzások – így nem csoda, hogy csak az adminisztrálásra használták az iskolák. A tényleges kapcsolattartás módjai a Google Classroom, a Skype, a Microsoft Teams, a facebook-csoportok, a messenger, a videókonferenciák (pl. Zoom). Használtak oktató videókat (Youtube, Khan Academy), sok-sok fejlesztő feladatra leltek az okosdoboz.hu-n, a mozaweb-en, és a Redmenta segítségével önállóan is létrehozhattak feladatsorokat. Minden bizonnyal a gyerekek digitális kompetenciája is fejlődött e sokféle alkalmazás használatával. A digitális oktatásra való áttérés idején erősödött az a tendencia, hogy a technika alkalmazásának a téréen a gyerekek segíteni tudnak tanáraiknak, ill. hogy lehetőség van a személyes figyelemre, az egyedi visszacsatolásokra.

A pedagógusok a különböző tanárblogokban támaszra is lelhettek, ahol akár ismeretlen tanárkollegák nyújtottak egymásnak segítő kezet. A távoktatás egyértelmű

pozitívuma lett, hogy a tanárok eszköztára bővült, persze csak abban az esetben, ha megfelelő energiát fektettek be az új lehetőségek megismerésébe, kipróbálásába, alkalmazásába, esetleges módosításába.

Az oktatás során kiemelten fontos, hogy biztosítva legyen az esélyegyenlőség. Sajnos a digitális távoktatás növelte a gyerekek közti szakadékokat – azok a gyerekek, akik mögött nem álltak ambiciózus, idővel és türelemmel rendelkező szülők, és nem állt rendelkezésükre megfelelő digitális eszközpark, lemaradtak szerencsésebb sorsú társaiktól, és vesztesei lettek a karantén-iskolának.

Felfoghatjuk a digitális távoktatás e korszakát egy nagy közös és tanulságos kísérletnek, amely felelősségteljes önállóságra nevelt gyereket, szülőt és pedagógust egyaránt. Egy dolog azonban kétségkívül bizonyossá vált: attól nem lesz digitálissá egy oktatási rendszer, hogy a megszokott módszertani eszköztár online felületek segítségével kerül közvetítésre, szükséges a jelentősebb szakmódszertani megújulás, amely sokkal több, mint a közvetítő közeg – offline térből az online térre való – váltás.

A pandémia által diktált kényszerhelyzet olyan mérvű változásokat indukált, amely hozzájárulhat a köznevelés 100 éves elmaradása csökkentéséhez.

Szakirodalom

A média pedagógiája / Nagy Andor. – Eger: EKTf Líceum Kiadó, 1999.

Média-didaktika / Hegedűs László. – Budapest: Eötvös József Könyvkiadó, 1999.

Médiakritika: tanulmányok a média kritikai megközelítéseinek témaköréből / Terestyéni Tamás szerk. – Budapest: Osiris: MTA ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 1997.

Médiaoktatás / Buckingham, David. – Budapest: Új Mandátum Kiadó, 2005.

Miért van szükség a média tanulmányozására? / Silverstone, Roger, Károlyi Júlia ford. – Budapest: Akadémiai Kiadó, 2008.

Projekt módszer a vizuális nevelésben és oktatásban / Havasi Tamás in: *Projekt módszer, projekt oktatás* / szerk.: Revákné Marakóczy Ibolya, sorozatszerk.: Chrappán Magdolna) RE-PE-T-HA-KÖNYVEK – Debrecen: Debreceni Egyetem Tudományegyetemi Karok, 2011.

Oktatásinformatikai ismeretek. Tanítás és tanulás az információs társadalomban / Ollé János, Papp-Danka Adrienn, Lévai Dóra, Tóth-Mózer Szilvia, Virányi Anita. – Budapest: ELTE Eötvös Kiadó, 2013.

Médiaműveltség / Aczél Petra. In: *Médiatudatosság az oktatásban*. Konferenciakötet. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet, 2013.

Műveljük a médiát! / Aczél Petra, Andok Mónika, Bokor Tamás. – Budapest: Bűvösvölgy, Wolters Kluwer, 2015.

Médiaműveltség / Potter, W. James. – Budapest: Bűvösvölgy, Wolters Kluwer 2015.

Hogyan használjuk a közösségi médiát az oktatásban? / Poore, Megan. – Budapest: Bűvösvölgy, Wolters Kluwer 2015.

Újra választáson a mozgókép- és médiaoktatás? / Hartai László. – Neveléstudomány, ELTE PPK 2016.

A mobiltanulás ábécéje pedagógusoknak. Módszertani és technikai ötletek a mobilozó tanulóhoz / Fegyverneki Gergő, Aknai Dóra Orsolya. – Budapest: Neteducatio 2017.

Légy te is menő blogger és vlogger 10 lépésben / Birley, Shane. – Budapest: Babilon, 2019.

Digitális forradalom az oktatásban – perspektívák és dilemmák / Molnár Gyöngyvér, Turcsányi-Szabó Márta, Kárpáti Andrea. – Budapest: Magyar Tudomány 2020/1. 56-67. o.

Dialógusok határtalanul. A pedagógiai kultúraváltás kérdései / Imre Anna, Kaposi József, Szőke-Milinte Enikő. – Budapest: Szaktudás Kiadó Ház, 2020.

Karanténkultúra és járványvilág - Feljegyzések a korona idején / H. Nagy Péter. – Budapest: Prae, 2020.

Internetes források

A média szerepe a gyerekek fejlődésében / Kósa Éva

<https://mindentudas.hu/el%C5%91ad%C3%A1sok/tudom%C3%A1nyter%C3%BCletek/b%C3%B6lcs%C3%A9szettudom%C3%A1ny/143-pszichol%C3%B3giai-tudom%C3>

Az elektronikus médiumok hatása a fiatalok szocializációjára / Havasi Tamás

<https://slideplayer.hu/slide/2146969/>

A gyurmát és a festéket nem lehet multimédiával kiváltani / Pléh Csaba

qubit.hu/2019/04/26/pleh-csaba-a-gyurmat-es-a-festeket-nem-lehet-multimediaval-kivaltani?fbclid=IwAR3Ypn951EVravoIUo1tymBqCx6SVq7G

Wifi lesz minden iskolában, a diákok okostelefonon írhatnak dolgozatot / Joób Sándor

<https://index.hu/belfold/2019/10/10/iskola-okostelefon-wifi-dolgozat-tananyag-digitalizacio-solymar-karoly-itm/?fbclid=IwAR2NfnlKVxO2A>

A digitális munkarendű oktatás. Tapasztalatok és tanulságok / Mongyi Norbert – Szabó Roland

<http://www.tani-tani.info/a-digitalis-munkarendu-oktatas>

A mai oktatási rendszer / PrinceEa

<https://youtu.be/tRNf22Zg6AQ>

Empátiára nevelés a digitális korban / Tímár Borbála

<http://www.mediapedagogia.hu/empatiara-neveles-digitalis-korban/>

Meg kell tanítani a gyerekeket a média értelmes használatára / Alpár Vera

<https://kamaraonline.hu/alpar-vera-meg-kell-tanitani-a-gyerekeket-a-media-ertelmes-hasznalatara/?fbclid=IwAR0m08rTnk8bxHMIgK3uRC4IEXUvvNgwWfPDa00vIWB1aG>

Tanár úr mémem

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

Tantermen kívüli digitális oktatás / Braun József

http://www.tani-tani.info/tantermen_kivuli_digitalis_oktatas

Álhírekől és trollokból képeznék ki a gyerekeket egy tananyagcsomag / Presinszky Judit

<https://telex.hu/belfold/2020/11/18/gyerek-nevelesmeditroll?fbclid=IwAR2KMzGoHbH>

Piarista iskolák a távtanulás időszakában I. / Lázár László, Bíró Fanni, Tóth-Szabó Veronika

http://www.tani-tani.info/piarista_iskolak_a_tavtanulas_idoszakaban_i

Piarista iskolák a távtanulás időszakában II. / Lázár László, Bíró Fanni, Tóth-Szabó Veronika

http://www.tani-tani.info/piarista_iskolak_a_tavtanulas_idoszakaban_ii

Kérdések, feladatok

1. Milyen elektronikus játékkal játszol? Milyen gyakorisággal? Hogyan hat rád? Milyen képességeid fejleszti? Vannak-e negatív következményei?
2. Melyek a legkedveltebb mesefilmek az óvodások és a kisiskolások körében napjainkban?
3. Keresd meg egy-egy azonos mese különböző vizuális megjelenítését! Vajon melyik hat a belső kép kialakítására kedvezőbben?
4. Vizsgálódj a csoporttársaid körében: ki tanult eddigi diákévei alatt média- és mozgóképismeretet, hányadik évfolyamon, mennyi ideig, milyen óraszámban, mi volt a tananyag, mennyire volt eredményes az oktatás?
5. Mit jelentenek az alábbi fogalmak: mediapedagógia, digitális pedagógia, médiaoktatás?
6. Milyen mértékű a 3-6 és a 6-10 éves gyermekek médiakompetenciája? Kutasd fel!
7. Írj a képhez kapcsolódó blog-bejegyzést!



8. Az alábbi fénykép 2020 tavaszán, a távoktatás idején készült. Értelmezd a képet!



9. Nézz utána, milyen port kavart a vasalódeszkás tornatanár videója 2020 júniusában!

Ezen a linken láthatod az eredeti videót:

<https://www.facebook.com/Koti72/videos/5312141272136719/?t=96>

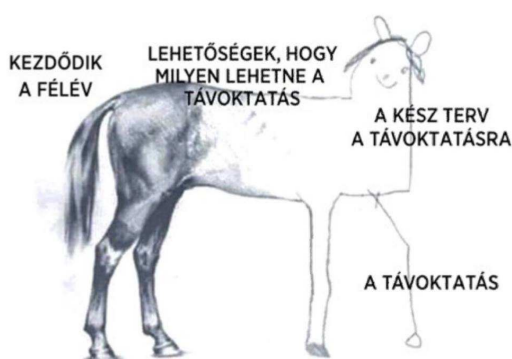
10. Nézz utána a Bűvösvölgy konkrét tevékenységének az intézmény honlapján!

11. Elemezd az alábbi táblázatot! Mely eszközökkel találkoztál az iskolás éveid alatt?

6.1 táblázat Az oktatási eszközök generációi		
generáció	közvetítő	eszköz
1. generáció	valóságos tárgy szimbólum	modell, makett, applikáció, falitábla, vázlat
2. generáció	nyomtatott anyagok	tankönyv, munkafüzet, feladatlap
3. generáció	auditív vizuális audiovizuális	magnetofon, állóképvetítő, mozgóképvetítő dia, írásvetítő, televízió, film
4. generáció	interaktív média digitális taneszközök	progr.oktatás, számítógép, nyelvi labor, multimédia, internet

12. Elemezd a *Költögető: versíró blog* gyerekeknek - *Állj verslábra!* blogot!
13. Olvass a mindenkori aktualitásokról Fegyverneki Gergő *Digitális család* honlapján!
14. Vond le a távoktatás tanulságait! Hasonlíts össze az online-oktatás során alkalmazott platformokat! Állíts össze elemzési szempontokat az összehasonlítás egzaktságához!

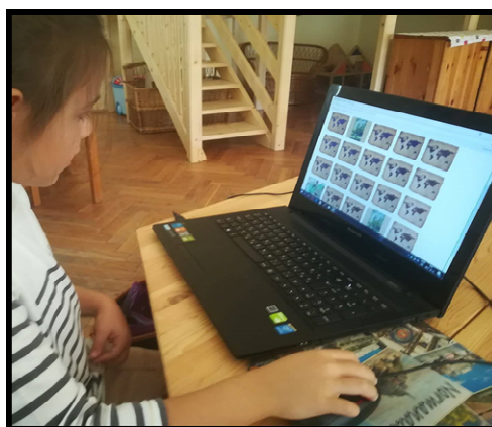
OKTATÁS 2020-BAN



VII. Médiapedagógia gyakorlata az óvodában és az alsó tagozaton

A gyermek, miközben felfedezi környezetét, olyan tapasztalatok birtokába jut, amelyek a környezetben való, életkorának megfelelő biztos eligazodáshoz, tájékozódáshoz szükségesek.

(Az Óvodai nevelés országos alapprogramja 2018. szept. 1-től)



1. Médiatudatosság az óvodás és a kisiskolás korban

A médiatudatosság „olyan képességek kialakítása, amelyek lehetővé teszik a médiához való hozzáférést, a médiatartalmak és -színterek elemzését, értelmezését és értékelését, valamint produktív tevékenységeket alapoznak meg.” (*Médiaműveltség / Aczél Petra. In: Médiatudatosság az oktatásban. Konferenciakötet. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet, 2013:42*)

A gyermekek érdekeit figyelembe vevő pedagógiai műhelyek az egyre médiateltettebb világunk megértéséhez bizonyos kulcskompetenciák kialakítását szorgalmazzák, azaz a média egyre növekvő szerepe indokoltá teszi a médiatudatosságra való felkészítést mint alapkompentenciát, mivel már az óvodásgyermekek is médiafogyasztók, ezzel a kihívással már az óvodáknak is szembe kell nézniük.

Meglátásom szerint az alábbi kifejlesztendő médiaműveltségbeli alapkompentenciák megteremtése lehet reális cél az alsó tagozat végéig:

- A különböző médiumokat (könyv, újság, televízió, rádió, internet, okostelefon, számítógép stb.) ismeri a gyermek, és a körülötte lévő felnőtt világ ellenőrzése, megszűrése, együttműködése mellett igyekszik tudatosan beágyazni a saját hétköznapi életébe, még pedig úgy, hogy a már tudott, tanult dolgokhoz köti az új ingereket, ez által folyamatosan bővíti a saját tudását.
- Képes a valóság és a fikció megkülönböztetésére, azaz fel tudja ismerni, hogy a valóság ábrázolásának különböző szintjei vannak, ebben segítheti a mesehallgatáskor is használt, Mérei Ferenc által kettős tudatnak nevezett képessége.
- A különböző médiatartalmak keletkezésével, forgalomba hozásával és céljával tisztában van. Tudnia kell, hogy egy mesefilm is éppúgy árucikk, mint egy fagyalt vagy egy cipő.
- Érvényesíteni tudja a kritikus szemléletet. Természetesen nem a politikai manipulációt kell kivédenie, de a reklámok, mesefilmek terén már alkalmaznia kell a kritikus hozzáállást, az egyes termékek, akár médiatermékek közötti tudatos választást.
- A mediális (technikai eszköz közbeiktatásával zajló) kommunikáció tudatos résztvevője. A szülők közösségi oldalán a legtöbb fényképen, videóban szerepel a gyermek – általában megkérdezése nélkül –, de felnőtt hozzájárulással, támogatással képes aktív részvételre is az internet alapú tudásanyag bővítésében. Élhetne vétójoggal az őt ábrázoló képek esetén; ill. ő is tud már fényképeket, videókat készíteni.

2. Az IKT-eszközök az óvodában és az iskolában

Az interaktív táblák osztálytermi megjelenése előtt egy évszázaddal korábbi világba léptek vissza a gyerekek, ha beléptek az iskola kapuján, ha nem vagy nem adekvát módon használják az okos táblát, a helyzet nem sokban változik. Így a mai gyerekek gyakran ingerszegénynek érzik az iskola világát, és próbálják a pedagógusoknak nem mindig tetsző tevékenységekkel érdekesebbé tenni azt.

2020-ban az óvodák csoportszobái az 1960-as évek otthonait idézik, miközben már a 3-4 évesek okostelefonnal mulatják az időt, ha hazatérnek. Meggyőződésem, hogy a hátrányos helyzetű gyermekek által látogatott óvodákban szükséges lenne, hogy azok a gyerekek, akik leggyakrabban a szülők szegénysége, iskolázatlansága miatt otthon nem találkozhatnak az internet adta lehetőségekkel, az intézmény falain belül megismerhessék azokat. Az óvoda felzárkóztató tevékenységének fontos része, hogy megtörténjen az alapvető IKT-ismeret átadása, hiszen ez a XXI. századi közvetlen és közvetett környezet felfedezésének szerves része. Magyarországon a társadalmi mobilitás tekintetében a társadalom 10 százaléka a leszakadók közé tartozik – az IKT-ismeretek és a digitális infrastruktúra hiánya, azaz a digitális szakadék erősítheti ennek a társadalmi törésvonalnak az elmélyülését, azaz a gyerekeket is érintő, peremre kerülés veszélyét. Vagyis, ha előre tudott, hogy bizonyos családokban elmarad a médiatudatosságra való felkészítés, akkor a gyerekintézményeknek ezt pótolni kell akár prevenciós munkával: aki tízévesen használ majd életében először számítógépet, szöveg- és képszerkesztő programokat hetente egyszer a digitális kultúra órán az iskolában, az szinte behozhatatlan hátránnyal indul a munkaerőpiacon, és féltő, hogy elmaradását tovább fogja örökíteni gyermekeire. A legtöbb óvodáskorú gyermek számára azonban, aki találkozik már otthon a számítógéppel, az internettel, a közösségben való létezés, az egymás melletti vagy a közös offline játék a legfontosabb óvodai „tananyag”.

A fentiek alapján tehát hasznosnak tartom, hogy a napjaink otthonát idéző csoportszobákban a könyvek mellett helyet kapjon a számítógép, a laptop, a tablet is, hasonlóan, ahogy megtörtént az iskolai tantermekben. Az óvónő használja is, természetesen példamutató módon, ezeket az eszközöket, azaz célratörően és csak néhány perces időtartamra – pl. nézze meg az időjárást abból a célból, hogy mikorra tervezzék a kirándulást, írjon levelet egy másik óvoda adott csoportjának, hogy megbeszéljenek egy látogatást stb., ez a tevékenység a gyerekek előtt, nekik bemutatva történjen. (A mai általános gyakorlat: elvileg

az óvónők nem használhatnak mobiltelefont munkájuk alatt, de a rájuk bízott gyermekek tanúi annak, hogy az óvónőjüknek napközben több „fontos” hívása, üzenete van.)

A gyermekek is használhatják önállóan, megfelelő útmutatást követően, játékra ezeket az eszközöket ugyanúgy, mint a többi játékot, hiszen az ikonok révén már nem akadály, ha valaki nem tud olvasni. Elképzelhetőnek tartom az interaktív tábla alkalmazását is egy-egy foglalkozás során, de csak olyan témák esetén, amelyek során a közvetlen tapasztalatszerzés nem megoldható.

Amit tanítanak, azt nem használjuk, amit használunk, azt nem tanítják az iskolában – ez az elv az írásra is vonatkozik. Az első osztályban hosszasan tanítjuk a kézírást, nem építve arra, hogy az óvodások a nyomtatott betűket használják, és saját monogramját szinte valamennyi nagycsoportos le tudja már írni. Az egyre inkább általánossá váló írásformákat, mint az sms- vagy gépírást informális keretek közt tanuljuk meg, az iskola mintha tudomásul sem akarná venni a külvilágban folyó változásokat. Mindenképpen tanítani kellene a billentyűhasználatot már az alsó tagozaton, hiszen a szinte megszűnt (heti 1 órássá vált) informatikaóra digitális kultúra néven ezt nem tudja biztosítani.

Az okostelefon-használat vitatott kérdés az alsó tagozaton, a legtöbb helyen az okostelefon a tanítás ideje alatt elzárandó tárgynak számít. Pedig e kézben tartható eszközt eredményesen is lehetne használni összefoglalásnál, számonkérésnél – pl. a kahoot – applikációt, természetesen ennek az az előfeltétele, hogy minden gyereknél legyen kompatibilis eszköz.

3. Az IKT-kompetencia gyakorlati felhasználása

Az alábbi folyamatosan bővíthető felsorolás veszi számba, hogy mire használhatjuk az IKT eszközöket az óvodában és az alsó tagozaton:

Archiválásra

- bármilyen programú óvoda, iskola megteheti ezt, de a régi és az új világ szerencsés találkozását adhatja például, ha egy néphagyományokra épülő óvodai program alapján dolgozó óvoda, iskola a jeles napokon készített fényképek, videók bemutatásával zárja az évet.
- a gyerekek vagy akár a pedagógusok által előadott élőszereplős vagy bábos mesejátékot felvehetnek, elkészíthetnek és bemutathatnak.

- nemcsak az óvodai, iskolai ünnepek, hanem a naponta épített fa- vagy legóépítmények, méltóak a megörökítésre az elbontásuk előtt, azaz a játék-elpakolás előtt, ez érvényes a kézműveskedés eredményeire is.

Alkotásra

- létre jöhetnek saját készítésű médiaalkotások, ami kapcsán a gyerekek az alapvető médiafogalmakat gyakorlati tevékenység révén ismerhetik meg. Készíthetnek a gyerekek videót a napi rutinjukról, pl. a fogmosásról vagy a cipőfűző bekötésről, vagy arról, hogyan gondozzák a kisállatukat – e feladatok által már a gyerekek óvodáskoruk óta aktív alkotói szerepet vállalhatnak a XXI. századi résztvevői kultúrában. Itt nem csak az önkifejezésbe kóstolhatnak bele a gyerekek, hanem egymás műveinek megtekintésével az interperszonális kapcsolataik is fejlődhetnek, gyakorolhatják a saját véleményformálást és a más nézőpontok meghallgatását, mérlegelését is.

Szakértői játékra (Drámapedagógia egyik műfaja, szerkezeti váza: cégalapítás, megbízatás, a megbízatás tényleges elvégzése konkrét eredményekkel. Ebben a munkaformában – a pedagógiában már általánosan ismert – projekt munka válik személyessé a szerepbe lépés segítségével, hiszen a játszók a cég szakértő dolgozói lesznek.)

- a gyerekekkel egy „reklámirodát” nyitunk, ez által a gyerekek a reklámszakemberek bőrébe bújva sok mindent mintegy belülről megértenek a reklám működéséről. Természetesen e „reklámszakemberek” nem elméleti képzésben részesülnek, hanem konkrét feladatokat kapnak: készítsenek el egy érdekes müzlis dobozt egy bizonyos fajta gabonapehely árusítására; rajzoljanak vagy ragasszanak rá; találják ki reklámjának a szlogenjét; ami ne tartalmazzon hazugságot, de emelje ki a termék vonzó tulajdonságait, és túlozhat is egy kicsit; mi legyen a reklámfigurája e terméknek, készítsék is el 2 vagy 3 dimenziós prototípusát. A gyerekek számára a munka folyamán az is érthetővé válhat, hogy a legjobb hirdetés, nem biztos, hogy a legjobb terméké.
- filmstúdió alapítására is van lehetőség. Adjanak a gyerekek nevet a filmstúdiónak, tervezzék meg a filmstúdió logóját. Megbízatás mese-rajzfilmre szól; a gyerekek válasszanak egy nekik tetsző mesét (fontos, hogy olyat, aminek nincs rajzfilm-változata, hogy a képi világ ne rekonstrukció legyen, hanem önállóan létrehozott mesevilág), rajzolják le a nekik legjobban tetsző részeket, állítsák sorrendbe a képeket, válasszanak mesemondót, szereplőket, operatőrt, hangmérnököt, akik felveszik a kép- és hanganyagot. Ha elkészül a film, mutassák be a másik csoportnak, osztálynak, a szülőknek, rendezzenek igazi mozielőadást, ülőhely jegyekkel, pattogatott kukoricával, a sikeres filmbemutatót a filmstúdió munkatársai gyerekpezsgővel is megünnepelhetik.

Szemléltetésre

- egy afrikai eredetű népmese megismerése előtt segítségünkre lehet egy Afrikát bemutató PowerPoint-diasor; tavasszal egy bekamerázott gólyafészek történeteit követhetjük heti rendszerességgel; a zene-hallgatás lehetőségei vagy akár a természet hangjainak felidézése is határtalanná válik az internet segítségével; a google maps segítségével a gyerekeknek az óvodát és a haza vezető utat különböző perspektívákból mutathatjuk meg.

Médiatudatosságot fejlesztő foglalkozásra

- melynek lehetnek a témái például az alábbiak: mi lehet egy adott kép, festmény keretein kívül (fókuszálás: hiány és szelekció felismerése); tapssal jelöljük, ha reklám van a mesecsatornán, tapssal jelöljük, ha vágást fedezünk fel a mozgóképen; a konkrét reklámból, reklámszövegből kitalálják-e a gyerekek, hogy mely terméket kívánják eladni általa; a rajz és a fotó közti különbségek; a színész és a szereplő közti különbségek tudatosítása.

Az iskolára való felkészítésre, az iskolai tananyag játékosítására

- ezen a téren igen hasznosak lehetnek a gyerekekkel a magyarul, vagy idegen nyelvű oktatás esetén idegen nyelven kommunikáló készségfejlesztő mobil applikációk (mobilapps), alkalmazások. Valószínűleg ezek létrehozásában hamarosan az óvodapedagógusok is közre tudnak majd tevőlegesen működni, ahogy a tanítók már önálló feladatok gyártását gyakorolhatták 2020 tavaszán a digitális oktatás idején. Ebben segítenek a képregényt készítő programok (Pixton, Toondoo, Creative Commons), a Blender, ami egy szabad, nyílt forráskódú, háromdimenziós grafikai program, a Dolnk, Muvizu animációt készítő software-ek.

Közösségi médiahasználatra

- a közösségi oldalakon óvodai, iskolai zárt csoportok működnek az óvodai, iskolai hírek, a heti mese, az iskolai tananyag, a házi feladat és egyéb tevékenységek közreadásának céljából. Így lehetőség nyílik arra, hogy a csoport tagjai jobban megismerjék egymást, közösséggé váljanak – akár egy óvodán, iskolán kívüli tevékenységet is megszervezenek.
- fontos lehet, hogy a profilt létrehozó pedagógus összefogja, gondozza az oldalt a túlzottan magánjellegű képek vagy a személyeskedő megszólalások tudatos kizárásával, az is ajánlatos, ha példát mutat az értelmes internethasználatra: az óvodás- és kisiskoláskorra vonatkozó tudományos igényű ismeretterjesztő cikkekre felhívja a szülők figyelmét, alkalmazhat közösségi könyvjelzőket is, amellyel megbízható, valószínűleg érdeklődésre számot tartó webes forrásokat jelöl meg.

- a szülői mediáció egyes módjai és gondjai is megvitatásra kerülhetnek ezen a platformon, ezáltal csökkentve az ezen a téren megmutatkozó szülői bizonytalanságot.
- osztálycsoport esetén az adminisztrátori és szerkesztői szerepkört megtartva a szerzői feladatokat fokozatosan átadhatja az osztályfőnök abból a célból, hogy a gyerekek saját maguk töltsék fel tartalommal a csoportoldalt, posztolhassanak, kommentekben reagálhassanak egymás bejegyzéseire, megjegyzéseire. Nyilvánosság körét is ők maguk állíthassák be: mit láthat csak a tanár, csak a diákok, láthatják-e az oldalt a szülők, így a tudatos használatot valós keretek közt sajátíthatják el.

Szakirodalom

Médiahasználat és olvasóvá nevelés / Fülöpné Erdő Mária. – Budapest: Corvinus Kiadó, 2002.

A médiáról – neked (1-3.). Médiaismeret-terjesztő füzet sorozat 6-16 évesek számára / Kozák Zsuzsanna. – Budapest: Búvösvölgy, 2015.

IKT az óvodában: Kihívások és lehetőségek / Fáyné Dombi Alice, Hódi Ágnes, Kiss Renáta. – In: Magyar Pedagógia 91–117. 2016.

Iskolakezdéshez szükséges képességek fejlesztése számítógépes és mobilalkalmazások segítségével / Misják Barbara, Berecz Antónia. – In: *Multimédia az oktatásban konferencia* 2018, Nemzeti Közszerzői Egyetem, 108–113, 2018.

Internetes források

A gemenci fekete gólyák élete a webkamerán

https://madarles.hu/?fbclid=IwAR3TU-ciuo_zEtPSiGkyr9gy2RUO6LHY3t1Uz0Dqfu9ERYHYBZgT5pn3UfM

Meztelen, sír, nem akarja – ne posztold a gyerekfotót! /

https://www.digitaliscsalad.hu/biztonsag/meztelen-sir-nem-akarja-ne-posztold-a-gyerekfotot?c_name=hu-19-11-c-f-k-a-a-brd-care-family-dcs-nov-bid-2019-red0154&c

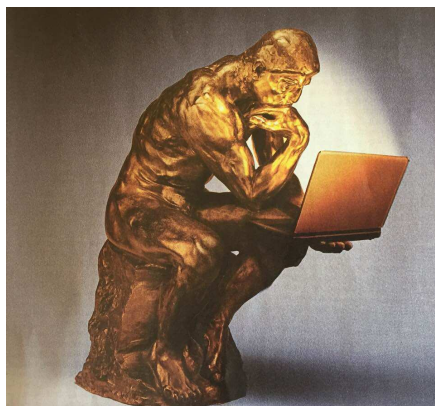
Hogyan foglalkozzon az óvodapedagógus az informatikával? / Nagyné Szabó Etelka

<https://moderniskola.hu/2016/02/16566/?fbclid=IwAR0LqU3joqMY1w-rVbVDtlYELZX4KRsbXo9wIt90rQvTUNKtrKjEcFqmDw>

Kérdések, feladatok

1. Készíts beszámolót bármelyik leírt feladat-ötlet gyakorlatban való átültetésének a tapasztalatairól!

Összegzés



https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3614639111885468&id=100000182438894

A világ és önmagunk értelmezéséhez, koordinálásához mindig is szükségünk volt és lesz a médiára. Jogunk van a tájékozódásban a tisztán látáshoz, amit segítenie kell a médianak, nem pedig nehezíteni. Ismernünk kell a napjainkat meghatározó médiavilágot, hogy az életünkbe tudjuk integrálni, hogy részese lehessünk az emberi tudás-tőke bővítésének, de oly módon, hogy e technikai eszközök irányítása a kezünkben maradjon, és ne ezen eszközök rabolják el feleslegesen az időnket, azaz életünket. Szükség lehet az ún. digital detoxra is: hogy időnként képesek legyünk kivonulni a digitalizáció világából.

A gyermekeknek az adott technikai, társadalmi környezetre való felkészítése valamennyi pedagógus feladata, e feladat alól az internet és az elektronikus média által átszőtt világunk szorításában az óvónő, tanító sem bújhat ki. Az IKT-eszközök adta számtalan lehetőség kiaknázásának feltétele a pedagógusok szakmai, módszertani tudásának és egyben digitális kompetenciájának folyamatos fejlesztése – ennek első lépése nyitottságuk megnyerése a digitális írás-olvasás terén.

Alapvető fontosságú, hogy a pedagógus módszertana változatos és tudatos legyen, a különböző oktatási eszközökkel (akár egy makett, akár egy feladatlap, akár egy mobilalkalmazás) megfelelő arányban, adekvát módon, nem öncélúan, nem kizárólagosan éljen. A médiapedagógia csak az egyik szín a pedagógus eszköztárának palettáján, azaz az IKT eszközök sose szorítsák ki az óvodák, iskolák életéből a sétát, a kirándulást, az udvari és csoportszobai játékot, az élőszavas mesélést, a bábozást, az énekszót, a táncot, a rajzolást, a termésekből való kézműveskedést, technikaórán a valós munkadarab készítést stb., de e tevékenységekre is termékenyen hathat vissza a világhálón található tudásanyag.

Melléklet

A jegyzet anyagát kikérdező 50 pontos teszt sorok

I.

dr. Vargáné Krén Nikolett levelező tagozatos hallgató munkája

Alapfogalmak

Rendelje a keretben megadott, médiával kapcsolatos kulcsfogalmakat alábbi (1-10) definíciókhoz! **Figyelem: 5 kulcsfogalom felesleges!** (Minden helyes válasz 1 pont, összesen 10 pont).

web 2.0; hír; kereskedelmi tévécsatorna; nemzedékek; médiadokumentáció; információs társadalom; kibertudatosság; IKT eszköz, showman, kapuőr, LLL (lifelong learning); influencer; tömegkommunikáció; web 1.0; multitasking;

- 1): véleményvezér, aki megpróbálja befolyásolni, inspirálni, szórakoztatni a közösségi médiákon feliratkozó követőiket.
- 2): szellemes műsorvezető
- 3): elsősorban tényekre szorító, semleges hangnemű információ.
- 4): az információ központi fontosságú, amely nagyipari eszközök használatával, hálózatba szervezett tárolással, előállítással valósul meg.
- 5): tömegkommunikációs szervezet tagjai (pl. szerkesztők), akik – elsősorban a célközönség szükségleteinek megfelelően – szelektálnak az információk között.
- 6): a technika és a média tudatos használata, az információk megfelelő kezelése
- 7): életen át való tanulás
- 8): az internetes világgal való kapcsolatuk, azzal kapcsolatos eltérő jellemzőik alapján M. Prensky által bevezetett „digitális bevándorlók”, illetve „digitális bennszülöttek” fogalma.
- 9): második generációs internetes szolgáltatások (pl. blogok, wikik, youtube). A tartalomkészítők és fogyasztók közötti határok megszűnnek.
- 10): könyvtárak, filmarchívumok, videó-, kézirat-, fotó-, plakáttárak.

Médiatörténet

Igaz vagy hamis? (Minden helyes válasz 1 pont, összesen 5 pont.)

- 1): Az első hangosfilm a Jazzénekes volt, 1938-ban. (*a Jazzénekes volt, 1927-ben*).
- 2): a Magyar Televízió első adásában Kádár János is megszólalt
- 3): az első elektronikus levél dátuma 1972.
- 4): a Népszava c. újság 1905 óta napilapként jelenik meg.
- 5): az első okostelefon Japánban jelenik meg.

Média napjainkban

Magyarázza meg az alábbi kifejezéseket! (Minden helyes magyarázat 2 pont, összesen 10 pont.)

- 1) kultivációs hatás:

.....

- 2) hiperlink,

hiperszöveg:.....

- 3) *szimultanizmus*:

.....

- 4) *mobil-etikett*:

.....

Elektronikus médiaműfajok

Az alábbi lyukas szövegben helyezze el a megadott szavak közül a megfelelőt! (Minden helyes szó 1 pont, összesen 5 pont.)

thriller; szerzői vagy művészfilm; vígjáték; szerelmes filmek; melódrama

A két világháború közt Magyarország a gyártott filmek száma szerint Európában a harmadik helyen állt. A (1) (pl. Hyppolit, a lakáj) és (2) (Halálos tavasz) műfaja volt a legnépszerűbb. Az 50-es éveket a propagandafilmszerű filmek jellemzik – pl. Állami áruház –, Kádár-korszakot az ún. (3) (lásd pl. Jancsó Miklós vagy Huszárik Zoltán életművét). Jelenünket egyrészt a fesztiválsikerek (Berlin, Cannes), másrészt a magyar közönséget visszahódító vígjátékok (Valami Amerika, Üvegigris), (4) (Kincsem, Csak szex és más semmi, Testről és lélekről, Felkészülés meghatározatlan ideig

tartó együttlétre) jellemzik. Az egyre gyakoribbá váló külföldi filmes bér munkák nemcsak bevételt, turisztikai értéket jelentenek, hanem biztosítják a hazai szakemberek fejlődését is.

Gyakran keverednek a különböző filmes műfajok egy filmben belül – ilyen pl. Élősködők, amely 2020-ban a legjobb film kategóriában kapott Oscar-díjat, műfaja: vígjáték-
(5)

Médiakorszak gyermekei

Válaszoljon az alábbi kérdésekre! (Minden helyes válasz 2 pont, összesen 10 pont).

1) Jellemezze az alfa-generáció (2010 után született) gyermekeit a médiafogyasztás, digitális eszközhasználat szempontjából!

.....
.....
.....

2) Miért okozhatnak a médiatermékek önértékelési zavarokat a gyermekek, főleg a kamaszok körében?

.....
.....
.....

3) Milyen okok állhatnak a gyermekek figyelemzavarának, fantáziahiányának a hátterében?

.....
.....
.....

4) Mit jelent a szülői mediáció?

.....
.....
.....

5) Fogalmazzon meg néhány szabályt/javaslatot a gyermekek médiahasználatára vonatkozóan!

.....
.....
.....

Médiapedagógia – azaz a média tanítása és a médiával való tanítás

Az alábbi táblázat elemei a „közvetítő” és „eszköz” oszlopaiban összekeveredtek. Állítsa vissza a helyes állapotot! (Minden megfelelő helyen lévő megoldás 1 pont, összesen 8 pont).

<i>generáció</i>	<i>közvetítő</i>	<i>eszköz</i>
<i>1.generáció</i>	interaktív média, digitális taneszközök	magnó, állóképvetítő, írásvetítő, televízió, film
<i>2.generáció</i>	auditív, vizuális, audiovizuális	programozott oktatás, számítógép, multimédia, internet
<i>3.generáció</i>	valóságos tárgy, szimbólum	modell, makett, applikáció, falitábla, vázlat
<i>4.generáció</i>	nyomtatott anyagok	tankönyv, munkafüzet, feladatlap

Médiapedagógia gyakorlata az óvodában és az alsó tagozaton

Válaszoljon a kérdésekre! (A helyes válasz kérdésenként 1-1 pont, összesen 2 pont.)

1) Milyen médiaműveltségbeli alapkompenciák megteremtése szükséges az alsó tagozat végéig?

.....

2) Milyen IKT eszközök használhatók az óvodában és milyen célokra alkalmasak?

.....

II.

Thot Martina nappali tagozatos hallgató munkája
 – Sokpettyes feladatok –

1. Minek a rövidítése? 4 pont /

IKT

LLL

GYIK

NMHH

2. Melyik televíziós csatornatípushoz tartoznak az alábbi műsorok? 10 pont /

Exatlon Hungary, Fapad, Futurama, Konyhafőnök, Lapzárta, Maradj talpon!, Világ a város alatt, Virtuózok, XXI. század

Közzszolgálati	Kereskedelmi	Kábeladó

a) Melyik műsor bír a leggyerekbáratibb tartalommal? Karikázd be!

3. Mit rejtenek az alábbi logók, márkajelzések vagy mire emlékeztetnek? 5 pont /

4. Válaszolj a kérdésekre!

5 pont /

a) Mit jelent a nomophobia?

.....

.....

b) Mi a Gutenberg-galaxis?

.....

.....

c) Mit nevezünk médiazajnak?

d) Honnan ered a *szappanopera* kifejezés?

e) Mi a gamification?

5. Írd be a megfelelő helyre a felsorolt szavakat!

6 pont /

Facebook, Kahoot, Minecraft, TikTok, Twitter

- a) Archívumát az amerikai Kongresszusi Könyvtár gondozza: _____
- b) A világ harmadik legnépesebb „országa”:

- c) Kínai eredetű videómegosztó felület:

celeb, kapuőr, mediátor, producer, troll

- d) Médiaterméket objektíven bemutató funkciót lát el: _____
- e) A filmek pénzügyi háttérét megteremtő „főmotor”:

- f) Pökhendien erőszakos kommentelő:

6. Hogyan állítja szembe Don Pascott a tévés és az internetes nemzedéket?

Kötsd az egyes tulajdonságokat a megfelelő csoporthoz!

6 pont /

Tévés

aktív

passzív

kísérletező

„krumpli-generáció”

Internetes

tunya

játszva tanul

7. Karikázd be a megfelelő válaszok betűjelét!

3 pont /

Milyen ellentmondásos hátránya van a folyamatos hálózati jelenlétnek?

- a) A médiaértés technikai és tartalmi szintje hiányosságokat mutat.
- b) Nem feltételezi a minőségi médiahasználatot.
- c) E tevékenység napjaink lezáratlan, folyamatosan bővülő tudásanyagára épít.

Mitől int óva David Buckingham?

- a) A diákok ismerik, szeretik az új elektronikus médiumokat.
- b) Nem jó, ha a médiapedagógia célja a felkészítés, az okos felhasználás inspirálása, hogy a gyerekek alkotói legyenek a médiának.
- c) Hogy az új technikákat magától értetődően a bölcsesség és az igazságosság varázskövének lássuk.

8. Állapítsd meg, melyik lehetőség valószínűbb!

3 pont /

- a) Bűnügyek aránya a valóságban:

lopás ☐ *gyilkosságok*

- b) Gyermekek időtöltésének megoszlása:

szülő ☐ *média*

- c) Offline, online aktivitás nem szerint:

fiúk ☐ *lányok*

9. Mi a közös az alábbi párosításokban?

4 pont /

Momo, Kék bálna:

.....

Togetherville, Snapchat:

.....

Super Mario, Sims:

.....

Pixton, Creative Commons:

.....

10. Mire célszerű használni az IKT-eszközöket az óvodában és az alsó tagozaton?

Sorolj fel három lehetőséget, írd hozzájuk egy-egy példát!

6 pont /

•

•

•

Összes pontszám: 50 /

III.

Szepesi Lola nappali tagozatos hallgató munkája megoldókulccsal

Sok sikert a teszthez!

1. Mit csinál egy influenszer? 1 pont

Megpróbálja befolyásolni, inspirálni, szórakoztatni a közösségi médiákon feliratkozó követőit.

2. Mi a hír? 1 pont

Tényekre - ki, mit, hol, mikor - szorítkozó, semleges hangnemű információ, ha már kitér a hogyan, a miért kifejtésére – kommentárról, magyarázatról, értékelésről beszélhetünk.

3. Sorolj fel 3 magyar showman-t! 3 pont

pl. Friderikusz Sándor, Fábry Sándor, Istenes Bence, Till Attila, Ördög Nóra, Liptai Claudia

4. Tedd sorrendbe az információfeldolgozás lépéseit! 3 pont

___ jelentéspárosítás: a tanultakhoz való kötés

___ jelentésalkotás: saját tudástár gondozása, fejlesztése

____ üzenetszűrés: médiazörek kiostálása
2, 3, 1

5. Párosítsd a fogalmakhoz a jelentésüket! 5 pont

- 1, Információs társadalom:
- 2, IKT:
- 3, Kereskedelmi tévécsatorna:
- 4, Kibertudatosság:
- 5, Kondicionálás:

a, napjainkban elengedhetetlen, a technika tudatos felhasználását, a média által kapott információk kezelését és saját hétköznapi életünkbe való beágyazását értjük alatta. Része a médiakompetenciának.

b, ahol nagyipari eszközök használatával történik az információ hálózatba szervezett tárolása, előállítása, áramoltatása stb., ahol az információ központi

c, információs és kommunikációs technológia: olyan eszközök, technológiák, szervezési, tevékenységek összessége, amelyek az információt és a kommunikációközlést, feldolgozást, áramlást, tárolást, kódolást elősegítik, gyorsabbá, könnyebbé és hatékonyabbá teszik.

d, médiafogyasztás szokásának kialakítása és fenntartása például újabb médiatartalmakra való örökös ajánlásokkal, beharangozásokkal.

e, reklámjövödelmek biztosítják működését, létérdeke a nézettség emelése, így feladatának a nézők szórakoztatását tartja.

1-b, 2-c, 3-e, 4-a, 5-d

6. Milyen fajtái vannak a kommunikációnak? 2 pont

1. közvetlen kommunikáció
2. közvetett kommunikáció

7. Milyen televíziós műfajok vannak? Sorolj fel hatot! 6 pont

pl.: hírműsor, kibeszélőshow, krimi, reklám, sorozat, valóságshow,

8. 5 digitális alaphasználati módot ismerünk. Sorold fel ezeket! 5 pont

1. fejlesztő: folyamatosan állít elő és oszt meg tartalmakat
2. kritikus: kommentel
3. gyűjtő: ismeretet, dokumentumokat keres és gyűjt
4. kapcsolódó: közösségi kapcsolatok érdeklik
5. fogyasztó: árukatalógusokat böngész

9. Minek a rövidítése a GYIK? 1 pont

gyakran ismételt kérdések

10. Töltsd ki a táblázatot! 8 pont

<u>Blog</u>	<u>Wikipédia</u>
Folyamat	Eredmény
Egyéni	Kollektív
Dinamikus a legutóbbi legfelül	Statikus, de folyamatosan frissített
Egytől sokaknak	Sokaktól sokaknak
Gondolkodás változásait mutatja be	Tudás változásait mutatja be
Poszt	Oldal
Komment	Fórumok
Saját vélemény	Kutatás eredményei

11. Mit jelentenek a következő új kifejezések? 6 pont

cápázik	illetéktelen, rosszindulatú belépés egy idegen facebook oldalra
egoszörfözés	keresőprogramban saját névre való rákeresés
XD	nevet
spoilerezik	lelővi egy filmnek/könyvnek/mangának a poénját
torrentezik	illegálisan letölt
becsekkol	virtuálisan bejelentkezik

12. A szülői mediáció a szülők felelősségvállalását jelenti gyermekük média-használatának. Mi tartozik ide? 3 pont

Tartalom szelektálása, az eszközhasználati idő korlátozása, a minőségi műsorok, honlapok, játékok preferálása és a példamutatás.

13. Mi a fogyasztói társadalmak reklámjainak a rejtett üzenete? 1 pont

A világ jó és harmonikus, ennek csak egy feltétele van: a reklámozott termék birtoklása.

14. Töltsd ki a táblázatot! 5 pont

Ipari kor oktatása	Digitális kor oktatása
Tanárcentrikus	Tanulócentrikus
Szabványosítás: NAT	Személyre szabott
Passzív	Aktív, interaktív
Már ismert dolgok tudása: memorizálás	Felfedezés, új dolgok megtanulásának képessége
Versengés	Megosztás

Elért eredmény: 50 pont/