




Médiaértés, médiahatás, médiaszocializáció és a jóllét kapcsolata



Frang Gizella

Soproni Egyetem Benedek Elek Pedagógiai Kar, Társadalom-, Szociális és Kommunikáció-tudományok Intézete, egyetemi docens  0000-0002-1534-6018 | MTMT: 10031567

KEYWORDS

- *media literacy*
- *media impact*
- *media use*
- *media socialization*
- *well-being*

KULCSSZAVAK

- *médiaértés*
- *médiahatás*
- *médiahasználat*
- *médiaszocializáció*
- *jóllét*

ABSTRACT

Media literacy, media effects, media socialization, and their relationship with well-being | Media use and media literacy are particularly important today, as “digital pollution” permeates not only our days, but every minute of our lives. At the same time, there are serious shortcomings in media literacy and media use. The media is changing at an ever-increasing pace, with growing effects that can only be properly managed through conscious effort. To this end, parents and educators alike must be prepared to educate future generations on the proper use of media. This study was created to summarize the positive and negative effects of media, the stages of media literacy, and the appropriate tools for media use in a multidisciplinary environment in order to achieve the expected well-being and appropriate student and employee performance.

ABSZTRAKT

A médiahasználat és a médiaértés napjainkban különös hangsúlyt kap, hiszen a „digitális szennyezés” nem csak napjainkat, hanem minden percünket áthatja. Ugyanakkor komoly hiányosságokat tapasztalhatunk a médiaértésben és a médiahasználatban. A média változása egyre gyorsuló folyamat, gyarapódó hatásokkal, amit csak tudatosan kezelhetünk megfelelően. Ehhez a szülőnek és a pedagógusnak egyaránt felkészülté kell válnia, hogy a jövő generációit a megfelelő médiahasználatra nevelje. E tanulmány azért született, hogy összefoglalja a média pozitív és negatív hatásait, a médiaértés lépcsőfokait, valamint a médiahasználat megfelelő eszközeit multidiszciplináris környezetben, hogy az elvárt jóllétet és a megfelelő tanulói illetve dolgozói teljesítményt elérhessük.

Bevezetés

Manapság a médiahasználat mindennapjaink része, magánéletünkben és munkahelyünkön is a különböző platformokhoz vagyunk kötve. E rendszereket mégis csak részben használjuk gyakorlati feladatmegoldásokra, kutatásokra, tanulásra, nagyobb részt a szórakoztatásunkat és a közéletben való informálódásunkat szolgálják. Az újmédiával való megfelelő bánásmód, az értés és használat soha nem volt relevánsabb a kisgyermeknevelés, az óvodapedagógia, a tanítóképzés, valamint az iskolai nevelés-oktatás szempontjából, mint ma. A szakirodalmak (pl: Biró & Gergely, 2013; Farkas et al., 2021; F. Lassú & Megyeriné, 2021; Forgó, 2014; Tapscott, 2001; Zsolnai, 2017) és hosszú évtizedek oktatási gyakorlata bizonyítja, hogy egyre gyorsuló, a média szempontjából is folyamatosan változó világunkban a nevelésben, oktatásban külön fejezetet kell szentelni ezeknek az

ismereteknek, különben olyan hatások érik az egyes személyeket, és rajtuk keresztül a társadalmat, amelyek meggátolják annak megfelelő működését, és előbb-utóbb az emberi életet is teljesen átalakítják.

A média működését három évtizedes újságírói-riporteri tapasztalattal belülről is láthattam, a tanításban és a bölcsődei-óvodai gyakorlatokon a gyermekeket, szülőket ért hatások eredményeivel, valamint az ezekkel összefüggő pedagógiai problémákkal találkoztam, ezért is tartom fontosnak, hogy ezzel a kérdéskörrel foglalkozzunk.

Emellett a korszerű pedagógiában helyet kell kapnia a digitalizációnak, a hagyományos módszerek kiegészítéseként. Erre az igény korán felmerült, és olyan tudásbázisok és „képzőközpontok” jöttek létre, mint például magyar viszonylatban a Kárpát-medencei Online Oktatási Centrum (K-MOOC), mely online kurzusok indítását, elterjesztését tűzte ki célul. A társadalomtudományok között távoktatásban többek között az Óbudai Egyetem 2017-től a digitális pedagógiával is foglalkozik, mely a fiatalok digitális környezetű, új felfogású, de tudatos és rendszerszerű tanulását és a tanítást állítja középpontba. Nem véletlenül, hiszen, az újmédiában felnőtt első generációknak ma már a munka világában, vagy diákként a felsőoktatásban kell helyt állniuk.

A felvethető és megválaszolandó probléma olyan tömegű és szerteágazó, hogy jelen tanulmányban csak arra vállalkozhatunk, hogy összefoglaljuk azokat a kérdéseket, amik a ma médiájáról szólnak, és a jellemzőket, a média pozitív és negatív hatásait, a médiaértés lépcsőfokait. Emellett a médiahasználat megfelelő eszközeit olyan multidiszciplináris összefüggésben próbáljuk röviden tárgyalni, hogy mintát adjon a médiaértésre és médiahasználatra, amin keresztül az elvárt jóllétet és a megfelelő tanulói illetve dolgozói teljesítményt a pedagógusok, szülők, rajtuk keresztül pedig a gyermekek is majd elérhessék.

De mi is az a jóllét, amit sokan az anyagi javakhoz, a jóléthez társítanak?

Easterlin már az 1970-es években lejegyezte, hogy a pénz és a boldogság arányossága csak látszólagos, az elégedettség pedig nem szinonimája a jóllétnek. Vele szemben Wolfers szociográfiai mutatókkal próbálta megerősíteni, hogy a gazdasági fejlődés és a jóllét igenis összefügg, azonban korunk kutatói, elsősorban a pszichológia területén kimutatták, hogy a pszichológiai jóllét és a pozitív önértékelés szorosan összefügg, ahogyan a lelki egészség és a fizikai egészség, életminőség, valamint a teljesítmény. Nem véletlen, hogy az ENSZ, az OECD, az EU, vagy éppen az Európai Környezetvédelmi Ügynökség az újabb dokumentumokban rendre jóllétet (*well-being*) említ. Ez pedig a legújabb álláspontok szerint nem a jólét következménye, hanem fordítva: a jóllétben keresztül vezet az út a jóléthez, amihez testi, lelki, szellemi kiegyensúlyozottság is kell (Gyulai, 2024).



1. ábra: Az emberi életminőség kritériumai
 Forrás: Gyulai (2024; <https://tinyurl.com/4mc5b8ya>)

A jóllét tehát egy bonyolult rendszer, amelynek egészét kell ahhoz nézni, hogy értelmezni lehessen. Az ismeretek, az értékek és a környezet által is befolyásolt jelenség tehát, és mint ilyen, függ az emberi hozzáállásról, napi rutintól, és az abban szerepet kapó médiától.

Ez utóbbiról beszélni manapság azért is fontos, mert napjainkban szinte mindenki napi több órát tölt médiával. Azzal a médiával, amely befolyásolja a gondolkodásunkat, érzelmeinket, szokásainkat. Ezért érdemes tudatosítani, hogyan hat ránk, megtanulni, hogyan használhatjuk jól. Ennél a kérdésnél tehát mindenki számára alapvető, hogy számot vessen saját médiafogyasztásra felhasznált idejével, valamint a nézett, olvasott, hallott tartalmak minőségével és értékével.

A Média

De mit nevezünk médiának?

A média elsősorban és szó szerint is közvetítést jelent. Tágabb értelemben az olyan ősi kommunikációs formák is idetartoznak, mint a láрмаfa, az őrtüzek, a „beszélő dobok”, hiszen mindegyik valamilyen hírt, többnyire veszélyt jelzett. De a médiához sorolhatjuk a későbbi kisbírói hirdetéseket, és a sajtó megjelenésétől kezdve természetesen a tömegkommunikációs eszközöket is: a lapokat, a rádiót, a televíziót, egyéb adathordozókat. Ugyanakkor hagyományosan mégis az újságírás, a rádiózás, a televíziózás tartozott a klasszikus „média” fogalomhoz. A technika gyors fejlődésével kialakuló digitalizációs termékekkel egy, az interaktivitásra is számító, sajátos ötvözetű kínálat jelent meg, amelyet újmédiának nevezünk. Ennek a célja és szerepe ugyanaz, mint a korábbi médiáé: a közvetítés, az informálás, valamint a befolyásolás, eszközei azonban némileg mások.

Míg az ősi „hírközlési eszközök” a kommunikáció klasszikus működése szerint nem vártak visszajelzést, tehát egyirányúak voltak, addig az újmédiához tartozó platformok, vlogok, blogok, chatek stb. azonnali reakcióra készítetik a

médiafogyasztót. Az ősi formák hatása – éppen vészjelző voltuk következtében – az emberek menekülési vagy védekezési reakcióját váltották ki, a klasszikus média felhívó jellege is ösztönözhetett cselekvésre, az újmédia azonban egy korábban ismeretlen, komplex hatásmechanizmussal dolgozik, melyben az időfaktor, a reakció és a cselekvés egyaránt számít.

Míg a klasszikus médiák alapja az ismeretközlés és a nevelés, illetve a mértékletes szórakoztatás volt, addig a mai médiatartalmak végtelenek, jó és rossz irányban egyaránt manipulálnak – itt most ne beszéljünk a politikai befolyásolásról, hiszen a társadalmi formák más-más médiahierarchiát és ellenőrzést alakítottak ki (a diktatúrában erős cenzúra, központi irányítás jellemezte a sajtót, a XXI. századi liberalizmus újmédiája azonban már szabadosságba csap át). Nem véletlen, hogy többek között Forgó (2013, 2014), Biró és Gergely (2013) és Aczél (2014) egyaránt felhívja a figyelmet arra, hogy az ezredfordulóval egy korábban ismeretlen interaktivitást és produktivitást hozó újmédia jelent meg, amelynek befolyásoló ereje is többszöröse a korábbiaknak. Myat 2010-ben még arról ír, hogy a késő modern médiakörnyezet valójában hibrid médiumok hálózatba szerveződése, mely egyrészt társadalmi és kulturális tapasztalatok tára, másrészt az értelmezést a médiahasználóra bízva, amit úgy is értelmezhetünk, hogy a felelősséget a jelentést megragadó és az identitást megkonstruáló felhasználóra hárítja. Forgó (2013) szerint az újmédia fogalma nem csupán a kronologikusan fejlődő médiakörnyezetet jelenti, hanem azt is, hogy a meglévő információtömegeből az úgynevezett adatbázis-logikán keresztül a civil felhasználók saját értelmezésük alapján szervezik a fogyasztott tartalmakat, illetve elő is állítják azokat, akár egyénileg, akár közösségben. Hozzá kell tennünk, hogy ez az az időszak, amelyben a szinte „kövületnek” látszó, és a világ legtöbb újságírói etikai kódexének alapját jelentő BBC Etikai Kódex okafogyottá vált, ahogyan a hazai újságírószervezetek közös etikai kódexe is (bár elvileg folyamatosan érvényben van mindegyik). Vajon miért? A választ korunk médiájának jellemzői adják meg. Míg korábban (házánkban ez már az 1900-as évek elejére kialakult) újságot csak az írhatott (később rádióban, tv-ben is az dolgozhatott), aki az alapvégzettsége mellett elvégezte az úgynevezett újságíró iskolát, majd a különböző neven szerezplő sajtókamarának a tagja lett. Ebben az időszakban az újságírói vagy médiaetikai kódex szerinti vétséget a szakmai szervezet(ek) akár felfüggesztéssel vagy az újságírástól való eltiltással is büntethették. Ma még beszélhetünk újságíróról (ideértve a média valamely területén hivatásszerűen dolgozókat), azonban a tartalomkészítők nagyobb százaléka napjainkban szakmai előképzettség nélküli civil, és a tartalmak decentralizált, diverzifikált formában is megjelennek. Természetesen civilként is lehet minőséget alkotni, de a mindenemű felelősség már nem rá, mint „alkotóra”, hanem a fogyasztóra terelődik.

(Különösen igaz ez a közösségi oldalakra.) Új kifejezés született az angol *producer* (termelő) és *consumer* (fogyasztó) szavak összeolvadásából korunk médiájának jellemzésére: az ún. *prosumer* egyszerre tűnik fel fogyasztó és előállító jelentésben, azaz olyan médiafogyasztót jelöl, aki aktívan részt vesz a tartalmak előállításában is. Aczél (2014) további jellemzőként még a hipertextualitást, a szórtságot és a virtualitást emeli ki, melynek során a keresések eredményeként az online hálózati világban az eredetileg össze nem függő tartalmak – a felhasználói motivációtól és kognitív habitustól függően – új minőséget alkotva összetartozóvá válhatnak. Kutatói szempontból ez azt jelentheti, hogy különböző tudományterületek megállapításai alapján új következtetéseket lehet levonni az adott problémával kapcsolatban. A civil felhasználó-előállító oldalán azonban így születnek az álhírek, amiket régebben egyszerűen csak minden alap nélküli pletykának neveztek. Teljes mértékben egyetértek Aczél Petrával abban is, hogy az újfajta kommunikáció új függőséget alakított ki, korábban ismeretlen emberi sérülékenységet okoz, a pszichés és társas problémákról nem is beszélve.

A kutatások már a Z generációval kapcsolatban is megállapítják, hogy nagy arányban küzdenek valamilyen lelki-pszichés problémával, aminek egyik kiváltó oka lehet az állandóan stimuláló, figyelmet és készenléletet követelő, a kapcsolatokat számokkal is értékelő digitális kommunikáció.

A mai gyors kommunikáció előnyének tekinthető, hogy könnyebben megtaláljuk a minket legjobban érdeklő ismereteket, szemben a Gutenberg-galaxis mai szemmel nehezebb kutatásaival, és a szeretteinkkel is tarthatjuk digitálisan a kapcsolatot. Az újmédia köldökzsinór szerepe azonban éppen a személyes találkozásokat ritkítja, és virtualizálja a valódi kapcsolatokat.

Ha eggyel tovább lépünk a generációk sorában, akkor az ún. alfa-generációhoz jutunk. De mi is jellemzi azt a generációt, melynek tagjai születésüktől fogva szembesülnek a digitális technológiákkal? Őket, a 2010 után születetteket, a digitális technológiákhoz való szoros kötődés jellemzi, és a virtuális valóság, okostelefonok, e-könyvek és internet természetes részei az életüknek. Ez a generáció a Z generáció gyermeke, és a technológia mellett a környezetvédelem és a társadalmi igazságosság kérdései is fontosak számukra. Az alfa-generációt a gyors információáramlás és azonnali kielégülés jellemzi, ami hatással lehet a hosszú távú tervezésre és a türelemre. Látszólag a *multitasking* mestereinek tűnnek, bár kétséges és kérdéses az a tudás, amit így megszereznek, illetve annak a munkának az értéke, amit így csinálnak meg, hiszen figyelemhiányban, koncentrációzavarban szenvednek. Személyiségük egészen más, mint például az Y generációé volt: ők már identitásukat is az online térben alkotják meg. Minden téren azonnali kielégülésre vágnak, és legfőképpen digitálisan függők, a közösségeket is a digitális térben keresik, a való élet oldaláról tekintve azonban szociálisan

izolálódnak. Ez nehézkessé teszi a bölcsődei, iskolai majd munkahelyi beilleszkedést, a csoportmunkát. És ha mindehhez egyéb készségek elmaradnak, és nem válnak kognitív, fizikai, vagy kreatív tevékenységben való gyakorlottsággá, képességgé, akkor a felnőttkorban szűkebbek lehetnek az egyének lehetőségei.

Ezekre a digitális hatás okozta lemaradásokra jó példákat találtunk a bölcsődei, óvodai gyakorlatok során a Covid okozta zárások után bölcsődébe, illetve óvodába kerülő korosztálynál. Ebben az időszakban a pandémiától való félelem, a családi kényelem vagy éppen a megbetegedések a bölcsődék, óvodák életét is befolyásolták. A járvány megfékezésére világszerte különböző intézkedéseket vezettek be a kormányok, melyek a mindennapi élet látható és érezhető részeivé váltak. Ilyen korlátozásnak számított a karantén, a személyek közötti érintkezés mellőzése, a csoportosulás tiltása, a csoportok összevonása, az oktatás online térbe helyezése, vagy a csoport-, illetve osztálybontásos nevelés, tanítás. Hallgatói szakdolgozati kutatásokban is – ebben az időben – fokozottan jelent meg az, hogy a szülők az „önidő” és az otthoni munka miatt új „felügyeleti eszközt” találtak: a digitális „bébicsősz”. Ebbe a fogalomba már nemcsak a televízió, hanem különböző más, telekommunikációs eszközök is beletartoznak. Manapság a tablet vagy az okostelefon egyre fiatalabb kisgyermek kezébe kerül, sőt, már a babakocsit is ennek tartójával készítik, s bár a gyermek még nem tudja használni, de a gombok nyomkodásával felvillanó képek, hangok lekötik a figyelmét. Ennek káros hatásaival az óvodapedagógusok, valamint a csecsemő- és kisgyermeknevelők képzésében foglalkoznunk kell.

Ugyanakkor a dolgozókra és a szülőkre egyaránt szigorú egészségügyi előírások vonatkoztak, aminek következtében a szülők nem léphettek be az óvodába, így már az ajtóban el kellett búcsúzniuk a gyermektől. Ráadásul a gyermeket nem minden esetben a megszokott kisgyermeknevelő vagy óvónő vette át, holott ebben az életkorban a kisgyermek még nagyon ragaszkodik az általa megszokott felnőttekhez. Ezt a traumát tetézte a higiénés protokoll, melynek része volt az is, hogy nem vihették magukkal a megszokott kedvenceket: az érzelmi biztonságot jelentő plüssállatokat, kispárnát és más tárgyakat, ami a kisgyermek komfortérzetét tovább rontotta. Hiányoztak vagy az online térbe kerültek az egyéni fejlesztések, ezek hatása elmaradt a személyes fejlesztéstől. Ezek a jellemzők azoknál a gyermekeknél voltak megfigyelhetők, akik a karantén idejére már bölcsődések, óvodások lettek. A később születettek már teljes egészében a járvány hullámai idején szocializálódtak. A bezártság és a home office – mint szülői munka – következtében az ismeretek és élmények beszűkültek, a beszélgetések redukálódtak, és az élőbeszéd helyét egyre inkább a média vette át. A járvány lecsengése után bölcsődébe kerülőkre jellemző volt a megkésett beszédfejlődés, emellett keveset beszéltek, vagy, jobb esetben, nem beszéltek, majd robbanás következett be a beszédben. Általánosan megfigyelhető volt a televízió

és a digitális eszközök szókincsének használata, melyben angol szavak is megjelentek. Viselkedési zavart okozott, hogy a feszültség agresszióba fordult, ami a tárgyak, könyvek, játékok dobálásához, eltépéséhez vezetett. A gyermekek közötti idegenség, szocializátlanság következtében pedig, a zárlat megszűnése után, a bölcsődében, óvodában kizárólag a felnőttekkel kerestek kapcsolatot. A média kisgyermekekre gyakorolt hatása tehát ebben az időszakban fokozottan megmutatkozott.

Témánkra vonatkoztatva elmondható, hogy a Covid következtében az ismeretek és élmények beszűkültek, a beszédhelyzetek redukálódtak, és az élőbeszéd helyét a média még erőteljesebben átvette. Csak reménykedhetünk abban, hogy a kisgyermeknevelők, óvónők és tanítók korrigálni tudják ezt a helyzetet. Nekik a gyermekek nevelésében, fejlesztésében kell mindezt ellensúlyozni, ahogy a növekvő médiafogyasztást is. Ehhez azonban nekik is bővebb ismeretekre, jártaságra van szükségük a médiát/új médiát illetően. Pontosan kell látniuk a médiafogyasztás előnyeit és hátrányait a rájuk bízott korosztályokra vetítve (Frang, 2023).

Tudatos médiafogyasztás

Mi az a médiaértés, melynek következtében eljuthatunk a tudatos médiahasználathoz?

A médiaértés a média tartalmainak tudatos, kritikus feldolgozása, melyben jelen van a források ellenőrzése, a manipuláció felismerése, és nyomában képesek vagyunk értékelni, hogy mi reális, mi nem az. Ma erre még a felnőtteknek is nagyobb szükségük van, mint valaha, hiszen percről percre rengeteg információ ér minket, melyekben a valós történések között jelen vannak az álhírek és a manipulációk, az influenszerek, a reklámok nyílt vagy rejtett üzenetei.

Tudjuk, hogy a média sohasem volt befolyásolásmentes, mindig készítette valamire a fogyasztót: viselkedésre, attitűdre, gondolkodásra, élményszerzésre...

A hőskorszakban működő lapok szerkesztését ugyan befolyásolta a tulajdonos és a szerkesztőség világnézete, de ezt minden lap nyíltan vállalta. Az 1938-ban indult Magyar Nemzet például deklaráta, hogy sem politikai pártokhoz, sem ideológiai csoportosulásokhoz nem kötődik, az egész nemzetet kívánja szolgálni, ugyanakkor vállaltan a keresztény szociális eszmeiség hatotta át. A Szabad Nép a Magyar Dolgozók Pártja lapjaként nyíltan kommunista szellemben működött. Az első egyértelműen üzleti alapon álló, mérsékelt konzervatív tömeglap pedig a Pesti Hírlap volt, és a példákat még sokáig sorolhatnánk. Jóllehet, ezek az újságok hangvételükben, szerkesztésükben különböztek egymástól, mégis közös vonásuk volt a szakmaiság, az etika. A rovatok és a deklarált műfajok egyértel-

műen megmutatták, hogy tényszerű tudósítást vagy véleményt, netán tárcanovel-
lát talál az oldalon az olvasó. Így a korabeli médiafogyasztó számára egyértelmű
volt, mi a hír, a beszámoló, vagy éppen a szépirodalomhoz sorolható újságírói
alkotás. Az újságokat ily módon nagyjából hiteles közvetítőként lehetett olvasni.
A rádió és a televízió – indulásakor – ugyanilyen szerkesztési és rovarszerkezeti
meggondolások alapján működött. Nem véletlen, hogy a korabeli ember tény-
ként kezelte, amit az újság írt. Ezt a belső sajtófejlődést a diktatúrák környekte-
lenül megtépázták, a rendszerváltást követő rövid időszak eufóriája után pedig az
amerikai bulvár kereskedelmiség alakította át a médiapiac arculatát.

Nem a digitalizáció hozta tehát Európába és hazánkba a hangzatos, tartalom
nélküli írásokat, a hatásvadász címekeket, a torzított és műfajilag is kevert cikkeket,
hanem a Nyugat-Európában már a '60-'70-es, nálunk a '90-es évekre megjelenő
felületes, hatásvadász és ezeken keresztül haszonközpontú (amerikai), mai érte-
lemben vett bulvár. A digitális eszközök elterjedésével egy szakmailag közép-
szerű, tényanyagában felületes, kevert műfajokat felmutató média vált uralko-
dóvá, melyben nehéz megkülönböztetni a profi, az etikus, a dilettáns és hamis,
valamint a lájkvadász tartalmakat. Ugyanez jellemzi a szórakoztatóipart is. Ma
ebben kell kiigazodnia gyermeknek és felnőttnek egyaránt.

A befolyásolás sem újkeletű, hiszen már az irodalmi alkotások, sőt a zene
pozitív vagy éppen negatív befolyásoló erejéről több száz éve jelennek meg iro-
dalmak. Tudjuk például, hogy az indulók harcra buzdító muzsikák voltak, hogy
a magyar tántosok a dobok gyorsuló szavára estek révületbe, és hogy a regények
hatása olykor megdöbbentő tettekre sarkallta az olvasókat. Mindezt a rádió és a
mozi/televízió megjelenése fokozta, egyre több érzékszervre hatva. Eközben fel-
ismerték az irodalom, a zene és egyéb művészetek terápiás hasznát is...

Amikor 1774-ben megjelent Goethe *Az ifjú Werther szenvedései* című regé-
nye, Európán öngyilkossági hullám söpört végig, aminek hangulatát Arany János
Híd-avatás című balladája is megénekelte. Természetesen az elsődleges ok a
korszellem (amit Madách *Az ember tragédiájának* Falanszterében örökített
meg), a megingott hit, a haszonelvűség és a bizonytalanságérzés, a nagyvárosok
kialakulása deszociatív, elidegenítő hatása stb., és erre csak ráerősített a szenti-
mentális rokkó regény. Sokan azonban a regényeket is valóságnak érezték, aho-
gyan az első mozgóképek vetítését is, amikor a Lumière fivérek vonatos filmjüket
mutatták be 1895. december 28-án, a párizsi Grand Cafében. Ahogy a mozdony
elindult a filmben, és közeledett a kamera felé, a nézők felugráltak a helyükről,
és rémületükben kirohantak az épületből. Képzeljük el ezek után a monó rádiók,
majd a sztereók hangzásának, a 4D-s mozik, s a ma már ezt is túlszárnyaló tér-
hangzású, 4DX-es filmszínházak bevonó erejét, hatását!

A médiahatás kezelésében tehát látjuk, hogy a fiziológiai és az érzelmi hatásokat is kezelniünk kell, nem csupán a szöveget vagy a szinkront. Ehhez a kulcspontjaink: a kritikai gondolkodás és a forrásellenőrzés, valamint az időbeosztás.

Emellett meg kell tanulnunk különbséget tenni a propaganda, a felelőtlen ígéreték és a felelős tervek között, ahogyan a szubjektív leírás és a tényszerű beszámoló között is. Tudatosítanunk kell, hogy a média hat a viselkedésünkre – van olyan hatás, ami agressziót vált ki, más nyugalmat. Van, hogy a médiában látottak divatot teremtenek ruházatkodásban, beszédben, életstílusban. A média világa hat a gondolkodásunkra, befolyásolja a világról alkotott véleményünket, vagy éppen ellenállást vált ki. Az érzelmek terén félelmet, szorongást vagy pedig bizonytalanságot okoz, de meg is erősítheti akaratumkat, örömeinket, önbizalmunkat. A médiában látottak alakítják ki például a testideálokat: a hollywoodi filmek vésszesen karcsú hölgyei és macsó, csupa izom férfijai megváltoztatták az ideális nő és férfi elképzelést, ennél fogva generációk ifjai próbálták ehhez testüket sanyargatással, éhezéssel, túlzott edzéssel alakítani. Vagy az „amerikai álomélet” filmekben bemutatott felhőtlensége olyan felelőtlen vásárlásokba hajszolta az embereket, ami már az egzisztenciájukat veszélyeztette. De kiemelhetnénk a család szerkezetének, illetve a nemi szerepeknek az alakulását is a média hatására: a nukleáris és a kiterjesztett család helyett elfogadottá, majd „divattá” vált a családi életet elvető, gyermektelen, csupán karriert építő, férfiakat legyőző, érzéketlennek tűnő szingli...

A filmek, videójátékok erőszakos tartalmi következtében már kisgyermekkoról megfigyelhetők az agresszívabb beszéd és viselkedés mintázatai. A közvetített gyors siker illúziója pedig az életben türelmetlenséget vált ki. Mindez globális jelenség.

A média tehát normákat, értékeket, az élet során vállalt szerepeket közvetít, emellett bizonyos szereplők, karakterek példaképpé válhatnak. A médiában látott-hallott-olvasott jelenségek az életben trendekké válhatnak, a nyelvi és a viselkedési minták pedig beépülhetnek a médiafogyasztók mindennapjaiba. Emellett az újmédia tudásmegosztó, élménymegosztó eszköz az információk eléréséhez.

Az eddigiekből látható, hogy a médiának pozitív és negatív hatásai egyaránt vannak. Felvértezödni elsősorban a negatív hatások ellen kell. Ha az (új)médiából jövő negatívumok mentális, idegrendszeri, fiziológiai és szociális hatásait nézzük, akkor számolnunk kell a korábbi ismeretek és készségek, képességek elsorvasztásával – ilyen például a memória lelassulása. A mobiltelefon előtti korban a családtagok, barátok telefonszámait fejből tudtuk. Ma ebben is az okostelefonra hagyatkozunk. A digitális függőség elmagányosít, hiszen háttérbe szorulnak a személyes találkozások. A kisgyermeknél egyértelmű a beszédbeli visszamaradás, de az olvasás hiánya a felnőttek beszédét is visszaveti, csökken a szókincs, a médiaszlang azonban a mindennapok beszédében (szókészletében,

nyelvi szerkezeti formáiban) is megjelenik. A digitális tanulásnak – a kutatások szerint – alacsony a tanulási hatékonysága, éppen a memorizálás hiánya miatt is. A média hat az idegrendszerre, és bizonyos betegségeket okoz. A túlzott vibrálás, a videójátékok osztott koncentrációja figyelemzavart és koncentrációzavart okoz, ahogy a lelki érzékenységet is megzavarja. Mindez alvászavart, fáradtságot okoz. Egyes tartalmak hatására erősödik az agresszivitás, akár az önpusztító hajlam, felerősödnek a negatív érzelmek, ami érzelmi elsivárosodáshoz, a könyörület és az együttérzés elvesztéséhez, vagyis elfásuláshoz vezet. A médiában megjelenített divatok testképzavart okozhatnak.

A média bűjtött hatásai között szerepel az emberi értékrend megzavarása, az önálló problémamegoldás csökkenése, sőt, ugyanolyan függőséget okoz, mint a drogok vagy az italok, káros szenvedélyek.

Emellett a gyermekekre, kamaszokra, fiatalokra az online tevékenységek is veszélyesek lehetnek, különösen az ellenőrizetlen, szülői felügyelet nélküli használatkor.

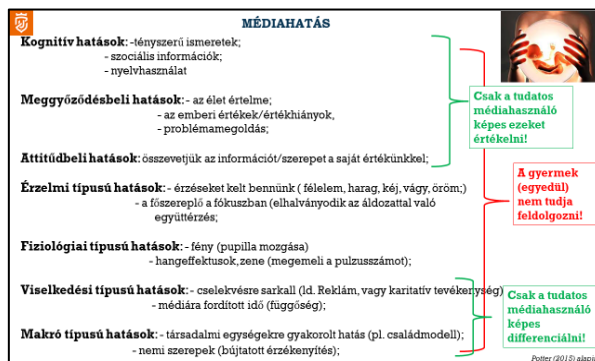


2. ábra: A gyermekekre leselkedő veszélyek az online-térben
Forrás: Tízperc iskolablog (2015; <https://tinyurl.com/y5p2mdwk>)

Ha a médiahatásokat – melyeket Potter (2015) csoportosítása alapján az alábbi táblázatban foglaltam össze – fajtáik szerint végignézzük, láthatjuk, hogy ezen hatások többségével csak egy tudatos, fejlett erkölcsi érzékű, megfelelő ismeretekkel rendelkező ember tud megbirkózni. A kognitív hatások csoportjában a tényszerű ismeretek természetesen a gyermekek számára is hasznosak, ahogyan a pozitív szociális információk és a helyes nyelvhasználat is. Ezek minták a gyermek számára, de a negatív csoportba sorolható torzított információk, az álhírek és a helytelen beszéd ront a kisgyermek már elsajátított képességein.

A meggyőződésbeli hatások kezelése a felnőttekre lehet csak jellemző, hiszen ezek között olyanok szerepelnek témaként, mint az élet értelme, az emberi értékek vagy értékhiányok, illetve az emberi, társadalmi, gazdasági, egészségügyi stb. problémák megoldása. Az attitűdbeli hatások során nélkülözhetetlen, hogy az információkat vagy a mutatott szerepeket összevessük a saját értékrendünkkel, és ez alapján azonosuljunk vele, netán elutasítsuk, azaz jónak vagy

rossznak minősítjük. Az érzelmi hatásoknál a gyermek nem tud a felnőtteknek sokszor egyértelmű érzelmekkel megbirkózni, sőt, gyakran emiatt félelem alakul ki bennük. Ilyen ismeretlen érzés lehet a gyermek számára a nyomasztó félelem, a harag, a kék, a vágy, az ironia; amivel viszont legjobban azonosulni tud, az a szeretet, öröm, biztonság. Akció- és sci-fi filmekben gyakori, hogy mivel filmtechnikailag az egyébként negatív főszereplő áll a fókuszban, a felnőttekben is elhalványodik az áldozatokkal való együttérzés (hiszen mindenki rossz). A fiziológiai hatásoknál a fényhatások a pupilla mozgását, az idegrendszer vibrálását gyorsítják, a hangos, tempós és szuggesztív zenék a pulzusszámot emelik meg. A makrohatások a kialakult társadalmi egységeket képesek megváltoztatni, például a fent már tárgyalt családmódellet, és képes a nemi szerepeket is érzékenyítéssel átalakítani. A viselkedésünkben cselekvésre sarkall a média, ez lehet a bűjtatottan vagy nyíltan reklámozott termékek megvásárlása, de pozitív erőt is hozhat, amikor rászorulókat segítünk a média hatására, vagy bármilyen más karitatív tevékenységre biztat. A szintén már korábban említett függőséget a médiára fordított idő szabályozásával tudjuk kivédeni. Ez utóbbit a szülő teszi meg gyermeke médiahasználatakor.



3. ábra: A médiahatás és a gyermek feldolgozó képessége
Forrás: Potter (2015) alapján, saját szerkesztés

A média legyen az eszközöd, ne a főnököd! – ahhoz, hogy ezt a gondolatot a magunkénak tudhassuk, és a médiaszocializációban megfeleljünk, a médiát meg kell értenünk, működésével, befolyásoló hatásaival, használatának módjával kell tisztában lennünk, egyúttal tudatosan kell használnunk a felületeket, tartalmakat. Ez azonban csak kialakult személyiségek képessége.

A médiaszocializáció során szinte mindent meg kell tanulnunk, ami a felelősségteljes élethez is szükséges. A 4. táblázat megmutatja, hogy a kognitív, vagyis az információk feldolgozásának, megértésének, tárolásának és alkalmazásának képességét az újmédiára vonatkozóan úgy szerezhetjük meg, ha a médiából szerzett információkat összevetjük a több információforrásból ellenőrzött

ismeretekkel és a korábbi tapasztalatokkal. E tanulási folyamat eredményeként leszünk képesek a hírek gondolati elemzésére, az információk összehasonlítására és azok tapasztalatainkkal való ütköztetésére, értékelésére, valamint annak a megítélésére, hogy például a beszámoló kiegyensúlyozottan vagy tematizálva közvetíti-e a történeteket. Érzelmi oldalról a korábbi saját tapasztalatból kell felidézniünk hasonló érzelmi helyzeteket, bele kell élnünk magunkat az alany(ok) szerepébe, és ezután el kell döntenünk a megjelenő érzelmek minőségét, valóság tartalmát. Mivel az újmédia is hibridmédia, a hang – kép – szöveg hármasa jellemzi, így szükségünk van alapvető esztétikai és etikai ismeretekre is ahhoz, hogy ezt a sajátos narratívát összefüggésében is elemezzük és értékeljük. Ehhez etikai oldalról tudnunk kell, mit jelent a korrektség, objektivitás, egyensúly, vagy éppen az elfogultság fogalma, s hogy az adott médiatermék alkotójától elvárhatjuk-e a szakmai erkölcsiséget. És azzal is, hogy a mai médiával kapcsolatosan van-e értelme magas szakmai erkölcsiségről beszélni.

A hírek és információk üzeneteinek médiatudatos kezeléséhez szükséges készségek és ismeretek:

	Készségek	Ismeretek
Kognitív	Képesség a hír elemzésére a fő információk azonosításához; Képesség a híriben szereplő főbb állítások összehasonlítására és ütköztetésére tudástárunk tényeivel; Képesség a híriben lévő információk valóságosságának értékelésére; Képesség annak értékelésére, hogy a tudósítás kiegyensúlyozott beszámoló-e a hír alapját adó történetről/témáról;	Sok információforrásból gyűjtött, a témával kapcsolatos ténszerű ismeretek (a médiából és a való világból);
Érzelmi	Képesség a hirtelen megjelenő érzelmek elemzésére; Képesség a híriben szereplő emberek helyzetébe helyezkedni; Empátiára való képesség a történetben érintett más emberek iránt;	Felidézni saját tapasztalatainkból, milyen érzés lenne a híriben ismertett helyzetben lenni;
Esztétikai	Képesség a történetmesélés szakmai tudás és művészi szempontból való elemzésére; Képesség az adott hír érzékletes megformálását másikkal összevetni;	Írás, grafikai, fotós stb. ismeretek; Jó és rossz történetek ismerete, ill. azon elemeké, amelyek azá tették őket;
Erkölcsei	A tudósításban szereplő erkölcsi elemek elemzésének képessége; Képesség a hír másik tudósításokkal való erkölcsi összehasonlítására és ütköztetésére; Képesség az újságírók etikai felelősségének megállapítására az adott cikkből;	A hírek kritikájának ismerete, illetve az elfogultság, objektivitás, egyensúly és korrektség fogalmának ismerete; További tudósítások ismerete az adott témában, és hogy más újságírók hogyan érték el az egyensúlyt és a korrektséget; Magasan fejlett erkölcsi elvárások az újságírással szemben;

4. ábra: A médiatudatosságához szükséges készségek, képességek és ismeretek
Forrás: Potter (2015), Hartai (2015) és Myatt (2010) alapján saját szerkesztés

Ehhez a többlépcsős, de összefüggő folyamathoz elengedhetetlen tehát az üzenet szűrése, melyből megpróbálunk a csak számunkra és a helyzetre fontos, releváns

állításokkal foglalkozni a környezeti jelzésekre és tényekre figyelve, a többit pedig figyelmen kívül hagyni. Ebben az elemző folyamatban a jelentéspárosítás során is alapvető kompetenciákra van szükségünk, hiszen a jelölők felismerése után definiálnunk kell azokat korábbi ismereteink alapján. Ezt követően az üzeneteket több perspektívából is értelmeznünk kell, és ezzel azokból új jelentést (aktualizált jelentést) kell kreálnunk vagy szintetizálnunk. Ez a három lépcső jelenti az információfeldolgozás folyamatának három fontos feladatát.

Ezen túl a kritikus médiahasználó az üzenetet a rendszeren belül értékeli az üzenetrendszerek történelmi, gazdasági, politikai és művészeti kontextusáról szerzett korábbi ismeretei alapján. Ennek következtében képessé válunk az üzenetek azonosítására, ütköztetésére és értékelésére. De arra is, hogy az egyes tartalmak szűken vett értékelését tágítsuk, s a társadalom iránti felelősség mentén többdimenziós perspektívában is vizsgáljuk, amihez valamiféle érveléstechnikai képesség is szükséges, mérlegelve annak hasznos vagy káros voltát, az egyes ember felelősségét az újmédia alkotásában és fogyasztásában. Ezt a folyamatot Potter (2015) létráknak nevezi, hiszen kognitív, erkölcsi, érzelmi és esztétikai oldalról külön-külön kell az alapoktól kezdve fejlődni, s csak azután lehet a szerzett tudást szintetizálni.

A médiaműveltség megszerzése során tehát a befogadó nem csupán médiafogyasztó, hanem kritikus is, mert tudatos elvárásai vannak a médiával szemben. A tartalmak között célirányosan válogat, más felületeken is ellenőrzi a média állításait, képes a tartalmat elemezni jelentésben, szerkezetben, stílusban, eszközökben. Mindemellett ismeri a média társadalmi, politikai, gazdasági összefüggéseit: értékeli, a tartalmak mögé lát, véleménye van, ezzel képes kivédeni a média manipulatív hatásait. Ráadásul maga osztja be a médiahasználatra szánt időt.

Konklúzió

Ahogy az előző megállapításokból is látszik, a médiával való megfelelő bánás egy hosszú tanulási folyamat eredménye. A készségek ugyan kialakulnak, főként a mai digitalizált világban, de hogy azok médiahasználati képességekké fejlődjenek, a különböző területek alapvető és emberi fejlődési szakaszait is végig kell járnia a gyermeknek. Az alapokat minden esetben a családnak kell leraknia, amihez kapcsolódik majd a kisgyermeknevelő, az óvónő, a tanító és a tanár. A gyermek fejlődésében tehát ezen a téren is a legfontosabb a szülő-gyermek, a felnőtt-gyermek kapcsolat.

A gyermekkorra jellemző lelki-szellemi és fizikai fejlődéshez nem kell a média. Helyette a korosztálynak és érettségnek megfelelően sok ringatóra, monodókára, dalra és mesére van szüksége a csemetének. Ennek bázisát az értelmes

családi együttléte és a gyermekkel folytatott beszélgetések adják, hogy megalapozódjon családon belül az emberi értékrend. Ehhez kapcsolódik a bölcsődei, óvodai szeretetteljes légkör, a szülői, pedagógusi minta akár a szocializációra, akár az esztétikára, akár az anyanyelvhasználatra gondolunk. Mindennapi játékaiban a hagyományos készségfejlesztő és logikai játékok, a gyermekkönyvek és a sok mozgás segíti a gyermek fejlődését. Természetesen nem lehet elzárni a gyermeket a médiától, de az a felnőtt felelőssége, hogy melyik életszakaszban találkozik vele először és milyen formában. A médiaszocializáció a gyermek esetében a szülő által kiválasztott és ellenőrzött mesefilmmel kezdődjön, ne a média öntudatlan használatával! Fontos, hogy a neki szóló tartalmakat is a szülővel közösen nézze, s a végén legyen lehetőség annak megbeszélésére. Gyakran a kisgyermeknevelő és az óvónő is tanácsot, segítséget kell hogy adjon ebben a szülőnek. Gyulai (2024) alapján elmondhatjuk: a médiaműveltség területén is a problémák okait kell megoldani, és nem az okozatokat kezelni. Mivel azonban a médiával kapcsolatos problémák is egy rendszerben léteznek, ezért a közös ok megértésével választ és megoldókulcsot kaphatunk az összes problémára.

Ehhez a pedagógusoknak is szükségük van olyan képzésre vagy továbbképzésre, amin keresztül mélyítik a médiával kapcsolatos ismereteiket, tudatosság szintjére emelik médiahasználatukat, legfőképpen pedig eszközöket és példákat látnak arra, hogy milyen lépéseken, feladatokon, példákon keresztül tudják segíteni a rájuk bízott gyermekek médiaszocializációját, és megtanulják, hogy a médiában is a mértékletesség érték, és hogy a valódi élményeket adó szabadidőnek egyensúlyban kell lennie az időkeretbe foglalt médiahasználattal. Ez a kulcs a jóllét és a teljesítmény megőrzésében is.

Bár a média nagy hatással van ránk, csak rajtunk múlik, hogy tudatosan és kritikusan használjuk. Ehhez jelmondatunk lehet a következő: *A média szolgáljon téged, ne te a médiát!*

Felhasznált irodalom

- Aczél Petra (2014): Az új: Média, kultúra, műveltség. In Lányi András & László Miklós (szerk.): *Se vele, se nélküle? : Tanulmányok a médiáról.* Wolters Kluwer, Budapest, 15-31. ISBN: 978-963-295-387-8
- Biró A. Zoltán & Gergely Orsolya (szerk., 2013): *Ártalmas vagy hasznos internet. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra.* Státus, Csíkszereda ISBN 978-606-8052-90-8
- Farkas Pálma, Schreindorfer Linda Anna, Szabó Gábor, Varga Gyöngyi & Rausch Attila (2021): Digitális eszközhasználati szokások vizsgálata bölcsődés gyermekek és családjaik körében : Szülők kikérdezése a pandémia idején. *Gyermeknevelés : Tudományos Folyóirat*, 9(2), 354–377. ISSN 2063-9945 <https://doi.org/10.31074/gyntf.2021.2.354.377>
- F. Lassú Zsuzsa & Megyeriné Fácska Judit (2021): „A tévé maradt az egyetlen lehetőség, ami lefoglalta őket” : Hatéves kor alatti gyermekek és családjuk digitális eszközhasználatának változása a Covid19 járvány idején. *Gyermeknevelés : Tudományos Folyóirat*, 9(2), 187–204. ISSN 2063-9945, <https://doi.org/10.31074/gyntf.2021.2.187.204>
- Frang Gizella (2023): COVID mint fejlődési hátrány a bölcsődés korosztályban. In Závoti Józsefné (szerk.): *A segítő pedagógia aspektusai II. : Tanulmánykötet.* 27–45, ISBN (pdf): 978-963-334-487-3; ISBN (print): 978-963-334-486-6 <https://doi.org/10.35511/978-963-334-487-3>
- Forgó Sándor (2014): Az újmédia-környezet hatása az oktatásra és a tanulásra. *Könyv és Nevelés*, 16(1), 76–85, ISSN: 0454-3475. <https://tinyurl.com/w6ck64bt>
- Gyulai Iván (2024): Jólét vagy jóllét? : Mit kell tennünk a fentartható életért? In *Oktatási Hivatal: Változó világ, alkalmazkodó ökoiskola c. rendezvénysorozat (2024. november) előadásai [2024. november 26.]* <https://tinyurl.com/4mc5b8ya>
- Hartai László (2015): *Médiaesemény- esettanulmányok.* Wolters-Kluwer, Budapest, ISBN 978 963 295 - 492 9
- Kósa Éva & Berta Judit. (szerk., 2015): *Médiaszocializáció.* Wolters Kluwer, Budapest. ISBN 978-963-295-498-1, <https://tinyurl.com/22avujrz>
- Myat Kornél (2010): Médiaelméletek és a késő modern médiakörnyezet : Miért nem jók a modernista megközelítések a késő modern médiakörnyezet vizsgálatához? *Médiakutató*, 2010/nyár, <https://tinyurl.com/3fdfvmvd>
- Potter, W. James (2015): *Médiaműveltség.* Wolters-Kluwer, Budapest, ISBN 978-963-295-490-5
- Tapscott, Don (2001): *Digitális gyermekkor : Az internetgeneráció felemelkedése.* Kossuth, Budapest, ISBN: 963-094-304-2
- Torres, M. N. & Mercado, M. D. (2011): A kritikai médiaoktatás szükségessége a tanárszakosok alaptantervében. In: Macedo, M. & Steiberg, S. R. (szerk.): *Médiajártasság.* Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet – Gondolat, Budapest, ISBN: 978-963-693-018-9
- Zsolnai Anikó (2017): A média hatása a szociális viselkedésre és a társas kapcsolatok alakulására serdülőkorban. *Educatio*, 26(2), 246–256. ISSN: 1419-8827 <https://doi.org/10.1556/2063.26.2017.2.7>

• A tanulmányban előforduló webes hivatkozások legutolsó ellenőrzési időpontja: 2025. november 1.