

LERCH-CSEREI JUDIT

MI KELL AHHOZ, HOGY NE LEGYEN VÉGE A VALÓSÁGNAK?

A szülői mediáció és a médiaműveltség fontossága a technopoliszban

Bevezetés

■ A 2020-ban elterjedt koronavírus hatására az oktatási rendszerek világszerte átálltak a digitális, online tanításra és tanulásra. Ebben a helyzetben a tanulók egy része a tanulás mellett biztonsági korlátozások nélkül internetezhetett, mivel a szülők nem tudtak kellő figyelmet fordítani arra, hogy milyen tartalmakat fogyasztanak a gyerekek. A digitális eszközök és az újmédiaplatformok megjelenése, az online állapot továbbra is számos veszélyt rejt – ilyen például a post-truth (posztigazság) világának álhíráradata –, bár kiváló eszközként is alkalmazható a tanulás és a tanítás során. A webalapú tanulás az információszerezés új, kiterjesztett formája, amely a tradicionális tanulási környezetben megszokott, jellemzően osztályteremben és osztálykeretben működő tanítást és tanulást váltja fel, vagy jobb esetben egészíti ki, létrehozva egy olyan komplementer tanulási környezetet, amelyben nemcsak a tanár, az iskola és a tankönyv a tanulás forrása, hanem a tanulási környezet egy jóval komplexebb, nyitott és inspiráló, konstruktív formát ölt, ahol a tanuló önállóan építheti fel tudását a különböző perspektívákból, forrásokból szerzett tudáselemek integrációjával.

Fontos ugyanakkor kitérni arra a főként a szociológia és a pszichológia területén kutató szakemberek által elfogadott tényre, hogy az internet megannyi veszélyt hordoz magában. A kisgyerekek szülei okostelefonján pillanatok alatt nem ellenőrzött oldalakat böngészhet, az óvodás korosztály szülői kontroll nélkül a YouTube-on egy-két kattintással erőszakos tartalmakhoz férhet hozzá. De nemcsak a kisgyerekek, hanem a felnőttek is veszélyeknek vannak kitéve. Elég csak az álhírekre gondolnunk: ha valaki nem el-



...a digitális és a médiaműveltség elsajátítása a mai világban az egyetlen járható út, hiszen már rég túl vagyunk azon az időszakon, hogy a média rossz, és a médiaeszközöket nem szabad használni, mert rengeteg negatív hatásuk van.

lenőrzí az oldal hitelességét, könnyen manipulálhatóvá válik, amikor fake news-zal találkozik. Mielőtt azonban az álhírekről és a deep fake jelenségről beszélnénk, fontos megértenünk, hogy mi jellemzi leginkább posztindusztriális társadalmunkat, mi változott a Gutenberg-galaxis óta, és miért lett igaza Marshall McLuhannak akkor, amikor a hatvanas években megjósolta a technológiai determinizmust, és a globális faluról beszélt (McLuhan, idézi Komenczi 2009. 280.).

Az információs társadalom mint jövőorientált társadalom

■ Komenczi Bertalan *Információ, ember és társadalom* című könyvében írja le azt, hogy a társadalmak miként szeretnék lerövidíteni és meggyorsítani a jövőbe vezető utat. A változások legfőbb katalizátora a globalizáció (Komenczi 2009. 263.).

McLuhan már a hatvanas években beszélt a technológiai determinizmus fogalmáról. Jósolata – azóta tudjuk – beigazolódott. Elméletének lényege, hogy a technikai találmányok mindig kulturális változást vonnak maguk után. „Miközben alakítjuk eszközeinket, azok is formálnak bennünket.” (Griffin 2003. 323.) Persze ma már pontosan látjuk, hogy az újmédiaeszközök nemcsak bennünket, hanem a minket körülvevő világot, az életmódunkat, a szemléletformálódásunkat, sőt magát a pedagógiát és vele együtt a didaktikát is átalakítják. Utóbbiakra nézve még kérdéses, hogy a Merlin Donald által felvázolt mítikus, mimetikus és teoretikus kultúra után a modern hálózati kultúra részben vagy egészében megváltoztatja-e majd őket. Ennek kapcsán elég csak a kognitív habitusra, a kommunikációs interfészre és a KTR-re (külső szimbolikus tár) gondolnunk, amely az évezredek során folyamatosan változott. „A kulturális átadás az ember fejlődéstörténete során kognitív habitusok láncolatán keresztül valósul meg. A változássorozat értelmezésére általánosan elfogadott Merlin Donald koncepciója, amely szerint ez az átalakulás több lépésben, olyan adaptációkon keresztül történt, amelyek egyre újabb reprezentációs rendszerek, információfeldolgozási eljárások és kommunikációs formák megjelenését hozták magukkal.” (Komenczi 2009a. 14.)

McLuhan történelmi médiatérképén négy periódusra osztotta az emberiség történelmét: a törzsek korára, az írásbeliség korára, a nyomtatás korára és az elektronika korára. A különböző történelmi korok, amelyeket a kanadai professzor említ, más-más örökségeket hagytak az utókor számára. A törzsek barlangrajzai, a gízai piramisok, a könyvek, a kódexek a mai napig fennmaradtak több száz, sőt több ezer év után is. Az elektronika korában az Ulrich Beck szociológus által megnevezett kockázattársadalom digitális bennszülöttje és bevándorlója vajon milyen örökségeket hagy az utókor számára? Ki tudjuk-e használni az innovációs fejlesztéseket a hagyományok, örökségek fennmaradására? Úgy gondolom, ez igen fontos kérdés és társadalmi probléma, mint ahogyan az is, hogy miként tudjuk megvédeni magunkat a globális falu káros hatásaitól (Beck, idézi Komenczi. 2009. 264.).

Az információs társadalom technológiaközpontú társadalom. Milyenek a technopolisz lakói?

■ A technikai fejlesztések nyilvánvalóan hatást gyakorolnak a társadalomra. „Kétségtelen, hogy az autó, a televízió, a telefon és sok más találmány jelentősen befolyásolta azt, ahogyan ma élünk, de mindegyik más-más iterációs-interakciós mintázat szerint épült be a társadalmak kulturális szövetébe, amely adottságként formálta az illető technológiát, miközben maga is formálódott általa.” (Komenczi 2009. 266.)

Neil Postman társadalomkutató *Technopolisz* című esszéjében az emberi társadalmat eszközhasználó társadalomként interpretálja, amelyben az emberek az eszközöket a mindennapi élet problémáinak megoldására használják. Az amerikai társadalomkutató szerint az ipari forradalom hatására a technológia alárendelt szerepe fokozatosan megszű-

nik. A technopoliszban a technokrácia totálissá válik, vagyis a társadalom technológiafüggése teljes mértékű (Komenczi 2009. 266.).

Érdeemes elgondolkodnunk azon, hogy mennyire igaz Postman diagnózisa napjainkban. Mennyire vagyunk technikafüggők, lépést tudunk-e tartani az innovációval, fel vagyunk-e készülve arra, ami akkor történne, ha a világ egy hétig áramellátás nélkül maradna, és a digitális technológiák ezzel elérhetetlenné válnának az emberiség számára? Postman gondolatmenetét továbbvíve: mennyire befolyásol minket a (médiá)technológia és az általa terjesztett álhírek?

A japán Maszuda Jonedzi már 1980-ban kiemelte: „az információs közmű nyilvános információfeldolgozó és -szolgáltató létesítményekből álló információs infrastruktúra, amely számítógépeket és kommunikációs hálózatokat foglal magában. E létesítmények segítségével bárki, bárhol, bármikor képes lesz az általa igényelt bármilyen információhoz könnyen, gyorsan és olcsón hozzájutni.” Maszuda szerint „a jövő információs társadalmában az információs közmű válik majd az információs értékek termelésének bázisává, amelyet ennél fogva joggal nevezhetünk az információs társadalom társadalmi szimbólumának” (Maszuda, idézi Komenczi 2009. 259–260.).

A média tartalmi oldala – média és tömegkommunikáció az információs társadalomban

■ Számos kutatás vizsgálta már a média, a különböző médiatartalmak funkcióját. Ha a médiadefinícióban a tartalmi oldalt helyezük a figyelem középpontjába, akkor azt mondhatjuk, hogy a média információs tartalmat szolgáltat, ugyanakkor szórakoztat (Aczél–Andok–Bokor 2015. 28.).

De vajon a társadalom hány százaléka veszi észre, hogy a közlés manipulálhat, vagy adott esetben egy szó sem igaz a leírtakból? Számtalanszor szembesülünk azzal, hogy emberek százai osztják meg közösségi felületeken az álhíreket. Sokan nincsenek tisztában vele, hogy deep fake-kel vagy fake news-zal van dolguk. Hány ember hívja segítségül az internetet azért, mert betegnek érzi magát, és a tünetek után kutatva saját maga téves diagnózist állít fel? Megannyiszor előfordul, hogy az orvos és a cég, amelyről olvasunk, nem is létezik. A kockázattársadalomban az információs társadalom kínálta lehetőségek között temérdek hiteltelen és hamis tartalommal találkozhatunk. Éppen ezért fontos kérdés tisztázására van szükség: miként akadályozhatjuk meg, hogy az álhíreknek bedőljünk, és hogyan jöhetünk rá, hogy a videó nem valós, akkor sem, ha az ábrázolásmódja realisztikus? (Szűts 2012)

Hazai és nemzetközi kutatások is igazolják, hogy a fiatalok rendszeresen használják az internetet, Facebook-profillal és okostelefonnal rendelkeznek, napi szinten csevegnek az interneten. A *Magyar Ifjúság 2012* kutatás a 15–29 éves korosztályt vizsgálta 8000 fős minta alapján. Az adatok elemzéséből kiderül, hogy a kommunikációs eszközök közül az említett korosztályba tartozó fiatalok 93 %-ának van mobiltelefonja, 70 %-uknak van internet-hozzáférése, és 69 %-uk közösségiportál-használó (Aczél–Andok–Bokor 2015. 91.).

A kutatásból kiderül az is, hogy a közösségi médiát leggyakrabban mire használják:

- magánjellegű információkhoz szólnak hozzá (43%), illetve ilyen információkat osztanak meg (39%);
- nem közéleti, nem politikai információkat osztanak meg (29%);
- nem közéleti, nem politikai információkhoz szólnak hozzá (28%) (Aczél–Andok–Bokor 2015. 91.).

Vizsgáljuk most meg, hogy mi a helyzet az egészen fiatal korosztály tagjaival. Sajnos az is igazolható tény, hogy a gyerekek egyre fiatalabb kortól kerülnek a kibertér bővületébe, használják a szüleik okostelefonját, az internetet („elektromos bébiszitter” effektus), miközben egyre kevésbé van jelen a család életében a szülői mediáció.

A szülők gyerekeik médiahasználatával kapcsolatos viselkedésének öt típusát különböztették meg a témával foglalkozó kutatók:

- együttes használat: a szülő és a gyerek együtt használja a médiát, például közösen néz televíziót, vagy együtt játszik az interneten;
- aktív mediáció: a szülő beszélget a gyerekével a médiatartalmakról;
- korlátozó mediáció: a szülő akadályozza gyereke médiahasználatát;
- megfigyelés: a gyerek médiafogyasztását utólag ellenőrzi a szülő;
- technikai korlátozás: appok segítségével korlátozzák a gyerek médiatevékenységét (Aczél–Andok–Bokor 2015. 173.).

Az egészen fiatal korosztály nem tudja megkülönböztetni a fikciót a valóságtól, ahogyan sok tini vagy akár felnőtt sem a valódi, lektorált és hiteles tartalmakat a fake newstól. A szülői mediációnak éppen ezért meghatározó és rendkívül fontos szerepe van a gyerekek médiahasználati szokásainak kialakításában és abban is, hogy tudatos, kritikus médiafogyasztóvá váljanak. Ehhez azonban elengedhetetlen a digitális kompetencia és a médiaműveltség elsajátítása (Szűts 2014).

Az a szülő, aki nem rendelkezik kellő digitális kompetenciával, nem tudja majd hitelesen és érthetően elmagyarázni, hogy mi a különbség az álhír és a hiteles médiatartalom, illetve a fikció és a valóság között. Mindehhez persze értenünk kellene a nagy médiabirodalmak és közösségi felületek működési mechanizmusát. A szülőknek minderről beszélgetniük kell gyerekeikkel az elsődleges szocializációs szintérben, a bensőséges családi légkörben, ugyanakkor formális, intézményesített keretek között – akár médiaórán vagy az osztályfőnöki óra keretében – is tárgyalni kellene a témát.

A hazai és a nemzetközi kutatások egyaránt alátámasztják, hogy a gyerekek és a kamaszok számára a minőségi együtt töltött idő helyét egyre inkább az okoseszközök használata veszi át, ezáltal pedig nyilvánvalóan ki vannak téve az internet és az eszközfüggőség veszélyeinek. Szülőként így még nagyobb a felelősségünk abban, hogy a „boldogsághormon” forrása a gyerek számára a szüleivel eltöltött idő legyen.

Kritikus veszélyforrások – a fake news és a deep fake

■ Az internet és az újmédiaeszközök negatív hatásait vizsgálva elkerülhetetlenül eszünkbe jut a fake news jelensége. A kamasz és a felnőtt korosztály egyaránt gyakran osztt meg olyan hamis információkkal teli tartalmakat, amelyek a médiahasználók megtévesztését célozzák. A közösségi oldalakon nagyon sokszor futunk bele álhírekbe, és lépten-nyomon tapasztalhatjuk, hogy százak, ezrek dőlnek be az eltorzított, hamis valóságnak.

Az álhírek nagyon veszélyesek a társadalomra, hiszen a felhasználó – like-okkal kifejezte érzéseit – egy-egy tartalommal kapcsolatban saját meggyőződéséből terjesztőjévé is válik a hamis állításnak, a megosztás pedig hólabdaszerűen jut el egyre szélesebb közönséghez. A hírhamisítás és a hírhamisítók által kreált médiatartalmak továbbításában óriási szerepe van a profillal rendelkező felhasználóknak, így ebben a vonatkozásban óhatatlanul ki kell emelnünk a saját felelősségünket is. Bár az írni-olvasni nem tudó, legfiatalabb korosztályt az álhírek és azok negatív hatásai legfeljebb közvetve fenyegetik, a tudatos, kritikus magatartásra való nevelés szülőként és pedagógusként is kiemelt feladatunk kell legyen.

A televízió térhódításával az audiovizuális élményhez való ragaszkodásunk egyértelművé vált. A „hiszem, ha látom” mondás ebben a vonatkozásban is érvényes: az ember képekkel, videókkal dokumentál, vizuális reprezentációkat őriz meg az utókor számára. A kisgyerek elhiszi, amit a mesében lát, és a szülő nélkül kezdetben nem tudja megkülönböztetni a fikciót a valóságtól. Ezért is szükséges a szülők részéről az aktív, korlátozó mediatív tevékenység. Ehhez azonban elengedhetetlen egy olyan attitűd, amely az elsődleges szocializációs szintérben veszi a fáradságot, és felelősségteljesen alkalmazza a médiaeszközöket. Félreértés ne essék: nem szándékom a médiaeszközök befektetése, hiszen ezek hasznosak lehetnek a kulturális örökség megőrzésében, az információkeresésben, a

webes és számítógép-alapú tanulásban és tanításban. Mi több, a digitális bennszülöttek életében immár elengedhetetlen a módszertani változtatások alkalmazása. Ám arra mindenképpen fel kell hívni a figyelmet, hogy a kontrollt gyakorló szülőknek, később pedig az intézményesített, formális kereteken belül a pedagógusoknak szerepet kell vállalniuk abban, hogy a legfiatalabb generáció tagjai kritikus médiafogyasztókká váljanak.

Digitális kompetencia és médiaműveltség

■ Számtalan oktatási dokumentum – köztük a magyar Nemzeti alaptanterv is – ír a digitális kompetencia és a médiaműveltség fontosságáról. A McLuhan által megjósolt, mai digitális világban, posztindusztriális társadalmunkban a kritikus médiafogyasztás elengedhetetlen. Elég volt egy pandémia kirobbanása ahhoz, hogy megtapasztaljuk, milyen az, amikor az internetet és az okoskészülékek adta lehetőségeket elengedhetetlenül fontos célokra használhatjuk. Nyilván nem teljes paradigmaváltásról és digitális átállásról van itt szó, de a járvány rákényszerített bennünket az oktatás gyors reformálására. Rengeteg pedagógus kényszerült arra, hogy a kialakult helyzethez menetközben alkalmazkodva digitális kompetenciáit az online oktatáshoz szükséges szintre fejlessze, módszertani változtatásokat eszközölve tanítson ugyanakkor a szülőknek sokkal nagyobb szerepet kellett vállalniuk gyermekeik tanításában.

Úgy gondolom, a digitális és a médiaműveltség elsajátítása a mai világban az egyetlen járható út, hiszen már rég túl vagyunk azon az időszakon, hogy a média rossz, és a médiaeszközöket nem szabad használni, mert rengeteg negatív hatásuk van. Az újmédia megjelenése számtalan lehetőséget rejt magában, de mindezeket egészséges keretek között kell használni. Kritikusan kell válogatnunk a médiatartalmak és a különböző médiumok között, és ezt felelősségteljesen kell megtanítanunk gyermekeinknek és a legkisebb korosztálynak is. Kommunikálnunk kell arról, hogy mindez miért fontos, és el kell magyaráznunk – akár játékos formában is –, hogy miért nem szabad mindent elhinnünk, amit az interneten látunk.

Médiatudatosság és médiaértés

■ A két fogalom szorosan összefügg. Olyan képességről van szó, amely alkalmassá tesz bennünket arra, hogy megkülönböztessük az álhíreket a hiteles, valódi információktól, vagy észrevegyük azt, amikor deep fake-kel van dolgunk. Aki médiatudatos, az ismeri és érti a nagy médiabirodalmak működését, elemezni tudja a médiatermékeket, adott esetben le tudja leplezni a hamis információkat tartalmazó médiatartalmakat, értékelni és válogatni tud a médiatermékek között. Felelősnek érzi magát egy posztért, blogért, vlogért, megosztásért, kommentért és azért, hogy szülőként aktív, sőt akár korlátozó szerepet töltsön be.

A médiatudatossághoz szükséges a média megértése, ehhez azonban elengedhetetlen valamiféle oktatás is, legyen az önfejlesztő vagy intézményesített.

A médiatudatosság mint társadalomtudományi paradigma alapelemei a következők:

- minden médium egy konstrukció, vagyis a médiatermékek és -üzenetek mesterséges valóságokat mutatnak be;
- a média építi a valóságot, a konstruált valóság nagymértékben meghatározza valóságérzékelésünket;
- a közönség megvitatja a médiatermékek jelentését: az emberek szubjektíven vitatják meg a médiatartalmakat;
- a médiaüzeneteknek kereskedelmi következményei vannak: éppen akkor leszünk médiatudatosak, ha az üzleti érdekeken átlátunk, és nem hagyjuk magunkat manipulálni;
- a médiaüzenetek ideológiákat és értékeket közvetítenek, burkoltan életmódmintákat kínálnak;
- a médiaüzeneteknek társadalmi és politikai következményei vannak. (Aczél–Andok–Bokor 2015. 91.)

Az utolsó három eljárás ellenőrző, az első kettő értelemadó jellegű. A gyerekeket és a kamaszokat mind a használatra, mind a tartalomra vonatkozóan kontrollálni kell. Fontos, hogy ellenőrizzük, mit néz meg gyermekünk, mire használja okoskészülékét. Ha szükséges, le is tilthatunk bizonyos felhasználók által közzétett tartalmakat, reklámokat. Ma már különböző applikációk állnak rendelkezésünkre annak érdekében, hogy egyes médiatartalmakat, oldalakat meg tudjunk szűrni, ezzel elkerülve, hogy a kiskorúak káros médiatartalmakkal találkozzanak. A kisgyerekek előszeretettel néz mesét édesanyja jelenlétében, szívesen beszélget a televízióban látott eseményekről. A kommunikáció rendkívül fontos eszköz a médiabirodalmak működésének megértésében.

A szülői attitűd, a szülői minta tudatosítása és az együtt átélt pillanatok elengedhetetlen feltételei a megoldás megtalálásának. A család, a szülők viselkedésmintája a kisgyerekek fejlődésében meghatározó. Egy kisgyerekek számára édesanyja a világ epicentruma, így az ő digitális műveltsége, kritikus médiafogyasztása meghatározó lesz a gyerek életében.

Következtetések

■ Fontos rávilágítani arra, hogy az álhírek hasznoszerző, tudatos befolyásoló médiatartalmak, amelyek sokszor politikai befolyásolás céljából vagy pusztán üzleti érdekből jönnek létre. A hólabdaszerű megosztás ugyanis rengeteg pénzt hozhat. Nagyon fontos odafigyelni arra, hogy az álhíreket gyártó oldalak sokszor olyan domainneveket használnak, amelyek hitelesnek tűnnek a mit sem sejtő megosztó, illetve felhasználó számára. Ennek a fajta manipulációnak a kiküszöböléséhez szükségünk van rutinra, médiaműveltségre, vagyis kritikus és értő hozzáállásra, hogy ne dőljünk be a hamis mondanivalónak. Ugyanakkor nem túlzás azt állítani, hogy a deep fake jelenség még az álhíreknél is veszélyesebb. A felhasználók ugyanis a kép- és a videohamisítást kevésbé veszik észre. Nehéz elfogadni, hogy lassan már a saját szemünknek sem hihetünk. Ahogyan a kisgyerekek elhiszi, hogy a varázspálca segítségével azonnal ki lehet varázsolni a dobozból az ajándékot, mert a videóban ezt látja, hasonlóképpen sokszor a felnőttek sem veszik észre, hogy photoshopolt képpel van dolguk, vagy hogy a valósághoz semmi köze annak a videónak, amit megnézték.

A propagandát sokszor könnyebb is elfogadni, mint a valóságot. Ulrich Beck éppen a mesterséges intelligencia miatt nevezi a világekockázat társadalmának az információs társadalmat (Beck, idézi Komenczi 2009. 246.). A technológiai gyorsulással egyre nehezebb lépést tartani: lassan már ott tartunk, hogy időnk sincs kipróbálni a futószalagról legördülő eszközt, mert azt kis idő múlva követi egy még jobb, még okosabb, amire „szükségünk van”, mert biztonságot ad, gondolkodik helyettünk. Éppen ezért fontos nekünk is okosnak és felelősségtudatosnak lennünk.

A médiatudatosság a szülői mediációval kéz a kézben jár. Úgy gondolom, már rég nem arról kell beszélnünk, hogy miért lenne szükséges megtiltanunk a gyerekeknek az újmédiaeszközök használatát, hiszen a kutatások is igazolják, hogy intenzíven használják az okoseszközöket. Ehelyett inkább fejlesszük digitális kompetenciánkat, legyünk kritikusak, és kommunikáljunk a jövő felnövő generációjával a témáról. Ne sajnáljuk az időt arra, hogy megkérdézzük a gyereinktől, milyen tartalmat nézett meg az interneten. sőt arra sem, hogy együtt nézzük meg a videókat, és tanítsuk meg neki, hogy az eredményes tanulás érdekében miként tudja hatékonyan használni tanulmányaihoz az újmédiaeszközöket.

■ IRODALOM

- Aczél Petra – Andok Mónika – Bokor Tamás: *Műveljük a médiát!* Wolters Kluwer, Bp., 2015.
Griffin, Em: *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Harmat Kiadó, Bp., 2003.
Komenczi Bertalan: *Információ, ember és társadalom*. Líceum Kiadó, Eger, 2009.
Komenczi Bertalan: *Elektronikus tanulási környezetek*. Gondolat Kiadó, Bp., 2009a.
Szűts Zoltán: *Az új internetes kommunikációs formák mint a szöveg teste*. Szépirodalmi Figyelő 2009. 3. sz. 38–51.
Szűts Zoltán: *An Iconic Turn in Art History – The Quest for Realistic and 3D Visual Representation on the World Wide Web*. In: Benedek András – Nyíri Kristóf (eds.): *The Iconic Turn in Education (Visual Learning)*. Peter Lang Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, 2012. 59–66.
Szűts Zoltán: *Szellem a gépben. Hálózati irodalomtudomány*. Kossuth Kiadó, Bp., 2014.