



Dr. Aczél Petra

---

# Médiaműveltség





Dr. Aczél Petra

## Médiaműveltség

Sherry Turkle, az újmédiáról nagy sikerrel publikáló amerikai szerző írta le a történetet, amelyben négy év körüli kislányával először mentek el az óceán partjára. Amikor a gyerek megpillantotta a méltóságteljesen hullámzó kékséget és a víz-homok határáig szaladt, így kiáltott fel örömeiben: „Nézd, Mama, olyan, mint az igazi!”

*Tisztelt Kollégák, szeretettel köszöntöm Önöket!*

Három pontba szerveztem az előadásomat. Először arról szeretnék beszélni, hogy mi is ez a bizonyos médiaműveltség. Miközben sokat beszélünk a médiáról, legyen az hagyományos (szóbeli, írásbeli vagy nyomtatott), elektronikus vagy digitális, sokszor szem elől veszítjük a média-írásstudást, a médiatudatosságot, a művelt médiahasználat kritériumait. A médiával jellemzően inkább ijesztgetünk, mint működésének érett és művelt használatára útmutatást adnánk.

Másodikként arra térek majd rá, vajon hogyan képzeli el ma a médiatudatossággal foglalkozók azokat a szinteket, területeket, feladatokat, amelyek ezt a készség- és ismeretkört kiteszik, alkotják. És végül arra szeretném hívni Önöket, hogy nézzük meg, hogyan lehet a médiaműveltséget vagy médiatudatosságot a mindennapi tanítási gyakorlatba, az egyes tantárgyak oktatásába beilleszteni, azt figyelembe véve, hogy kiemelt fejlesztési területről van szó.

Kezdjük tehát a meghatározással! Mindenekelőtt, hadd kérdezzem meg, hogy amikor a médiáról beszélünk, amikor a médiatudatosság jelentőségét emlegetjük, gondolunk-e a könyvre? Ugyanis a könyv is a médiatudatosság körébe tartozik, és nem csupán az olvasás tanítása, hanem a helyes választás, az önálló olvasási szokások kialakításának igénye is célkitűzés lehet, amikor diákjainkat „könyvhöz” neveljük. A médiatudatosság elméleti és gyakorlati szakemberei persze elsősorban az elektronikus és digitális médiumokra figyelnek, köztük is töreksenek a legújabbakra és a fiatalok körében legerjedtebbekre tekintettel lenni, mint például a fejlesztett valóság, a közösségi média vagy a videojátékok.

Mindenesetre a médiát érdemes olyan komplex kommunikációs rendszerként felfognunk, amelynek az időben-térben nagy hatékonyságú tájékoztatáson túl az egyéni szocializációban, a permanens elérhetőségben kétes értékű, de nagy befolyású szerepe van. A médiát sokan és sokat fogyasztjuk. Riasztó arányok látnak napvilágot arról, hogy fiataljaink 24 órá-



ja hogyan oszlik meg az egyes médiumok között: de a valóság az, hogy egy időben több médiumot használnak, vagy egy médiumot használnak többféle médiatartalom fogyasztására; ezt hívjuk *multitasking*-nak, illetve *konvergenciának*. Ma már azt is érzékeljük, hogy a médiafogyasztás legdrasztikusabban nem is a fiatalok (a 8–14, illetve 15–29 évesek) körében nő, hanem az 50+-os korosztályban, ahol közel kétszeresére emelkedett a televízió-nézésre fordított idő az utóbbi egy évtizedben. Miközben tehát van bennünk egyfajta morális pánik, látva és tapasztalva, hogy mi minden történik – vagyis inkább történhet – a média által fiataljainkkal, mi magunk is egyre többet fogyasztunk médiát. Miránk, a felnőttekre vonatkozik az a nemzetközi kutatás is, amely szerint nem a médiatartalom értelmezése okozza számunkra a fő problémát, hanem az, hogy felismerjük, hogyan hozták létre azt a tartalmat: a technikai-technológiai háttérrel kapcsolatban vannak hiányosságaink. És persze azt sem tudjuk – a vizsgálat szerint – elég jól és pontosan, hogy milyen szabályozási környezetben jött létre az adott médiatartalom, milyen jogszabályok vonatkoznak rá. Ahogyan azzal sem vagyunk tisztában, hogy nekünk (vagy diákjainknak) milyen közösségi kontroll-lehetőségünk van arra nézve, mit kapunk és mit kaphatnánk.

Mindezek ennél jóval részletesebb áttekintése és feltárása is fontos volna, ám erre ezúttal nincs mód. Így a médiatudatosság fogalmának meghatározására térek rá. A terminus alapja az angol 'media literacy', amelynek többféle fordítása ismert és használatos magyarul, mint például a médiatudatosság, a médiaműveltség vagy a média-írástudás. Utóbbi arra is utal, hogy a média-jártasság éppen olyan „tudás”, mint amelyet az írott kultúra kapcsán már sikerrel tettünk az oktatás és a műveltség elemi részévé.

A médiatudatosságra nevelés három dolgot foglal alapvetően magába: **a média demisztifikálását**, vagyis a média vizsgálatát úgy, hogy varázsától és jó és rossz hírnevétől megfosztjuk és reálisan látjuk; **a média denaturalizálását**, annak bemutatását, hogy a média nem természetes, hanem mesterséges, amit ember alkot, és emberi igény alakít, tehát létrehozott és nem eleve létező; valamint **a média dekonstrukcióját**, a médiatartalom szétszedhetőségének, felbontásának és elemezhetőségének oktatását. Mind a három leginkább az elemzés készségének kialakítása felé mutat, vannak azonban elképzelések, amelyek azt mondják, hogy a médiatudatosság igazi értelme, hogy aktív, résztvevő felhasználóvá tegye a fiatalokat, hogy az alkotó kompetenciákat, az alkotó jártasságokat alakítsa ki. Erről is van vita, az előadás végén röviden még vissza fogok erre térni.

A médiatudatosság legnagyobb baja az, ha csak szép eszme, ha csupán jelszóként használatos elv marad. Természete folytán – és saját természetünk miatt is – van erre hajlama. Nagyon jól hangzik az, hogy médiatudatosságra kell nevelni, de vannak-e hozzá tényleges intellektuális forrásaink, jó gyakorlataink? És, voltaképpen melyik médiáról is tanítunk ismereteket? Arról, amivel a tévét, amivel a rádiót, az internetet vagy a közösségi, mobil médiát kellene tanítványainknak használniuk? Ezeket együttesen kezelve kell azt válaszolnunk, hogy a médiatudatosság általánosságban olyan képességek kialakítása, **amelyek lehetővé teszik a médiához való hozzáférést, a médiatartalmak és -színterek elemzését, értelmezését és értékelését, valamint produktív tevékenységeket alapoznak meg.**

A médiatudatosságra mint készségre és jártasságra, mint tudásra kétféle módon tekinthetünk. Egyfelől tarthatjuk társadalmi létfeltételnek, alapvető jognak, másfelől sorolhatjuk a különleges plusz-ismeretek közé, amelyekkel az egyén kiegészítheti, specializálhatja meglévő felkészültségét. Tehát hasonlíthatjuk, az első értelmében az írás-olvasáshoz, vagy,

a második szerint a speciális marketing ismeretekhez. Úgy hiszem, a médiatudatosság oktatása mögött az első megközelítésnek kell meghúzódnia: annak, hogy a médiaműveltséggel alaptudást, sztenderd kulturális ismereteket tanítunk.

A médiatudatosságban legalább háromféle rendszer ideálja van jelen: az első a **demokratikus ideál**, amely szerint felelős résztvevőnek kell nevelni tanulóinkat. A másik elem a **tudástársadalom és -gazdaság ideálja**, amely a tájékozott, információt kereső, ismerő, használó és alkotó embert tekinti értéknek, a harmadik pedig a **kultúra ideálja**, az önmagát kiteljesítő, elégedett egyéné.

A nemzetközi szakirodalomban, a hármas felosztás elvét követve, a médiatudatosság feladataiban is háromfélért szoktak megkülönböztetni: a **hozzáférés-navigáció készségeinek fejlesztését, a kritikai hozzáállásra nevelést és a kreatív-alkotói magatartásra készítést**. A médiatudatosságra nevelésben három gondolkodási szintet kell tehát érintenünk és együtt fejlesztenünk: **az analitikus (megfigyelő-elemző), a kritikai (értelmező-értékelő) és a produktív-innovatív (alkotó-feltaláló)** gondolkodást. Ezek sorába kapcsolódik fontos negyedikként a **konnektivista (kapcsolati)**, másképpen közösségi, a közösségben való **gondolkodás**. Az innovatív gondolkodás a kritikai nélkül kiszolgáltatott, a konnektivista nélkül felelőtlen. Hiába jó móka a youtube-ra feltölteni egy osztályfőnöki órán, mobiltelefonnal készített videót, azok a százak, ezrek, milliók, akik megtekinthetik, más jelentést adnak a szándéknak és a tartalomnak egyaránt. Erre pedig jobb előbb, mint később gondolnia a kreatív és találékony készítőnek.

A médiatudatosság fejlesztési területei érintik a **hozzáférést**, a digitális szakadék szűkítését (amely az utóbbi öt évben nem csökkent az ifjak körében Magyarországon), az információ-ellátottság iránti igény kialakítását és a tartalomkeresés lehetőségeinek felismerését és alkalmazását. Érintik a **megértést**, azt, miként, milyen kategóriákban (pl. műfaj), milyen értelmezésekkel lehet és érdemes egy médiatartalomnak jelentést tulajdonítani, miféle kontextusokat és közvetítőket szükséges figyelembe venni ahhoz, hogy saját, autonóm befogadói nézőpont és vélemény alakuljon ki. És, ahogyan már korábban hangsúlyoztam, érintik az **elemzési és az alkotói** készségeket egyaránt.

A médiaoktatás eddigi, jellemzően nemzetközi gyakorlatában két paradigma vált meghatározóvá, két jellemző típusa alakult ki a médiatudatosság-képzéseknek. Az egyik az **elemző paradigma**, amely szerint a médiatartalmat bizonyos alapkérdések szerint megtanítjuk elemezni és értelmezni. A másik **produktív**, amellyel elsősorban nem azt tanítjuk meg, hogy mit és miként jelent az, amit a médiából befogadunk, hanem azt, hogyan lehet létrehozni a médiatartalmat. Utóbbi alkalmazás közben sajátíttatja el a média kritikai megközelítésének készségeit, miközben alkotásra és reflexióra is készítet. Többen most bizonyára arra gondolnak, vajon hány hazai iskolában, intézményben van olyan stúdió, amely erre lehetőséget adna? Talán nem is ezekre van igazán nagy szükség. Jelöltek már mobiltelefonnal készült filmet Oscar-díjra, így azt gondolom, a helytakarékos okosmédia sokszor oktan kapacitásai éppen a médiaoktatásban használhatók fel bölcsen (mert van az okosnál is okosabb...). Amire tehát szükség van, az a jó tanár és a jó oktatási program. A két paradigma hatékonyságára vonatkozó vizsgálatokat illetően, a viszonylag kevés eddigi adatból úgy tűnik, a második, produktív típusú képzés sikereesebb, a részvétel, az elmerülés az érintettség megnövelése miatt. Ugyanakkor éppen ebben a típusban nehéz „varázstalanítani” a médiát: sokszor válnak még eufórikusabbá a diákok a médiaműködéssel és annak izgalmas ígéreteivel kapcsolatban.

A médiatudatosság meghatározását, a szintek, feladatkörök rövid kijelölését követően végezetül arra szeretnék kitérni, hogyan lehet a médiatudatosság különböző készségeit és ideáljait használni egy-egy tárgy tanításánál, az órán? Egyszerű példákat fogok mondani. A legkézenfekvőbb tanács: a tantárgyi példáinkat cseréljük fel – amikor erre van lehetőség – a médiából vett példákra. Mondjuk egy nagy gazdasági botrány vagy siker médiainformációi (vagy csúsztatásai) könnyen megmutathatók és megérthetőek a matematikaórán. Máskor egy friss tudományos hírre való hivatkozással foghatunk bele valamely természettudományos kérdés tárgyalásába, akár a hír tartalmának megcáfolása céljából. Fontos, hogy amikor diákjaink véleményt formálnak, állást foglalnak, kérdezzük meg tőlük, honnan származik a tudásuk, melyik médium, milyen megbízhatósággal és pontossággal szolgáltatott véleményükhöz háttérrel. A nyelvtanulásban például a quizlet-típusú online szótárprogramok (és azok határainak felismerése) szoktathatják tanulóink figyelmét az érett újmédia-használat-hoz. De vannak különleges lehetőségek is, ilyen a most már második kötetével népszerűvé váló Nyáry Krisztián irodalomtörténeti munkássága. A híres íróink szerelmi életéről szóló fejezetekcsékből álló *Így szerettek ők* sorozat vezeti a könyveladási listákat. Anélkül, hogy növelnénk az eladászámot, felhívhatjuk a figyelmet arra, hogy bár könyvként olvassuk, a szövegek eredetileg facebook-bejegyzéseknek készültek. Pontosságuk, megalapozottságuk is a digitális média könnyedségéhez illeszkedik. Hitelesebb lett-e a sok pikáns történet könyvbe kötvé? Tudományosabb-e nyomtatva? Ilyen és ehhez hasonló kérdésekkel is nevelhetünk médiatudatosságra az irodalomórán. A testnevelésóra is szolgáltathat alkalmat a médiatudatosításra, arról szólva például, hogy jó-e fülhallgatóval a fülünkben, másokat nem hallva, észlelve futni, tornázni, sportolni, vagy arra, egy-egy zenei műfaj és közvetítő médium milyen mozgásokat idézhet elő, miféle mozgáskultúrát keretezhet.

*Tisztelt Kollégák!*

Úgy gondolom, a megalapozott médiaműveltség valóságtudatosságra és felelősségre is nevel. Olyan látásmódra, amellyel mindig meg tudjuk állapítani, mi az „igazi”. Kívánom ezt magunknak és diákjainknak.

Köszönöm megtisztelő figyelmüket!

#### **Az előadáshoz felhasznált szakirodalmi források:**

- Baldwin, J. (1998) 'A talk to teachers', in Morrison, T. (ed.), *James Baldwin: Collected essays*, New York, NY: Library of America, pp. 678– 686.
- Banerjee, S. C. and Kubey, R. (2012) 'Boom or boomerang. A critical review of evidence documenting media literacy efficiency', *The International Encyclopedia of Media Studies*, Wiley Online Library, Section 32, pp. 1-24.
- Hoehmann, M. and Poyntz, S. (2012) *Medialiteracies. A critical introduction*, London: Wiley-Blackwell
- Jenkins, H. (2008) *Convergence culture. Where old and new media collide*, New York: New York University Press.
- Livingstone, S., Papaioannou, T., Mar Grandío Pérez, M. del, Wijnen, C. W. (2012) 'Critical insights in European media literacy research and policy', *Medijske Studije/Media Studies*, vol. 3. no. 6., pp. 2-13.
- Scheibe, C. and Rogow, F. (2012) *The teacher's guide to media literacy. Critical thinking in a multimedia world*, Thousand Oaks CA: Corwin.
- Selber, S. A. (2004) *Multiliteracies for a digital age*, Illinois: Southern Illinois University Press.