

Zakinszky Toma Viktória

∴ Magyar Tannyelvű Tanítóképző Kar, Újvidéki Egyetem, Szabadka, Szerbia

∴ tomaviki80@gmail.com

TANULÁS, OLVASÁS, ÚJ MÉDIA (ÚJ LEHETŐSÉGEK – RÉGI ÖRÖKSÉG)

Learning, Reading, New Media (New Possibilities – Old Heritage)

Učenje, čitanje, novi mediji (Nove mogućnosti - staro nasleđstvo)

A tanulás mint információgyűjtés szorosan kötődik az olvasási szokásokhoz, körünkben pedig a hagyományos és új média-fogyasztási szokásainkhoz is. Ez hangsúlyosan érvényes a fiatalabb generációk és a gyermekek esetében. A tanulmányban elemezzük, hogyan hat ki a család – természetesen elsősorban a szülők – és a pedagógus a gyermekek tanulási és médiafogyasztási szokásaira. Hogyan lehet ma ápolni a régi örökséget, az olvasást és a könyvek szeretetét, mennyiben hat ki az iskoláskorú gyermekek tanulási és olvasási szokásaira az új média? Vajon a régi és az új technológia a gyermekeket két különböző irányba tereli, vagy a kettő párhuzamosan alkalmazható a gyermekek minél jobb és hatékonyabb olvasási, majd később tanulási szokásainak kialakítása érdekében? A meglévő szakirodalomra hagyatkozva igyekszünk meghatározni, illetve összefoglalni a témában aktuális irányzatokat és a megfelelő pedagógiai módszereket a jó tanulási és olvasási szokások kialakítása érdekében egy olyan korban, amikor az új média gyermekeink mindennapjainak szerves részét képezi.

Kulcsszavak: tanulás, olvasás, médiafogyasztás, család, hagyományos és új média

BEVEZETÉS

A számítógép, az új kommunikációs technológiák, az új média és az internet használata felgyorsították a civilizációs fejlődés folyamatát, ugyanakkor számos dilemmát ébresztenek a tekintetben, hogy hogyan hatnak az egyén, különös tekintettel a gyermek fejlődésére, lévén, hogy szinte egész nap ki vagyunk téve valamilyen mediabefolyásnak. A médiakutatással, új médiával és az ezekhez kötődő szociokulturális folyamatokkal foglalkozó

tudományos körökben számos kérdés mind a mai napig vita tárgyát képezi: ilyenek az egyén szabadsága, az uniformitás, a média által közvetített erőszak, az elidegenedés és a kommunikáció új formái. Ehhez kötődően gyakran emlegetik a virtuális primitivizmus és a felszínesség fogalmakat, illetve azt, hogy folyamatos információ- és üzenetdömpingben élünk. Az újabb kutatások olyan irányba mutatnak, hogy az egyént, különösen a gyermekeket meg kell tanítani a helyes média-használatra, hogy megfelelő ismeretekre tegyenek szert az új média és az információs technológiák használata terén.

Az interneten megtalálható rengeteg információ, a hihetetlen mennyiségű médiaüzenet, amely nap mint nap körülvesz bennünket, hatással vannak a kultúránkra, életstílusunkra és szokásainkra, többek között intellektuális igényeinkre és olvasási szokásainkra is. Itt elsősorban a könyvek olvasására gondolunk, ugyanis utóbbi a legújabb kutatások szerint csökkenőben van, különösképpen, ha az olvasással töltött időt a közösségi oldalakon, a televízió előtt és a Google böngészésével eltöltött időhöz viszonyítjuk.

A könyveket márpedig évszázadokig a bölcsesség és a tanulás alapjának tartották, melyek segítenek a bennünket körülvevő világ jobb megértésében. Valóban elérkeztünk volna Gutenberg galaxisának alkonyához, a könyv kultúráját pedig a képernyő és az elektronikus és digitális kommunikáció kultúrája váltja fel? A tér és az idő töredezettsége, a figyelemhiány és az elhivatottság hiánya, türelmetlenség, gyorsaság és felszínesség, az elmélyült és rendszeres olvasás és kutatás iránti vágy csökkenése, a magánélet megszűnése, a különböző információs technológiáktól való függőség – ezek jellemzik többek között mindennapjainkat (Andevski–Vučević 2012, 94). Az ilyen és hasonló megállapítások nyomán jogos a kérdés: vajon a mobiltelefonok használata, az állandó internethozzáférés és a böngészés elbutítanak bennünket? Az internet átprogramozza a memóriánkat, és egy állandósult, szétszórt figyelmi állapotba kényszerít bennünket, ami az elmélyült olvasás és szövegértés elvesztéséhez vezet. Ugyanis nem csupán az határoz meg bennünket, hogy mit olvasunk, hanem az is, ahogyan olvasunk. Amikor a képernyőről olvasunk, a gyors fókuszváltás és az újabb linkek megnyitása az információ puszta dekódolójává tesz bennünket, olyanokká, akik nem képesek a tartalomra összpontosítani és követni az összetett érvelést vagy cselekményt a szövegben. Az internet nemcsak olvasásunk módját, hanem a gondolkodásunk módját is megváltoztatja (Andevski–Vučević 2012, 94).

1. MENNYIT ÉS HOGYAN OLVASUNK?

Egy nyíregyházi középiskolában végzett kutatás szerint, melynek célja az volt, hogy kiderítse, mennyit és hogyan olvasnak a diákok, az internet

és a közösségi média nagyban csökkenti a könyvek iránti igényt, mind a szakközépiskolák, mind a gimnáziumok tanulóinak körében. A körkérdéses kutatást 15–17 éves középiskolások között végezték. A kvantitatív elemzés megmutatta, hogy a diákok a kötelező házi olvasmányokon kívül szinte egyáltalán nem olvasnak irodalmi műveket (Tóthné Szűcs 2011).

Az oktatásnak meghatározó szerepe van az olvasási kultúra népszerűsítésében és a szövegértés képességének fejlesztésében. Az olvasás kultúránk alapja és egyik legfontosabb tényezője. Az írás és az olvasás tették először lehetővé a gondolatok közvetítését térben és időben. Az összetett gondolatokat és gondolati egységeket nem értjük meg azonnal, valamikor meg kell őket ismételni vagy utólag kell őket elemeznünk, összevetni a valósággal és ellenőrizni. Hasonló módon egy bizonyos szöveg vagy elképzelés bírálata is csak akkor lehetséges, ha a gondolati egység megfelelő módon van rögzítve. Ez az, ami olyan értékessé teszi az olvasást mind a mai napig (Gereben 1996, 31).

Általánosan elfogadott tény, hogy az olvasás hozzájárul a magasabb szintű írásos és beszédbeli kommunikációhoz, valamint fejleszti a szókinccset és a kifejezőkészséget. Pszichológiai szempontból szintén tudományosan bizonyított tény, hogy az irodalmi klasszikusok olvasása hatással van a pszichénkre, és segít megőrizni szellemi és érzelmi egyensúlyunkat a feszült és frusztrációval teli mindennapokban (Bartos 1999).

Az olvasási szokások változása összefügg a társadalmi és gazdasági változásokkal. A tudás és az információk jelentős részéhez a média útján jutunk hozzá (televízió és internet a legnagyobb mértékben). A tanulás folyamata szintén változott és a tömegmédia hatása megkerülhetetlen a gyermekek oktatásában és nevelésében (Antalné 2003).

1.1. AZ Y ÉS A Z GENERÁCIÓ

Az Y generációt az 1982 és 1995 között születettek alkotják, a Z generációt pedig az 1995 után születettek (Tari 2010, 23–24). Minden generáció különbözik az előzőektől ami a (média)fogyasztási szokásait illeti, és abban is, hogyan viszonyulnak az új technológiákhoz. A legújabb, Z generáció az online kommunikáció idején született, és már kicsi koruk óta használják a legújabb műszaki vívmányokat, kisgyermekként megkapták a legújabb számítógépes játékokat is. Ezek a fiatalok már az internetet tekintik a legfontosabb információforrásnak, és nem tudják elképzelni az életüket számítógép és mobiltelefon nélkül. Gyors, intenzív élettempó jellemzi őket. A hagyományos szóbeli kommunikáció az elmúlt 10-15 évben olyan mértékben lecsökkent, hogy az identifikáció folyamata kívül került a családon, és az interneten meg a virtuális térben történik (Tóthné-Szűcs 2011).

1.2. DIGITÁLIS ÍRÁSTUDÁS

A médiakutatások területéről származó tudományos cikkek némelyike szerint újra kell definiálni az írástudás fogalmát, méghozzá a digitális írástudás irányában. Egy USA-ban végzett tanulmány 2–4 éves gyermekek digitális írástudását elemezte, a családon belül. Négy gyermek családon belüli új média használatát vizsgálták. A szülők a kutatókkal együttműködésben egy hónapig feljegyezték minden észrevételüket gyermekük új média használatával kapcsolatban. Ezt követően, szintén a szülőkkel, mélyinterjúk készültek a jegyzeteikkel és megfigyeléseikkel kapcsolatban (Marsh et al. 2015).

A kutatás során a gyermekek nap mint nap rengeteg multimédiális üzenetet kaptak, melyeket a család többi tagjával értelmeztek. A cikk szerint egy olyan korban, amikor a szociokulturális fejlődést alapvetően meghatározza az IT-eszközök és az új média rohamos fejlődése, az írástudást digitális írástudásként kell újra definiálni, és a szülőknek, később pedig a pedagógusoknak is megfelelő figyelmet kell szentelniük arra, hogy gyermekeik/tanítványaik digitális írástudóvá váljanak. De mit is jelent tulajdonképpen a digitális írástudás? Az említett tudományos cikkben e kérdésre több választ is találunk, de a szerzők mindenekelőtt megállapítják, hogy a mai gyerekek kommunikációs világa a kommunikáció módozatainak rendkívül széles palettáját foglalja magába, melynek az írott szó csak egy nagyon kis szegmensét alkotja. Digitális írástudásnak nevezzük, amikor az üzenetek kódolásának és dekódolásának folyamata magába foglalja az olvasást, de egyúttal a különböző szimbólumok, képek, mozgóképek, hangok stb. értelmezését is (Marsh et al. 2015). Szükséges, azonban nem elég, ha a gyerekek csupán megtanulják értelmezni az írott szöveget. Szintén meg kell tanulniuk „olvasni” a multimodális, multimédiális szövegeket is, ha el szeretnék sajátítani mindazt a tudást, amire a 21. században már mindenkinek szüksége van.

2. MÉDIASZOCIALIZÁCIÓ

Az 1980-as években egy fontos paradigmaváltás következett be a média és a gyermekek viszonyát vizsgáló társadalomtudományok területén: az „aktív befogadó” fogalma a médiaelemzésekben és egy neo-vigotskiánus váltás a fejlődéseméletben. Az aktív befogadó koncepciója alapján a befogadóval – annak kulturális hátterével és erkölcsi környezetével, valamint a közösségi ráhatással összhangban határozzák meg a média funkcióját és jelentését az adott egyén számára. A neo-vigotskiánus szemlélet a kultúra, a társadalmi viszonyok és a nyelv szerepét emeli ki abban a

folyamatban, amelyben a gyermekek érzékelik és megtapasztalják az őket körülvevő világot, és kialakítják saját intellektuális-kognitív struktúrájukat (Kósa 2015).

Vigotskij elmélete szerint minden emberi cselekvés, amely valamilyen új létrejöttéhez vezet, kreatív cselekvésnek minősül, tekintet nélkül, hogy a cselekvés eredménye dologi, mentális vagy érzelmi konstrukció, amely egy személyiségen belül keletkezett, és amely csak az adott személy számára ismert (Vygotsky 2004). A kreativitás ebben a tágabb értelemben jelentésteremtést is magába foglal – ami a média- és írásos üzenetek tudatos értelmezésének eredménye. A kreativitás Vigotskij szerint a plaszticitásnak köszönhető – az agy azon képességének, hogy változzon, és új kapcsolatokat teremtsen saját magán belül. Agyunk és idegszálaink változnak a különböző ingerek hatására, és amennyiben az inger erős és ismétlődő, ez a magasabb rendű pszichikai folyamatok internalizációjához vezet. Vigotskij elmélete szerint a mai gyerekek agya már másként működik az előző generációk agyához képest, és ezt szem előtt kell tartani, amikor az olvasási és tanulási szokások kialakítása a célunk.

A kreatív folyamat kezdete a percepció, ami a tapasztalás alapját képezi. Az, amit a gyermek lát és hall, a kreatív cselekvés alapja. A gyermek gyűjti azokat az élményeket, amelyek segíteni fogják képzelőerejének fejlődését. Ennek vagyunk szemtanúi, amikor a gyermekek kalózosat, tengerészeset, kutatót, szuperhőst játszanak. A gyermek kezdetben szintetizálja a részekből összetevődő képeket úgy, hogy megfeleljenek a saját tapasztalatainak. Ezután – és ehhez szükség van a kreatív cselekvéshez – a gyermeknek szét kell választania a meglévő képeket, és másféleképpen összerakni, teljesen újat alkotva. Vigotskij szerint a képzelet fejleszti a gyermek kombinatorikus képességét, éppen úgy, ahogyan a játék a szabadban fejleszti fizikai képességét, ügyességét.

A média elterjedése és az, hogy mindenütt jelen van, egy nagyon fontos pszichológiai következménnyel jár: tapasztalataink többsége indirekt tapasztalat, mely a média közvetítésével jut el hozzánk. Ezeknek a tapasztalatoknak döntő szerepe van a világ megismerésének folyamatában és a tanulásban is. A vizuális média például úgy közvetíti az információkat, hogy közben a gyermekszemlélő úgy véli, közvetlenül tapasztalja meg a dolgokat, míg az írott, illetve nyomtatott sajtó több koncentrációt és tudatos figyelmet igényel (Kósa 2015). A közvetlen tapasztalás érzékszerveink útján történik, és nem kell külön megtanulnunk dekódolni a közvetlenül átadott üzeneteket, míg az indirekt módon közvetített üzenetek esetében szükség van a kód megértéséhez, ami lehet például egy nyelv, vagy írásjelek, de mindenesetre valamilyen módon előbb ezeket meg kell ismernünk ahhoz,

hogy megszerezhessük a tudást. Az iskolában leginkább indirekt módon tanulunk, és az ilyen tanulás általában különböző életkorokhoz kötődik (pl. a legtöbb gyermek képtelen megtanulni olvasni négyéves kora előtt). Az audiovizuális média, és a filmek „a közvetlenség látszatával” közvetítik az üzeneteket, vagyis a nézőnek az az érzése, hogy személyesen megtapasztalta a látottakat. A könyvek, a nyomtatott média, illetve a prezentációk és leírások, de a szóban elmesélt történetek és mesék is közvetett tapasztalatot jelentenek a gyermekeknek.

Reeves és Nass kutatásai szerint az emberek az audiovizuális médiával történő interakciójukat úgy élik meg, mintha az valós emberekkel történe. Ez azt jelenti, hogy az emberi agy „nem vált” funkciót, vagyis nincs valamilyen különleges funkciója az audiovizuális médiumokkal való interakcióra, hanem az ember a médiára társas lényként reagál, vagyis úgy tekint rá, mint a saját embertársaira (Reeves-Nass 1996, 13). Ez tulajdonképpen azt jelenti, hogy minden médiumot ugyanazzal a „régii” agyunkkal használunk. Minden valóságnak tűnik, mert az evolúció során nem volt okunk feltételezni, hogy nem így lenne. A kontroll, amely később figyelmeztet bennünket, hogy ez tulajdonképpen nem valóság (pl. egy szörnyű film, amely megijeszt bennünket), ez már a következő lépés. Ezek a lépések nem automatikusak, hanem előfeltételük a tapasztalat és a tanulás, ezért fontos a média használathoz való hozzáállásunkat tudatossá formálnunk, és pontosan meghatározott célok mentén kell eljárnunk ebben a folyamatban.

A mediaszocializáció leggyakrabban boncolgatott kérdései a média érzelmekre gyakorolt hatása, a közösségben tanúsított magatartásra, a szabadidőre, a családra kifejtett hatása. Másrészt éppen olyan fontos, hogy az egyén hogyan sajátítja el a médiahasználat különböző módjait: egyszerűbben szólva, hogyan szocializálódik a média iránti viszonyát tekintve (Kósa 2015, 14).

3. A MÉDIA GYERMEKEKRE GYAKOROLT HATÁSA

A gyermek szűkebb környezete – a család, az iskola, a barátok és a közösség más intézményei mind együtt hatnak a gyermek fejlődésére, és egyúttal csökkentik a média túlzott hatását. Fontos, hogy a szülők segítsenek gyermeküknek megérteni a különböző médiaüzeneteket, és javasolt közösen értelmezniük a különböző médiaplatformokon megjelenő tartalmakat. Minél erősebb a csoporton belüli kohézió, a gyermek annál inkább azonosul a közösséggel, tehát nagyobb lesz magának a csoportnak a reál gyakorolt hatása, és ezzel együtt kisebb a média hatása.

3.1. A MÉDIA HATÁSA AZ ÉRZELMEKRE

Az eddigi kutatások szerint azok a tartalmak, amelyek erőszakot közvetítenek, érzelmi reakciót váltanak ki – nem csupán a gyermekeknél, hanem minden korosztálynál. A reakciók lehetnek pillanatnyiak (rémület, aggodás) és hosszútávúak (hosszútávú félelem attól, hogy mi is erőszak áldozatai leszünk) (Kósa 2015, 45). Egyes kutatók úgy vélik, a televízió és az új média miatt eltűnt az igazi gyermekkor, amikor a gyermek még védve volt a külvilág hatásaitól (Kósa 2015).

3.2. A MÉDIA HATÁSA A VISELKEDÉSRE

Ami az audiovizuális média viselkedésre gyakorolt hatását illeti, ennek leginkább vizsgált szegmense az, hogyan hat a médiában közvetített erőszak az egyén viselkedésére. A terminológiában leginkább katarzistról, az izgalom fokozásáról, a társadalmi normáktól való megszabadulásról, az imitáció és a deszenzitizáció jelenségeiről beszélnek. A katarziszelmélet szószólói szerint az emberek kiélhetik agresszív ösztöneiket anélkül, hogy bármiben vagy bárkiben kárt tennének, illetve ebben nagy segítségükre van a média, hiszen azáltal, hogy nézik az erőszakos cselekedeteket, még nem ártnak senkinek. A felfokozott izgalmi állapotot számos tudományos kutatás alátámasztotta. Azt is bebizonyították, hogy az erőszakos jelenetek ismétlése hozzájárul a társadalmi normáktól való megszabaduláshoz, aminek végső eredménye akár az is lehet, hogy az egyén nem fog visszariadni a tiltott erőszakos cselekedetektől, illetve a szocializációja során elsajátított szabályokat könnyebben hagyja figyelmen kívül. Az imitáció különösen a gyermekekre és a kamaszokra jellemző, ahol felfigyeltek a médiában szereplő sikeres emberekkel való identifikációra is, kiváltképp azon személyek esetében, akiket erőszakosabb fellépés jellemez. A deszenzitizáció olyan esetben lép fel, amikor az egyén állandó jelleggel ki van téve erőszakos médiatartalmaknak, ami egyfajta eltompuláshoz vezet, ami az erőszak vizualizációját illeti.

3.3. A MÉDIA KOGNITÍV HATÁSAI

A média kognitív hatása nem csupán konkrét információkra vonatkozik, hiszen a média rengeteg szociális információt is közvetít. Gyermekként folyamatosan ismerkedünk a környezetünkkel (tanulunk róla), méghozzá különböző szerepmoделlek útján (szülőszerep, idősebbtestvér-szerep). Az iskoláskor előtti időszakban a tanulás folyamata főleg ezekből a szerepekből áll. A tömegmédia rengeteg modellt és viselkedésmintát kínál, melyeket

a gyermekek elsajátíthatnak, mivel egyre több időt töltenek a média „társaságában”, tehát a modellek – különösen a vizuális média által közvetítettek (televízió és film) – nagyban befolyásolják a közösségi szituációkban kialakítandó viselkedésmintákat a gyermekeknél.

3.4. INTERAKTÍV MÉDIA

Azokban a médiumokban, amelyek nem interaktívak, a tartalmakat hivatásos szakemberek (írók, újságírók, producerek) készítik. Ők nagy tapasztalattal rendelkeznek az olyan üzenetek és közlésmódok alkalmazásában, amelyek segítségével a közönséget bizonyos médiatartalmakhoz „szoktatják”. Az interaktív médiában az egyén saját üzeneteket hoz létre, így megosztva saját tapasztalatait másokkal. Az interaktív platformok a közösség és együttműködés élményét kínálják, sőt a versengés lehetőségét is (pl. online játékok). Mindkét élmény az ember legősibb ösztönéhez kötődik (Potter 2015, 289).

A mai gyermekek 80%-ának nyolcadikos koráig lesz mobiltelefonja. Potter szerint a médiahasználat terén kívánatos oktatás kétélű kard, mivel a megfelelő oktatás eredménye, hogy a gyerekek úgy használják az interaktív médiaplatformokat, mint a másokkal való kommunikáció terén nyíló új lehetőséget, a nem megfelelő oktatás eredményeképpen pedig ugyanezeknek a platformoknak a használata káros szokásként definiálható. Az egyénnek határozott célokkal kell rendelkeznie a platformok használatakor, mert ellenkező esetben utóbbiak „átveszik az irányítást”: irányítják a vágyainkat, ami legvégül elszigeteltséghez és frusztrációhoz vezet, a virtuális világ nyújtotta hamis élmények miatt. Ily módon ezek a platformok nagyon károsak lehetnek az egyén – így a gyerekek fejlődése szempontjából is. Ezért fontos a gyermekek nevelésére ilyen aspektusból is odafigyelni, vagyis, hogy hogyan használják az interaktív médiaplatformokat. Az ilyen platformok használatától való eltiltással nem oldjuk meg a problémát, hanem meg kell tanítani a gyermekeket az internet és a közösségi oldalak helyes, célzatos használatára.

3.5. A MÉDIA MAKROKÖRNYEZETI HATÁSAI

Az egyéneken kívül a média nagyobb társadalmi csoportokra, szervezetekre, intézményekre, illetve a társadalom egészére is kihat, ezeket a hatásokat nevezzük makrohatásoknak (Potter 2015, 319). A makrohatások egyik tárgya a család is, amely a történelem során számos változáson ment keresztül különböző tényezők hatására, de a média ezeket a változásokat jelentős mértékben felgyorsította. USA-beli kutatások bebizonyították, hogy közvetlen kapcsolat fedezhető fel a média megjelenése és a hagyományos

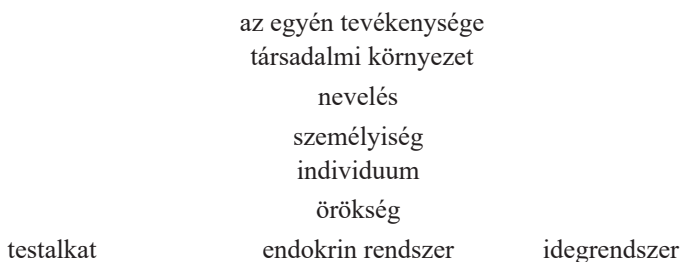
családmodell eltűnése között. Az elmúlt néhány évtizedben ugrásszerűen megnőtt a gyermeküket egyedül nevelő szülők és a válások száma, illetve egyre kevesebb házasság kötötték (Potter 2015, 320). Azt is megállapították, hogy a szülők egyre kevesebb időt töltenek gyermekeikkel: 1950-hez képest 1990-ben a szülők 40 %-kal kevesebb időt töltenek gyermekükkel (Pipher 1996).

4. A PEDAGÓGIA MINT KOMMUNIKÁCIÓ

A pedagógia az emberek közötti kommunikáció egy formája, és az ember mindennapjainak szerves része. Éppen ezért magát a nevelést, mint tevékenységet, akár elméleti vagy tudományos céllal, nehéz különválasztani és meghatározni, ami persze nem jelenti azt, hogy lehetetlen, hiszen bizonyos határvonalak mentén ezt megtehetjük (Trnavac–Đorđević 2010, 14).

A nevelés jelentősége egyebek között abban rejlik, hogy közelebb hozza és összeköti az embereket a sikeresebb kommunikáció érdekében, ezáltal megelőzve olyan negatív jelenségeket, mint az agresszivitás, önzés, individualizmus, kapzsiság, árulás, aszociális magatartás stb. A nevelés a legtágabb értelemben vett pedagógiai folyamat és fogalom: mindazoknak a cselekvéseknek az összessége, melyeket az emberek tudatosan, szándékosan, rendszeresen és szervezeten végeznek a személyiség formálása érdekében. Az oktatás pedig a nevelés folyamatának magvát, lényegét és mozgatórugóját adja. Az oktatás egy szűkebb folyamat és fogalom, és a személyiség nevelésének alapját képezi, magába foglalva a tudás elsajátítását, tények, adatok megtanulását, szokások és készségek kialakítását, értékrend felépítését és az emberek közötti kommunikáció szabályait (Trnavac–Đorđević 2010, 20).

4.1. A SZEMÉLYISÉG FEJLŐDÉSÉNEK ÖSSZETEVŐI



Forrás: Trnavac Đorđević (2010, 27)

Mindig, amikor az emberi nem egy nagy lépést tett meg a kulturális fejlődés terén – amikor áttért a beszédre az írásra, az írásról a nyomtatott szövegre, a nyomtatott szövegről az elektronikus formában továbbított üzenetre – akkor a nevelést is forradalmasította, kibővítette az iskolarendszert, és a nevelés újabb, jobb, humánusabb módozatait tárta fel.

beszéd – írás – nyomtatás – elektronika – NEVELÉS

(Trnavac–Đorđević 2010, 38)

Az élethosszig tartó tanuláshoz nem elég ismerni az IT-eszközök működését, vagy csupán használni azokat. Az információ hatékony és célzatos felhasználásához, felfedezéséhez szükséges a mérlegelés, az információ értéke szerinti besorolás. Ilyen értelemben a közoktatásnak, az akadémiának, a könyvtáraknak fontos küldetése van a széleskörű nyilvánosság tájékoztatásában a gyermekek nevelését illetően. Az IT-eszközök használatát oktató tanfolyamok és iskolai órák minden iskola tantervének szerves részét kell, hogy képezzék, az oktatás minden szintjén (Sípos–Varga–Egervári 2015).

4.2. MÉDIAPEDAGÓGIA

„Soha nem volt még nagyobb szükség a médiapedagógia jelentőségének hangsúlyozására és a szigorúbb erkölcsi nevelésre, a további idővesztegetés helyett a (média) erkölcsi mulasztásainak számlálgatására” (Andevski–Vučković 2012, 100). Ez a kijelentés, csakúgy, mint számos tanulmány – melyek közül a fentiekben néhányat idéztünk is – mind felhívják a figyelmet a digitális írástudás és a hagyományos írástudás elsajátítását célzó oktatás fontosságára.

Fontos különbséget tenni a hagyományos elektronikus média és az új média között. George Gerbner elsőként beszélt a médiaüzenetek gyártóinak hihetetlen hatalmáról. A televízió és a film tömegkommunikáció útján üzeneteket és történeteket közvetít, az internet és a közösségi oldalak viszont nem így működnek (Gerbner–Morgan 2002). F fiatal kutatók folyamatosan próbálják megközelíteni az új média egyénre gyakorolt hatását, de ez egyáltalán nem könnyű feladat, mivel ez a média rohamos tempóban változik. A média- és digitális írástudás megköveteli, hogy állandóan lépést tartsunk az új médiával. Másrészt, az ún. hagyományos média kikerült a médiakutatók figyelmének köréből, pedig hatásuk továbbra is jelentős. Mind a kutatók, mind a digitális írástudás fontosságának szószólói nem szabad, hogy figyelmen kívül hagyják aényt, hogy még ma is sokkal behatóbb ismeret-

tekkel rendelkezünk a hagyományos médiára és annak hatásaira vonatkozólag, mint azt az új média vagy hatásai esetében elmondhatnánk (Strasburger 2015, 3). Éppen ezért nem szabad elhanyagolni a hagyományos média hatásának további elemzését.

4.3. A GYERMEKEK ERKÖLCSI NEVELÉSÉNEK FONTOSSÁGA

A gyermekeket 6–7 éves korukig heteronóm erkölcs jellemzi, vagyis ebben a korban a gyerekek azt gondolják, hogy a szabályokat és a törvényeket a felnőttek találták ki, ebből kifolyólag a felnőttek szentek és tévedhetetlenek. Ezzel összhangban a gyerekek azt hiszik, hogy minden, amit a felnőttek mondanak, igaz és reális. Ez a vizuális médiában megjelenő felnőtt karakterekre is érvényes, így például a reklámok szereplőire is. 7–8 éves koruk után a gyermekeknél kezd kialakulni az autonóm erkölcs, ezzel együtt a szabályok relativizálódnak, a felnőttek által kimondott mondatok pedig már nem olyan megkérdőjelezhetetlenek, mint korábban (Kósa 2015, 39).

A médiapedagógia segítségével nem leszünk erkölcsileg érettebbé, de mintával szolgálhat, hogyan érezzük ki erkölcsi érzékünket, hiszen „sehol sem olyan fontos az erkölcsi mérlegelés, mint a tömegtájékoztatás világában” (Andevski–Vučković 2012, 96).

A jelenkori fogyasztói társadalom erkölcsi relativizmusa nem a legjobb támasz a gyermeknevelésben. Éppen ezért számos pszichológus hívja fel a figyelmet a mesék pozitív hatására a gyermekek erkölcsi nevelésében. Itt a szülőknek kulcsszerepe van, mert a mesék az 5–7 éves gyerekek pszichéjére hatnak. Az iskolában már elkéstünk a mesékkal. A mesék olyan értékeket közvetítenek, amelyek évszázadokon keresztül változatlanok maradtak, és általános érvényű üzenetük van, a társadalmi környezetre való tekintet nélkül, illetve az sem számít, hogy a gyermek városi vagy vidéki környezetben nevelkedik-e (Bettelheim 2008).

A legfontosabb, egyben legnehezebb feladat a gyermeknevelésben megadni azt a segítséget, ami ahhoz szükséges, hogy a gyermek megtalálja az élet értelmét. Ahhoz, hogy elégedettek legyünk magunkkal és azzal, amit elérünk, hinnünk kell abban, hogy nagyon fontos feladataink vannak az életben, amelyeket el kell végeznünk – ha nem most, akkor valamikor később életünk során. Ehhez az érzéshez szükség van ahhoz, hogy az egyén sikeres és harmonikus életet éljen (Bettelheim 2008). A mesék szimbólumok segítségével mutatják meg a gyermekeknek, mit jelent a fennmaradásért folytatott harc, és egyben azt sugallják, hogy szinte mindig megéri áldozatot hozni.

A meséknek abban is fontos szerepük van, hogy a gyerekek meg tudják különböztetni a jelent a múlttól. Az emlékezés és a személyes múlt képze

előfeltétele a saját személyiség kifejlődésének, illetve saját magunk egyénként való meghatározásának. A terminológia objektív és szubjektív identitást említ, ahol a kettő sosem ugyanaz, de az objektív identitás elfogadása, melyet a társadalmi közeg határoz meg, a társadalomba való beilleszkedés előfeltétele (Heller 2015). Ugyanakkor szubjektív, belső identitásunk az, amely egyedi személyiséggé tesz bennünket: ezek azok az emlékeink, amelyek megmutatják nekünk, kik is vagyunk valójában.

Összefoglalva, melyek azok az értékek, amelyeket a mesék közvetítenek a gyermekek felé? Konkrét példák felsorakoztatása nélkül is tudjuk, mely mesékben olvashatunk az empátiáról vagy annak hiányáról, arról, hogy készek vagyunk-e segíteni a rászorulókon, a bátorságról és gyávaságról, az idősek tiszteletéről, a másság és a számunkra idegen dolgok elfogadásáról. Ezek mind olyan erkölcsi példák, amelyek évszázadokon keresztül végigkövették a korábbi generációkat, de mi a helyzet a Z generációval? Nekik is van lehetőségük megtalálni ugyanezeket az értékeket a régi mesékben? Vagy talán már nincs szükség a mesék, későbbi életkorban pedig az irodalmi művek üzenetére? Ezek azok a kérdések, amelyekkel a pedagógusnak nap mint nap foglalkoznia kell, még hozzá a szülőkkel közösen, hiszen – ahogy azt már korábban elmondtuk – vannak mesék, amelyeket már késő iskoláskorban elmesélni a gyermekeknek.

4.4. ÉRTŐ OLVASÁS

Számos iskola az Egyesült Államokban arra bátorítja a szülőket, hogy aktívan tegyenek azért, hogy gyermekeik tökéletesítsék tudásukat az olvasás terén. Az olvasás és a szövegértés, illetve a szövegértelmezés jelenti az első lépést a jó és hatékony tanulási szokások kialakítása felé. Az általános iskolások írástudását és olvasási szokásait tanulmányozó kutatások szerint a szülők támogatása ebben a fontos folyamatban hosszútávú pozitív eredménnyel jár gyermekeik további iskoláztatása és iskolai előmenetele terén (Capotosto et al. 2017).

Mi a szülő és a pedagógus szerepe ebben a folyamatban? Ahhoz, hogy autonóm olvasási szokások alakuljanak ki, különböző motivációs tevékenységek bevezetésére van szükség. Például egy-egy szöveget lehet olyan feladatként vagy problémaként bemutatni, melyet a gyermeknek önállóan kell megoldania. Az olvasási szokások kialakításához hozzájárulhatunk azzal is, ha olyan könyveket és tartalmakat kínálunk fel a gyermeknek, amelyek közel állnak az ő érdeklődési köréhez, ami egyúttal további motivációt jelent a gyermeknek, hogy újabb információk után kutasson egy adott területen belül. Szintén fontos a gyermek életkorának megfelelő szövegeket kiválasztani az olvasáshoz.

A szülők példamutatással is olvasásra nevelhetik gyermekeiket, illetve közös tevékenységgel is. Az értő olvasás elsajátításához a gyermeknek valószínűleg szüksége lesz a szülő segítségére. Hasonló módon a médiatartalmak értelmezésében is szükség van a család segítségére, amiről a fentiekben már szóltunk. Hosszú az út az önálló szövegértés elsajátításáig, de a támogatás megéri a fáradságot. A szülőknek és a pedagógusoknak egyaránt különböző stratégiák segítségével kommunikálniuk kell a gyermek felé az önálló olvasás fontosságát, meghallgatniuk gyermeküket, amint hangosan felolvas, kérdéseket feltenni az adott szöveggel kapcsolatosan, hogy olyan környezetet teremtsenek mind otthon, mind az iskolában, amely olvasásra motiválja a gyermekeket, promotálja az autonóm olvasást és mindennapos olvasási rutint alakít ki – mindezt a jó olvasási szokások és az értő olvasás elsajátítása céljából, ily módon elősegítve gyermekük, illetve tanítványaik további fejlődését és önállóságát (Capotosto et al. 2017).

KÖVETKEZTETÉS

Mindig, amikor az emberi nem egy nagy lépést tett meg a kulturális fejlődés terén: amikor áttért a beszédről az írásra, az írásról a nyomtatott szövegre, a nyomtatott szövegről az elektronikus formában továbbított üzenetre – akkor a nevelést is forradalmasította. Manapság, amikor a média a gyermekek mindennapjainak szerves része, fontos, hogy külön figyelmet fordítsunk a legkisebbek oktatására a digitális írástudás megszerzése érdekében. A gyermek szűkebb környezete – a család, az iskola, a barátok és a közösség más intézményei mind együtt hatnak a gyermek fejlődésére, és egyúttal csökkentik a média túlzott hatását. Fontos, hogy a szülők segítsenek gyermeküknek a médiaüzenetek megértésében, hogy közösen értelmezzék mindazokat a tartalmakat, amelyeket a különböző médiaplatformok közvetítenek feléjük. Az élethosszig tartó tanuláshoz nem elég ismerni az IT-eszközök működését, vagy csupán használni azokat. Az információ célzatos és hatékony hasznosítása és felfedezése megfelelő értékítéletet követel, ugyanis csak így használhatók fel megfelelő módon. A digitális írástudás fejlődésével együtt ugyanakkor fontos megfelelő figyelmet szentelni a hagyományos értelemben vett írástudás elsajátításának is, vagyis nem szabad elhanyagolni a meseolvasást, később pedig a szépirodalmi művek olvasását sem. Ahhoz, hogy elsajátíthassa az értő olvasást, a gyermeknek minden bizonnyal segítségre lesz szüksége a családon belül. A szülőknek és a pedagógusoknak egyaránt különböző stratégiák segítségével kommunikálniuk kell a gyermek felé az önálló olvasás fontosságát és az ezáltal közvetített értékeket. Az oktatásnak meghatározó szerepe van az olvasási kultúra népszerűsítésében.

sítése terén, csakúgy, mint a megfelelő szövegértés fejlesztése és kiépítése terén, hiszen az olvasás és az írott szó – tekintet nélkül az új technológiák és az új médiaplatformok gyors fejlődésére – továbbra is kultúránk egyik alapvető összetevője, az egyén oktatásában pedig a legfontosabb tényező.

SZAKIRODALOM

- ANDEVSKI, M. – VUČKOVIĆ, Ž. 2012. Daroviti u diskursu digitalnog optimizma i nihilizma. *Daroviti i moralnost*, zbornik 17, 91–102.
- ANTALNÉ SZABÓ Á. 2003. Az anyanyelvi nevelés új stratégiái. *Magyar Nyelvőr*; 408–427.
- BÁRDOS József 2015. A gyermeki megismerés és az irodalom. In: Bárdos József: *Piroska és a vegetáriánus farkas*. Budapest, Pont. 17–37.
- BARTOS Éva 1999. Gyermekbiblioterápiája. *Fordulópont* 2–3, 93–103.
- BETTELHEIM, Bruno 2008. *A mese bűvölete és a bontakozó gyermeki lélek*. Budapest, Corvina.
- CAPOTOSTO, L.–KIM, J.–BURKHAUSER, M.–PARK, S. O.–MULIMBI, B.–DONALDSON, M.–KINGSTON H. C. 2017. Family Support of Third-Grade Reading Skills, Motivation, and Habits. *Aera Open*, 1–16.
- CARR, N. G. 2008. Is Google Making Us Stupid: What the Internet is doing to our brains. *The Atlantic*. July/August, pp. 3–9.
- ĐORĐEVIĆ, B. 2004. Pretpostavke za uspešne komunikacije i primenu medija u savremenoj nastavi, *Komunikacija u savremenoj nastavi – zbornik radova*. Jagodina, Učiteljski fakultet u Jagodini i institut za pedagoška istraživanja u Beogradu. 77–89.
- GERBNER, M.–MORGAN, M. 2002. *Against the Mainstream: The Selected Works of George Gerbner*. New York, NY, Peter Lang.
- GEREBEN Ferenc 1996. Az írásos közlésmód mint megkülönböztetett fontosságú kommunikációs forma. In: Gereben Ferenc–Katsányi Sándor–Nagy Attila: *Olvassismeret*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 29–39.
- MANDIĆ, T. 2003. *Komunikologija, Psihologija komunikacije*. Beograd, Klio.
- MARSH, J.–HANNON, P.–LEWIS, M.–RITCHIE, L. (2015). Young children's initiation into family literacy practices in the digital age. *Journal of Early Childhood Research*, 1–14.
- PIPHER, M. 1996. *The Shelter of Each Other: Rebuilding Our Families*. New York, G. P. Putnam's Sons.
- POTTER, W. J. 2015. *Médiaműveltség*. Budapest, Wolters Kluwer.
- PRICE, S. 1994. *Media Studies*. London: Pitman Publishing.
- REEVES, B.–NASS, C. 1996. *The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media like Real People and Places*. Cambridge, Cambridge University Press.
- STRASBURGER, V. 2015. Children, Adolescents, and the Media: Ten Mistakes We've Made and How to Fix Them. *Clinical Pediatrics*, 1–4.

- SIPOS A.–VARGA K.–EGERVÁRI D. 2015. *NET! Mindenekfelett? – Kompetenciák a digitális univerzumban*. Pécs, PTE FEEK, Könyvtár- és Információtudományi Intézet.
- TARI A. 2010. *Y generáció. Klinikai pszichológiai jelenségek és társadalomlélektani összefüggések az információs korban*. Budapest, Jaffa Kiadó.
- TOMIC, Z. 2003. *Komunikologija*. Beograd, Čigoja štampa.
- TÓTHNÉ SZÜCS É. 2011. Nyíregyházi középiskolások olvasási szokásai. *Anyanyelv-pedagógia* 2011/3, 25.
- TRNAVAC, N.–ĐORĐEVIĆ, J. 2010. *Pedagogija – Udžbenik za nastavnike*. Beograd, Naučna KMD.
- VYGOTSKY, L. S. 2004. Imagination and creativity in childhood. *Journal of Russian & East European Psychology*, 42 (1), 7–97.

Learning, Reading, New Media (New Possibilities – Old Heritage)

Learning as the process of collecting information is closely related to reading habits, and today it largely depends on traditional and new media consumption of children. The paper analyzes to what degree family (parents, first of all) influence reading and learning habits as well as media consumption habits of children. How can one cultivate old heritage – love towards books and to what degree new media consumption habits influence reading habits of children? Are these two opposite directions or they might be both directed towards the creation of firm reading and learning skills of children? Summing up existing research data, this paper attends to define tendencies and pedagogical methods directed towards creation of good reading and learning skills, in times when traditional and new media influence children's everyday life in a great deal.

Keywords: learning, reading, media consumption, family, traditional and new media

Učenje, čitanje, novi mediji (Nove mogućnosti – staro nasleđstvo)

Učenje kao proces prikupljanja informacija je usko povezano sa čitalačkim navikama, a danas uveliko zavisi i od potrošačkih navika tradicionalnih i novih medija kod dece. Seminarski rad analizira do koje mere porodica (roditelji pre svega) utiče na navike u učenju, čitanju i potrošnji tradicionalnih i novih medija kod dece. Kako može da se neguje staro nasleđstvo – ljubav prema knjigama i u kojoj meri utiče konzumacija pogodnosti novih medija na formiranje navike čitanja i učenja u svakodnevnom životu dece školskog

uzrasta. Da li staro i novo usmeravaju decu u dva različita pravca ili mogu da se usmere u istom pravcu u cilju formiranja što boljih i efikasnijih navika čitanja, a kasnije učenja? Analizirajući postojeću literaturu, pokušaćemo da definišemo aktuelne trendove i odgovarajuće pedagoške metode u cilju formiranja što boljih navika čitanja i učenja u doba kada tradicionalni i novi mediji velikim delom prožimaju svakidašnjicu dece.

Ključne reči: učenje, čitanje, medijska potrošnja, porodica, tradicionalni i novi mediji

Beküldés időpontja: 2018. 10. 02.

Elfogadás időpontja: 2019. 01. 22.