

# ΜÉΔΙΑΔΡΑΚΚ

MÉΔΙΑΡΑΚΚ foglalkozás-sorozat  
2. foglalkozás  
(9-12. évfolyam)



EMBERI ERŐFORRÁSOK  
MINISZTERIUMA



## TEST ÉS LÉLEK A DIGITÁLIS VILÁGBAN, FÜGGŐSÉGEK, TESTKÉP

**KOROSZTÁLY:** 9-12. évfolyam

ÁTTEKINTÉS

**IDŐTARTAM:** 90 perc

### LEÍRÁS:

A foglalkozás fókuszában a tudatos, kritikus médiahasználat fejlesztése áll. A középiskolás korosztály számára is az egyik legfontosabb kihívás a képernyő előtt töltött idő kontrollja. A foglalkozás legfontosabb célja az online világ jelenségeihez való reflektív, tudatos, kritikus hozzáállás fejlesztése. A másfél órás foglalkozás alatt a cél mindössze annyi, hogy felismerjék, lehet gondolkodni ezeken a kérdéseken. Ezért a foglalkozás tartalmaz egy 'klasszikus' szövegfeldolgozási feladatot az újmédiával kapcsolatos lelki jelenségekről, valamint egy médiaszövegértési - képelemzési feladatot. (Amennyiben a pedagógus kedvet érez hozzá, az 'öt kritikus kérdés' mentén később, más tantárgy keretében is készíthet forráselemző feladatot.)

A foglalkozás során olyan érzékeny témával dolgozunk, amelynél különösen fontos a barátságos, elfogadó légkör megteremtése. Tudatosítsuk, hogy itt most hangsúlyosan nem a hagyományos iskolai keretek között fogunk együttműködni: nincsenek jó és rossz válaszok, és minden érzés, vélemény elfogadható. A foglalkozásvezető maga is példát mutathat személyes gondolatainak, érzéseinek, reflexióinak megosztásával.

## Ráhangelés

1. Médiapakk oktatóvideó (15 perc)

A FOGLALKOZÁS  
FELÉPÍTÉSE

## Médiaműveltség fejlesztése

2. Nomofóbia- és FOMO-teszt (20 perc)
3. Kölcsönhatásban a digitális médiával (30 perc)
4. Testkép (15 perc)

## Lezárás, összegzés

5. Kilépő (10 perc)

**IDŐTARTAM:** A foglalkozás tervezett időtartama másfél óra, és ez a korosztály már alkalmas arra, hogy szünet nélkül legyen aktív ilyen időtartamban. Ezt javasoljuk. Azonban ha mégis meg kell bontani, ügyeljünk arra, hogy a tevékenységek sorrendje ne változzon.

MÓDSZERTANI  
JAVASLATOK

**TEREM:** Több tevékenység is épít a tanulók közötti együttműködésre. A terem úgy javasolt berendezni, hogy az asztalok körül 2-3 fős csoportokat tudjunk kényelmesen elhelyezni.

**OKOSESZKÖZ HASZNÁLAT:** A médiatudatosságra nevelés része a tudatos eszközhasználat fejlesztése. Ennél a korosztálynál ez már nem csak hagyományos eszközkészlettel megoldandó feladatok formájában jelenik meg, hanem azáltal, hogy lehetővé tesszük (sőt, kifejezetten ajánljuk!) a saját mobilkészlet használatba vételét, arra biztatjuk a tanulókat, hogy a kérdéses információknak nézzenek utána az interneten, a tartalmakat ériék el online, alkotó feladatmegoldásokat végezzék digitálisan az okoseszközeiken.

**KOROSZTÁLYI KÉRDÉS:** Az ajánlott foglalkozás tapasztalat szerint 9-12. évfolyamon hatékonyan megvalósítható. Fiatalabb korosztálynál, esetleg fontolva haladó csoport esetén kevesebb médiaszöveg használatát, azonban azok alaposabb feldolgozását javasoljuk.

**SORVEZETŐ:** Készült a foglalkozáshoz egy sorvezető. Ez mankó a tanárnak, segíti a feldolgozást a tanulóknak, és van olyan tevékenység, amelynek kivetítésre szánt melléklete csak itt érhető el.

- tanári számítógép, projektor
- mellékletek (előkészítve, nyomtatandók nyomtatva)
- tanulói saját eszköz

ESZKÖZIGÉNY

## A FOGLALKOZÁS MENETE

Az oktatóvideó témája egy a középiskolás korosztályt erősen érintő téma, a túlzott mobiltelefon-használat. *Meddig normális? Mikortól kóros? Hogyan tanulhatom meg kontroll alatt tartani a képernyőidőt?*

A befejezetlen mondatok segítenek az önreflexióban.

MÉDIAPAKK  
OKTATÓVIDEÓ  
[15 perc]

Megnézzük a videót.

Az osztály 3-4 fős csoportokba rendeződik. A foglalkozásvezető a csoportoknak post-iteket és mondatgyűjtő lapot oszt – csoportonként egyet, eltérőt.

FELDOLGOZÁS MÓDJA

A tanulók a feladatot a következőképpen végzik:

1. minden tanuló befejezi a mondatgyűjtő lapon található félmondatot, a befejezést felírja egy post-itre, a post-itet felragasztja a lapra
  2. a lapot továbbadja egy másik csoportnak (így ez a csoport is kap egy újat)
  3. ezt addig ismételjük, amíg minden tanuló minden befejezetlen mondatához alkotott befejezést
  4. a mondatgyűjtő lapok visszakerülnek ahhoz a csoporthoz, ahol először voltak
  5. minden csoport kiválasztja a legérdekesebb választ, és ezt elmondják az egész osztálynak
- MÉDIAPAKK – Online és offline egyensúlyban (9-12. évfolyam)  
[https://youtu.be/UCVsx9qJK\\_o](https://youtu.be/UCVsx9qJK_o)
  - mondatgyűjtő lap (csoportonként 1 nyomtatva)
  - sorvezető.ppt (2-3. oldal)

MELLÉKLETEK



*Előfordult már velem, hogy a(z) ...-t nem tudtam abbahagyni.*

*Naponta átlagosan ... órát vagyok online aktív.*

*Ha nincs nálam a telefonom ...*

Megoldható a feladat (és inspirálóbb a tanulók számára) online környezetben. Ehhez használhatjuk a [Pear Deck](#) alkalmazást. Ez a Google alkalmazások közé beépülő, a Google diához társítható megoldás praktikus lehetőséget nyújt arra, hogy a befejezetlen mondatokkal ellátott diákat megosszuk a tanulókkal, aki a saját eszközükről tudnak azokhoz befejezést írni, amit ezután együtt láthatunk a saját tanári eszközünkön. (A

<https://www.peardeck.com/> oldalon számos könnyen érthető tutoriál videó segíti az eligazodást az alkalmazás használatához.)

A Pear Deck-et használva közösen nézhetjük meg kivetítve az egész osztály megoldásait, így együtt választhatjuk ki a legérdekesebbeket.

A képernyőidő az az idő, amit ülve, képernyő előtt töltünk. A tudatos médiahasználat kulcsa az, hogy mennyire tudjuk szabályozni, korlátozni, kontroll alatt tartani ezt az időt, és hogy milyen típusú tevékenységgel töltjük el. Fontos, hogy ne foglalja el ébren töltött óráink jelentős részét, bármikor képesek legyünk abbahagyni, legyenek offline élményeink, barátaink, kedvteléseink. A normál (tudatos) médiahasználó életében jelen van a média, rendszeresen használja, de online és offline élete egyensúlyban van, és képes kontrollálni, milyen tevékenységgel mennyi időt tölt.

A problémás médiahasználat azt jelenti, hogy valaki túl sok időt tölt netezéssel, filmnézéssel, játékkal, amit nehezen kontrollál, nehezen lép ki belőle, kezdi elveszíteni érdeklődését a világ többi része iránt. A függőség ennek súlyosabb, kóros állapota, szenvedélybetegség.

Problémás médiahasználat esetén érdemes segítséget kérni: a család, a barátok támogatása, esetleg szakember bevonása segíthet.

Súlyos függőség, a mindennapi tevékenységek (pl. az iskolába járás, evés, ivás, alvás) elhanyagolása, bezárkózás, szorongás, kommunikációképtelenség, hallucinációk esetén mindenképp szakember bevonása indokolt.

Az alábbi kérdések hasznosak lehetnek:

1. Többször választod az online tevékenységet az offline helyett?
2. Előfordul, hogy már szeretnéd, mégsem tudod abbahagyni a médiahasználatot?
3. Ingerültté válsz, ha valaki megzavar netezés, játék, videózás közben?
4. Többször hazudtál már a médiahasználatról töltött órák számáról?
5. Előfordul, hogy elhanyagolod az alvást, evést, ivást a médiahasználat miatt? Nem vagy fáradt, eleget alszol?
6. Úgy érzed, az online ismerőseid jobban megértnek?
7. Élvezed a képernyőzést, vagy szomorúnak, üresnek érzed magad médiahasználat után?
8. Egészséges vagy?
9. Jól megy az iskola? Érdekel a tanulás? Vannak offline hobbijaid is?

A problémás médiahasználat illetve a függőség elkerüléséhez javasolhatjuk:

- Igyekezz csökkenteni a használt alkalmazások számát, kivonulni egyes platformokról.
- Igyekezz szabályozni a képernyőidőt, illetve előre tervezd meg,

mikor, mit és mennyit fogsz használni – akár időzítőt is beállíthatsz, de léteznek olyan felügyeleti eszközök (számítógépre és okoseszközre is) amellyel magunknak is limitálhatjuk a képernyőidőt. A tervezés azonban fontos.

- Tarts tudatosan képernyőmentes órákat, akár napokat! Keress érdekes offline programokat!
- Figyel a saját érzéseit, és kerül az unalomból, megszokásból történő, gépies képernyőzést. Legyen a médiahasználat kiemelt, értékes szabadidős vagy elmélyült munkatevékenység!

A feladat során a diákok játékos 'személyiségtesztet' töltenek ki: a Nomofóbia-teszt az eszközfüggőség, a FOMO-teszt a közösségimédia-függőség játékos mérésére szolgál. (Nomofóbia: mobil eszköz elvesztésétől való félelem, FOMO: Fear of Missing out.) A feladat célja, hogy rálátást, reflektálási lehetőséget biztosítson a diákok saját médiahasználatára.

NOMOFÓBIA- ÉS  
FOMO- TESZT  
[20 perc]

Az osztály fele (a csoport tanulóinak fele) nomofóbia-, a másik fele FOMO-tesztet kap. A feladatuk a kapott teszt kitöltése.

A FELDOLGOZÁS  
MÓDJA

A nomofóbia-teszt esetében: 7 fokú skálán értékeljük az állításokat (1 – egyáltalán nem igaz rám, 7 – teljes mértékben igaz rám)

A FOMO-teszt esetében: a kitöltőre igaz állításokat jelölni kell – itt az 'igaz rám' vagy a 'nem igaz rám' lehetőségek közül kell választani.

A teszt kitöltése után a tanulók összesítsék az eredményeket: mindkét esetben összegezzék számszakilag.

Vetítsük ki azt a táblázatot, amellyel a tanulók ellenőrizhetik, az általuk elért pontszám milyen tanulságokkal szolgál. A nomofóbia-teszt kitöltőit kérjük meg, hogy tippeljenek a másik csoportban elért átlageredményről, és kérjük meg a FOMO-teszt kitöltőit is. Majd kérjük arra tanulókat, kézfeltartással jelezzék a *normális-problémás-függő* hármashól hova tartoznak a teszten elért eredményük szerint. (Ezt a csoport hangulatától, a csoportbeli személyes viszonyoktól függően instruáljuk – ha inkább elviccelnék, esetleg gúnyolódának, vagy ha tudjuk, hogy van képernyőfüggéssel küzdő fiatal a csoportban, a kézfeltartásos szavazást kihagyhatjuk.)

Zárjuk a tevékenységet irányított beszélgetéssel arról, mi számít normálisnak, mi problémásnak és mi függőnek (törekedjünk arra, hogy egy-egy rövid meghatározást fogalmazzunk meg közösen mindegyikhez), beszélgessünk arról, hogy a problémás és függő magatartást hogyan előzhetjük meg, arról, mit tehetünk.

- *nomofóbia-teszt* (fele osztálynak nyomtatva)

MELLÉKLETEK

- FOMO-teszt (fele osztálynak nyomtatva)
- sorvezető.ppt (4-5. oldal)

1. A mobiltelefonon folyamatosan elérhető információk nélkül kényelmetlenül érzem magam.
  2. Dühösnek érzem magam, ha nem nézhetek utána bárminek a telefonomon.
  3. Ha nem értem el a híreket (vagy az időjárást, eseményeket) a telefonom, idegessé válnék.
  4. Dühítene, ha nem használhatnám a telefonomat ott és akkor, amikor szeretném.
  5. Megjegyzene, ha lemerülne a telefon akkumulátora.
  6. Ha elfogyna a pénz a feltöltőkártyás telefonról, vagy túllépném a havi límitet, párnikba esnék.
  7. Ha nem lenne téroró, wifi vagy adathorgalom, folyton azt nézném, mikor jön már vissza.
  8. Ha nem használhatnám a telefonomat, elvesztettnek érzem magam.
  9. Ha egy ideig nem nézhetném meg a telefonomat, vágyat éreznék rá, hogy meglégyem.
- Ha a telefonom nem lenne velem ...**
10. aggódnék, mert nem tudnék bármikor beszélni a családdal vagy a barátaimmal.
  11. aggódnék, hogy a családom/barátaim nem tudnak elérni.
  12. Ideges lennék, mert nem tudnék hívásokat és sms-eket fogadni.
  13. Ideges lennék, mert nem tudnék a családdal és a barátaimmal kapcsolatban lenni.
  14. Ideges lennék, hogy mi van, ha valaki el akar érni.
  15. Ideges lennék, mert megszokadt a folyamatos kapcsolatot a családdal és a barátaimmal.
  16. kényelmetlenül érzem magam, mert nem lennék tájékozott, mi történik a közösségi médiában.
  17. Ideges lennék, mert megszokadt a kapcsolat az online identitásommal.
  18. kényelmetlenül érzem magam, mert nem férnék hozzá a közösségi médiából származó értesítésekhez.
  19. ideges lennék, mert nem tudnék az emailjeimre válaszolni.
  20. furcsán érzem magam, mert nem tudnék magammal mit kezdeni.

1. Felkelés után az első, lefekvéskor az utolsó dologom megnézni a telefonomat.
2. Úgy érzem, mások élete jobb és érdekesebb, mint az enyém.
3. Még ha elutazom valahová, akkor is olvasom az üzeneteimet, de nem válaszolok rájuk, hogy ne tudják meg, hogy olvasom őket.
4. Oránként legalább négyszer megnézem az email, Messenger, Facebook, Instagram stb. értesítéseket.
5. Közös családi együttléteken megnézem a telefonomat, ha a szülein épp nem figyelnek oda.
6. Mindig úgy érzem, hogy kimaradok, ha látom vagy hallok, hogy mások mi mindent csinálnak.
7. Ha jól érzem magam, vagy valami érdekeset csinálok, fontosnak tartom online megosztani a részleteket.
8. Ha elutazom valahová, akkor is figyelem a többiek közösségi média-megjelenését.

NOMOFÓBIA-TESZT (mobilkészítő-függőség)	FOMO-TESZT (közösségi média-függőség)
9-20 pont – nem beszélhetünk nomofóbiáról	0-3 pont – nem beszélhetünk FOMO-ról
21-59 pont – enyhe nomofóbia	4-5 pont – az átlagnál kicsit erősebb FOMO
60-99 pont – közepes nomofóbia	6-8 – súlyos FOMO
100-140 pont – súlyos nomofóbia	

## HÁTTÉRTANULMÁNY

A függőség egyik legfontosabb jellemzője, hogy a függő személy nagyon sokáig nem ismeri fel/el, hogy viselkedése, tevékenysége már nem természetes. Fokozottabban igaz lehet ez a digitális médiaeszközökre – a technológia rohamos változásával, az eszközök térnyerésével, ubikvitásával (mindenütt jelenlétével) nehezen érthető, definiálható, hol kezdődik a használatnak az a foka, amely már függőségnek tekinthető. Egy olyan társadalomban, ahol mindenki 'használó', nagyon nehéz meglátni, mikor kell változtatni.

A nomofóbia (no mobile phobia), a mobilnélküliségtől való félelem sokak számára ismerős lehet. A [nomophobia.com](http://nomophobia.com) oldalon négy alapvető félelmet különítenek el: a töréstől, az elvesztéstől, az ellopástól és a telefon kihasználhatatlanságától való félelmet. A feladatban szereplő teszt az Iowa Egyetemen készült egy kutatás keretében, melynek eredményei [itt olvashatók](#).

A FOMO betűszó az angol [Fear of Missing Out](#) (félelem attól, hogy kimaradunk valamiből, kihagyunk valamit) szó szerkezetéből származik. Ez a félelem okozza a kényszert, hogy folyamatosan ellenőrizzük a telefont, frissítsük a feedeket, megnézzük az értesítéseket. Ez teszi, hogy nem tudunk választani a számtalan felkínált lehetőség közül, és rosszul érezzük magunkat a döntés miatt. A közösségi oldalak hírfolyamát, képeit nézve úgy érezhetjük, rajtunk kívül mindenkinek színes, érdekes az élete. Ez az összehasonlítás, illetve görcsös mindenütt ott lenni akarás a FOMO legnagyobb veszélye.

Hatékonyabb a feladatmegoldás, ha saját eszközt használunk. Javaslat:

1. Bármilyen dokumentumban (kép, pdf, szöveges dokumentum) megosztjuk a tanulókkal (pl. [Google Drive-on](#)), ők pedig a válaszaikat egy-egy írólapon gyűjtik.
2. Online kvízt készítünk.

(Erre alkalmas a Google űrlap Teszt lehetősége. A [Google űrlap tájékoztató oldalán](#) magyar nyelven talál segítséget. A teszt alkalmazásra váltást az alkalmazáson belül a beállításoknál tudja kiválasztani.)

Fontos, hogy a kérdőív kitöltése anonim maradjon (nem kérünk be semmilyen személyes adatot, és nem kötjük bejelentkezéshez a kitöltést). Erről tájékoztassuk a tanulókat is.

Ugyanakkor ahhoz, hogy a tanulók tudjanak tájékozódni a saját eredményükről, győződjünk meg róla, hogy a beállításoknál ki van választva *A válaszadók a következőket láthatják: Pontérték* opció.

A feladat célja, hogy a diákok tájékozottabbá váljanak a digitális média hatásaival kapcsolatban, felismerjék ezeknek a hatásoknak általános, mindenkire érvényes jellegét. A szakirodalmi szövegek használata erősíti bennük, hogy objektív, tudományos szemléletű diskurzusba kerülünk.

KÖLCSÖNHATÁSBAN

A DIGITÁLIS

MÉDIÁVAL

[30 perc]

Szövegolvasó - értelmező feladat.

2-3 fős tanulócsoportokat alkotunk. Minden csoport egy téma kapcsán kap szöveget (szövegeket), ezzel dolgozik, egy lapon vizualizálja valamilyen módon a tartalmát: plakátot, infografikát vagy gondolattérképet készít, megjeleníthet tartalmat kulcsszavakkal, képekkel (kész vagy saját alkotású ikonokkal), T-táblázattal (oppozíciók megjelenítésére).

A kész vizuális szervezőket a falon/táblán rögzítjük egy *Kölcsönhatásban a digitális médiával* központi felirat körül.

Az alkotók röviden (3-5, előre megfogalmazott mondatban) bemutatják a plakátjukat.

A FELDOLGOZÁS

MÓDJA

- szövegek (csoportonként 1 téma nyomtatva)

MELLÉKLETEK

Hét téma köré csoportosítottuk a szövegeket:

- (A) A technológia megváltoztat
- (B) Bekapcsolt és kikapcsolt állapot
- (C) Multitasking
- (D) Memória
- (E) Átvenni az irányítást
- (F) Örömforrás: dopamin és függőség
- (G) Jutalmazás
- (H) Koncentráció, elmélyülés



(A témán belüli szövegrészleteket szétválaszthatjuk egymástól – így a csoporttagok el tudják osztani egymás között.)

Minden csoport egy témával foglalkozik. Jelezzük, hogy ők lesznek ennek a szakértői, felelőségük van abban, hogy a téma kapcsán fontos információk ne maradjanak ki a megjelenítés, bemutatás során, amikor a téma a közös tudás részévé válik.

A feldolgozás módját tanulócsoporthoz függvényében válasszuk meg, adott esetben válasszanak maguk a tanulócsoporthoz. Amennyiben nem alkalmaztuk még egyik vizuális megjelenítőt sem, keressünk hozzá bemutatatható mintákat, amin néhány percen belül bemutatathatjuk a lényegét az egyes eszközöknek.

A feladat jó lehetőséget teremt arra, hogy a tanulók önreflexív módon kezdjenek az egyes témákra reagálni.

Tanulói saját eszköz bevonásával 1. megoszthatjuk a szövegeket akár [Google Drive-on](#), 2. a vizuális megjelenítés pedig szintén készülhet online felületen, digitálisan. Utóbbi kapcsán gyűjthetünk képeket [linoitra](#), készíthetünk plakátot [easelly-n](#) vagy gondolattérképet [MindMupon](#). (Az digitális alkotást megoldásként akkor válasszuk, ha a tanulócsoporthoz van már jártassága az adott alkalmazás használatában – a betanulásra a foglalkozás során ne szánjunk időt.)

#### HÁTTÉRTANULMÁNY

A szövegek forrásai:

- HáziPatika.com: [Dopamin](#), [hazipatika.com](#), 2016.
- hvg.hu: [Jelentősen tompítja az agyműködést az állandó internethasználat](#), [hvg.hu](#), 2010.
- 
- James Potter: *Médiaműveltség*, Wolters Kluwer, 2015.
- Kiss Róbert: [Így változtatja meg a közösségi média az agyunkat](#), [mosaiconline.hu](#), 2014.
- Nicolas Carr: *Hogyan változtatja meg az agyunkat az internet?*, HVG Könyvek, 2014.
- Nicholas Kardaras: *A képernyő rabjai*, Jaffa Kiadó, 2017.
- [Platón: Phaidrosz](#)
- Tom Chatfield: *Hogyan boldoguljunk a digitális korban?*, HVG Könyvek, 2013.

A feladat során a diákok a médiából származó képeket vizsgálják és elemezik a média-szövegértés 'öt kritikus kérdése' alapján. A tevékenység ráirányítja a tanulók figyelmét arra, hogy a médiaüzeneteknek célja van, és tudatos megfontolások, szerkesztés nyomán jönnek létre azzal a céllal, hogy hatást gyakoroljanak a befogadóra.

Vezessük fel a feladatot egész csoportos megbeszéléssel, amely során tisztázódnak az egyes kérdésekhez kötötten a tanári segédletben leírt szempontok.

A feldolgozást segítő kérdések:

(Ki hozta létre ezt az üzenetet és milyen célból?)

*Ki készíthet médiatartalmat?*

*Mi lehet ezzel a célja? Mi a legjellemzőbb célja a médiatartalom készítésének?*

(Milyen technikákat használ a figyelem felkeltésére és fenntartására?)

*Milyen formanyelvi eszközöket használ az irodalom vagy a festészet? És a film?*

*Milyen eszközökkel lehet élni egy Twitter-üzenetben vagy egy Instagram megjelenésben?*

(Milyen életstílust, értékeket és nézőpontot jelenít meg?)

*Milyen életstílust jelenítenek meg az Instagram-sztárok? Gyűjtsünk néhány példát!*

*Milyen értékeket?*

(Hogyan értelmezhetik ezt az üzenetet különböző emberek?)

*Szerintetek mondjuk egy Vajna Timi megjelenés az Instán ugyanolyan hatással van a fiúkra, mint a lányokra?*

*Gyűjtsünk példákat arra, amikor különböző befogadókra nagyon különbözően hatnak tartalmak!*

(Mi maradt ki?)

*Vajon miért van az, hogy George Clooney-ról minden megjelenés olyan tökéletesnek hat?*

*Milyen információkról nem szoktunk hallani egy-egy jól sikerült megjelenés kapcsán?*

A tanulók a korábbi feladatban alakult csoportban dolgoznak. Minden csoport egy-egy képet kap. A feladatuk az, hogy a felmerült szempontok szerint elemezzék a képet, beszéljenek róla minden szempont szerint.

A feladatmegoldás során legyenek kivetítve kérdések.

A tevékenység zárásaként minden csoport beszél a képről, amin ő dolgozott – ehhez a többi csoport látja kivetítve a tárgyalt képet.

- 5 kritikus kérdés – tanári segédlet
- képek az 5 kritikus kérdéshez (minden csoportnak 1 kép nyomtatva)
- 5 kritikus kérdés - megoldások
- sorvezető.ppt (6-13. oldal)



<p><b>Ki hozta létre ezt az üzenetet és milyen célból?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ki hozta létre? Egyén? Cég?</li> <li>• Hol jelent meg? Mi volt a megjelenés célja?</li> <li>• Ki a célközönsége?</li> <li>• Ki írta le? Értelme?</li> </ul>	<p><b>Milyen technikákat használ a figyelem felkeltésére és fenntartására?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Milyen eszközöket keletkeztet a figyelem? Ki van a képen? Milyen a szereplő kinélete, arckifejezése, öltözköztése?</li> <li>• Milyenek az üzenet hangvétel, stílusa?</li> <li>• Milyen a képalkotás (milyen szereplők és a háttér aránya), a nézőpont?</li> </ul>
<p><b>Milyen életstílust, értékeket és nézőpontot jelenít meg?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Milyen hangvételű az üzenet?</li> <li>• Milyen szavak jutnak eszébe?</li> <li>• Mit/mit képvisel?</li> </ul>	<p><b>Hogyan értelmezhetik ezt az üzenetet különböző emberek?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ki lehet a célközönség?</li> <li>• Hogyan értelmezhetik különböző emberek?</li> </ul>
<p><b>Mi maradt ki?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mi az, ami nem látszik a képen?</li> </ul>	

## HÁTTÉRTANULMÁNY

A médiaműveltségre nevelés elsődleges célja, hogy a médiaszövegekkel, a médiából érkező üzenetekkel kapcsolatban kritikus hozzáállást alakítson ki. A média nem 'ablak a világra', hiszen rajta keresztül nem a 'valóságot', hanem a valóság reprezentációját látjuk. Bármilyen valószerűnek is látszik egy médiaszöveg (egy fotó, egy dokumentumfilm), nem lehetséges a valóság objektív ábrázolása, minden médiaszöveg a valóság interpretációja, a bemutatás összecsúszik a minősítéssel, befolyásolva a nézői véleményalkotást.

Képzeld el, hogy az osztályról, a tanóráról szeretnénk objektív képet. A módszer lehetne az, hogy leállítunk egy kamerát, és hagyjuk, hogy vegye, ami történik. Azonban már a kamera helyének kiválasztásával, a képalkotással döntést hozunk; a szereplők esetleg nem tipikusan viselkednek, ugyanis a vágással is szerzői döntéseket hozunk.

A médiaszöveg tehát mindig befolyásol: azzal, hogy mit tematizál, mit választ ki, mutat be; azzal, hogy milyen technikai eszközöket (pl. fotók esetében beállításokat, háttérrel, színeket, kellékeket, utólagos effekteket) használ; azzal, hogy nem tesz hozzáférhetővé háttérismereteket, ezzel téves következtetésekre ad lehetőséget; vagy önmagában jelenlétével módosítja az ábrázolt eseményt.

A médiaműveltség egyik definíciója szerint nem más, mint a jó kérdések feltevésének képessége – a fenti, általános kérdéseken túl a média öt alap gondolatához kapcsolódóan megfogalmazható öt ún. 'kritikus kérdés' is, ezek Rene Hobbs megfogalmazásában (Hobbs – Cooper Moore: A médiaműveltség felfedezése, 2015: 157) a következők:

1. *Ki hozta létre ezt az üzenetet, és mi volt a célja?*
2. *Milyen technikákat használ a figyelem felkeltésére és fenntartására?*
3. *Milyen életstílust, értékeket és nézőpontot jelenít meg?*
4. *Hogyan értelmezhetik ezt az üzenetet különböző emberek?*
5. *Mi maradt ki?*

A csoport ismeretében döntsünk arról, hogy a felvezető beszélgetéshez szükséges-e példán szemléltetnünk az elhangzottakat. Amennyiben igen, válasszunk egyet a mellékletben szereplő képek közül.

Adjunk lehetőséget arra, hogy a tanulók a saját eszközükön megkeressék az eredeti megjelenéseket. (A képek eredeti helyét jelölő url-eket elérhetővé tehetjük a képekre nyomtatott QR kódokon – így a tanulók egyszerűen beolvashatják azokat a saját eszközükkel. Ehhez számtalan alkalmazás közül választhatunk. Magyar nyelvű oldalak közül a [qr-code generatort](#) ajánljuk.)

Amennyiben rendelkezésre áll interaktív érintőfelület, a tevékenységet záró bemutatók során a tanulók készíthetnek jegyzeteket a képekhez a PowerPoint bemutatón a Toll eszköz alkalmazásával – ez a későbbiekben megosztható, tovább gondolható, lehet egy következő feladat kiindulása.

Szintetizálás.

KILÉPŐ  
[10 perc]

Foglaljuk össze a foglalkozáson szerzett ismereteket activity játék keretében. Osszuk ki a mellékletben található kulcsszavakat, címetek egy-egy tanulónak úgy, hogy csak az lássa a lapra írtakat, akinek adjuk. A választott tanulók feladata az, hogy körülírják a lapon látható fogalmat vagy témát úgy, hogy a többiek ráismerjenek, és kitalálják.

A FELDOLGOZÁS  
MÓDJA

Jelezzük annak, aki bemutat, hogy a lapján szereplő kifejezések egyikét sem használhatja, írja körül, mondja el, milyen kontextusban beszéltünk róla, hozzon rá példát.

Jelezzük a többieknek, hogy valamilyen kulcsszó vagy a foglalkozáson előkerült cím lesz minden esetben a megfejtés.

- kulcsszavak és címek (1 nyomtatva)

MELLÉKLETEK

KÉPERNYŐIDŐ	A TECHNOLÓGIA MEGVÁLTOZTAT	ÁTVENNI AZ IRÁNYÍTÁST
ONLINE ÉS OFFLINE EGYENSÚLY	BEKAPCSOLT ÉS KIKAPCSOLT ÁLLAPOT	ÖRÖMFORRÁS: DOPAMIN ÉS FÜGGŐSÉG
NOMOFÓBIA	MULTITASKING	JUTALMAZÁS
FOMO	MEMÓRIA	KONCENTRÁCIÓ, ELMÉLYÜLÉS
	TESTKÉP	

Játsszuk a játékot az activity szabályai szerint, esetleg találjunk ki pontozásos rendszert hozzá.

A *Kölcsönhatásban a digitális médiával* tevékenységben előfordult témák címeit nehéz lenne pontosan idézni, ennek érdekében könnyíthetjük a feladatmegoldást úgy, hogy kivetítjük az összes kulcsszót és címet, a kitalálás során lényegében ezek közül kell választaniuk kell a diákoknak.