

ΜÉΔΙΑΔΡΑΚΚ

M É Δ Ι Α Ρ Α Κ Κ f o g l a l k o z á s - s o r o z a t
3 . f o g l a l k o z á s
(9 - 1 2 . é v f o l y a m)



EMBERI ERŐFORRÁSOK
MINISZTERIUMA



ONLINE BEFOLYÁSOLÁS

KOROSZTÁLY: 9-12. évfolyam

[ÁTTEKINTÉS](#)

IDŐTARTAM: 90 perc

LEÍRÁS:

A foglalkozás fókuszában egy, az online befolyásolás mechanizmusát modellező tevékenység áll. Az ilyen típusú tevékenység a hazai köznevelésben szokatlan ugyan, a megélésen keresztüli hatékonysága miatt ennek a témának a feldolgozásához ezt ajánljuk.

A modell tevékenység során igyekszünk olyan iskolai helyzettel dolgozni, amelybe a tanulók könnyen bele tudnak helyezkedni, és lehetőleg semmilyen szempontból nem kényelmetlen számukra.

A tevékenységet úgy kezdjük, hogy a tanulócsoportok felhasználók online jelenléte alapján társítanak a személynek tulajdonságokat, ilyen módon modellezve az online befolyásoláshoz gyakran alkalmazott online személyiségprofil építést. Minden csoport egy profillal dolgozik, vagyis nem nincs lehetőségünk arra (ez a foglalkozás kereteibe nem fér bele), hogy több személy alapján típusokat hozzunk létre – ahogy ez valójában egy online politikai kampány vagy hirdetés targetálása során történik. Azonban, ha marad idő rá, térjünk ki erre.

Ezt követően az online személyiségprofil alapján fogalmazzuk meg a tanulók személyre szabott üzeneteket, és határozzuk meg az üzenetküldés csatornáját. Majd közösen döntünk a legjobban sikerültekről.

Legyen része a tevékenység minden egyes szakaszának a reflexió és *A személyre szabott üzenet* című tevékenységet építsük határozottan erre.

A foglalkozás zárásaként a személyes adat témakörében az igazán hangsúlyos a szolgáltatói adatkezelés és adatvédelem témája. Itt utaljunk vissza a modell tevékenység nyomán tárgyalt, az amerikai választási kampány kapcsán felmerültekre.

Fontos tudni, hogy kifejezetten tilos a játék kereteibe bevonni bármilyen jogsértő tevékenységet (lsd. adatlopás). A játék során nemcsak fiktív keretben, de hangsúlyozottan jogkövetően járunk el. Azonban ne tartózkodjunk attól, hogy a tanulók figyelmét felhívjuk az olyan aggályos dolgokra, mint a jogosulatlan adathasználat vagy az adatlopás.

Ráhangolás

1. Közösségi média-aktivitás (10 perc)

A FOGLALKOZÁS
FELÉPÍTÉSE

Médiaműveltség fejlesztése

2. Stáb alakul (5 perc)
3. Ha tudjuk a célt, milyen adatokat gyűjtünk? (10 perc)
4. Célzott befolyásoló tartalom (30 perc)
5. A személyre szabott üzenetről (10 perc)

Lezárás, összegzés

6. Médiapakk oktatóvideó (10 perc)
7. Facebook adatkezelés (15 perc)

IDŐTARTAM: A foglalkozás tervezett időtartama másfél óra, és ez a korosztály már alkalmas arra, hogy szünet nélkül legyen aktív ilyen időtartamban. Az online kampányt modellező központi tevékenység egység miatt ezt a foglalkozást ne bontsuk meg két 45 perces tanórára.

MÓDSZERTANI
JAVASLATOK

TEREM: Több tevékenység is épít a tanulók közötti együttműködésre. A termet 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 mobilkészíték használatba vételét, arra biztatjuk a tanulókat, hogy 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 a választási online kampánytámogatást modellező feladatot követő reflexiókra szánjunk több időt – ennek érdekében, ha szükséges elhagyható az utolsó, *Facebook adatkezelés* című tevékenység.

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

A tevékenység célja, hogy a tanulók reflektáljanak a saját közösségi média fogyasztási szokásaikra, megismerjék a kortársaikét, felismerjék azt, hogy az online aktivitásaikon keresztül sokkal többen látnak rá az általuk megosztott információkra, mint az online világon kívül.

KÖZÖSSÉGI MÉDIA-
AKTIVITÁS
[10 perc]

A foglalkozásvezető állításokat fogalmaz meg, ami kapcsán a tanulóknak önmagura vonatkoztatva el kell dönteni az állítás igazságtartalmát.

FELDOLGOZÁS MÓDJA

A tevékenységet a következő lépésekben végezzük:

1. a foglalkozásvezetőtől elhangzik egy állítás (pl. *Van követésem a Facebookon.*)
2. akire igaz az állítás feltartja a telefonját (feltételezhetően a nagy többség így tesz) – és fenntartja mindaddig, amíg rá vonatkozóan igaz állítások hangzanak el
akire nem igaz az állítás, az asztalon hagyja a telefont
3. az előző állítás folytatásaként megfogalmazódik még egy állítás (pl. *100-nál több embert követek a Facebookon*)
majd még egy állítás (pl. *500-nál több embert követek a Facebookon*)
ezt a foglalkozásvezető addig folytatja, amíg el nem jut addig a számig, ami már senkire nem lesz igaz
(a kezdő lépést lehetőleg úgy határozzuk meg, hogy mindenkire igaz legyen, majd a folytatásban olyan léptékben növeljük az értéket, hogy lássuk a tanulók közötti különbségeket)
4. a foglalkozásvezető részéről elhangzik a következő állítás (pl. *Vannak követőim az Instagramon.*)
És innét úgy folytatódik a tevékenység, ahogy ez első állítás esetében.

Kezdő állítások:

Van követésem a Facebookon.

Vannak követőim az Instagramon.

1-nél többször nézek rá valamelyikre (Facebook vagy Instagram) egy nap.

1-nél többször kedvelek valamit.

1-nél többször osztok tovább valamit.

1-nél többször teszek ki magam valamit – teszek ki képet, írok vagy kommentelek.

- sorvezető.ppt (2-7. oldal)

MELLÉKLETEK

Ahhoz, hogy a tanulók biztos információk nyomán tudják jelezni rájuk igaz-e az állítás, jelezzük feléjük, hogy meg a telefonjukon utána nézhetnek a kérdéses információknak: mennyi embert követ vagy őt mennyien követik stb.

Ez a tevékenység erősen kapcsolódik az előző foglalkozás egészéhez, azonban itt kifejezetten az aktivitás mértékére kérdezzük rá.

Az eredményeket ne minősítsük. Csupán arra hívjuk fel a tanulók figyelmét, hogy figyeljék meg, az egyes kérdések kapcsán mennyien állnak és mennyien ültek le, azért, hogy a néma reflexiót ösztönözzük.

HÁTTÉRTANULMÁNY

Napjainkra jellemző trendé vált, hogy a fiatalok egyre nagyobb számban hagyják el az elsők között indult közösségi oldalakat. A piackutatók azt jósolják 2018-ban a 12-17 éves amerikai tinédzsereknek már csak alig a fele fogja használni a Facebookot. A jelenség oka összetett. Feltételezhetően meghatározó szerepe lehet annak, hogy már a szülei, nagyszülei is felfedezték maguknak a portált. Nálunk a tendencia nem olyan arányú, mint az amerikai fiatalok körében, de a Facebook itthon is kezdi elveszíteni elsőbbségét, a tinik egyre aktívabbak pl. az Instagramon.

Jó eséllyel ez visszaköszön a tevékenység során jelzett válaszokban is.

Itt egy online kampányt modellező, több tevékenységen átívelő feladatot indítunk. A tevékenység célja az, hogy bevonja a tanulókat a játékba, kijelölje a kereteket és a célokat.

STÁB ALAKUL
[5 perc]

Az előző feladattal a folytonosságot érzékeltessük úgy, hogy reflektálunk arra, mennyire aktívak a tanulók az online közösségekben, és vezessük fel a következő tevékenységet, amely során erre az aktivitásra fogunk egy kampányt építeni.

A FELDOLGOZÁS
MÓDJA

A feladat keretei és célja:

- Az iskola vezetése úgy döntött, az iskola összes osztályát együtt egy kirándulásra viszi. Azt, hogy hova menjünk, arról az iskola diákönkormányzata dönt.
- A mi csapatunk a Balatonfüredre szeretne menni (egy másik csapat Pécsre, egy harmadik Szerencsre, egy negyedik Salzburgba). Arról szeretnénk meggyőzni a diákönkormányzati képviselőket, hogy ez a legjobb döntés.
- Személyesen kapcsolatunk a döntéshozókkal nincs, Facebookon, Instagramon elérjük őket.
- sorvezető.ppt (8. oldal)

MELLÉKLETEK

Az ilyen jellegű gyakorlatoknál nagyban meghatározza a tanulók aktivitását a bevonódás mértéke. Törekedjünk arra, hogy a történetünk hitelesnek tűnjön, a tanulók szerepjátékként vegyenek részt benne.

Arra vezetjük rá a tanulókat, hogy az online jelenléte nyomán építhető személyiségprofil a felhasználóról. (Ahogy ezt meg is tesszük kevésbé tudatos módon, hiszen rég nem látott, de az online térben elért ismerőseinkről gyakran a közösségi média aktivitása alapján alkotunk véleményt.)

HA TUDJUK A CÉLT,
MILYEN ADATOKAT
GYŰJTÜNK?
[10 PERC]

Az előző feladatban kijelölt cél érdekében közösen meghatározzuk azoknak az adatoknak a körét, amelyek szükségesek számunkra ahhoz, hogy valakit ismerjünk annyira, hogy célzott üzenetet küldhessünk neki.

A FELDOLGOZÁS
MÓDJA

Annak érdekében, hogy meg tudjuk győzni egy döntéshozót, ismernünk kell őt. Mit kellene megtudnunk róla? Milyen információkból ismerhetünk meg valakit az online jelenléte alapján és hol találom meg ezeket az információt?

A tevékenység során egy gondolattérképen gyűjtjük össze a Mit? és a Hol? kérdésekre a válaszokat. Először csoportban történik a gyűjtés felsorolásként, majd egész csoportos megbeszélés során kerülnek fel a válaszok egy közös gondolattérképre.

Hangsúlyozzuk: csak nyilvánosan elérhető adatokkal dolgozunk.

A gyűjtés konklúziója legyen az, hogy a feladat szempontjából a kedvelésekre és a viselkedésre vonatkozó adatok a leghasznosabbak, ezekre építhetők személyre szabott üzenete.

- sorvezető.ppt (8. oldal)

MELLÉKLETEK

A következők elhangozhatnak – a harmadik oszlopban jelezzük, melyik adatoknak van igazán relevanciája:

neme	regisztrációkor megadott	nem releváns
kora	regisztrációkor megadott	nem releváns
beszélt nyelv	regisztrációkor megadott	lehet releváns
kapcsolatban	regisztrációkor megadott	lehet releváns
érdeklődés	kedvelések, Alkalmazások, Bejelentkezések (helyadat), Események, Vélemények (értékelt oldalak) menüpontok	releváns
viselkedés	aktivitás vizsgálata	releváns

Elvégezhető a feladat a Power Point toll eszközének használatával készített gondolattérképpel. Azonban még hatékonyabb a feladatmegoldás, ha a tanulók saját eszközt használhatnak. Ebben az esetben alkalmazzunk előre

elkészített és a tanulókkal megosztott [MindMup](#) online gondolattérképet. A gyűjtést a feladatmegoldás során vetítjük a táblára.

A tevékenység során a tanulók saját élményen keresztül szereznek tapasztalatot abban, milyen módon működik az online befolyásolás.

CÉLZOTT
BEFOLYÁSOLÓ
TARTALOM
[30 perc]

Folytatjuk a kampánytevékenységet.

A FELDOLGOZÁS
MÓDJA

A diákönkormányzat döntéshozói közül 4 személynek érjük el a Facebook profilját, ezen látjuk a nyilvános adatait, posztjait, kedvelések stb.

A profilokat kiosztjuk nyomtatva. A csoportok feladata az, hogy azonosítsák a személyt jellemző tulajdonságokat a profil alapján, majd ennek figyelembevételével fogalmazzanak meg olyan üzenetet, amely meggyőzheti a döntéshozót, hogy a balatoni kirándulás mellett szavazzanak.

A feladatot a csoportok a következőképpen végzik:

1. megvizsgálják a kapott profilt és beazonosítanak 1-3 olyan tulajdonságot, amire tudnak építeni a későbbiekben – tervező táblázatban rögzítik az eredményeket
2. a tervező táblázatban jelölik a személyre szabott üzenet típusát (mém, poszt – kép és szöveg, videó), és a csatornát, amin keresztül az üzenetet eljuttatják a személynek, majd ugyanitt vázlatosan megtervezik az üzenetet
3. szabadon választható alkalmazással elkészítik a digitális tartalmat

Zárjuk a tevékenységet egy bemutatóval, amely során minden digitálisan alkotás kivetítésre kerül, a csoport (vagy pár) pedig bemutatja, mi volt a kiindulásuk, milyen csatornán tervezik eljuttatni az üzenetüket.

A többi tanuló értékelje a csoport munkáját az alapján, mennyire szolgálja bemutatott megoldás a kitűzött célokat.

- *Baba Ildikó profil, Bodolányi Luca profil, Gatekeeper Galio profil, Gréber Bálint profil (csoportonként 1 profil nyomtatva)*
- *tervező táblázat (csoportonként 1 nyomtatva)*
- *sorvezető.ppt (9-13. oldal)*

MELLÉKLETEK



A mellékletben szereplő profilok elkészítésénél igyekeztünk úgy jellemző vonásokat tulajdonítani, hogy ugyanakkor hihetően sokrétű személyiségeket lássunk magunk előtt. Az is előfordulhat, hogy a tanulócsoporthoz egészen más tulajdonságokat tulajdonít a vizsgált személynek, mint várnánk. Mindenképp hallgassuk meg ilyen esetben az indoklásukat, adott esetben a játék keretei között vitatkozzunk azokkal.

A tanulócsoporthoz ismeretében készíthetünk más fiktív profilokat is. Ehhez a mellékletek között elérhetővé tettünk egy sablont.

4 fős csoportonként egy tanulói okoseszköz elegendő a feladatmegoldáshoz. Ebben az esetben a táblázat kitöltése a digitális tartalom alkotás is az eszközön történik.

Hatékonyabb a feladatmegoldás, ha a négy fős csoport ugyanazzal a profillal dolgozva párosával más üzenetet alkot. Ha ehhez megfelelő számú tanulói eszköz van, bátran éljünk ezzel a lehetőséggel.

Javaslatok az alkotáshoz használható alkalmazásokra:

- mém - [imgflip](#)
- poszt - [Canva](#)
- videó - [WeVideo](#)

Mindhárom alkalmazás responsive (telefonra optimalizált) nézetben browserből könnyen használható. A Canva és a WeVideo mobil applikációként letölthető androidos és apple készülékre is.

Amennyiben egy diákönkormányzati képviselő számára több személyre szabott üzenet készül (erre jó esély van az osztálylétszámok figyelembe vételével is), akkor szavazzunk meg azt, melyik üzenet lett jobb, melyik szolgálja legjobban a célját.

Valós példákon szemléltetjük mindazt, amit az előző feladatban modelleztünk annak érdekében, hogy a tanulók felismerjék: az online tartalmak célzottan kerülnek elénk, véletlenről szó sincs.

A SZEMÉLYRE
SZABOTT ÜZENETRŐL
[10 perc]

A tanulókkal beszéljünk arról, milyen lehetőségek rejlnek az előző feladat során kipróbált, felhasználókra szabott üzenetekben?

A FELDOLGOZÁS
MÓDJA

1. Beszéljünk a személyre szabott reklámozásról.
2. Mutassuk be fő vonalakban azt, mi történt az amerikai elnökválasztás kapcsán 2018 márciusában a Facebooknál és a Cambridge Analytica elnevezésű adatelemző cégnél. Itt hívjuk fel a tanulók figyelmét a jogosulatlan adathasználatra.
3. Keressünk analógiákat az előző feladat és a elhangzottak között.

MELLÉKLETEK

HÁTTÉRTANULMÁNY

Köztudott, hogy az online marketing egyik leghatékonyabb eszköze a személyre szabott (vagy viselkedésalapú) hirdetés. Ennek során a felhasználó online viselkedéséről a cookie-k (sütik) 'jeltenek' a reklámszolgáltatóknak. Így azok a legkülönbözőbb adatokból (érdeklődési körök, geolokáció, billentyűzethasználat, görgetés, [vagy akár családi kapcsolatok](#) stb.) személyiségprofil építenek, és annak megfelelően tudnak célzott üzeneteket (reklám esetében hirdetéseket) eljuttatni a felhasználónak.

A személyre szabott reklám valószínűleg hatékonyabban befolyásolja a fogyasztót. Egyrészt, ha nem vagyunk tisztában a személyre szabott reklámozás jelenségével, könnyebben befolyásolhatóvá válunk, viszont, ha értjük a reklámozás folyamatát, tudatosabban viszonyulhatunk a kapott reklámokhoz, könnyebben rátalálhatunk a valóban nekünk való termékekre is.

Ugyanakkor ezen a módon bármilyen személyre szabott üzenetet eljuttathatunk a felhasználónak. (Az amerikai választás során a Facebookot is érintő botrányról [A Cambridge Analytica botrány](#) című index akta cikkeiben olvashat.)

A tevékenység célja a személyes adat tematizálása, ugyanakkor a tanulók online adatkezeléssel kapcsolatos ismereteik bővítése.

MÉDIAPAKK
OKTATÓVIDEÓ
[10 perc]

Közösen megnézzük a videót, majd kérjük arra a tanulókat, fogalmazzák meg, mi számukra a legfontosabb üzenete. Ezek közül hallgassunk meg 2-3-at.

A FELDOLGOZÁS
MÓDJA

Fontos, hogy

a beszélgetés során határozzuk meg, mit nevezünk személyes adatnak, nevezzünk meg példákat arra, milyen módon gyűjthetnek rólunk adatokat online - pl.

- közösségi média regisztrációk
- bármilyen, regisztrációt kérő felület
- mobil applikációk
- online fizetés
- *kedveléseink, viselkedésünk* – amennyiben bejelentkezett, azonosítható felhasználóként vagyunk jelen online

hangozzon el a film nyomán újra, mi a célja, hogy gyűjtsék az adatainkat, és miért kell a felhasználónak tájékozottnak lennie a személyes adatok védelmének lehetőségeiről

- *sorvezető.ppt* (14. oldal)

MELLÉKLETEK



A személyes adataink kezeléséhez minden esetben a hozzájárulásunkat kell kérni. Ugyanakkor mindenkinek joga van tájékoztatást kérni arról, hogy milyen személyes adatait kezeli egy cég, vagy egy szolgáltató, a rólunk tárolt téves adatok helyesbítését kérni, törölni rólunk tárolt adatot. Az adatkezelőknek számos kötelezettségük van a személyes adatokkal kapcsolatban, például az adatminimalizálás követelménye (csak a szolgáltatás működéséhez szükséges adatokat kérhetik el), vagy, hogy az adatokat biztonságos helyen és módon tárolják.

Arról, hogy egy cég vagy szolgáltató milyen adatokat tárol, azokat mire használja, és mit tehetünk változtatási igény esetén, a kötelezően és nyilvánosan elérhetővé tett adatkezelési szabályzatból tájékozódhatunk.

Fontos tudni, hogy az adatvédelmi beállításokról a felhasználónak van lehetősége rendelkezni: beállítható – pl. ki fér hozzá a profil adatokhoz, és ki

ismerheti meg a felhasználó által megosztott tartalmakat.

Tudatosan és felelősen az online térben csak úgy lehetünk jelen, ha ezekkel tisztában vagyunk.

A Facebook Adatkezelési szabályzatának vizsgálata során a tanulók tájékozódnak arról, milyen sokféle, az online jelenlétünkben nyerhető adatot gyűjtenek a közösségi oldalak (itt a Facebook, az Instagram, a Messenger és a Facebook által kínált egyéb termékek), ezeket milyen módon használják, hogyan adják át harmadik félnek, és arról, milyen lehetőségei vannak a felhasználónak a változtatásra.

FACEBOOK
ADATKEZELÉS
[15 perc]

A Facebook Adatkezelési szabályzatából dolgozunk fel részleteket.

A FELDOLGOZÁS
MÓDJA

A csoportok egy témához kapcsolódó szöveget kapnak, a csoportlétszámuk megfelelő egységre bontva. Mindenki egy részletet olvas el, majd a csoporton belül beszámolnak egymásnak az olvasottakról.

A tevékenység zárásaként csoportonként egy szóvivő összefoglalja az általuk feldolgozott témát. Törekedjünk arra, hogy az elhangzottak nyomán utaljunk vissza az online kampányt modellező feladat tapasztalataira.

- *adatkezelési szabályzat (csoportonként 1 téma nyomtatva)*

MELLÉKLETEK

Hatékonyabb a feladatmegoldás, ha a tanulók saját eszközt használnak. [A Facebook Adatkezelési szabályzatát itt érjük el.](#) Ebben az esetben kínáljuk fel annak a lehetőségét, hogy a tanulók a hyperlinkeken elérhető tartalmakat is megnézzék.