

## A média: a változások oka vagy eszköze?<sup>1</sup>

### A generációs szakadékról

**Kósa Éva**

Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Bölcsészettudományi Kar

*A tanulmány a „millenniumi nemzedék” jellegzetességeit, a generációk közötti távolság összetevőit, változásait társadalmi-kulturális közegbe ágyazva elemzi. Alap-  
tétele, hogy ezeknek a jelenségeknek a média nem előidézője, inkább eszköze, a  
szokatlan sebességgel zajló technikai-technológiai s az ezzel együtt járó társadalmi  
folyamatok terén tapasztalható módosulásokkal kölcsönhatásban lévő tényezőnek  
tekinthető. A tizenévesek társadalmi-kulturális helyzetében megfigyelhető válto-  
zások mindegyike – kisebb-nagyobb mértékben – összefügg a média használa-  
tával, a tömegkultúra terjedésével, az általánosságban vett (és itt különösen a szülői)  
nézetrendszerek átalakulásával, a tapasztalatszerzés módjaival, a fiatalok médiával  
kapcsolatos tevékenységével, illetve az abban megfigyelhető változásokkal. A szerző  
úgy látja, hogy a média ebben az összefüggésben fontos szereplőjévé vált annak  
a folyamatnak, melynek során a kulturális transzmisszió vertikális formái (a szülők,  
az iskola, a felnőtt társadalom és a felnőttek kultúrája) mellett vagy akár helyett, a  
kortársak révén – a média adta lehetőségekkel élve – a kultúra horizontális közvetíté-  
sének dominanciája erősödik.*

**Kulcsszavak:** generációs szakadék; a média mint a társadalmi-kulturális közeg válto-  
zásainak eszköze fiatalok kontextusba ágyazott fejlődése a kultúra átadásának verti-  
kális és horizontális útjai, médiaoktatás

*Az idősebb generáció régidőktől fogva általában kritikus és elégedetlen a fiatalab-  
bakkal, az utánuk jövő generációval. A kritikai tartalmak nem sokat változtak az év-  
századok – sőt évezredek – alatt. Szókratésztől kezdve a mai szociálpszichológusok  
sztereotípiakutatásain keresztül ismétlődően hasonló kifogások fogalmazódnak meg,  
de az okok között mára a média gyakori főszereplővé vált: a médiával töltött idő, a mé-  
diatartalmak hatásai és a média nyújtotta lehetőségek mind ott szerepelnek a felnőt-  
tek kritikáinak indokai között. Tanulmányunkban ezt a kérdéskört fókuszba helyezve  
megkíséreljük generációs különbségek összetevőit tágabb kontextus keretei között  
elemezni, és a média szerepét ezek összefüggésrendszerében tekinteni. Adataink a  
fenti kérdéskörök elemzésén túl módot adnak arra is, hogy a kultúraátadás átalakuló,  
új tendenciáit is kimutassuk. Ezen túlmenően egy komplexebb megközelítésben a ge-  
nerációváltás néhány markáns jelenségének hátterére is rávilágítunk.*

### 1. Bevezetés

„Do not disturb” – azaz „Ne zavarj/anak!” Mindnyájunknak ismerős ez az elsősorban  
szállodaszobák vagy a vonatok hálókupéinak kilincsére akasztott felirat, mely jelzi,

---

<sup>1</sup> A tanulmány eredetileg az alábbi könyvben jelent meg: Lányi András-László Miklós (2014, szerk.): *Se vele, se nélküle? Tanulmányok a médiáról.* Complex, Budapest, 191–217. A tanulmány megjelentetése az eredeti könyv kiadójának hozzájárulásával valósult meg.

hogy a bent lévő nem szeretné, ha az ajtó túloldalán álló személy belépne az ő privát terébe. Határozott kifejezése annak, hogy az illető pillanatnyilag nem kíván vele semmilyen kontaktust, kommunikációt. Ezekben az esetekben általában természetesnek tekintjük, hogy a kérés felnőttektől ered. Meglepő módon azonban ezt a jelzést az utóbbi években-évtizedben egyre gyakrabban gyerekek, tinédzserek szobáinak ajtaján láthatjuk.

Többek – és nem csak az idősebb korosztály – számára a jelenség paradoxnak tűnik. A felnőttek, a szülők hálószobájának ajtaján nem is volna meglepő a felszólítás (elvégre a felnőttek világának több aspektusát nem szeretnék és nem is tartják helyénvalónak megosztani a fiatal korosztállyal), no de a tinik, sőt a megfigyelések szerint egyre gyakrabban az egyre fiatalabb gyerekek szobájának kilincsén? Sőt a pólóján lévő matrica felirataként? És nem csak „Ne zavarj!”, hanem „Tilos a belépés!”?

A jelenség persze csak egyik apróbb mutatója valami sokkal általánosabb folyamatnak. Jelzése egy olyan átalakulásnak, melynek – a sok közül – csak egyik jele az, hogy jelentősen megváltozik a felnőttek és a gyerekek viszonya. Jelzése annak, hogy a generációk között megváltozott a hangnem, hogy az ifjabbak részéről új jogok és szükségletek jelentek meg és nyernek létjogosultságot, hogy felbomlóban, de legalábbis átalakulóban van az eddigi hierarchia - hiszen a felnőttek jó része ma gyakran jobban tiszteletben tartja a gyereke ajtaján az ilyen típusú feliratot, mint azt gyereke fordított esetben tenné. De elszakadva a fenti esettől, példák sokaságán keresztül lehet érzékeltetni, milyen jelentős mértékű a változás a fiatalabb (X, Y, sőt Z generációként említett) korosztályt tekintve. Ezek a változások nemcsak a generációk és a kortársak közötti viszonyokban mutatkoznak, hanem a korábbiaknál gyorsabb átalakulásának vagyunk tanúi az élet egyéb színterein mutatott viselkedés, az ízlés, az érzelmek (agresszió, düh, öröm, szeretet) kifejezésének, a szexualitás, a döntések, fogyasztás, értékrend stb. területén is. A lista hosszasan folytatható.

Mi tette lehetővé, hogy ilyen sok tekintetben és főleg ilyen sebességgel megváltozzék a fiatal korosztály társadalmi, kulturális és gazdasági helyzete? Miért van a tekintély eltűnése? Miért formálódik egyre élesebb különbség az információszerzés, a kapcsolattartás, a szabadidő eltöltésének formái között az egyre fiatalabb korosztályt tekintve?

Vagy a jelenség nem is újkeletű? Való igaz, Szókratésznek a fiatalokról vallott, több mint kétezer évvel ezelőtti véleménye ma sem tűnik avítottnak: szerinte az ifjúság a luxus élvezője, nem tiszteli a felnőtteket, feladatok végzése helyett csak csevegnek, ellentmondanak a szüleiknek, és megfélemlítik a tanáraikat (Rogers, 1985). A pszichológusok pedig sztereotípiakutatásaikban ma is az évszázadok óta meglévő jellemzésekkel találkoznak: a felnőttek, az idősebbek szerint a fiatalok elkényeztetettek, felelőtlenek, hedonisták, erkölcstelenek, cinikusak és lázadók (Rice, 1987; Rogers, 1985).

A változás az egyes generációk között természetes és nem is új jelenség. Egy bizonyos mértéke szükséges előrevivője a társadalmak folyamatos alakulásának (Lorenz, 1999), hiszen az idők helyét elfoglaló nemzedék elégedetlensége a régi berendezkedéssel (szokással, erkölccsel, hagyományokkal stb.) szemben megadja a megújuláshoz szükséges indítást, lendületet és energiát. A tradíciók többnyire a kisebb-nagyobb zökkenők ellenére békések és simák, ritkábban kerül sor explicit lázadásra, forradalomra a változások érdekében. Ez a jelenség tulajdonképpen az adaptivitás záloga is. Nélküle a társadalmak „megkövülnének”, a megcsontosodott és kikezdehetetlen rendszer végső soron nem tudna alkalmazkodni a világban zajló változásokhoz, a folyamatosan kihívást jelentő körülményekhez.

Miben és miért gondolhatjuk mégis másnak, a korábbiaktól eltérőnek a napjainkban zajló változásokat? Miért gondolja a szakértők táborán kívül a közvélemény<sup>2</sup> jelentős része is úgy, hogy a nemzedékek közötti távolság eddig nem látott mértékű? Nem lehet, hogy megint csak a szokásos, az idősebb nemzedéket jellemző sopánkodásról van szó? Ezt e feltevést cáfolandó a tényezők komplex rendszeréből kiemelhető néhány olyan tényező, mely mindenképp új vonásnak tekinthető a jelenség eddigi karakteréhez képest.

## 2. Uniformizálódó korosztály

Egyrészt a korábbi időszakokkal összehasonlítva meglepő, hogy az „ezredfordulás” fiatalok (ún. „*millennials*”<sup>3</sup>) – noha országonként és kultúránként eltérők – alapvetően jobban hasonlítanak egymásra, mint a saját kultúrájuk idősebb tagjaira. Erre utaló jeleket kutatási adatok is alátámasztanak. A globalizáció, a nyugati kultúra terjedésével a divat (az öltözködés, zenei ízlés stb.) uniformizált mintái mellett az egymástól távoli kultúrában élő tizenévesek ugyanazokat a modelleket (filmsztárokat, zenészeket, sportolókat, celebeket stb.) választják példaképüknek is (Kósa, 2005), ami a szocializáció és az identitásképzés szempontjából figyelemreméltóan fontos jelzés. Jelentős változást mutat az is, hogy a hagyományosan kollektivistá társadalomként számon tartott Kínában, ahol az egyénnél sokkal fontosabbnak tekintették a családot és a közösséget, újabban a fiatalokat ugyanolyan túlzott önbizalom, énközpontúság és önhittség jellemzi, mint nyugati társaikat (Stevenson, Chen és Lee, 1992, Stein, 2013).

## 3. A változás tempója

Másrészt a változás, az életkorok közti szakadék korábban soha nem látott gyorsasággal alakul ki. Ez azt a különös jelenséget eredményezi, hogy ma már egy fiatal *nemzedéken belül*, egymás után ún. *mikrogenerációk* jönnek létre, például annak mentén, hogy valaki az elektronikai eszközök melyik időszakába született (pl. a billentyűzettel a Facebook, a Twitter vagy az iPad megjelenése előtt ismerkedett-e meg), vagy már abba/n nőtt fel és bele. Ezek a különbségek éles választóvonalat képezhetnek már akár a testvérek között is, új jelentést kölcsönözve a generációs váltás fogalmának (Livingstone, 2002; Stein, 2013; Tarpley, 2001). A sajátként tekintett eszközök köre felméréseink szerint is évről évre nagy iramban bővül: a saját tv, saját számítógép, saját laptop a fiatalok felénél-kétharmadánál található. Mobiltelefont a mai gyerekek általában 8–12 évesen kapnak, de a 12–17 évesek háromnegyedének ma már a 3. vagy 4. készüléke van, és annak 70%-a okostelefon. A változás tempójára jellemző, hogy a most vizsgált középiskolásoknak csak negyede, míg a mai általános iskolások majd háromnegyede már 10 éves kora előtt kezdett internetezni.

<sup>2</sup> Jól illusztrálja ezt, hogy a tekintélyes *Times magazin* 2013. május 20-ai számának vezető cikkét és „*cover storyját*” szenteli a témának

<sup>3</sup> Az életkori meghatározás laza, többnyire ‘millennials’-nak számítanak az 1980–2000 között születettek, de tágabban a tizen- és huszonvalahány évesek. Joel STEIN: Millennials: The Me Me Me Generation. *The Times Magazine*, May 20. 30–35. szerint: „Ezredfordulások zömében azok a tizen-huszonévesek, akik állandóan valamilyen kamerát tartanak a kezükben, önmagukat fényképezik, és a képet rögtön on-line posztolják”; vagy: „(...) lusták, hivatásszerűen nárcisztikusak, és még mindig a szüleikkel laknak.”

#### 4. A „lázdó” korosztály nem lázd

Új jelenségnek tekinthető az is, hogy mivel az új generáció tagjai általában nem respektálják a tekintélyt (lásd ezt bővebben később), ezért nem is mutatnak egységes szembenállást, és eddig szokatlan módon nem is mutatnak a felnőtt társadalom értékeivel, életformájával ellentétes formákat hangsúlyozó, a korábbiakhoz hasonló mozgalmakat, lázdást<sup>4</sup> (pl. hippikorszak, beatnemzedék stb.). Az információs forradalom olyan eszközöket adott és ad az egyének kezébe, melyekkel tömegeket megmozgató együttesség nélkül is, mintegy a hagyományos rendszerek felett állóként tudnak igen hatékonyan és eredményesen fellépni a nagy és tradicionális intézményekkel, szerveződésekkel szemben. Magányos hackerek ütnek részt nagy szervezetek falain (lásd: Julián Assange és a WikiLeaks, vagy Edward Snowden esetét), bloggerek jelentenek komoly gondot újságóriásoknak, videomegosztó oldalak rombolnak tekintélyt, okoznak fejtörést politikusoknak<sup>5</sup>, politikai pártoknak vagy nagy stúdióknak stb. Mivel ezek a formák egyébként teljesen másként működnek, mint a korábbi establishmentek, tradicionális értelemben ez a korosztály rendszer nélkül nő fel, ezért a korábbi generációváltásokkal ellentétben – és a korábbi értelemben véve – nem is akarja átvenni a hatalmat a rendszer felett.

#### 5. Új kulturális profilok alakulnak

A médiakutatások azt igazolják, hogy ezek a sajátos kulturális profilok ma sokkal inkább a médiával és az új kommunikációs technológiával kapcsolatosak, semmint a magas kultúra szokásos generációs negligálásával. Az utóbbi évtizedeket egyre többen jellemzik egyfajta kulturális disszonanciával és diverzifikációval (*Kapitány és Kapitány*, 2009). A korábban elfogadott és legitimnek tekintett kulturális profilokat új ízlésbeli kombinációk váltják fel, melyek az „alacsonyok” tekintett kulturális termékek (például a tv-sorozatok) és a „magas” kultúra formáinak (pl. tárlat- vagy múzeumlátogatások) ötvözetei. Azt is látjuk (saját adataink fényében is), hogy a fiatalabb korosztály kevésbé érdeklődik – legalábbis nem a hagyományos módon – az „igényesebbnek” tartott kulturális termékek iránt, és ez a korosztály ismétlődően és egyre markánsabban teremti meg a saját kultúráját (lásd például kitüntetetten a zenei preferenciát).

Ezek a fentebb említett sajátosságok értelemszerűen több tényezőből tevődnek össze, de a változások okozójaként és/vagy kapcsán a média mindig felkerül a vádlottak padjára, vagy legalábbis a célkeresztbe. A felsorolt tényezőkre visszautalva: az uniformizálódást, a globalizálódást nem kis mértékben a médiakészítők és -terjesztők számlájára írják, hiszen ők a fiatalok szórakozásának (filmek, zenék) kiszolgálásával mindenhol – földrajzilag, és egyre inkább anyagilag is – elérhető, egyre könnyebben, egyre többek számára érthető és kulturális kontextusok ismerete nélkül fogyasztható tartalmakat állítanak elő. A felgyorsulás a médiaeszközök technikai-technológiai fejlődésének és a változás elképesztő iramának köszönhető: az elektronikai eszközök (PC-k, iPod, iPad, MP3 lejátszók, tabletek, telefonok, stb.) sokadik generációjukat élik

<sup>4</sup> Sajátos paradoxon, hogy a függetlenedés mellett ugyanakkor egyre késik a szülőktől való leválás, egyre nő a „mamahotelek” száma. Ebben nyilván gazdasági, párkapcsolati és egyéb tényezők is szerepet játszanak, de tény, hogy a fiatalok ma sokkal későbbi életkorban költöznek el otthonról, mint 10–20 évvel ezelőtt. [http://www.tarki.hu/hu/news/2013/kitekint/20130605\\_csalad.html](http://www.tarki.hu/hu/news/2013/kitekint/20130605_csalad.html)

<sup>5</sup> Példaként 1. a hajdani amerikai elnökjelölt McCaine-ről a YouTube-ra feltett videót, melyen látható, hogy a szenátor a szíriai támadásról tárgyaló ülésen az asztal alatt az okostelefonján pókerezik.

egészen rövid időszak alatt. A „lázadás” médiához köthető formájára pedig jó példa az újságírók új típusa, akiknek nincs már szükségük újságra, ahol publikálhatnak, mindegy, hogy hol vannak földrajzilag, hiszen bármikor létrehozhatnak saját weblapot, amely által kellő érdeklődést kiváltó tartalomközlés esetén a hagyományos hírközlő eszközöknél (legyenek azok bár hírlapóriások vagy vezető tv-csatornák) több olvasót érnek el<sup>6</sup>.

Jogos-e a vád? Valóban a média / az elektronikus/digitális forradalom / az internet elterjedése a jelentős átalakulások, változások oka? Felelet gyanánt a következőkben megkíséreljük ezt a kapcsolatot szélesebbre nyitott keretből megközelítve értelmezni. A hagyományos megközelítésektől eltérően a *médiát az érintett korosztály életmódjában és életstílusában megfigyelhető változások eszközének* tekintjük, és arra törekszünk, hogy a vizsgálati adatokat szélesebb kontextusba helyezve a fiatalok utóbbi évtizedekben megváltozott társas-társadalmi helyzetét a médiával való kapcsolatában láttassuk.

## 6. A kontextuális megközelítés szükségessége

Ahogy a pszichológia fejlődésre vonatkozó felfogása kiérlelte és mára már aligha nélkülözheti a *development in context*, azaz a kontextusba ágyazott fejlődés koncepcióját, a média szerepére vonatkozó gondolkodás sem mellőzheti a szélesebb kontextus figyelembevételét, és e tekintetben is a megközelítések szélesebb iránya és több tudományág bevonása bizonyul gyümölcsözőbbnek (*Roberts és Maccoby, 1985; Werner, 1997; Rosengren, 1994; Livingstone, 2002*). Ehhez a kontextusba helyezett megközelítéshez a municiót egyrészt az ezredforduló feltételei között felnövekvő korosztályra vonatkozó, a fejlődés-, a szociál- és a médiapszichológia terén hangot kapott elképzelések és eredmények adják. Másrészt érvelésünk alátámasztásához saját adataink is lényeges hozzájárulást és fogódzót jelentenek: a hazai kutatási lehetőségek terén szerencsésnek mondható folyamatossággal 1998 óta immár hetedik alkalommal végeztünk<sup>7</sup> országos reprezentatív vizsgálatot tinédzserek, 12–17 évesek körében (*Kósa, 2005*).

Ez a vizsgálat sorozat mára igen gazdag adatbázist szolgáltat. A periódusonként több mint 2000 megkérdezett személyes lekérdezése révén a fiatalok médiaeszköz-ellátottságát, a médiafogyasztás mennyiségi és tartalmi mutatóit, a médiahasználati, szükséglet-, érték- és modellválasztási preferenciákat, a médiarealitás és -hitelesség mértékét, a szülők részvételét a fiatalok médiahasználatában (a mediáció mértékét és minőségét) mértük fel. A 2011-es és a 2013-as kutatás keretében kiemelten foglalkoztunk az internetezési szokásokkal, és hangsúlyt fektettünk a mobiltelefon-használati szokásokra is (*Kósa és László, 2012; László, 2012*). Az egyes vizsgálatok során rendszeresen visszatértünk bizonyos témákra, míg más kérdéseket a változó médiafogyasztási szokásokkal összefüggésben fogalmaztunk meg.

<sup>6</sup> Számos amerikai magazin a legbefolyásosabb kommentátorok között tartja számon a független, pillanatnyilag Brazíliában élő amerikai blogíró jogászt, Glenn Greenwaldot. Ő tette közzé a Snowden által az amerikai titkosszolgálatok adatgyűjtési gyakorlatáról megszerzett bizalmas dokumentumokat. [http://en.wikipedia.org/wiki/Glenri\\_Greenwald](http://en.wikipedia.org/wiki/Glenri_Greenwald)

<sup>7</sup> A kutatássorozatot a Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesülete megbízásából és a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (korábban az ORTT) támogatásával végeztük. A vizsgálatban részt vevő kutatótársak: Antalóczy Tímea, az MTA Szociológiai Intézetének, és László Miklós, az ELTE Szociológiai Intézetének munkatársai. Az eredményekről 1998 óta két évente *A média hatása a gyerekekre és a fiatalokra* címmel megrendezett nemzetközi konferenciákon, illetve a konferencia kiadványköteteiben számoltunk be. A 2013-as vizsgálatban összesen 70 általános iskola és 70 középiskola szerepelt. Összesen 2337 főt, az általános iskolák 7. osztályában 1103, a középiskolák 11. osztályaiban 1234 tanulót kérdeztünk meg.

A további gondolatmenetben így egyrészt a fenti kutatássorozat adataiból válogatva kiemelünk adatokat, melyek alkalmasak pillantást vetni a hazai helyzetet bemutató friss eredményeinkre, másrészt a pszichológiai elemzéseken túlnyúlóan rámutatunk néhány olyan társadalmi-gazdasági-kulturális jelenségre, mely a körülmények megváltozásával alapot ad és háttérül szolgál az ifjabb generáció és a média kapcsolatához, és némi magyarázattal szolgálhat a bevezetőben leírt, az ifjúságot jellemző korosztályi trendre. Ezek az életmódbeli, értékrendbeli változások nem feltétlenül vagy nem elsősorban a média és az elektronikus forradalom következményei. Sajátos módon együtt járnak – és a kutatásainkból kibomló trendek alapján összefüggésbe is hozhatóak – a 20. század második felétől megfigyelhető olyan jelenségekkel, melyek a fiataloknak az *idősebbektől való függetlenedésével* kapcsolatosak. Ezek a jelenségek nem új keletűek, de a múlt század utolsó két évtizedében a családi struktúra, a társas kapcsolatok, és nem utolsósorban a technológiai változások következtében jelentősen felgyorsultak (Pasquier, 2008), és sajátos arculatot öltöttek. Nézőpontunkból ezeknek a változásoknak a médiaeszközök elterjedésével, használatának körülményeivel és dinamikus növekedésével való *összefüggésrendszere az, mely közelebb visz a média szerepének megértéséhez.*

## 7. Trendek a felnőtt nemzedék és a fiatalok közötti viszonyban – a függetlenedés területei

*Téri függetlenedés.* A változások egyike az *otthonok terének funkcionális átalakulása*. Az otthoni tér - az egyes országok társadalmi berendezkedésétől, gazdasági fejlettségétől és lehetőségeitől függően - egyre nagyobb *téri autonómiát* biztosít a fiatalok számára. Ha a középkorra tekintünk vissza, még a szolgák is egy szobában aludtak gazdáikkal (Aries, 1987). Mára a kialakult elvárások szerint már csak egy elkülönülés jellemző a szobahasználatban, és ez a generációk mentén történik. A családok méretének általános csökkenésével pedig a hetvenes évektől megfigyelhetően egyre gyakoribb az, hogy a különmemű gyerekek saját szobával rendelkeznek. Ez a hálószobai territórium kiemelt fontosságú lett a mai fiatalok számára. Az ifjak a már a bevezetőben említett tradicionális jelzéseken („ne zavarjanak!” „belépni tilos!” táblák a kilincsen) túl a generációk privát szférájának tiszteletben tartását leplezetlen szigorral igénylik, és a vonatkozó elvárások következtében mára az a paradox helyzet alakult ki, hogy a gyerekek gyakoribb vendégek a szülők hálójában, mint a szülők a gyerekszobában (Livingstone, 2002). Ez az intim és perszonális tér – mint azt adataink is mutatják – specifikus kulturális eszközöknek és felszereléseknek (saját tv, számítógép, internetelés stb.) ad helyet, s használatuk is a függetlenség jegyében történik, így ez a lehetőség teret nyit az egyéni médiahasználat tartalmának, idejének önálló irányítására. Vizsgálati eredményeink szerint a fiatalok által kizárólagosan használt médiaeszközök száma folyamatosan nő, és a szülői mediáció alacsony mértéke – amit évek óta ismétlődően regisztrálunk, és amely a televízióhasználat alacsony kontrollja után az internet és a mobilhasználat esetében még csekélyebb – vélhetően ettől a jelenségtől nem független.

A felnőttektől való függetlenedéssel kapcsolatba hozható másik jelenség a fiatalok fokozódó *kulturális autonómiája*. Noha az idősebb generáció kulturális ízlésétől való elkülönülés és a fiatalokat célzó kulturális piac sem új keletű, vitathatatlan, hogy a II. világháborút követő időszakban a kulturális produktumok és a fogyasztás terén előálló változások mindezt jelentősen felerősítették. A tömegművelés által is terjesztett új társadalmi értékek, a mozi és a fiatalok zenéjének kirobbanó intenzitása a korábbi mértéket messze meghaladóan markáns ifjúsági kultúrát teremtett az ötvenes

évektől kezdődően. A nyolcvanas évek pedig további elkülönülést generáltak: megjelentek és azóta is terjednek a kifejezetten az ifjúság ízlését kiszolgáló, speciálisan fiataloknak szóló filmek, tv-programok, sőt tv-csatornák, rádióadók, magazinok, írott és elektronikus újságok, fórumok, internetes oldalak, zenei produktumok, videojátékok stb. Ebben az új médiakörnyezetben a gyerekek és a tizenévesek a médiaipar értékes kereskedelmi célcsoportjaivá váltak. Minderre prosperáló iparágak épültek (pl. a videojátékok használóinak és vásárlóinak többsége 25 év alatti, a mobiltelefonok vevői és legintenzívebb használói a fiatalok), és az ifjúsági kultúrára épülő ipar terjeszkedése továbbra is expanzív (főleg ha a ruhák és egyéb kiegészítők körét is tekintjük). Mindennek következménye jól látható: a generációk közötti szegmentáció a rádióadókat és a tv-műsorokat tekintve szinte teljes. A „felnőttek” tv-csatornáit és rádióműsorait a 20 év alattiak szinte egyáltalán nem nézik/hallgatják – ezt mutatják a tv-csatornák preferenciájára vonatkozó saját adataink is.

Egy újabb, jelentőségében talán még nem is kellően felismert változás: ez az ifjúság *kapcsolati autonómiájának fokozódása*. A fiatalok mindig is rendelkeztek olyan informális kommunikációs formákkal és módokkal, amiről a felnőttek keveset vagy szinte semmit nem tudtak és nem is értették (pl. a „legyezőbeszéd”, a szleng stb.). Azonban az ifjúságot nevelők a formális csatornákon folyó kommunikációt mindig igyekeztek kontrollálni. A gardedámok korára kevésbé, de a vezetékes telefon időszakára még emlékezhetünk: annak idején a szülők a beszélgetéseknek nemcsak az idejét és költségét tudták kézben tartani, de könnyű volt a hívó vagy hívott felet is azonosítani, vagy akár a beszélgetés fültanújának lenni. A mobiltelefon és még inkább az interneten történő kommunikáció elterjedése szinte egy évtized alatt markáns változást hozott e téren. Ez a két új csatorna egészen új lehetőséget nyitott a fiatalok számára a kortárskapcsolatok terén azzal, hogy lehetővé vált szülői kontroll nélkül, az otthoni felügyelettől távol kapcsolatot kezdeni, kapcsolatban lenni a társakkal, ismerős vagy akár ismeretlen másokkal. Ezen a téren a magyar fiatalok kiemelkedően aktívak. Már a 2005-ös vizsgálat során megkérdezték is a mobiltelefonjukat említették az életükben három legfontosabbnak tartott tárgy között. A 2011-ben végzett felmérés alapján a fiatalok 98%-ának volt saját, 43%-uknak internetezésre is alkalmas mobiltelefonja, 2013-ban pedig – mint láttuk – már túlnyomóan okostelefon van a kezükben. A mobil eszközöket használók pedig kétszer olyan aktívak az internetes közösségi oldalakon (elsősorban a Facebookon), mint azok, akik nem mobil eszközön keresztül lépnek be az oldalra, és az ilyen oldalakon történő aktivitás kiemelkedő mértékben a kortársakkal való kapcsolatáról szól.

További, minden bizonnyal az előzőektől sem független tendencia a felnőttek respektusának csökkenése, a *tekintély hiánya*. A média társadalmi helyzetének változásával számos társadalomban megváltozott a gyerekek társadalmi pozíciója is (Kósa, 2004; Winn, 1990). A korábban általánosan elfogadott „sérülékeny” és „védtelen” gyerekkorfelfogással szemben kitapinthatóan jelen van az a nézet, mely szerint a gyerekek nemcsak tekintélyes fogyasztói réteget, de önálló választással, döntéssel rendelkező csoportot képviselnek. E felfogás részben a kereskedelmi érdekcsoportok, részben – és nem utolsósorban – az emberi jogok nevében fogalmazódik meg, kritikával illetve a nyugati civilizációkban hagyományos generációs hierarchiát. Tény, hogy a fiatalok úttörő szerepet játszanak az új technológiák elterjedésében, és szabadidejük eltöltésében egyre nagyobb szerepet játszik az önálló fogyasztás. Az interaktív és individualizált média új formái mintegy megfordítják a korábbi generációs rendet, hiszen e területeken a gyerekek tanítják a felnőtteket, átalakítva ezzel a szocializációra vonatkozó korábbi elvárásokat (erre a későbbiekben visszatérünk). A társadalomkutatók

töbnyire egyetértenek abban, hogy világunkat ma egyre fokozódó fragmentálódás és individualizáció jellemzi. Megroppannak a nagy múlttal rendelkező hiedelemrendszerek és életformák, eddig elfogadott hierarchiák bomlanak fel. Az olyan hagyományos kötődéseket, mint a család és a közvetlen kapcsolatokra épülő közösségek, kikezdi a gazdasági és társadalmi mobilitás. A heterogén és multikulturális társadalmakban felnövő fiatalok egymással tökéletes ellentétben lévő erkölcsi rendszerekkel és nem-egyszer egymással ütköző kulturális hagyományokkal találkoznak. Mindez hozzájárul a társadalom további individualizációjához, és együtt jár azzal, hogy az autoritás és értékek hierarchiája helyett a gyerekek és a *fiatalok egyre inkább a horizontális társas kapcsolatok felé orientálódnak*. Sokak szerint a mai gyereknevelés jellegzetes karakterisztikuma a szülői tekintély és felelősség folyamatos csökkenése (*Livingstone*, 2002). Ezt alátámasztja 2013-as vizsgálatunk is: a 12–17 éveseknek csak negyede választja valamelyik szülőjét példaképnek (erre vonatkozóan bővebben lásd a kötetben László Miklós tanulmányát). A felnőttek tekintélyének – mint a tisztelet és respektus forrásának – általános erodálódása az elmúlt fél évszázadot tekintve szembeötlő (*Winn*, 1990). Ez a folyamat kiterjed a felnőtt világ további szféráira, az autoritás hajdani megtestesítőire: tanárookra, vezetőkre, politikusokra<sup>8</sup>. (Legutóbbi vizsgálatunkban a diákok alig másfél százaléka tekinti példaképnek a tanárát!) E tekintetben a nyilvánosság – azaz a média mint a nyilvánosság eszköze – a jelenség sokszor megnevezett eredője. A média mindent mutat, és a kép alapján, melyben a személyes problémáikat megoldani képtelen szülők, a korrupt vezetők, az esendő és hibákat elkövető, jellemgyenge felnőttek, a szexualitás aberrációi és hasonló negatív felnőtt viselkedések is láthatóak, a felnőttek világa és ennek a világnak a működése nem vonzó. Ebbe a jelenségkörbe illeszthető a *szülői szerepkör* utóbbi évtizedekben megfigyelhető átalakulása és a szülők kultúraátadó szerepének változása.

## 8. Az elbizonytalanodó szülő

Kiindulópontnak tekintve, hogy a szülők a szocializáció elsődleges ágensei, evidencia az is, hogy ők a kultúraközvetítés elsődleges szereplői is. Meghatározó részesei a felnövekedés, a társadalmi beilleszkedés keretét és folyamatát adó szocializációs folyamatnak, mely pszichológiai aspektusból olyan élethosszig tartó tanulási és tapasztalatszerzési kölcsönhatások láncolata, melyben az egyén elsajátítja az élet egész területére vonatkozóan az adott kultúra szokásait, értékeit, norma- és hiedelemrendszerét. „A legáltalánosabb értelemben véve a szocializáció úgy is meghatározható, mint a társas együttélés követelményeinek megfelelő fontos készségek elsajátítása az 'idősebbek' és az 'újoncok', a 'régiek' és az 'újonnan jöttek' között zajló folyamatos együttműködés révén.” (*Bügental és Goodnow*, 1998) A szocializáció megadja a tartalmat, ami összefoglalóan az adott közösség kultúrája. De egyben előírja a folyamat „hogyanját” is, azaz a módot, ahogy a kultúrát az idősebbek az újabb generációnak átadják. Az átadás sok tényező révén történik, pl. a felnőttek nevelésének (jutalmazás és büntetés vagy tágabban véve megerősítések és gátlások) eszközei, a direkt instrukciók, saját tekintélyük, viselkedésük modellnyújtó ereje mind-mind az adott kultúra egyéni arculatát adja tovább.

<sup>8</sup> Sokatmondó, hogy az amerikai fiatalok körében végzett felmérés szerint az utóbbi tíz év alatt 20%-kal csökkent azok aránya, akik későbbi életük során majd felelősséggel járó munkát szeretnének, és a megkérdezettek közül háromszor annyian inkább lennének egy híresség személyi asszisztense, mint képviselők (*Stein*, 2013).



Mindeközben egy különösen fontos mechanizmus is zajlik: a felnőttek – eleinte elsősorban a szülők, de nagyon hamar a szocializáció egyre táguló körei is – a *fel-növekvő egyént körülvevő világ eseményeire, jelenségeire vonatkozóan folyamatosan magyarázatot adnak. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy a fizikai és a szociális világot<sup>9</sup> „lefordítják” az egyén aktuális értelmi képességeinek szintjére: „ez azért van, mert (...)”, „ezt azért kell megtenni, mert (...)”, vagy „ezt nem lehet, mert (...)”, „azért ütött meg, vagy azért hagyott el, azért nem jó stb., mert (...)”. Ez a mediáció a jelenségek és viselkedések látható és nem látható, vagy nem egyértelműen érthető okaira ad magyarázatot az adott kultúra értelmezési keretei alapján. Mindez egyfajta természetes magabiztossággal történik: a szülők, és később a szocializáció egyéb ágensei (a nevelők, a tanárok az iskolákban, egyéb intézmények stb.) többnyire kételyek nélkül töltik be ez irányú szerepüket. Az utóbbi évtizedekben azonban több minden kikezdi ezt a magabiztosságot. Ingoványossá vált a talaj, amin állva a szülők és a felnőttek általában (így a tanárok is) meggyőződéssel, hitelesen és kielégítően tudják interpretálni az utódoknak a körülöttünk lévő világot. Azt a világot, melyben a média átjárja a fiatal korosztály mindennapi tapasztalatait, melyben a média játssza a főszerepet az információszerzésben, a szórakozásban, a kapcsolattartásban, és még számos egyéb területen.*

Ebben a világban az általunk *„elbizonytalanodó szülő és nevelő”* szindrómának nevezett jelenség oka összetett. Első hallásra bármily meglepően hangzik – szélesebb perspektívából tekintve –, „felelős” a tudomány is a szülői – és általában nevelői, a korábban tekintéllyel rendelkező felnőtti – magatartás terén mutatkozó kételyek megjelenésében. A 20. század második felétől ugyanis egyre inkább megfigyelhető, hogy az emberek tájékozódását, orientációs pontjait sok területen a tudomány, vagy a nevében kijelentett, többnyire egyszerűsített direktívák, állítások határozzák meg (bár hangsúlyozni kell, hogy zömmel nem a tudomány felelős az eredményeire utaló kijelentésekért és hivatkozásokért). Mindenesetre jó példa erre a tendenciára a mosóporok intelligens molekuláira, a joghurtok enzimeire való hivatkozás a hirdetésekben, vagy az étkezésre vonatkozó szakértői javaslatok tengere (l. harc a zsírok, a finomított cukor, a fehér liszt ellen), de az egészség fenntartásához, a szép külsőhöz, az ápolt fogakhoz, a sikeres karrierhez, a megfelelő pelenka vagy a megfelelő partner kiválasztásához szükséges lépésekről is tudományos eredményekre hivatkozva kapunk javaslatokat.

De nem maradt ki az érintett területek listájából a gyereknevelés és a szülő-gyerek kapcsolat sem. Sokat emlegetett nézetformáló volt Spock<sup>10</sup> doktor könyve, mely alapvetően az engedékenységet és a merev szabályok elkerülését javasolta, és amely egy egész (vagy akár két) generáción keresztül vezérlő irányítóje volt sok szülőnek. De a pszichológia terén még akár azt is mondhatjuk, hogy néhány területen bizonyos értelemben „félreértés” történt: a tudományos eredmények torzulva terjedtek el a közgondolkodásban. Például a kreativitás esetében annak összetevőiről, az originális, flexibilis gondolkodás értékeiről és az ezt elősegítő nevelési környezetről vallott pszichológiai érvelés pozitív hozama mellett az szűrődött át a hétköznapi nevelőhöz, hogy a korlátozás, a szigor, a gyerek bármely kezdeményezésének leállítása árt a

<sup>9</sup> Mindkettő egyaránt jelentős: a fizikai világ eseményeire az adott kultúra tudományos, hiedelem- és világmagyarázó keretei adnak magyarázatot, a szociális szférával kapcsolatos értelmezések az érzelmek, indulatok, társas viszonyok stb. kultúránkenti eltérő jelentését továbbbítják.

<sup>10</sup> Benjámin Spock amerikai gyermekorvos praktikus gyerekgondozási és nevelési tanácsokat adó, sok kiadást megért bestseller könyvei hazánkban is igen népszerűek voltak. Az Egyesült Államokban máig a „Spock nemzedék” a szinonimája az „elrontott korosztálynak”, az „elkényeztetett nemzedéknek”.

kreativitásnak, megöli az eredetiséget. Ugyanígy az egyszerűsítő „meleg” és „hideg” jelzőkkel illetett nevelői eljárásokat is nagy ismertség és nagy népszerűség övezte és övezi máig, sajnos a melegséget tévesen azonosítva a feltétlen engedékenységgel és a korlátok hiányával. Az autokratikus, feltétlen engedelmességet kívánó szülői/nevelői magatartással szemben az érzékeny figyelem fontosságát hirdető pszichológiai elméletek a felnőttekben néha azt a tévhitet kelthették, hogy a határozottság és korlátozás minden formája kizárja a „demokratikus” szülői/nevelői viselkedést, noha a fejlődéslélektan nyomásán érvel az ún. „mérvadó” szülői magatartás mellett, mely a gyerekek jogai mellett a kötelességeket is fontosnak tartja (és betartatja) az érett személyiség kialakulása érdekében.

A fiatalság értékrendjének, nézeteinek, aspirációinak formálásában kétségtelenül sok egyéb társadalmi és szociális hatás is szerepet játszik, de a fenti, nevelési nézetrendszereket átalakító hatások bizonyára nyomós szerepet kaptak az új generáció karakterisztikus vonásainak kialakulásában. Az esetenkénti parttalanul engedékeny nevelés, a nagyfokú elkényeztetés, az anyagi jólét, az ifjúság lehetőségeinek kitágulása sokszor megnevezett háttértényezője a fiatalok egy részére jellemző változásoknak, melyeknek felsorolásakor ismétlődően vezető ismérv a nárcizmus<sup>11</sup> és a hedonizmus. Ezért is terjed el a korosztállyal kapcsolatban az „én-én-én generáció” elnevezés az angol „*me me me generation*” nyomán. (Szemléletes illusztrációja ennek a jelenségnek az is, hogy a fiatalok a közösségi oldalakra szinte túlnyomóan önmagukról tesznek fel fotókat.)

Az engedékenység és a gyakran kritikátlan (a negatív visszajelzéseket „tapintatból” és néha konfliktuskerülésből elkerülő) nevelői magatartás következményeként említik az ezredfordulósok eltúlzott önbizalmát is. Való igaz, néhány évtizeddel ezelőtt előtérbe került – részben talán a humanisztikus pszichológia önmegvalósításra vonatkozó elképzeléseiből kiindulva – a gyerekek önértékelésének hangsúlyos megerősítése a sikeresség érdekében. A magasabb önértékelésű gyerekek többnyire tényleg jobb iskolai teljesítményt érnek el – a hiba csak abban van, ha a magas önértékelést oknak és nem eredménynek tekintjük. Azaz e tekintetben az összefüggés fordított: a jó teljesítmény vezethet a magasabb önértékeléshez, de a szülők és nevelők néha abba a hibába esnek, hogy az önértékelés és önbizalom helyett – persze nem szándékosan – a nárcisztikus vonásokat erősítik meg<sup>12</sup>.

Még egy jellemző mozzanata a mai szülő-gyerekek kapcsolatnak egyfajta szerepválság is: a gyerekek gyakran felnőtt, a felnőttek erőltetetten fiatalos viselkedést mutatnak. A médiaábrázolások jól tükrözik ezt, és rá is erősítenek erre a tendenciára: gyerekek vagy tinik készítik fel elvált szüleiket a randevúra, szerveznek alkalmakat partnerkeresésre, vagy oldják meg a felnőtt világ problémáit. A meggyengülő tekintélyű vagy a tekintély, a(z) egyébként adott) hierarchia kinyilvánításától idegenkedő szülők és nevelők, lemondván a hagyományos eszközökről, mindinkább barátként igyekeznek kapcsolatot építeni a fiatalokkal. Egyre gyakoribb, hogy mindent megbeszélnek már a 10–12 évessel is, mindenben kikérik a véleményét, ők is hasonló divatot

<sup>11</sup> Az Egyesült Államok Nemzeti Egészségügyi Intézetének statisztikái szerint a nárcisztikus személyiségzavarok gyakorisága megháromszorozódott a mai húszévesek körében a most 65 éves vagy idősebb korosztályhoz képest, és 1982-höz viszonyítva 2009-ben 58%-kal több egyetemista ért el magasabb pontszámot a nárcizmus skálán, mint akkori kortársai (Stein, 2013).

<sup>12</sup> Egy floridai pszichológus ezt „jóindulatú tévedésnek” nevezi. Szerinte a magas önértékelés nagyszerű, amikor állást keres valaki, vagy a bárban ismerkedik – de nem annyira jó egy állás vagy egy kapcsolat megtartására (Stein, 2013).

követnek, felnőttként ugyanazt a könnyűzenét hallgatják (és igyekeznek élvezni is); ők is fent vannak a Facebookon, szülőség helyett haverságot szeretnének, vagy amint az angol nyelv olyan találóan kifejezi: „peer-entinget” a „parentinggel” szemben.

Ez az elbizonytalanodás különösen tetten érhető a felnőtteknek a fiatalok és a média kapcsolatára adott reakcióiban, viselkedésében. A médiával (mint eszközzel, mint tartalommal, mint hatalmi ággal) kapcsolatos mediáció a fiatalok számára a felnövekedés minden színterén és területén szükséges *lenne*. Azonban kutatási adataink azt mutatják, hogy mind az otthoni, mind az iskolai keretek között ez a fontos és szükséges közvetítés távolról sem éri el a kívánatos szintet, nem tart lépést a fiatalok mindennapi tapasztalataival. A továbbiakban ezt a helyzetet illusztráljuk adataink alapján *a szülői mediáció és a médiával kapcsolatos iskolai oktatás* terén.

## 9. A szülők médiával kapcsolatos gyakorlata. A szülői mediáció

Mint fentebb fogalmaztunk, a mediáció a szocializációs ágenseknek a *felnövekvő egyént körülvevő világ eseményeire, jelenségeire vonatkozó folyamatos magyarázata, értékelése, minősítése, kommentálása, kontextusba helyezése*. Hazai fiatalok körében végzett vizsgálataink azonban sorozatosan azt mutatják, hogy a szülők ennek a kétségkívül viharos gyorsasággal betörő és terjeszkedő új környezeti tényezőnek nem találják a jó „fordítókulcsát”, illetve sok médiával kapcsolatos területen nem is érzik, hogy közvetítésre, részvételre volna szükség (*Greenberg és Kósa, 1993; Kósa, 1993, 2008; Lemish, 2008*).

Mi lehet az ok? Mi eredményezheti azt, hogy egyébként gondos és felelősségteljes szülők – akiknek többsége a médiát inkább károsnak, mint hasznosnak tartja a gyerekek fejlődése szempontjából (*Kósa, 2006*) - órákig hagyják már kicsi kortól kezdve gyerekeket a televízió, majd a számítógép képernyője előtt? Hogy nem válogatják meg a tartalmakat, amikkel a gyerekek találkozik? Vagy ha igen, rossz mutatók mentén: például „ha rajzfilm, akkor gyerekeknek való”. Hogy még ha együtt is néznek/látnak valamit, nem beszélnek róla, nem kommentálják, nem minősítik a látottakat? Hogy az internet világába „kézfogás” nélkül elengedik azt a gyereket is, akinek egyébként este nyolcra otthon kell lennie? Hogy szinte soha nem mondják azt, hogy figyeljenek arra, mit mutatnak meg magukból a világhálón? Hogy többségükben nem támaszkodnak a műsorok életkori ajánlását mutató jelzésekre? Hogy szinte alig van szabály, előírás a média használatára, és ha van, az is legfeljebb az időkorlát formájában? Hogy ritka az adaptív szülői válasz a fiatalok médiával kapcsolatos mindennapi tapasztalatainak megváltozására?

Korántsem teljes igényű válasz gyanánt a korábbiakban a szülői szerepbizonytalanságról írottakon túl néhány további szempontot is kiemelünk.

A szülői mediációt tekintve talán nem túlzás azt állítani, hogy a történelem során először fordul elő, hogy a szülő ennyire járatlan és 'képzetlen' a gyereket körülvevő világ természetét, jelrendszerét, humorát, és nem utolsósorban, technikai elemeit illetően. Egyszerűsítve a bonyolult helyzetet, azt mondhatjuk, hogy a szülői mediáció 'lemaradt' a digitális világ elterjedésének forgatagában. A lemaradás egyrészt technikai jellegű, a készségek szintjén figyelhető meg. A szülők legendásan ügyetlenebbek és lassúbbak az újabb generációs médiaeszközök (szóhasználatukban a mindenféle 'kutyuk' – pl. telefonok, lejátszók, iPodok stb.) kezelésében, járatlanok és tájékozatlanok az internethasználat fiatalok által kultivált területein (letöltések, keresések, társas aktivitások, játékok stb.). Példák sokasága szól az egészen kis gyerekek szülőket meg-

szégyenítő technikai bravúrjairól a számítástechnikai és médiaeszközök terén<sup>13</sup>. Az elbizonytalanodás nem alaptalan. E téren a mai szülők többsége elvesztette a csatát: az eszközök használatában többnyire nincs tekintélyük, nincs példamutatás. 2011-es vizsgálatunk adatai is azt mutatták, hogy ezt a fölényt – indokkal vagy anélkül – a fiatalok is megfogalmazzák. Vizsgálatainkban a válaszolók véleménye szerint ők sokkal többet tudnak a szüleiknél az internetről is.

De van egy ennél sokkal fontosabb eleme a jelenségnek: a lemaradás a *tartalmak, a média közvetítette világ mediációja* terén igazán szembeötlő. Valószínűleg nem túlzást azt állítani, hogy a felnövekedés során még soha nem volt ilyen arányú a személyes tapasztalat híján, közvetett úton megszerzett tudás, ismeret a világról. (Tudást mondunk, de persze ez vélt tudás.) Természetesen a közvetett ismeretszerzésnek eddig is megvoltak a formái (pl. könyvek révén), de a mai körülmények között nevelkedő generáció a televízió, és még inkább az internet révén egész kicsi korától, és eddig nem látott mértékben és kiterjedtségben szerez információt a világ tárgyi és szociális jelenségeiről. Azonban – szemben a korábbi időszakokkal – a szülői mediáció ezen a téren jelentős lemaradást mutat. A miértet illetően a számtalan magyarázat közül néhány: részben azért, mert a szülő maga is elvárászolódik, mert a média működésének természetével ő maga sincs tisztában. Részben mert a kicsi gyerekek esetében nem is gondol arra, hogy az ábrázolás nyelve, a szimbólumrendszer is „fordítást” igényel. Mert az „elektromos bábisitter” kényelmes. Mert arra később sem gondol (pl. a tinédzserek kedvelt műsorai esetében), hogy a látottak „nem reális, nem valóság” jellegét magyarázni kellene – mert egyébként a percepcióhoz hasonló ábrázolások megtévesztésig valóságosnak tűnnek (pl. emberi szerepek, történések, viselkedések terén). Mert a médiumok által közvetített világ a felszínen soha nem tűnik olyan veszélyeket rejtőnek, mint a valós események (az otthoni, biztonságos környezet megtévesztő). Esetleg arra sem figyel eléggé, hogy a viselkedések látható és nem látható, vagy nem egyértelműen érthető okaira adott magyarázatra, kommentekre a média által közvetített világban még inkább szükség van.

Az okok felsorolása korántsem teljes, de a példákból jól látható, hogy a médiával kapcsolatos szülői gyakorlatnak szerteágazó terei lehetnek. A pszichológiai vizsgálatok alapján a mediációs szülői aktivitások három nagyobb típusba sorolhatóak (Lemish, 2008):

- mennyire ismeri, tudja a szülő, hogy gyereke milyen médiaprogramokkal, tartalmakkal találkozik, tölti az időt (tv-n, videón, komputeren, interneten stb.), mennyire van jelen, vagy vesz részt ezekben az aktivitásokban, és ő maga milyen médiafogyasztó modellt nyújt (ez a „tudatossági” – *awareness* – szint);
- a felügyelet, a szupervízió, a kontroll területei (az ún. restriktív mediáció szintje): ide tartozik a médiával töltött idő, a tartalmak kiválasztása feletti kontroll mennyisége és formája; a médiahasználat mint a büntetés és jutalmazás eszköze; a „másodlagos viselkedésekkel” kapcsolatos szabályok (pl. tanulás vagy evés közbeni tévzés vagy internetezés lehetősége); a programokra vonatkozó jelzések (életkori ajánlások) figyelembevétel a médiahasználat szabályainak kialakítása során;

<sup>13</sup> A képernyők előtt felnövő nemzedék technikai jártassága nemcsak egyfajta koordinációs vagy egyéb gyakorlati előnyt jelent, hanem ma még nem ismert kognitív, idegrendszeri, információfeldolgozási változásokat is eredményezhet (pl. a szimultán információfeldolgozás képességének fejlődése a szukcesszív folyamatokkal szemben). *Patricia M. Greenfield: Mind and media*. Harvard University Press, 1984.; *Livingstone*, 2002. Ennek az izgalmas területnek a beemelése meghaladja a tanulmány kereteit.

- a médiatartalmakkal és a médiahasználattal (konkrétan – műsorok, műfajok, tevékenységek kapcsán – és általában a médiával) kapcsolatos megbeszélések, magyarázatok, értékítéletek közlése, érzelmek kifejezése, kritikai értékelések és érvelések, a médiaértést elősegítő ún. instruktív mediáció.

Mi jellemzi a hazai helyzetet? Mit mutatnak a kutatási adatok? Miután a szülők általában felülbecsülik részvételüket és befolyásukat a gyerekeik médiahasználatában (Greenfield, 1984; Hogan, 2001), ezért saját vizsgálatainkban 1993 óta és a korábban említett országos reprezentatív felméréseket tartalmazó kutatássorozatban is (Kósa, 1993, 2006, 2008; Kósa és Miklós, 2010) visszatérően a fiatalokat kérdezzük meg arról, hogy milyen gyakran fordulnak elő egyes szülői mediációs technikák. (Csak példaképpen néhány a kérdésekből, melyekkel a szülői mediáció mértékét, egyes faktorainak gyakoriságát vizsgáltuk: pl. milyen gyakran néznek együtt tv-t vagy az interneten valamit, milyen gyakran tudja a szülő, hogy mit csinál az interneten, tilt meg egyes médiaaktivitást stb.) Vizsgáltuk azt is, hogy a médiahasználatban mire vonatkozik szabály, például mit nézhet, meddig teheti, mennyit költhet telefonra stb. A tizenéves korosztály körében végzett kutatásaink eredményeiből a következő kép rajzolódik ki.

## 10. Otthoni szabályok a médiahasználatban

A tévézésre és internethasználatra vonatkozó otthoni szabályokra kérdezve 2013-as vizsgálatunkban kérdéseink most is arra vonatkoztak, hogy egy átlagos hétköznapon hány órát tölthet tévézéssel, az internettel, este meddig teheti, és van-e szabály arra vonatkozóan, mit lehet a tv-ben nézni és milyen oldalakat szabad látogatni az interneten. A legtöbb szabály változatlanul a tévézés esti időhatárára vonatkozik, de a megkérdezettek közel felénél erre nem vonatkozik semmilyen előírás, sőt a minta több mint felénél a szülők a fenti területek egyikénél sem állítanak fel szabályokat. Legkevésbé azt kontrollálják, mit néznek a televízióban, és a fiatalok harmadánál a megkérdezett területek egyikét sem szabályozzák. A telefonálással kapcsolatban a tinédzserek közel felénél van szabály arra, hogy mennyit költhetnek telefonra (és ez az összeg átlagosan közel háromezer forint).

Ha összehasonlítjuk az utolsó felmérés adatait a korábbi eredményeinkkel, azt látjuk, hogy a médiával kapcsolatos szabályok teljes hiányával jellemezhető szülői hozzáállás csökken: mind az öt kérdésre kevesebben válaszolták azt, hogy semmilyen szabály nem vonatkozik rá. A tendencia első látásra kedvezőnek tűnhet, azonban paradox módon a szabályok meglétére utaló válaszok is csökkentek négy területen (az ötödik, az interneten látogatható oldalakra vonatkozó szabály ugyanazon a szinten – 9% – maradt). Miután a megkérdezettek a szabályok meglétére a „soha”, „néha”, „gyakran” kategória megjelölésével válaszolhattak, ez azt jelenti, hogy a szabályok, az előírások *időnkénti* előfordulása nőtt meg, a „néha” válaszok szaporodtak jelentősen. Ez a jelenség feltehetően annak tudható be, hogy egyre több szülő van tudatában annak, hogy ezen a téren tennivalója van – de ezt következetesen nem tudja érvényesíteni, kiforrott stratégiával nem rendelkezik a szabályozás tekintetében. Emellett továbbra is azt tapasztaltuk, hogy a szülők nem támaszkodnak a korhatárookra vonatkozó jelölésekre – sem ajánlás, sem tiltás formájában (a megkérdezett fiatalok túlnyomó többsége – 71% – nyilatkozott úgy, hogy sosem történik ilyen). A média használatával, annak idejével, a tartalmakra vonatkozóan összességében szórványos és esetleges szabályozást látunk. A szülői mediáció kategóriabesorolását tekintve *a restriktív mediáció nem nőtt.*

## 11. Médiatartalmak mediációja

A felnőtt lakosság reprezentatív mintáján 2008-ban végzett felmérésünk adatai szerint a felnőttek több mint 40%-a vélekedett úgy, hogy a média inkább káros hatású a gyerekekre, és a káros hatást leginkább a káros médiatartalmaknak tulajdonították (Kósa, 1993, 2008). A negatív hatás okai az említések arányában (melyben módosító tényezőnek bizonyult a jövedelem, az iskolázottság, a település típusa és a családszerkezet): első sorban a túl sok káros médiatartalom (a megkérdezettek több mint 40%-a szerint), másodsorban a médiával töltött sok idő, harmadsorban az, hogy a gyerekek nem tudják kiválasztani a nekik való műsorokat. Az utóbbi két érvelés különösen sokatmondó, hiszen a szülői részvétel és mediáció éppen ezeken a területeken tudna hatékonyan működni. Ezzel egy időben azonban azt találtuk, hogy igen alacsony a szülői mediáció *tartalmakra* vonatkozó mértéke. Különösen jelentősnek ítéltük a kérdést az internet terjedésével, hiszen a televíziós idő- és tartalomkontrollhoz képest az internet szabad tartalomszolgáltatása további potenciálisan káros hatások előtt nyitja meg a kaput, a nem kellő ismerettel és óvatossággal eljáró használó pedig kéretlen támadásoknak, zaklatásnak lehet kitéve, személyes adatainak védelme és érdekei sérülhetnek.

2011-ben a tv-nézés esetében a korábban tapasztaltakkal szembesültünk: ritkán (inkább csak a kisebbeknél) fordult elő, hogy együtt néznek egy műsort, általában nem beszélnek meg a látottakat, és a szülő kevés esetben ajánlott vagy tiltott vagy figyelmeztetett az életkori korhatárra. A számítógép és internet használatára vonatkozóan a fiatalok állítása szerint a szülők kétharmada sosem ellenőrizte, hogy milyen internetes oldalakat néztek meg, és 16%-uk soha nem is tudta, hogy ők mit csináltak a neten: a mediáció terén rendkívül *alacsony „tudatosság szintet”* regisztráltunk. Az sem volt jellemző, hogy két generáció tagjai együtt internetezzenek. Gyakorlatilag minden mért internetes aktivitás során a „néha” és „soha” válaszok a dominálóak: a szülők a televízióhoz mérten még passzívabb részvétellel voltak jellemezhetőek. A szülők negyede sosem mondta gyerekének, hogy túl sokat számítógépezik, és ennél is kevesebben szóltak a túl sok netezés miatt (harmaduk sosem).

A 2013-as vizsgálatunkban a televízióval töltött idő csökkenése miatt az internethasználattal kapcsolatos szülői részvételt illető kérdések körét tovább bővítettük: az együttes internetes aktivitásra, a neten végzett tevékenységről szóló beszélgetésre, a biztonságos internethasználattal kapcsolatos tanácsokra, a nyugtalanító, zavaró tartalmakkal való találkozás utáni segítségre, az internet pozitív tartalmú használatát szorgalmazó javaslatok gyakoriságára is rákérdeztünk. A válaszok szerint a szülői részvétel e téren továbbra is rendkívül csekély. A legtöbb válasz ebben a felmérésben is a „soha” és a „néha” kategóriába esett. A tizenévesek több mint felével soha nem beszélgetnek arról a szülei, hogy mit látott, mivel találkozott, mit csinált a neten, még kevesebben kapnak tanácsokat vagy segítséget akkor, ha valamilyen bántó, sértő vagy zavaró tartalommal szembesülnek. Hasznos ötleteket, a biztonságra vonatkozó információkat a gyerekek zöme (90%) soha, vagy csak néha kap. A hat, internettel kapcsolatos szülői segítő tevékenységet együtt vizsgálva azt találtuk, hogy a fiatalok 15%-ánál egyik sem szokott előfordulni. Az, hogy a szülők az összes felsorolt módon részt vegyenek gyermekük internetezésében, alig (mindössze a fiatalok 7%-ánál) fordul elő. A korábbi évekhez képest jelentősen (65-ről 92%-ra) nőtt azoknak a száma is, akiknek szülei sosem nézik meg a chateléssel, e-maillal vagy böngészéssel kapcsolatos előzményeket.

Hat internetes tevékenység esetében vizsgáltuk, hogy a szülők engedélyezik-e ezeket gyermekeiknek, illetve ha igen, akkor korlátozásokkal vagy korlátozások nélkül. A legnagyobb arányban az online játékot tiltják vagy korlátozzák a szülők. Több mint

háromnegyedüknél egyáltalán nincs ellenőrzés, nem vonatkozik korlátozás arra, vagy a szülők nem is foglalkoznak azzal, hogy kivel – akár ismeretlen emberekkel – e-maileznek, chatelnek; hogy profilt (és milyen tartalmút) hoznak létre magukról valamilyen netes közösségi oldalon<sup>14</sup>, és több mint harmaduk korlátozás nélkül tölthet le bármit a netről. Mindez az *instruktív mediáció* alacsony szintjét mutatja.

A „világra”, annak működésére vonatkozó mediációs aktivitásnak azonban nagyon hamar vannak más szereplői a szülőkön kívül, és e téren kitüntetett fontosságú az intézményes nevelés minden szintje. Milyen mértékben töltik be az iskolák ezt a funkciót a médiával kapcsolatban? Mennyire szól az oktatás arról a világról, amiben a gyerekek szabadidejük legnagyobb részét, aktivitásuk javát töltik?

## 12. Médiaoktatás

A fejlett világ szinte minden országa kiemelt hangsúlyt fektet a fiatalok felkészítésére az őket körülvevő, a médiával átszőtt világ értő használatára. Ez a tény tükrözi azt a felismerést, hogy ez a tudás és készségismeret túlnyúlik a családi mediáció határain, és még ha az hibátlanul be is tölti szerepét (amit, mint láttuk, gyakran nem tud), a gyerekek oktatásában és nevelésében szerepet játszó szervezetekre és intézményekre is fontos feladat hárul. E feladat ellátása azonban új kihívást jelent az oktatás és nevelés terén érintettek (pszichológusok, pedagógusok, szakintézmények dolgozói, a nevelésügyben érintett szervezetek stb.) számára. Viszonylag könnyebb volt a helyzet, amíg a területen fontosnak tartott tudást a médiaeszközök kezelésének, elsajátításának, a mögöttes tudásként fontosnak tartott informatika ismeretének tekintették. Az informatika tananyaggá vált, és az igényre reagált a tanárképzés rendszere is: a jól felkészült informatikatanárok ma már (szinte) mindenütt tagjai az iskolai tantestületeknek. Azonban a szakemberek számára hamarosan egyértelművé vált, hogy a médiával kapcsolatban a szükséges ismeretek köre (a még mindig gyakori nézettel ellentétben) messze túlnyúlik a média technikai-használati ismeretkörén. A hangsúly – a technikai aspektusok szükséges ismeretén túl – a médiát és a média működését szélesebb értelemben értő és használni tudó nemzedék felkészítésére tevődött. Ennek tükré a *médiaértés* mára már polgárjogot nyert és elterjedt fogalma.

A médiaértés vagy média-írástudás – az ún. media literacy – az Európai Karta megfogalmazása szerint (<http://www.euromedialiteracy.eu/index.php?Pg=charter&id=3>): képesség azon képek, hangok és üzenetek elérésére, feldolgozására és értékelésére, melyekkel napi rendszerességgel szembesülünk, és melyek fontos részei kortárs kultúránknak. Ez a képesség számos tényezőt foglal magába, csak a legfontosabbakat felsorolva: képesség megérteni, hogy az adott médiatartalom miért és hogyan jön létre; képesség a kéréstlen, támadó vagy ártó szándékú médiatartalmak és szolgáltatások felismerésére; képesség kritikusan elemezni a média által alkalmazott technikákat és a média által közvetített üzeneteket; és képesség a médiatechnológiák hatásos felhasználására, a megalapozott választásra. A brit OFCOM rövidebb megfogalmazása szerint „a média-írástudás képesség üzenetekhez való hozzáférésre, megértésre és megfogalmazására különböző szöveggörnyezetekben.” Ennek a képességnek a fon-

<sup>14</sup> Az EUKidsOnline 23 országra kiterjedő felmérése szerint a megkérdezett gyerekek és fiatalok szüleinek 32%-a nem, 20% pedig csak szülői felügyelettel engedélyezi gyermekük közösségi oldalakon történő regisztrálását. A szülők 48%-a nem korlátozza e tekintetben a gyermekét. A legengedékenyebbek általában az észak-európai szülők, a legkevésbé engedékenyek a nyugat- és dél-európai szülők. <http://kozmedia.blogspot.com/2011/04/eu-kids-online-az-europai-gyerekek-es.html>

tosságára hívta fel a figyelmet az Európai Bizottság Szakértői Csoportjának<sup>15</sup> nyilatkozata is, hangsúlyozva, hogy a media literacy minden médiumra kiterjed.

Korábbi kutatásainkban is az e témával foglalkozó oktatás bevezetésének szükségességére és elterjedésének hiányaira hívtuk fel a figyelmet (Kósa, 1993, 2008). Az oktatás, a szervezett ismeretátadás széles körű bevezetése annak fényében is kiemelkedően sürgető, hogy a vizsgálatok ismétlődően bizonyítják, a médiahatások a fiatalabbak, a hátrányos helyzetűek, a képzetlenebbek körében többnyire intenzívebbek (Buckingham, 2005), azonban a hátrány megfelelő fejlesztő anyaggal csökkenthető (Livingstone, 2002).

A hazai médiaoktatás eddigi története és helyzetének áttekintése meghaladja ennek a tanulmánynak a kereteit. E helyütt csak néhány tényezőjét említjük az összetett és sokszereplős témakörnek. Az Európában kiemelkedő eredményeket felmutató Egyesült Királyságban uralkodó szemlélet és oktatási praxis hatása több esetben kitapintható a hazai keretek között kidolgozott tananyagokon és oktatási programokon, és az évekkel-évtizeddel ezelőtt elkezdett munkák lassan meghozzák gyümölcsüket<sup>16</sup>. A felső tagozaton és a gimnáziumokban több helyütt megjelent a médiaoktatás, és ma már ott tartunk, hogy az alapfokú oktatás is beemelte a médiaértést a fejlesztendő területek közé (lásd NAT). Ezzel együtt ez az igény még nem járta át a közismeret szintjét, és a kép az oktatás konkrét terepén sem ennyire rózsás. Ezt igazolják egyrészt azok a korábban is említett vizsgálati eredményeink, amiben a felnőtt lakosságot kérdeztünk a média fiatalokra gyakorolt hatásáról és annak okára vonatkozó nézeteikről.

Másrészt az oktatás terén kritikus pont, hogy a témával foglalkozó pedagógus mennyire értő tolmácsolója a kérdéskörnek. Ez pedig újra a tanárképzés felé irányítja a figyelmet. A szakmai álláspontok eltérőek abban a tekintetben, hogy a médiával külön órakeretben vagy más (anyanyelvi, irodalmi, környezetismereti stb.) foglalkozáson belül, releváns pontokhoz beépítve célszerű foglalkozni. Bármely forma eredményes lehet, de a siker mindkét esetben a tanár felkészültségén múlik. Ehhez szükséges ismerni a médiaértés fejlesztésének életkori sajátosságokat (tudás, ismeretanyag) figyelembe vevő lehetőségeit, másrészt – és talán ez a még nehezebb feladat – ki kell tudni lépni a hagyományos „én tudom, te nem, én megtanítom és visszakérdezem” alapállásból, és ez jelentős *attitűdváltást* igényel. Ez utóbbi azért is állítja nehezebb helyzet elé a nevelőket, mert egyrészt a tanárok maguk is többnyire a hagyományos pedagógiai hozzáállást tapasztalva jártak iskolába, másrészt a gyerekek sokszor jártasabbak az eszközök használatában, harmadrészt a média sok területen ellenáll a „vagy jó vagy rossz” kategorizálásnak – ezért mintegy át kell lépniük az általuk ismert

<sup>15</sup> [http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index_en.htm)

Audiovisual Media Services Directive, 26. fejezet: „A média-írásstudás arra a készségre, ismeretre és megértésre utal, amely képessé teszi a fogyasztókat a média hatékony és biztonságos használatára. A média-írásstudó emberek képesek tájékozott döntéseket hozni, megérteni a tartalmak és szolgáltatások természetét, valamint élvezni az új kommunikációs technológiák kínálta összes lehetőséget. Képesek lesznek magukat és családjukat jobban megvédeni az ártó vagy támadó szándékú anyagoktól. A fentiek tükrében a média-írásstudás népszerűsítését és monitorozását a társadalom minden rétegében fejleszteni kell.”

<sup>16</sup> Jó példák erre a médiával való foglalkozás különböző formáinak megjelenései: pl. a felsőtagozatok és gimnáziumok szintjén a Mozgókép- és médiaismeret című különálló órában oktatható tantárgy tematikának a képzésbe való beemelése, illetve az általános iskolák első osztályától használható – és külön órakeretet nem igényelve az órák bármelyikébe beilleszthető – Médiatudor program kezdő csomagja és a 2013-ban megjelent, 3. osztálytól használható Digitális Világ elnevezésű oktatási segédanyag. [http://www.felvi.hu/felveteli/szakok\\_kepzesek/szakleirasok/ISzakleirasok/index.php/szakleirasok/szakleiras\\_konkret?szak\\_id=145&kepzes=B](http://www.felvi.hu/felveteli/szakok_kepzesek/szakleirasok/ISzakleirasok/index.php/szakleirasok/szakleiras_konkret?szak_id=145&kepzes=B); <http://mediatudor.hu/>; <http://mediatudor.hu/digitalisvilag.php>



és korábban megtapasztalt tradicionális tanár-diák szereposztást. Másrészt az ismeret tárgya – a média – a gyerekek mindennapi tapasztalatait szövi át, és a nagy iramban fejlődő elektronikai–technikai feltételek mellett ezt a mozgó, élő, folyton változó benyomáshalmazt lenne kívánatos értő irányítással feldolgozni. Nézetünk szerint a hazai pedagógusképzés minden szintjén (óvó-, tanító- és tanárképzés), és szakos képzéstől függetlenül minden pedagógusjelöltnek meg kell(ene) szereznie az erre vonatkozó alapismereteket, és elő kell segíteni a megfelelő beállítódás kialakulását. Ez biztosítaná az előrelépést nemcsak az oktatás, hanem a közműveltség terén is.

A médiaoktatás hazai elterjedtségéről a 12–17 éves korosztályt érintően képet kapunk vizsgálataink adatai alapján is, melyek során ismétlődően megkérdeztük a fiatalokat, tanulnak-e a médiáról az iskolában. Néhány adatot kiemelve a 2013-as eredményekből: a megkérdezett diákok 89%-a (a szakiskolákban valamivel kevesebben, a gimnáziumokban valamivel többen) úgy nyilatkozott, hogy vagy az internetről vagy a médiáról volt már szó valamelyik tanórán<sup>17</sup>. Az ebben a formában feltett kérdésre az összes válaszadó kicsivel több mint fele (54%) mondta, hogy mindkettőről tanultak már. Az általános iskolákban jellemzőbb, hogy csak az internetről esik szó. A változás a 2009-ben mért arányhoz képest pozitív irányú: akkor a diákok alig harmada hallott valamit a témáról, és több mint a fele (közel 60%) mondta azt, hogy nem tanulnak semmit a médiával kapcsolatban.

Az órákon tárgyalt témákra is rákérdezve azt találtuk, hogy a közösségi oldalakról esett szó a legtöbbször (65% említette, hogy tanultak róla), de minden második tanuló mondta, hogy tanórán hallott a személyes adatok védelméről, a média hatása-iról és a függőségről. A média és az egészséges életmód kapcsolatáról, a tartalmak hitelességéről, a szexuális tartalmakról és a gyermekpornográfiáról viszont csak kevesen hallottak. A tanárok szerepét vizsgálva a diákok internettel kapcsolatos tevékenységében a legtöbbször (53%) azt említették, hogy volt már rá példa, hogy pedagógusuk előírt szabályokat az iskolai internethasználatra. Az instruktív mediációt illetően a megkérdezettek mindössze egynegyede szerint volt már arra példa, hogy egy pedagógus segített neki, amikor zavaró vagy nyugtalanító tartalommal találkozott az interneten. Közel harmadukkal oktatjuk már beszélgetett arról, hogy mit csinál az interneten, és minden második diáknak (49%) már magyarázta el tanár, hogy valamelyik weboldal miért jó vagy rossz, és 44%-uk már kapott tanácsot oktatótól biztonságos internethasználatra vonatkozóan. Az összes vizsgált esetben az általános iskolások többször válaszoltak igennel (azaz hogy tanáruk tett valamit), mint a középiskolások.

Summázva a médiaoktatással kapcsolatban írottakat azt kell mondanunk, hogy a kedvezőnek ítélni való tendencia mellett számtalan tennivaló maradt. Az elsődleges cél az iskola mediáló szerepének fejlesztése, az iskola világa és a gyerekek mindennapi tapasztalatai, szórakozása, szabadidőtöltése közötti távolság csökkentése. Ez a távolság ma még sokszor igen jelentős. A fiatalok maguk számolnak be arról, hogy az iskolába lépve mintha évszázadokkal lépnének vissza. Újól meg kell állapítanunk, hogy a médiával kapcsolatos ismeretek beemelése a pedagógusképzés minden szintjébe sűrű feladat.

---

<sup>17</sup> A 2013-as felmérés során a kérdést azért fogalmaztuk meg így, mert a diákok a korábbi vizsgálataink tapasztalatai szerint az informatikaórát vagy az internet technikai aspektusait ismertető foglalkozásokat is médiaórának tekintették.

### 13. Összegzés

Tanulmányunkban a „millenniumi nemzedék” jellegzetességeiből, a generációk közötti távolság összetevőiből emeltünk ki jellegzetességeket, majd ezek közül néhányat fókuszba helyezve megkíséreltük ezeket társadalmi-kulturális közegbe ágyazva bemutatni, szem előtt tartva a média szerepével kapcsolatos összefüggés-szálakat. Áttekintésünk alapján ezeknek a jelenségeknek a média nem előidézője, inkább eszköze, és a szokatlan sebességgel zajló technikai-technológiai és az ezzel együtt járó társadalmi folyamatok terén zajló változásokkal figyelemre méltó *kölcsönhatásban lévő tényezőnek tekinthető*. A tizenévesek társadalmi-kulturális helyzetében zajló, az írás első felében felsorolt változások mindegyike – kisebb-nagyobb mértékben – összefügg a média használatával, a tömegkultúra terjedésével, az általánosságban vett (és itt különösen a szülői) nézetrendszerek átalakulásával, a tapasztalatszerzés módjaival, a fiatalok médiával kapcsolatos tevékenységével, illetve az abban megfigyelhető változásokkal. A vizsgálatsorozatunkból kiemelt adatok is ennek a folyamatnak az illusztrációi.

Úgy látjuk, hogy a média ebben az összefüggésben fontos szereplőjévé vált annak a folyamatnak, melynek során *a kulturális transzmisszió vertikális formái* (a szülők, az iskola, a felnőtt társadalom és a felnőttek kultúrája) *mellett vagy akár helyett, a kortársak révén* – a média adta lehetőségekkel élve – *a kultúra horizontális közvetítésének* dominanciája erősödik.

A felnőttek kultúráközvetítő szerepének csökkenésében több összetevő kirajzolható. Az ifjabb generáció körében a függetlenedés több területen erősödik. A téri elköltetés és a saját használatú médiaeszközök bővülő száma megteremti a lehetőségét az önálló, saját igény és szükséglet mentén kialakított médiahasználatnak. Felméréseink szerint is nagy iramban nő a sajátként tekintett eszközök köre (lásd: saját tv, számítógép, laptop, mobiltelefonok, sőt okostelefonok száma), és ezekhez egyre fiatalabb korban jutnak hozzá. A médiaeszközök, különösen az újabb generációs készülékek használatának kezdete egyre lejjebb toódik. A változás tempójára jellemző, hogy a most vizsgált középiskolásoknak csak negyede, míg az általános iskolások majd háromnegyede már 10 éves kora előtt kezdett internetezni. Az internet pedig kezdeti elterjedésétől kezdve döntően egyéni felhasználást jelentett, a netes tartalmak kiválasztásai és a neten való tevékenységek egész köre az egyéni privilégiumok körébe tartozik. Az adatok fényében látjuk, hogy az internet, a mobiltelefon, a számítógép a korábbi médiumokkal szemben még egy további sajátossággal is biztosítja az ifjabb korosztály számára a felnőttektől való függésének, az együttes használat kizárásának és a szülői kontroll kikerülésének a lehetőségét: ez a használat terén mutatott technikai-felhasználói fölény.

Mindezzel a felnőttek – a szülők, az iskolai oktatás – mediációs praxisa és aktivitása nem tart lépést, minek következtében a világról szerzett tapasztalatok egyre táguló köre (az emberi szerepek, az érzelmek, a következmények, a konfliktusok és megoldási mintái stb.) igen jelentős mértékben kommentálás, értelmezés, kulturális vagy egyéb kontextusba helyezés, realitásszűrő nélkül jut el az egyre fiatalabbakhoz. Egészen eltérő tapasztalataik miatt nem kevés felnőtt hallgatja tanácstalanul tizenéves gyerekének barátaival folytatott beszélgetését: nem érti, miről van szó, nem érti az utalások többségét, nem érti, min nevetnek, nem érti néha még a szavakat, a nyelvet, a kódokat sem. A szülői kontrolltól és más szupervíziótól mentes médiahasználat és kapcsolati lehetőség pedig tág teret nyit a kortárskapcsolatok intenzív, szinte folyamatos fenntartására, az ifjúsági kultúra preferálásának kevés korláttal rendelkező lehetőségeit is megnyitva ezzel. Az, hogy a serdülőkorral egyre erősödik a társakhoz

tartozás igénye, és a társak egyre több területen referenciacsoporttá válnak, régről ismert pszichológiai jelenség. Ez azonban a kapcsolattartás új eszközei révén eddig nem látott mértékűvé vált. A társaknak küldött szöveges üzenetküldések száma (ami a felmérések<sup>18</sup> szerint folyamatosan nő), az internet közösségi oldalain való aktív és állandó jelenlét igénye eddig soha nem látott mértékű társas kapcsolati függést mutat. Még ha az így jelölt kapcsolatok száma (ami felméréseink szerint akár a 400-at is eléri) alapján ezek nem is a hagyományos értelemben vett baráti viszonyok, az ezekből való kimaradást<sup>19</sup>, az ezek lehetőségétől való megfosztottságot a fiatalok a legsúlyosabb büntetésnek élik meg. Egyes vélemények szerint a történelem során eddig még soha nem volt olyan időszak, melyben nem a felnőttek, hanem a *kortársak dominanciája* lett volna a meghatározó az élet első 20–25 évében. Az intellektuális fejlődéshez pedig elengedhetetlenül szükség van az idősebb emberekhez, idősebb „dolgokhoz” való viszonyra és kapcsolatra is: a tizenévesek soha nem nőnek fel, ha csak a többi tizenévesrel lógnak együtt (Stein, 2013). Bár a serdülők individualizációra való törekvése közismert, azonban az individualizáció nem teremt egyúttal önálló egyéniséget, sőt arra készíti az egyént, hogy saját identitásának megerősítése érdekében másokhoz hasonló legyen. A kortársak ízlésbeli láncolata rendkívül gyors és hatékony, a ‘lájkolás’, a videomegosztás a közösségi oldalak üzenőfalai és kapcsolati hálója révén, az interneten vagy akár a mobiltelefonon terjedve szinte azonnal akár korlátlan számú felhasználót érhet el, erősítve a korosztályi elkülönülést és/vagy korosztályon belüli, mikrokulturális egységek kialakulását. Mindeközben a felnőttek világának vonzereje erősen fakul, a tekintély erodálódik. A fiatalok közel fele nem is nevez meg követendőnek tekintett példaképet, és ha igen, a szülőket a fele sem, a tanárok pedig szinte teljesen hiányoznak ebből a körből. A tanár személyiségének súlytalanodása is az iskola kultúratovábbító szerepének elhalványulását jelzi. Mindez egyre kevésbé kedvez a kultúraátadás korábbi formáinak.

Egyes vélemények szerint a most zajló ‘elektronikai és digitális forradalomként’ leírt korszak emberiségre gyakorolt hatása meghaladja az ipari forradalom okozta változásokat. Ennek felmérése ma még meglehetősen bizonytalan, de az tény, hogy a változás egyes területeken elementáris. Ugyanakkor valószínű, hogy a generációk közti különbség jelenlegi vonásai vélhetően változni fognak: a már ‘mobiltelefonnal a kézben’ született gyerekek szülőkké válva már soha nem lesznek olyan idegenek a digitális világban, mint az ő szüleik, akiknek még a vonalas telefon is csak felnőtt korukban adatott meg (ha egyáltalán). Ennél fogva ‘technikai’ szinten talán nem lesz olyan nagy a távolság a generációk között, mint azt ma tapasztaljuk, de azt, hogy a kultúra átadásának vertikális útjai fennmaradnak-e a mai formában, vagy milyen új módokat születnek, már nehezebb megjósolni.

## Felhasznált irodalom

- Aries, Philippe (1987): *Gyermek, család, halál*. Gondolat, Budapest.  
 Buckingham, David (2005): *Médiaoktatás*. Új Mandátum, Budapest.  
 Bugental, Daphne B. és Goodnow, Jacqueline G. (1998): Socialization processes. In: Damon, William és Nancy Eisenberg (szerk.): *Handbook of Child Psychology*. 5th edition, Wiley, New York, 389–463.

<sup>18</sup> <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Teens-and-Mobile-Phones/Summary-of-findings/Findings.aspx>

<sup>19</sup> Ez az ún. FOMO jelenség: a ‘fear of missing out’ betűszava.

- Greenberg, Bradley S. és Kósa, Éva (1993): *Young People and their Orientation to the Mass Media: an International study*. Study#18: Hungary, Department of Telecommunication. Michigan State University.
- Greenfield, Patrícia M. (1984): *Mind and media*. Harvard University Press.
- Hogan, Marjorie J. (2001): Parents and Other Adults: Models and monitors of healthy Media Habits. In: Singer, Dorothy G. és Singer, Jerome L. (szerk.): *Handbook of Children and the Media*. SAGE Publications, 663–681.
- Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor (2009): A kultúra változása – változások kultúrája. In: Antalóczy Tímea, Füstös László és Hankiss Elemér (szerk.): *[Vész]jelzések a kultúráról*. MTA PTI, Budapest, 17–87.
- Kósa Éva (1993): *A gyermek és a média kapcsolata a szocializáció kontextusában*. Kandidátusi értekezés.
- Kósa Éva (2004): A média szerepe a gyerekek fejlődésében. In: *Mindentudás Egyeteme*, 5. kötet. Kossuth, Budapest, 165–187.
- Kósa, Éva (2005): Mass Media and identity development in adolescence. In: Fülöp, Márta és Ross, Alistair (szerk.): *Growing up in Europe today: Developing identities among adolescents*. Trentham Books, 121–137.
- Kósa Éva (2006): Szülői részvétel a fiatalok médiahasználatában. In: Gabos Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra*. III. Nemzetközi Médiakonferencia, Balatonalmádi, Könyvsorozat, 67–89.
- Kósa Éva (2008): Védelem vagy felkészítés? In: Gabos Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra*. IV. Nemzetközi Médiakonferencia, Balatonalmádi, Könyvsorozat, 66–79.
- Kósa Éva és László Miklós (2010): Új trendek és régi szokások: helyzetkép a 12–17 éves korosztály és a média kapcsolatáról. In: Gabos Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra*. VI. Nemzetközi Médiakonferencia, Balatonalmádi, Könyvsorozat, 73–85.
- Kósa Éva és László Miklós (2012): Együtt – egyedül. In: Gabos Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra*. VI. Nemzetközi Médiakonferencia. Balatonalmádi, Könyvsorozat, 103–119.
- Lemish, Dafna (2008): The Mediated playground: Media in early childhood. In: Drotner, Kristen és Livingstone, Sonia (szerk.): *The International Handbook of Children, Media and Culture*. SAGE Publications, 152–168.
- Livingstone, Sonia (2002): *Young People and New Media*. SAGE Publications.
- Lorenz, Konrad (1999): *Ember voltunk hanyatlása*. Cartafilus, Budapest.
- László Miklós (2012): Facebook/Közösségi hálók – hatások és ellenhatások. In: Gabos Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra*. VI. Nemzetközi Médiakonferencia. Balatonalmádi. Könyvsorozat.
- Pasquier, Dominique (2008): From Parental Control to Peer Pressure: Cultural Transmission and Conformism. In: Drotner, Kristen és Livingstone, Sonia (szerk.): *The International Handbook of Children, Media and Culture*. SAGE Publications, 348–379.
- Rice, F. Philip (1978): *The Adolescent. Development, Relationships, and Culture*. Allyn and Bacon.
- Roberts, Donalds és Maccoby, Nathan (1985): Effects of Mass Communication. In: Lindzey, Gardner és Aronson, Elliot (szerk.): *Handbook of Social Psychology. (Special fields and applications)*, 539–598.
- Rogers, Dorothy (1985): *Adolescents and Youth*. Prentice Hall.
- Rosengren, Kari Erik (1994): *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles*. Routledge.
- Stein, Joel (2013): Millennials: The Me Me Me Generation. *The Times Magazine*, May 20. 30–35.
- Stevenson, Harold W., Chen, Chuansheng és Lee, Shinying (1992): Chinese Families. In: Roopnarine, Jaipaul L. és Carter, D. Bruce (szerk.): *Parent Child Socialization in Diverse Cultures*. New Jersey, Ablex Publishing Cooperation, Nordwood.
- Tarpley, Todd (2001): Children, the Internet, and Other New Technologies. In: Singer, Dorothy G. és Singer, Jerome L. (szerk.): *Handbook of Children and the Media*. SAGE Publications, 547–557.

- Werner, Anita (1997): Effects Studies and Beyond. The Need for Multidisciplinary Cooperation.  
In: Carlsson, Ulla (szerk.): *Beyond Media Uses and Effects*. Nordicom, 142–176.
- Winn, Marie (1990): *Gyerekek gyermekkor nélkül*. Gondolat, Budapest.

### **Internetes források**

[http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index_en.htm)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Glenri\\_Greenwald](http://en.wikipedia.org/wiki/Glenri_Greenwald)

<http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Teens-and-Mobile-Phones/Summary-of-fmdings/Findings.aspx>

[http://www.tarki.hu/hu/news/2013/kitekint/20130605\\_csalad.html](http://www.tarki.hu/hu/news/2013/kitekint/20130605_csalad.html)