

KÓSA ÉVA

# A média szerepe a gyerekek fejlődésében



*Kósa Éva  
pszichológus  
a pszichológiai tudomány kandidátusa*

1947-ben született Szombathelyen. 1972-ben klinikus pszichológusi, majd 1983-ban pedagógiai szakpszichológusi diplomát szerzett az ELTE Bölcsészettudományi Karán. 1994-től a pszichológiatudomány kandidátusa.

Pályáját az ELTE BTK Társadalom- és nevelépszichológia tanszékén kezdte, egyetemi docens és a Könyvtár és Informatikai Központ vezetője. Oktat a Pázmány Péter Katolikus Egyetemen is, ahol tevékenyen közreműködött a pszichológusképzés beindításában. 1992–1998 között a *Magyar Pszichológiai Szemle* rovatvezetője volt, 1998-tól az *Alkalmazott Pszichológia* szerkesztőbizottságának tagja.

Oktatói és kutatói tevékenysége során kezdettől fogva a fejlődés pszichológiai kérdéseivel, ezen belül elsősorban a fejlődést meghatározó társas-társadalmi tényezőkkel, a média szocializációs szerepével foglalkozik. Az Oktatási Minisztérium Médiabizottságának elnökéként jelentős erőfeszítéseket tett a médiumok működésével, természetével kapcsolatos ismeretek oktatása és széles körű elterjesztése érdekében.

Vitathatatlan tény, hogy mára a média mindennapjaink nélkülözhetetlen eleme lett, és szórakozásunk, szabadidőnk, munkánk, információszerzésünk, a világgal való kapcsolatunk elképzelhetetlen nélküle. Egyetértés van szülők, nevelők és a gyerekek fejlődésével foglalkozó szakemberek körében abban a tekintetben is, hogy az utóbbi évtizedekben jelentősen megváltoztak a gyerekek felnövekedésének körülményei, és a változást okozó tényezők közül az elektronikus tömegkommunikációs eszközök elterjedése kiemelkedő jelentőségű.

Mi változott azzal, hogy ma már a hagyományosnak tekinthető médiumok (film, újság, televízió, videó stb.) mellett a gyorsan elterjedő új technológiák is egyre jelentősebb szerepet játszanak a legkisebb életkortól kezdve a fiatalok mindennapjaiban? Változott-e, és ha igen, mi módon ezáltal a felnőtté válás, a szocializáció folyamata?



A család, Jordaens festménye (részlet), 1621–1622



Margit infánsnő, Velazquez festménye, 1660



Gyerekjátékok, id. P. Brueghel festménye (részlet), 1568

## Hogyan nőnek fel a gyerekek?

Ahhoz, hogy e változás természetét megismerjük, tegyünk egy rövid összehasonlítást a mai gyerekek fejlődésének pszichológiai körülményei és a néhány évtizeddel, sőt évszázaddal ezelőtti feltételek között. Tegyük ezt döntően két szempont mentén:

- vizsgáljuk meg, mennyire volt a gyerekeknek saját, a felnőttektől elkülönült világa;
- nézzük meg, hogyan, miként ismerték meg az őket körülvevő világot, hogyan szereztek benyomásokat mindarról, amihez felnőtt életükben alkalmazkodniuk kellett, azaz: *milyen történelmi változások figyelhetők meg a szocializáció körülményeiben?*

A középkorban a gyerekek szinte születésüktől kezdve a felnőttek minden tevékenységének részesei voltak: jelen voltak születéskor és halálánál, a felnőttek munkájában és szórakozásában, örömeiben és gyászában, szerelemben és gyűlölködésben egyaránt. A gyerekeknek nem volt elkülönült életük, és tevékenységük szinte észrevétlenül, fokozatosan olvadt bele a felnőttek világába. Öltözködésük és mindennapi ténykedésük a felnőttek világának „kicsinyített másolata” volt. A szó mai értelmében abban az időszakban *nem volt gyerekkor*.

Ha folytatjuk az összehasonlítást a másik szempont mentén, döntő különbséget látunk abban is, ahogyan a gyerekek a világról tapasztalatokat szereztek. Azokban az évszázadokban a fizikai és a társas világ működésére vonatkozó ismeretek megszerzése alapvetően egyféleképpen, szinte kizárólag a személyes tapasztalatok révén volt lehetséges. Mivel a gyerekek a felnőttek minden tevékenységénél jelen voltak, így a jóra vagy rosszra, erkölcsösre vagy tiltottra, illőre vagy nem megfelelőre vonatkozó elképzeléseik és ismereteik mind azon alapultak, amit a környezetükben láttak és hallottak. Szocializációjuk irányát és tartalmát zömmel *személyesen* megélt, konkrét benyomásaik alakították.

A 19. század végére új korszak köszöntött be. Ez idő tájt a nevelők mellett szakemberek és politikusok is fokozatosan fel- és elismerték a gyerekek sajátos életkori igényeit. Orvosok, pedagógusok, pszichológusok vizsgálták és írták le az egyes életkorok sajátosságait. Sorra nyíltak az óvodák, a játszóterek, a kórházakban külön osztályok a gyerekek számára. Tejprogram indult az egészséges fejlődés érdekében, törvényben korlátozták a gyermekmunka idejét, és ami a legnagyobb horderejű változást hozta: egyre több országban vezették be az általános tankötelezettséget. Mindennek következtében (legalábbis a Föld egyes országaiban) a gyerekkor lassan elkülönült a felnőttek világától. A felnőttek szemléletében és az intézményesen bekövetkezett változások, továbbá e korszak meghatározó eleme – az írásbeliség, az iskoláztatás általánossá válása – megteremtették a *védett gyerekkor* feltételeit és kialakulását.

Nézőpontunkból a védett gyerekkor és az iskolakötelezettség más szempontból is döntő változásokat hozott. Bár a gyerekeknek a társas világ működésére vonatkozó ismereteit a felnőttek által mondott történetek, mesék





*A Soroksári út 136. sz. alatti elemi iskola osztálya (1875)*

is gazdagították, de a fiatalok fejlődéséért felelős idősebb generáció – a gyerekek sajátos igényeinek felismerésével – egyre inkább megsűrte a gyereket érő információkat. Az iparosodott társadalmakban csak az iskoláskortól, helyesebben az olvasni tudás készségi szintű elsajátításától, általában 8–10 éves kortól kezdve tudtak a gyerekek olvasmányaikon keresztül a világ előlük addig elzárt életébe, a felnőttek világába – a szerelem, a szenvedés, a viszályok, a konfliktusok és azok megoldási módjainak világába – apránként betekinteni. A *világ megismerése* a legkorábbi évek személyes tapasztalatain túl *kiegészült az olvasás révén* a nyomtatásban rögzült és felhalmozott határtalan ismeretekkel. Meghatározó jelentőségű azonban, hogy



*A várbeli óvoda gyermekei fiatal óvónőjükkel (1875)*



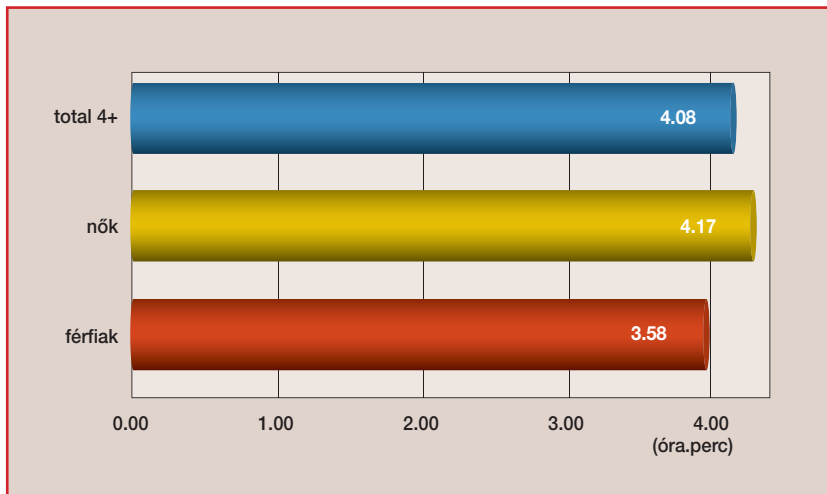
az olvasási készségek kialakulása és fejlődési szintje, valamint a fiatalok számára szánt, nekik szóló irodalom szükségszerűen *életkorhoz kötötte és fokozatossá* tette ezt a folyamatot. Az olvasás tehát *csak apró lépésenként tárta ki a felnőttek világának kapuját.*



*Kisgyerek játékaival (1913)*

A 20. század második fele az elektronikus tömegkommunikáció elterjedésének diadalmenete. Néhány évtized alatt az addig csak újsággal és rádióval rendelkező hazai háztartások szinte mindegyikében megjelent a televízió (akár több is), a videó, a mobiltelefon, egyre több a DVD-lejátszó, a számítógép, és látványosan bővül az internethasználók száma. A mindennapokban – és elsősorban a gyerekek életében – azonban egy kitüntetett eszköz, a televízió játszik döntő szerepet.

A pszichológiai fejlődéssel foglalkozó szakemberek szerint a televízió gyökeresen megváltoztatta a korábbiakban kialakított fokozatos átmenetet a gyerekkorból a felnőttkorba. Kendőzetlenül, feldúsítva mutat be mindent, akár a legkisebbek számára is, és azonnali belépést enged a felnőttek világába. A televízió mindent megmutat, sőt gyakran tömörítve hozza a gyerekek elé a felnőttek világát, annak gyakran csúnya arcát, a társas világ működési rendellenességeit. A televízió nem tud suttozni, mint a gyerekeknek nem való témákról beszélgető felnőttek. Ráadásul a televízió által ábrázolt világ nagymértékben eltér attól, melyet a mesék, a valóság felnőttek által megszűrte változata, a gyerekeknek szánt egyéb történetek az adott kultúrában elfogadott értékeknek megfelelően ábrázoltak: itt gyakran nem az igazság és a rend uralkodik, gyakran nem győz a jó és a becsületes, sok a megtorlás nélküli, sőt a célt elérő erőszak, és a szexualitás sem a szerelem szép velejárója. Mindehhez hozzájárul az, ami a televíziós (és filmes) ábrázolás sajátja és nagy vonzereje: *a látottak – szemben a nyomtatott információkkal – szemléletesek.* A vizuális nyelv nagyon hasonló az érzékleti, személyes tapasztalatokhoz, és ez könnyen azt a benyomást kelti, mintha a valóság egy darabját látnánk. A fikatív, gyakran el túlzott tartalmak különösen a kellő tapasztalattal nem rendelkező gyerekek számára tűnnek valóságoknak.

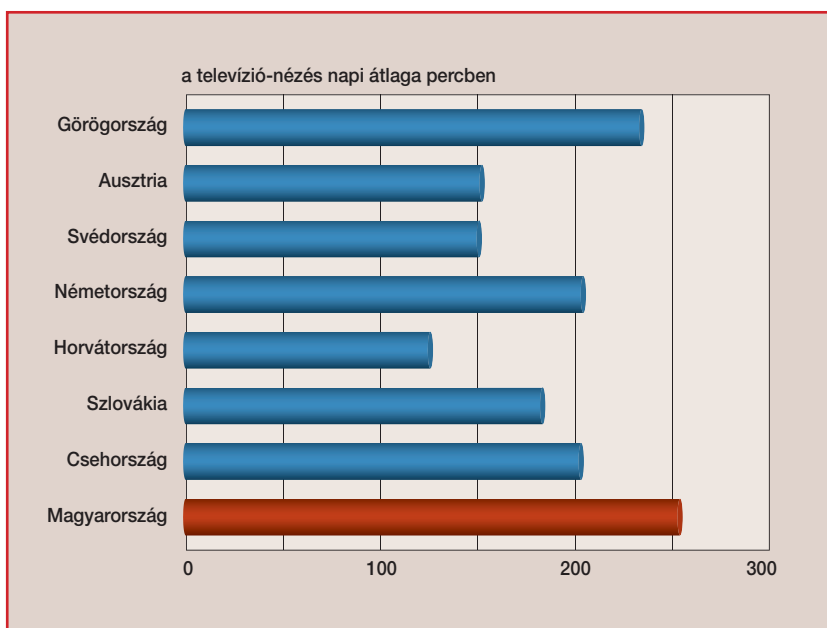


A televízió-nézés napi átlaga  
(2004. augusztus)

A televízió szocializációs hatásának ereje nem kis mértékben ebből a sajátosságból ered: *a tévé korában a világ megismerése „mintha” (újra) személyes tapasztalatok útján történne.* Mindez abban az életkorban tűnik igazán kedvezőtlennek, amikor a morális értékrend, a világgép és a társas együttműködés alapjai kialakulnak.

A felnevelkedés és a szocializáció körülményeinek a fentiekben vázolt összehasonlítása persze erősen leegyszerűsített, de nem meglepő, hogy számos szakértő – és az aggódó nevelők is – a televízió elterjedéséhez köti a gyermekkor védettségének megszűnését.

A szülők és a nevelők gyakran attól tartanak, hogy a televízió veszélyezteti a szülők viszonylagos „információs monopóliumát”, vagyis azt a jogot és lehetőséget, hogy gyermekeik életkori és egyéb sajátosságainak megfelelően alakítsák a hozzájuk eljutó információk minőségét és mennyiségét. Ez a félelem tükröződik abban, hogy általában sokkal nagyobb hangsúlyt kap a média „ártalmas” hatása a lehetséges kedvező hatásokkal szemben.



A magyarországi televízió-nézés  
nemzetközi viszonylatban  
(2003)



## Hogyan hat a média?

### Média:

eredetileg a latin *medium* (eszköz, közeg, közvetítő) szó többes száma. A tömegkommunikációban használatos közvetítőeszköz (sajtó, mozi, rádió, televízió, internet) megnevezésére szolgál. Ebben az értelemben a média kifejezés a tömegkommunikációs eszközök, azaz a médiumok összefoglaló elnevezése.

### Szocializáció:

interaktív tanulási folyamat, melynek révén történik a társadalmi viszonyrendszerbe való belenövés, a közösségi normák beépülése a személyiségbe, az egyént körülvevő kultúra elsajátítása. A szocializáció egy életen át tartó komplex folyamat, mely felfogható szereptanulásként is: olyan ismeretek, készségek, képességek megszerzése, melyeket bizonyos szerepekkel kapcsolatban az adott kultúra, csoport, közösség elvár a tagjaitól. Buda Béla megfogalmazásában: „A szocializáció olyan interakciós folyamat, amelynek révén az egyén viselkedése úgy módosul, hogy megfeleljen a különböző társas rendszerek tagjai által vele szemben támasztott elvárásoknak.”

### Tömegkommunikáció:

az a folyamat, melyben professzionális kommunikátorok *üzeneteket* készítenek, melyeket technológiai *eszközök* (médiumok) segítségével széles körben terjesztenek térben és időben szétszórta, *nagyszámú fogyasztó* – a nézők, hallgatók, olvasók *heterogén* csoportja, a befogadók – számára.

Az előző gondolatmenet arra mutatott rá, hogy a **média** elterjedésével a tapasztalatszerzés új formája jelentősen átalakítja a **szocializáció** folyamatát, azt a módot, ahogyan a gyerekek legkisebb koruktól kezdve benyomásokat és információkat szereznek a világról, a társas működés normáiról.

Napjainkban a médiahatásokra vonatkozó újabb elméletek azonban más szempontból is felhívják a figyelmet a média gyerekekre gyakorolt hatására. E magyarázatok rövid bemutatása előtt álljon itt a **tömegkommunikáció** és a média definíciója, mivel ezek a fogalmak gyakori és mindennapos használatuk ellenére is gyakran tisztázatlanok. Egy széles körben elfogadott meghatározás szerint:

A tömegkommunikáció az a folyamat, melyben

- › professzionális kommunikátorok *üzeneteket* készítenek, melyeket
- › technológiai eszközök – azaz a **tömegmédiumok** – segítségével széles körben terjesztenek
- › térben és időben szétszórta, *nagyszámú fogyasztó* – a nézők, hallgatók, olvasók *heterogén* csoportja, a befogadók – számára.

A definíció értelmében tehát a tömegmédiumok a tömegkommunikáció olyan csatornái, eszközei, melyek alkalmasak az üzeneteket nagy távolságra, sok embernek továbbítani. Így a médiumok körébe sorolhatók a könyvek, az újságok, a magazinok, a rádió, a televízió, a filmek, a műsoros video- és hangkazetták, a CD-k, az óriásplakátok stb. Vannak olyan eszközök (csatornák), melyeket nem nevezhetünk kizárólagosan tömegmédiumnak: ezek a személyes kommunikáció mellett tömegkommunikációs célokat is szolgálhatnak. Az internet és a mobiltelefon például lehet a privát üzenetek továbbítója, de alkalmas szervezett üzenetek nagyszámú befogadóhoz való eljuttatására is. Fontos eleme a definíciónak a befogadók heterogén jellegének hangsúlyozása is: a tömegkommunikáció üzenetei nem személyre szólók, természetüknél fogva nagyszámú és földrajzilag, életkorban, értékrendben, felfogásban, ízlésben nagyon különböző közönséget céloznak meg.

## A médiahatás modelljei

A média hatására vonatkozó magyarázatok és modellek történetileg három szakaszba sorolhatók, és különböző elméleti megfontolásokon alapulnak.

1. A *direkt hatás modellje* azt feltételezi, hogy a média „mindenható”, azaz a tömegkommunikáció szinte közvetlen és azonnali változást tud elérni.

Noha a kutatások zöme a „mindenható médiával” szemben mára már sokkal komplexebb modellben írja le a szimbolikus kommunikáció és az arra adott emberi válaszviselkedés közötti kapcsolatot, mint azt a kezdeti, direkt inger–válasz feltételezések tették, a közfelfogás még ma is hajlik a média erejét ilyen közvetlen, egyirányú, ok-okozat összefüggésben látni.



A mára már klasszikussá vált példa erre **Orson Welles** legendává vált *Világok harca – Támadás a Marsról* című rádiójátéka az 1940-es években, amikor a hallgatók igaznak vélték a rádiójátékban hallottakat, és sokan pánikba esve az utcákra rohanva kerestek menedéket a földönkívüliek támadása elől. (De hasonló hatást tükröz például az az eset is, amikor Magyarországon többen pénzgyűjtő akcióba kezdtek – az 1980-as években sugárzott tévésorozat után – Isaura, a szép rabszolgalány felszabadítására.)

2. A *korlátozott hatás modellje* szerint a tömegkommunikációnak nincs olyan hatóereje, hogy alapvető befolyást gyakoroljon a befogadóra. Fő ereje abban van – vélik ezen álláspont hívei –, hogy a már meglévő véleményeket, értékeket és beállítódásokat (**attitűdöket**) megerősíti.

3. Újabban a *meghatározott feltételek mellett érvényesülő médiahatás* modellje a fenti két modell elképzelésénél bonyolultabb összefüggéseket feltételez. Azt hangsúlyozza, hogy a médiának *meghatározott feltételek esetén* erőteljes befolyásoló ereje van. E feltételek lehetnek egy adott embercsoport (például férfiak, nők, idősek, fiatalok, egy kisebbségi csoport stb.) különleges sajátosságai, aktuális események, különleges feltételek.

E modell szerint a *befogadók egy meghatározott csoportjára* (mondjuk a médiafogyasztók 20–25 százalékára, például a magányos nőkre, vagy a rendezetlen családi körülmények között nevelkedő gyerekekre) *meghatározott feltételek között* a média hatása akár százszázalékos is lehet. Így lehetnek, akikre a média aktuális üzenete nagyon nagy hatást gyakorol, míg esetleg a befogadóknak akár többségére az adott üzenet semmilyen befolyással nem lesz. Ma a médiahatással foglalkozó kutatások nagy része az e modellben megfogalmazott „meghatározott feltételekre” kíváncsi: mik azok a feltételek, amelyek megléte esetén a média hatása jelentős egyik személynél, míg másiknál jelentéktelen vagy egyáltalán nincs? (Így például a fenti példák esetében milyen jellemzőket találunk azoknál, akiknek valóságosnak tűnt a támadás a Marsról, vagy mai helyzetnek tekintenek egy már rég elmúlt történelmi korszakot?) Ebből következően a hatásvizsgálatok központi kérdésévé a médiahatást mediáló (közvetítő) változók – mint például az életkor, az aktuális pszichés állapot, a motivációk, az élethelyzet, a társas környezet, a meghatározott csoporthoz tartozás, az intellektuális szint stb. – váltak.

E koncepció alapján a gyerekek kiemelt figyelmet érdemelnek: esetükben halmozottan találunk olyan „meghatározott feltételeket”, amelyek különösen védtelenné teszik őket a média hatásaival szemben. Ők azok, akiknek gondolkodása fejletlenebb, akik viselkedésük és normarendszerük kialakítása, azaz személyiségfejlődésük fontos periódusa során fokozottan támaszkodnak a látott és megfigyelt viselkedésekre, azok következményeire, s ők azok, akik életkoruknál fogva kevesebb tapasztalattal rendelkeznek a látottak értékelése során.

#### **Médium (tömegmédium):**

a tömegkommunikáció olyan csatornáit, eszközeit, melyek alkalmasak az üzeneteket nagy távolságra, sok embernek továbbítani. Így a médiumok körébe sorolhatók a könyvek, az újságok, a magazinok, a rádió, a televízió, a filmek, a műsoros video- és hangkasseták, a CD-k, az óriásplakátok stb.

#### **Orson Welles (1915–1985):**

amerikai színész, rendező, író. 1937-ben megalapította a Mercury Theatert, mely a híres rádiójátékot, a *Világok harcát* is jegyzi. A hangjáték valóságosságával pánikot keltett Amerikában – amerikaiak száza sereglettek az utcára komolyan véve a marslakók Föld elleni invázióját. Természetesen a műsor elején bemondták a rádiódrama címét, és a konvencióknak megfelelő adásstruktúrában riportszerű részleteket, időjárásjelentést, zenei közvetítést sugároztak. A dráma szakértői megnyilatkozásokból, a tömegizgatott háttérzajából és a riporter egyenes adást szimuláló hangjából állt, aki közvetlen életveszélyben számolt be az idegen civilizáció látogatásáról. Hírek következtek áldozatokról, mozgósításról, helyszíni hanghatásokkal alátámasztott élménybeszámolókat lehetett hallani. Nyilatkozott a kirendelt katonai egységvezető s a belügyminiszter is. A vizsgálatok szerint a hatmillió hallgató mintegy egyharmada pánikba esett, annak ellenére, hogy az adás alatt négy közlemény hívta fel a figyelmet, hogy regényfeldolgozásról, rádiójátékról van szó.



## A televízió: a kitüntetett médium

### Attitűd:

értékelő viszonyulás, melynek tárgyai lehetnek más emberek, embercsoportok, tárgyak, ideológiák, mozgalmak stb. Kifejeződhet érzelmekben, vélekedésekben és viselkedésben.

A médiának a gyerekek fejlődésében betöltött szerepéről beszélve a televíziót a vele töltött idő alapján kitüntetett médiumnak kell tekintenünk. A statisztikai adatok alapján a magyar lakosság általában is sok időt tölt a képernyő előtt (lásd a nemzetközi felmérések adataival való összehasonlítást), ezen belül a fiatalabb korosztály tévénézési ideje kiemelkedő: a 2004. augusztusi felmérés szerint a 4–12 évesek néhány perc híján négy órát televízióznak naponta.

A televízió gyerekekre gyakorolt hatásában nem az a legaggasztóbb, ahogyan a kifejezetten gyerekek számára készült műsorok hatnak rájuk – bár a tévénézés miatt az egyéb tevékenységek (például játék, mozgás, társas kapcsolatok stb.) csökkenhetnek, és ez is járhat negatív következményekkel. Nagyobb gond az, hogy nagyon sok gyerek már egészen kicsi korától kezdve válogatás nélkül néz, nézhet bármilyen műsort. (Ezért is nevezik a televíziót gyakran „elektromos bábiszitternek”, mivel a szülők gyakran azért engedik, hogy gyerekeik már kicsi koruktól kezdve korlátozás nélkül televíziót nézzenek, mert így nyugodtan végezhetik egyéb tevékenységüket. Kutatási adatok szerint a 3–5 éves gyerekek 36 százaléka, a 6–9 évesek 60 százaléka, a 10–13 évesek 75 százaléka maga kapcsolja be a tévét.) A nem életkoruknak való tartalmak egyrészt azonnal megnyitják a felnőtt világ kapuját, másrészt *a hatást még fokozza az is, hogy a gyerekek gyakran egészen másképp értelmezik a televízióban látottakat, mint a felnőttek*, s így fokozottan halmozódnak azok a „meghatározott feltételek”, melyek a médiahatásokat erősítik.

A következőkben arról lesz szó, hogy milyen tényezők játszanak szerepet a televíziós ábrázolás megértésében a gyerekeknél, hiszen a hatás mindenképp attól függ, miként értelmezzük a média üzeneteit.

## Mit értenek a gyerekek a televízióban látottakból?

### Hogyan olvassuk a tévét? – a tévényelv sajátosságai



A gyerekek nem mindig értelmezik ugyanúgy a tévében látottakat, mint a felnőttek. A tartalom megértésének életkori különbségein túl most egy még alapvetőbb különbségre utalunk. Nevezetesen arra, hogy a filmes, televíziós „nyelv” másképpen írja le az eseményeket, jelenségeket, mint a beszéd vagy az írás; a filmes, tévés ábrázolás másképp „mondja el” azt, ami az észlelésben egyértelmű.

A televíziós ábrázolásnak (és ehhez nagyon hasonlóan a filmes ábrázolásnak is) szintén megvan a maga *szimbolikus konvenciója*, azaz egy nagyjából egyezményesen elfogadott kódrendszere, s ezt a kódrendszert kell a néző-



nek ismernie ahhoz, hogy megértse a képernyőn látottakat. Nézzünk erre néhány triviális példát:

- > ha a filmbéli főhős felidézi a múltat vagy álmodik, a képsorok homályosabbak vagy „elúsznak”;
- > a képernyőn felváltva megjelenő két arc párbeszédet jeleníthet meg, ahol felváltva látjuk a szereplőket (és nem gondoljuk, hogy az egyik időnként eltűnik);
- > egy arc hirtelen megnagyobbodik – mert a kamera „rázoomolt” –, de nem hisszük, hogy az illető feje ijesztően megnőtt.

Olyan ez, mint az írásjelek megértése, azaz az olvasni tudás (ezért is hívják a jelenséget „**TV-literacy**”-nek). Olvasáskor is az egyes ábécéknek egy adott közösségben elfogadott egyezményes jeleit kell ismernünk és **dekódolnunk** ahhoz, hogy értsük, amit olvasunk. Ezalatt az írott szimbólumokat „le kell fordítanunk”, helyesebben vissza kell fordítanunk, hogy a jelentést értsük.

Ezzel szemben a televízió a dolgokról az észleléshez hasonló módon – a látási és hallási ingereken keresztül – szól, olyan módon, mintha valóban közvetlenül érzékelnénk az ábrázolt dolgokat. Az ábrázolás ilyen formáját az analfabéták is értik – de csak ha járatosak a filmes ábrázolás jelrendszerében. Ugyanis a televízió vagy a film is használ szimbólumokat, és a különböző, gyakran alkalmazott filmes technikáknak (például montázsok, zoom, vágások, lassítások stb.) a példák során említett „megfejtéseit” (dekódolását) ugyanúgy tanulni kell, mint ahogy olvasni megtanulunk.

A jelentős különbség az olvasás és a televíziós vagy filmnyelv között abban található, hogy a filmes ábrázolás fent említett kódrendszere oktatás nélkül is elsajátítható. Több vizsgálat bizonyítja, hogy a vizuális technikák megértése több tényező, elsősorban az értelmi fejlettség és a tapasztalat függvénye, és a film megértése nagyban függ attól is, milyen technikákat alkalmaztak benne.

Úgy tűnik, hogy a gyerekek bizonyos fejlettségi szint alatt, nagyjából 7–8 éves korukig nem képesek helyesen értelmezni a beállítások, jelenetek, vágások, ráúsztatások közti bonyolult viszonyrendszert. A cselekménynek, a térnek, a nézőpontoknak és főleg az időnek külön részekre tördelt ábrázolását általában csak tízéves kor után kezdik megérteni, és a különböző technikák értelmezése még sokáig az életkori fejlettség függvénye. A kisgyerekek néha még a beállítások sorrendjére sem támaszkodnak akkor, amikor a tartalmat próbálják megérteni, s ez azt jelenti, hogy emlékezetükben a műsor egymástól független részekként tárolódik.

Bizonyos feltételek mellett persze már jóval fiatalabb gyerekek is képesek a jelenetek egymásutánosságát megérteni és egy összefüggő történetként érteni. A kicsiknek szóló igazán jó tévémeséket nagyjából úgy készítik, mint egy bábszínházi előadást, ahol gyakran láthatunk egészen apró gyerekeket is, akik viszonylag hosszú időn keresztül feszült izgalmal élnek át a főhős bábú kalandjait, azaz követik az eseményt. Az így ábrázolt cselekmény azonban nem vagy csak nagyon kevéssé használja a tévés-filmes nyelvezetet. Nincsenek különböző nézőpontok, melyekből láttatják a történetet (a gyerekek végig saját szemszögükből látják az előadást), nincs ráközelítés, nincs kinagyítás, zoom stb.

#### Literacy:

az egyén azon képessége, hogy megérti és alkalmazni tudja a nyomtatott információkat mindennapi tevékenysége során, otthon, a munkában és a közösségi életben annak érdekében, hogy elérje céljait és fejlessze tudását, javítsa lehetőségeit. Az írásjelek megértése, olvasni tudás. Itt: TV-literacy: a televíziós „nyelv” megértése, azaz a filmes ábrázolás jelrendszerének, konvencióinak (például zoom, vágás, beállítás, átúsztatás, narráció stb.) helyes értelmezése.

#### Kódolás-dekódolás:

a kódolás az a kommunikációs folyamat, amikor a továbbítandó üzenetet megfogalmazzuk, az információt egy jelrendszerbe fordítjuk. A dekódolás azt jelenti, hogy a vevő megértette az információt, megfejtette a jelrendszert.



Orson Welles (1915–1985)

(A későbbi életkorokban a tapasztalatok bővülésével az ábrázolás említett sajátosságai érthetővé válnak, és ez különösen alkalmassá teszi a televíziót például biológiai folyamatok, fizikai ügyességet igénylő tevékenységek bemutatására. Ennek alapján a televízió kitűnő és páratlan ismeretközlő eszköz.)

## Valóság vagy fantázia? – a televíziós realitás megítélése

Vajon mennyire tekintik a televízióban ábrázolt eseményeket és szereplőket valóságosnak vagy kitalátnak a műsorok nézői? Mennyire tudnak a gyerekek különbséget tenni a realitás és a fantázia szülte tartalmak között? És egyáltalán, miért fontos az, hogy mit tekint valaki reálisnak vagy irreálisnak a televízióban látottakból?

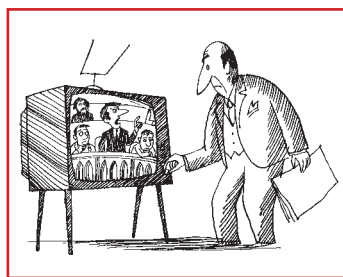
Ez a különbségtétel nagyon jelentős tényező, mivel az erre vonatkozó vizsgálatok eredményei szerint a televíziós tartalmak attitűdökre és viselkedésre gyakorolt hatása nagymértékben függ attól, hogy a néző mennyire ítéli igaznak, reálisnak, valósnak a látottakat. Általánosságban az mondható, hogy minél valószerűbb egy esemény, annál jelentősebben befolyásolhatja a viselkedést és a gondolkodást (lásd Orson Welles példáját), és meghatározhatja a kiváltott érzelmek erősségét és természetét is. Reálisnak ítélt tartalom esetében a gyerekek sokkal inkább hajlanak a szereplők helyébe képzelni magukat, mintha a látottakat fiktív, kitalált történetnek, eseménynek tartják. Egy kísérletben jóval felfokozottabb negatív érzelmi reakciókat regisztráltak a Challenger űrhajó becsapódásának felvételét néző gyerekek-nél, mint amikor hasonló, de fiktív eseményt vetítettek nekik.

Mikor és hogyan kezdődik és fejlődik a valóság és a kitaláció közti különbségtétel?

Képi megjelenítés hiányában az olvasott vagy hallott (felolvasott) események, emberi viselkedések kevésbé tűnnek fizikailag azonosnak a valós eseményekkel, így az írott médiumok esetében korábban és könnyebben történik meg a bemutatott tartalom és a valóság elkülönítése. Ha azonban az ábrázolás képi és hangelemeket is használ, az megnehezíti ezt a folyamatot. Az összes mediált tapasztalat közül, mellyel a gyerekek találkoznak, kétségkívül a televízió hasonlít a legjobban a „való” élethez. Az élő szereplőket tartalmazó műsorok esetén az emberek és az állatok általában úgy viselkednek, ahogy a való életben. A szereplők többnyire a mindennapi élet problémáival küzdenek, vagy legalábbis a mindennapi élet drámai és érdekesebb oldalát képviselik. A nem animációs műsorok formája minden tartalomnak a realitás légkörét kölcsönzi.

De a televíziós ábrázolás közvetítő jellegét a kisgyerekek nem érti meg.

A kisebb óvodáskorúak esetében gyakori, hogy a televíziót egy „mágikus ablak”-nak tekintik, melyen keresztül a valóság egy darabkáját lehet látni. Ők hajlamosak azt hinni, hogy a televízióban látható emberek a tévédobozban élnek, és ugyanúgy ismerik a nézőt, mint ahogy ők a szereplőket. Nem értik meg, hogy a tévéműsor lehet „kitalált”, és a szereplők színészek. Úgy



Kajtán Tibor karikatúrája

gondolják, hogy a tévészereplőkkel interakcióba lehet lépni, mivel ők látják a szereplőket és beszélnek hozzájuk a képernyő előtt ülve. Kölcsönösnek ítélik a kapcsolatot, és azt hiszik, hogy a szereplők is ugyanígy vannak vele. Ezek a **parasziálisnak** nevezett **interakciók** azután gyakran vezetnek családottsághoz, amikor a tévéből ismert szereplőkkel találkoznak, és azok nem ismerik meg őket.

A gyerekek 7–9 éves kor körül általában már pontosan felismerik, hogy a televízió nem szó szerint „mágikus ablak”, annak ellenére, hogy képes a valóságot reálisan is ábrázolni. Egyre inkább megértik, hogy a tévéműsorok zöme nem a valós életből kiragadott jelenet, hanem fikció, álvalóság, melyet színészek játszanak el. Az életkor előrehaladtával egyre kevésbé tartják hasonlóknak a szereplőket a valós életben megfelelő társaikhoz, bár még a 16 évesek 20–30 százaléka szerint is a tévészereplők úgy viselkednek, mint az emberek a valóságban – bár ez abból is adódhat, hogy a szereplők sokszor sztereotipizált karakterek, és a gyerekek épp ezt a hasonlóságot realizálják.

## A realitás jelentése

Noha nyilvánvaló, hogy a „reális”, „realisztikus”, „realitás” kategóriák erős leegyszerűsítést tartalmaznak, mégis azokra a tartalmakra utalnak, melyeket valósnak lehet tekinteni, és ebből a szempontból komolyan kell venni.

Bár egyezményes definíció a televízió realitásával kapcsolatosan nincs, a tévérealitásra vonatkozó ítéletek és definíciók terén általában három lehetséges jelentést különböztetnek meg.

1. A meghatározás legkonkrétabb szintjén a televízióban látott dolog (esemény, helyszín stb.) akkor reális, ha *éppen olyan* – vagy szó szerint az –, mint a tévéen kívüli világban. A dráma szereplői valódi sorsukat mutatják, az események úgy történnek velük, ahogyan mi látjuk a képernyőn, az asztal, melyen esznek, valódi asztal stb. Ezt a meghatározást vallják azok, akik a televíziót a valóságra nyitott „mágikus ablaknak” tekintik.

A televíziós realitás másik két definíciója elfogadja, hogy a televíziós műsorok „csináltak” (készítettek, gyártottak), de nem ezt a tényt veszi alapul a realitás megítélésénél. A realitás ezekben az esetekben annak megítélése, hogy mennyire hasonlítanak a televízióban gyártott műsor eseményei, szereplői, konfliktusai a valósághoz. De a két definíció ezt a hasonlóságot eltérő módon értelmezi.

2. A második definíció szerint valami akkor valóságos a tévében, ha az, amit ábrázol, *lehetséges*; azaz ez a meghatározás alaposan kitérít a kört, amelyben a szereplők, események, témák reálisnak ítéltethetők.

Így reális a Chaplin-film epizódja, melyben Chaplin megfőzi és megesszi a cipőjét, hiszen lehetséges a bőrt főzéssel megpuhítani, és az éhség különös dolgok megevésére is készíthet valakit. Az, hogy Tarzan beszél Cheetah-val, szintén reális, hiszen a majmokat meg lehet tanítani egyszerű utasítások megértésére.

3. A harmadik felfogás alapján valami akkor reális, ha az, amit ábrázolt, *valószínű vagy reprezentatív*. Tehát ha valaki a harmadik definíció alapján

### Paraszciális interakció:

itt: médián keresztüli kapcsolatot. Az a feltételezés a tévéző részéről, hogy a tévészereplőkkel az adás során a kapcsolat kölcsönös, és velük interakcióba lehet lépni.



Charlie Chaplin az Aranyláz című filmben



ítél, akkor egyik eset sem valószínű, így nem is tekinthető reálisnak. A lehetőségesség és valószínűség mint realitáskritériumok használatakor az egyénnek nagymértékben támaszkodnia kell a tárgyi és szociális valóságra vonatkozó általános ismereteire. Ha valaki például nem ismeri az emberszabású majmokkal végzett beszédtanítási és beszédértési kísérleteket, akkor számára nem tűnik lehetségesnek – így tehát irreális – Tarzan és a majom beszélgetése. Ha valaki nem tudja a rabszolgatartást megfelelő történelmi korhoz kapcsolni, az Isaurát napjainkban élő személynek tekintheti. Mindenesetre ez utóbbi két kritérium alapján hozott ítéletek mindenképpen szélesebb körű általános ismereteket tükröznek, és összefüggést mutatnak a fejlődéssel, az intellektuális szinttel és a tájékozottsággal.

A televíziós realitást vizsgáló egyik kísérletben gyerekeket, serdülőket és felnőtteket kértek meg arra, hogy ítéeljék meg: egy adott televíziós tartalom reális-e vagy sem, és indokolják meg az ítéletüket. Az ítéletek indoklásai is jól látható életkori eltéréseket mutattak. Óvodától a 2–3. osztályon át a 6. osztályig a „lehetőségességre” mint a realitás kritériumára való utalás 17 százalékról 28 százalékra, majd 47 százalékra emelkedett. A további életkorokban azonban nincs emelkedés, sőt: a serdülők és a felnőttek több mint a fele a „valószínűt” tartotta reálisnak, azaz valami olyant, amit ők vagy valamelyik ismerősük már tapasztalt, aminek tehát *van szociális realitása*. Az egész életkori ívet tekintve a realitás megítélésében a valószínűség mint indok általános emelkedést mutat az életkorral, míg a lehetőségesség először egyre fontosabb, majd csökkenő jelentőségűvé válik.

## A televízió gazdasági-ipari működésére vonatkozó ismeretek

A tömegkommunikáció mindenekelőtt *üzlet*, melynek célja a *profitszerzés*. Ezt az összefüggést azonban a médiumok szórakoztató, ismeretközlő tevékenységének fényében nem könnyű felismerni.

A kereskedelmi televízió működésének, a műsor sugárzásának okára vonatkozó teljesen naiv vagy nem létező koncepciótól a gyerekek még tizenéves korukra sem jutnak el annak pontos megértéséig, hogy a televízió elsősorban pénzforrás azok számára, akik emberek millióinak figyelmét adják el az eszméiket, áruikat, termékeiket hirdetőknak. A tízévesek egyegyedének van némi sejtése arról, hogy a tévéadások indítéka gyakran a jövedelem- vagy más jellegű haszonszerzés.

A televízió gazdasági-ipari természetére vonatkozó ismeretek lassú fejlődést mutatnak. Noha a serdülők és a felnőttek már többnyire tudatában vannak annak, hogy a szórakoztató műsorok java része nem a valóságból vett részlet, hanem „csinált” (gyártott), de többnyire ők sem gondolnak arra, hogy a műsorgyártás célja a haszonszerzés. A fiatalabb gyerekeknek azonban egyáltalán nincsenek ilyen ismereteik. Mint láttuk, az 5–6 évesek fele még azt sem érti, hogy az általuk valóságnak ítélt események fikciók, és a szerepeket színészek játsszák el, a 11–12 évesek 65 százaléka viszont már



tisztában van ezzel, de csak a serdülőkor folyamán kezdik látni a műsor-készítés gazdasági indítékait.

Valójában a felnőtteknek is csak egy része látja át a televíziós iparág három alapvető elemének, *a nézettségnek, a hirdetéseknek és a bevételnek az összefüggéseit*. A különböző életkorúak vizsgálatánál a serdülők általában két összetevő kapcsolatával, a 7–8 évesek egy elemmel, a kisebbek pedig egyikkel sincsenek tisztában ezek közül.

Ebből következik, hogy a gazdasági szempontok ismerete nem használható támpontként a televíziós realitás megítélése során a fiatalabbak számára. Mint láttuk, a kicsiknek egyáltalán nincsenek ilyen jellegű ismereteik. Az azonban, hogy valaki rendelkezik ilyen ismeretekkel, nem jelenti azt, hogy használja is támpontként akkor, amikor a televízióban látottak valóságát kell megítélni. Ami az életkorral egyre hangsúlyosabban szerepet játszik a televíziós ábrázolás valóságként való megítélésénél, az annak mérlegelése, hogy a „csinált”, gyártott műsor milyen mértékben felel meg a valós életben látottaknak, tapasztaltaknak.

A televízió működésének gazdasági indítékaira vonatkozó ismeretek kapcsán még egy fontos szempontot kell megemlíteni. A műsorkészítés és a haszonszerzés közti összefüggés felismerése ugyanis fontos következménnyel járhat a gyerekeknek a televízió *hitelességére* (megbízhatóságára) vonatkozó értékeléseire. Annak felismerése, hogy az ábrázolás a nézettség vagy a hatás fokozása érdekében torzított is lehet, csak serdülő- vagy felnőttkorban jellemző, és főleg serdülőknél akár a tévés ábrázolás hitelének teljes elutasításához vezethet.

Az ilyen típusú torzítást viszonylag hamar és könnyebben veszik észre a gyerekek a reklámokban, mondván: nem lehet egy fogkrémtől hirtelen hófehér a foguk, és a család sem attól lesz boldog, hogy a háziasszony egy bizonyos mártást önt a spagettire. De még a felnőttek is sokkal kevésbé vannak tudatában a torzításoknak más műfajokban, például a szappanoperákban vagy hasonló sorozatokban.

Az a tény, hogy a gyerekek nem ismerik fel a média mediáló szerepét és a televízió gazdasági működésének valódi indítékait, védtelenné teszi őket a *televíziós reklámok hatásaival* szemben. Ők könnyen hisznek a csábító túlzásoknak, és sokszor eredményesen veszik rá szüleiket a vágyott termékek vásárlására. Egyes országokban éppen ezért nem engedélyezik reklámok sugárzását gyerekműsorok előtt, között és után, mivel alapvetően etikátlannak tartják a szándékos médiahatással szemben védtelen, könnyen becsapható nézők – a gyerekek – szándékos befolyásolását és fogyasztásra serkentését.

## A műsorok formai jellemzőinek jelentősége

Hasonlóan a televíziós műsorok gyártására és a televízió működésének gazdasági indítékaira vonatkozó ismeretekhez, a műsorok formai sajátosságai is szolgálhatnak támpontul a realitás megítélésénél. Az egyes műfajokon belüli műsorok, úgymint híradók, reklámok, krimik, vetélkedők stb., általában jellegzetes formai keretek között jelennek meg. Ezek a keretek vizuálisan és a hangingerekkel összekapcsolódva számos támpontot adnak a mű-





	Nincs indoklás	„Csinált”, gyártott	Formai jelleg	Gazdasági működés	Lehetőségek	Valószínű
Óvodások	59	15	55*	-	17	-
8 évesek	20	23	84	-	28	-
13 évesek	18	19	88	-	47	-
14–16 évesek	-	-	-	10	43	22
Felnőttek	-	-	-	25	25	50
			* rajzfilmnél 100%		Dorr adatai alapján (1998)	

A realitás megítélésénél használt indokok (százalékban)

sor azonosításához. A híradókat például jellegzetes szignálok vezetik be, a bemondók általában egy kameraállásból láthatók.

A gyerekek meglepően hamar azonosítják az ilyen kiugró formai jeleket. A megfigyelések szerint 4–8 éves kor között közel megduplázódik azoknak a gyerekeknek a száma, akik formai támpontokat használnak a fantázia, illetve a realitás körébe sorolás esetén. Ezzel egyidejűleg a számításba vett formai elemek száma is fokozatosan nő. A rajzfilmeket – melyek nagyon könnyen azonosítható formai jegyekkel rendelkeznek – már az óvodások zöme is fikciónak tekinti, de még a tizenkét évesek fele is úgy véli, hogy ha egy műsor tényeken alapul, akkor az biztosan valóságos.

Ebben az életkorban jellemző az is, hogy a hírműsorok formai jegyeit tekintik jelzésnek arra, hogy abban a keretben valóságos a közölt tartalom.

További életkorral járó változás annak fokozatos felismerése, hogy a televíziós realitás műsoroként más lehet. 11–12 éves korban majdnem minden gyerek (94 százalék) úgy véli, hogy vannak műsorok, melyeknek jobban hisz (reálisabbnak tart), míg a 8 éveseknek csak 75 százaléka, az óvodásoknak pedig 44 százaléka tud ilyen különbséget tenni az egyes műsorok között.

## A televíziós történetek követése

A filmek, tévéjátékok, drámák stb. esetében a tartalom szerkezetének, az események időrendi sorrendjének (szekvenciaszerű egymásra épülésének) visszaadása 8–10 éves korig többnyire nem a felnőttek értelmezésében lényeges szempontok alapján történik. Általában csak tízéves kor után jellemző a cselekedetek **motivum**ainak többé-kevésbé pontos felismerése.

Az ennél fiatalabb gyermekek inkább egymástól független események egymásmellettségeként fogják fel a darabok tartalmát, sőt a kisebb gyerekek még a helyszíneket sem tudják a történet sorrendjének megfelelően összerakni.

Óvodásokkal végzett vizsgálatokban azt találták, hogy a mesefilmek tartalmának megértését, a megfelelő hatás elérését elősegíti az, ha a gyerekek a

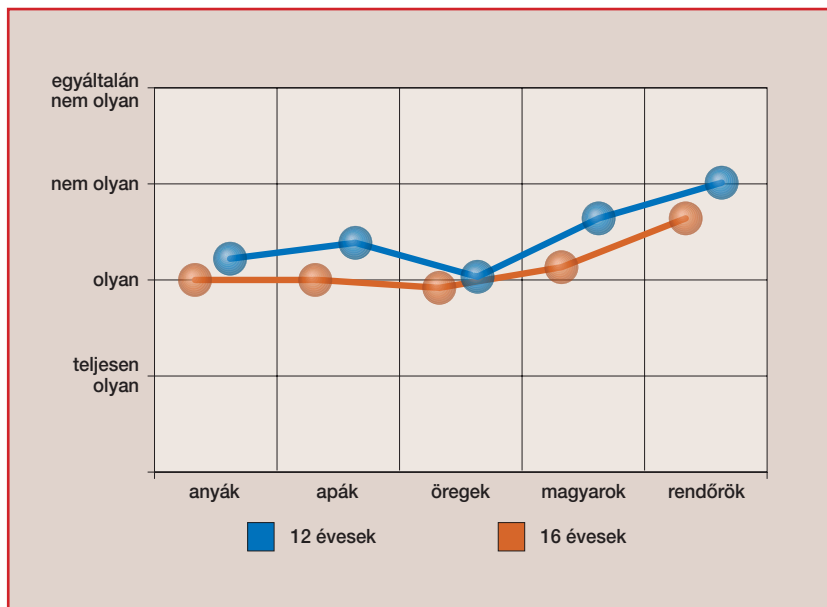
**Motívum, motiváció:**  
 állapot, tanult szükséglet.  
 A szükségletek által beindított hajtóerők, melyek a szükségletek kielégítésére irányuló magatartást eredményezik.

felnőtt irányításával összefoglalóan megfogalmazzák, megbeszélik a látottakat. Mint korábban láttuk, jelentősen segíti a történet megértését az is, ha az ábrázolásban a helyszínek, a cselekményidők és a nézőpontok nem változnak.

## Jellemek, karakterek megítélése – a morális realitás

Az eddigiek során azt mutattuk be, hogy a gyerekek az életkor előrehaladtával egyre pontosabban tudják követni a televíziós történeteket, és egyre inkább képesek észrevenni a realitás és a fikció közti alapvető különbségeket. A televíziós tartalmak megértésének egy másik aspektusa: hogyan ítéli meg és milyen szempontok alapján értékeli valaki a szereplők jellemét és jellemző vonásait.

Ebben a tekintetben is életkortól – azaz fejlődéstől – függő változásokat látunk a gyerekek ítéleteiben. Egyik vizsgálatunkban a gyerekeknek azt kellett megítélniük, hogy szerintük mennyire egyezik egyes foglalkozások, embercsoportok (mint például rendőr, orvos, férfiak, nők, öregek, gyerekek stb.) televíziós ábrázolása a valósággal (például „A rendőrök olyanok a tévében, mint az életben”). A tizenkét évesek jóval nagyobb arányban gondolták azt, hogy a televíziós ábrázolás teljesen élethű és megfelel a valóságnak, mint a tizenhat évesek. Az ilyen és ehhez hasonló ítéletekhez ugyanis már előzetes szociális ismeretek és tapasztalatok is szükségesek.

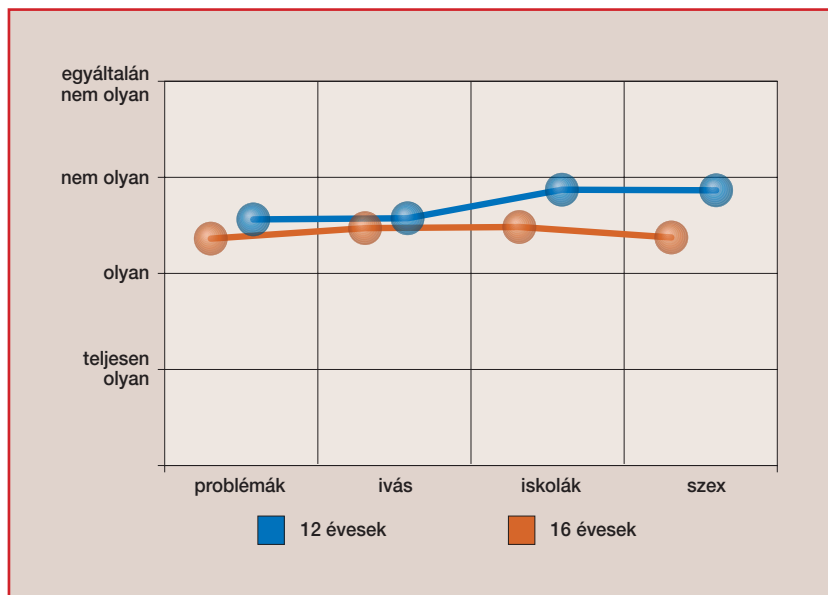


Televíziós karakterek realitásának megítélése

Még szembetűnőbb különbséget látunk akkor, ha a szereplők cselekvését és annak következményét (amely, mint jól tudjuk, a játékfilmek, a drámák, az emberi történetek alapja) a szereplő motívumainak fényében kell megítélni. Egy erre vonatkozó vizsgálatban a gyerekek egy szerkesztett filmet láttak egy férjről, aki meg akarta ölni feleségét, hogy az ne tanúskodhasson ellene. A rendőrség azonban idejében közbelépett, és a férjet megbilincselve vezették el. A filmet több ponton félbeszakították, és akkor a gyerekeknek mindig



Televíziós karakterek realitásának megítélése



meg kellett mondaniuk, bűnösnek tartják-e a férjet. A kisebbek – hétéves kor alattiak – csak a film végén, a szociálisan igazolt következmény láttán ítélték el a férfit, amikor már bilincs volt a kezén. Ők a következmény – és nem az indíték – alapján hozták meg döntésüket. A szándék figyelembevételére teljes biztonsággal csak az idősebbek voltak képesek.

## A médiaértés és az értelmi fejlődés kapcsolata

A televízióban látottak megértésének összetevőit elemezve megfigyelhető, hogy a megértés és értelmezés fejlődése együtt jár a gyerekek életkorával és értelmi fejlettségével. Ezt az összefüggést láttuk a tévényelv dekódolásánál, a televízió működésének és a történeteknek a megértésénél, a televíziós realitás és a szereplők megítélésénél egyaránt. Az is szembevetendő, hogy a megértésben általában 7–8 éves kor körül fordulat figyelhető meg. Ettől az életkortól kezdve a gyerekek már tisztában vannak azzal, hogy a televíziós műsorok szereplői többnyire színészek, a műsorok zöme „gyártott”. Képesek a nem túl bonyolult történeteket, a cselekményt a széttördelt ábrázolás ellenére helyes sorrendben értelmezni, és a szereplők indítékait figyelembe venni. Fokozatosan azt is átlátják, hogy műsorkészítés célja a haszonszerzés.

A média értésével kapcsolatos, hétéves kor előtti sajátosságok döntően az értelmi fejlődés iskoláskor előtti sajátosságával hozhatók kapcsolatba. Ennek szemléltetésére most csak két összetevőt emelünk ki: az egyik a **centrálás**, a másik a **szemlélethez kötöttség (perceptuális kötöttség)**.

A neves fejlődépszichológus, **Jean Piaget** szerint a centrálás az **egocentrikusnak** nevezett **gondolkodás** jellemzője, és azt mutatja, hogy a gyerekek ebben az életkorban nem képesek a saját nézőpontjuktól eltérő szempontot



Jean Piaget (1896–1980)



figyelembe venni. Ők csak egyetlen szempont alapján – a saját szempontjukból – ítélnék meg okságot, viszonyokat, jelenségeket. (Ennek példája, amikor egy hároméves helyesen azt mondja, hogy neki egy testvére van, de szerinte a testvérének nincs testvére! A helyes válasz nézőpontváltást igényelt volna.)

Ennek a gondolkodási sajátosságnak a változása teszi lehetővé a későbbi életkorokban, hogy a filmes ábrázolás beállításait – melyek mind eltérő nézőpontokat alkalmaznak – helyesen értelmezzék.

A szemléleti kötöttség oldódása pedig megteremti annak lehetőségét, hogy a gyerekek ítéleteikben ne csak a látható, szemléletes támpontokra támaszkodjanak. Ennek hiányában ugyanis a szereplők motívumait nem veszik figyelembe, csak a látható, viselkedéses elemekre támaszkodnak. Ez az oka annak is, hogy a gyerekek morális ítéleteikben körülbelül nyolcéves korig a következmények, nem pedig a szándékok alapján minősítik a tetteket. (Mint láttuk, a 6–7 évesek a gyilkos tervet forraló férjet csak akkor ítélték bűnösnek, amikor már kezén volt a bilincs.)

Az iskoláskor elején mind a perceptuális kötöttség, mind az egocentrikus gondolkodásmód oldódik, a gyerek képes lesz bizonyos egyszerűbb, szemléletes logikai műveletek végrehajtására. Ezek a fejlődési változások teszik lehetővé, hogy a gyerek meghatározott életkortól kezdve (nagyjából 6–7 éves korától) már esetenként több szempontot figyelembe véve értelmezze a képernyőn látottakat.

## A szülők, nevelők szerepe a médiaértésben és a médiahasználatban

Mint az előzőekből láttuk, a gyerekek gyakran évekig nem értik meg vagy félreértik a televízióban látottakat. A fentiek fényében még inkább indokolt hangsúlyozni, milyen kiszámíthatatlan következményekkel járhat a gyerekeknél a nem nekik szóló, erőszakkal, brutalitással, szexualitással, de gyakran „csak” csalódásokkal, ármánnyal, veszteségekkel telezsúfolt felnőtt „mesék” rendszeres fogyasztása. A feldolgozatlan élmények, a meg nem értett szorongató cselekmények, azok sokszor megtorlatlan következményei bizonyítottan káros hatásúak. Növelhetik az agressziót, szorongásos vagy vegetatív tüneteket okozhatnak, sokszor ok nélkülinek látszó viselkedészavarokhoz vezetnek, és erős befolyást gyakorolnak a felnőttek világáról, annak működéséről alkotott képre.

Ráadásul *megértés nélkül a televízió lehetséges kedvező hatásai sem érvényesülhetnek*. A meg nem értett tartalmak, a látott viselkedések indítékainak, következményeinek félreértelmezése vagy fel nem ismerése a pozitív modellálás esélyét is csökkenti.

Természetesen az volna jó, ha a gyerekek egyáltalán nem néznének olyan műsorokat, melyek nem a korosztályuknak szólnak. Gyermekorvosok és -pszichológusok egyáltalán nem javasolják, hogy a három év alattiak

### Centrálás, egocentrikus gondolkodás:

Piaget szerint a 4–6 éves kisgyerek csak saját perspektívájából képes látni a világot, gondolkodása tehát erősen centrált. A kisgyerekek ebben az életkorban nem képesek nézőpontváltásra, mások szándékainak, motívumainak megértésére.

### Perceptuális kötöttség:

a percepció az észlelés folyamata. Perceptuális kötöttségről akkor beszélünk, amikor észlelésünket és gondolkodásunkat a tárgy bizonyos kiugró szemléleti jellegzetességei vezérlik.

### Piaget, Jean (1896–1980):

svájci pszichológus, az ember értelmi fejlődésének vizsgálója, a fejlődéslélektan egyik legnagyobb hatású rendszerének megalkotója. Piaget legjelentősebb munkái a gyermeki gondolkodás logikai, szerveződési oldalát tárták fel. Különbséget tett konkrét és formális gondolkodás közt. Elmélete szerint a gyermekkori gondolkodás fejlődése négy, egymásra épülő, egymástól minőségileg elhatárolható szakaszra bontható: a szenzomotoros fejlődés szakasa (körülbelül a születéstől a második életévig), a műveletek előtti szakasz (körülbelül a 2. életévtől a 6–7. életévig), a konkrét műveleti szakasz (körülbelül a 6–7. életévtől a 12. életévig) és a formális műveleti szakasz (körülbelül 12 éves kor után).



akár csak kis mennyiségben is tévét nézzenek. A nemzetközi és hazai tapasztalatok viszont azt mutatják, hogy nem ez a helyzet. Egy kutató keserű megjegyzése szerint az a szülő, aki azonnal kipenderítene a lakásából egy idegent, akit hazaérve a nappaliban talál verekedés, káromkodás és szexuálisan nyílt viselkedés közben, ugyanezt az idegent nap mint nap megtűri a képernyőn.

A gyerekek zöme rendszeresen találkozik ezzel az idegennel (azaz nézi a felnőtteknek szóló műsorokat), és a látottak feldolgozásával, megértésével többnyire magára van hagyva. Nehezen megmagyarázható az a tény, hogy a média hatásaival kapcsolatos, sokszor megfogalmazott szülői és nevelői aggályok ellenére milyen keveset tesznek a felnőttek annak érdekében, hogy elősegítsék, közvetítsék, mediálják a helyes médiahasználatot és médiaértést.

#### Mediáció:

közvetítés. Itt: a szülők vagy más személyek olyan aktív erőfeszítései, melyek arra irányulnak, hogy a fizikai és szociális környezet – benne a televízió mint médium – komplex természetét az adott gyerek értelmi képességeinek megfelelő szintre „lefordítsák”, tolmácsolják, érthetővé tegyék.

**Mediáció** alatt a szülők vagy más személyek olyan aktív erőfeszítéseit értjük, melyek arra irányulnak, hogy a fizikai és szociális környezet – benne a televízió mint médium – komplex természetét az adott gyerek értelmi képességeinek megfelelő szintre „lefordítsák”, tolmácsolják, érthetővé tegyék. Ennek révén a felnőtt közvetítőjévé válik a televízióban látottaknak, elősegítve azt, hogy a gyermek az életkorának megfelelő szinten megérthesse nemcsak a közvetített tartalmat, hanem akár a műsorkészítést vagy a televízió mint médium működési mechanizmusát is. Ez a viselkedés ideális esetben nem merül ki az éppen együtt látottak megbeszélésében, hanem egyfajta orientálást (például ajánlást vagy éppen lebeszélést, tiltást, illetve akár a médiafogyasztás mennyiségének szabályozását), illetve a gyermek televíziózásának folyamatos követését is jelenti.

A hazai helyzetet tekintve saját vizsgálataink eredményei elgondolkoztató adatokat szolgáltatottak. Adataink szerint a szülők érdemi részvétele gyerekeik médiahasználatában nagyon csekély. A látottak megbeszélése, a nem életkorhoz illő műsorok nézésének tiltása, a lebeszélés vagy a megfelelő tartalmak ajánlása – azaz azon formák, melyben a szülő aktív részese és valódi értelemben közvetítője lehetne a médiatartalmaknak –, a gyerekek válaszaik szerint, legfeljebb néha fordult elő a vizsgálatainkban részt vevő több mint 2500 gyerek esetében.

A szülők túlnyomó többsége ritkán nézi gyermekeivel együtt a televíziót, illetve csak ritkán vagy egyáltalán nem beszélget velük a látottakról. A szülők többnyire nem is tudják, hogy mit néz a gyermekük a tévében. (Megjegyzendő, hogy a gyerekek beszámolóik megbízhatóbbak a szülőkéknél, mivel a felnőttek hajlamosak a szociálisan kívánatosnak ítélt irányba torzítani válaszaikat.)

Gyakori viszont (bár csökkenő tendenciát mutat), hogy a szülők egyéb, a médiumtól független viselkedések és teljesítmények jutalmazására, illetve büntetésére használják a tévé nézés lehetőségét, de ezt is inkább csak a fiatalabb (10–11 éves) gyerekek esetében tudják érvényesíteni (például rossz jegyek vagy valamilyen családi szabály megszegése esetén egy időre megtiltják a tévézést, vagy ellenkezőleg, jutalomként beígérik a továbbnézés lehetőségét). A televíziózás a gyerekek számára gyakran alku, „szereződés” tárgya, de ez az alku sajnos többnyire nem a megnézendő tartalom mérlegelésére vo-

natkozik, nem arra, hogy melyik műsort és miért volna érdemes – vagy éppen nem érdemes – megnézni.

Noha a médiumok kínálata – és vele együtt a nevelői aggodalom – az elmúlt évtizedben jelentősen nőtt, az újabban végzett hazai vizsgálataink hasonló eredményre jutottak. Kutatások eredményei szerint a harmonikus családokban és a magasabb iskolai végzettségűek körében inkább kontrollálják a gyerekek televíziózását, mint ahol családi problémák vannak vagy a kulturáltság szintje alacsony.

A szakirodalmi adatok alapján a televízióval kapcsolatos szülői aktivitásnak három nagy típusa írható le: az együttnézés, a korlátozó részvétel és a stratégiával rendelkező vagy nem rendelkező aktív szülői részvétel.

Az *együttnézés* esetében a szülő együtt ül gyerekével a televízió előtt ugyanazt a műsort figyelve. Ez az aktivitás önmagában még nem feltétlenül pozitív. Értéke attól függ, mit néznek együtt, és milyen szülői kommentárok hangzanak el eközben.

Az együttnézés lehet *aktív*: ekkor a szülő és a gyerek megbeszéli, mi történik a képernyőn. *Passzív* formája esetén pedig szülő és gyereke csendben, kommentárok nélkül nézi az adott műsort. A szülő ez esetben is tudja és monitorozza azt, hogy milyen tartalmakkal találkozik gyereke, így akár a nemkívánatos tartalmak megjelenésekor csatornát válthat vagy kikapcsolhatja a készüléket.

Az együttnézés jelentősen fokozza a látottakkal kapcsolatos tanulási folyamatokat. A szülői magyarázatoknak jelentős szerepe lehet a televíziós ábrázolás és a valóság összehasonlítása révén a kritikusabb nézői szemlélet kialakításában. Segíthetik megérteni a történeteket, a szereplők szándékait, és minősítik a karakterek viselkedését. Mindez jelentős mértékben csökkentheti a potenciális negatív hatásokat, de ugyanilyen módon a pozitívnak tartott tartalmak esetében fokozhatja azok kedvező hatását (például oktatóműsorok, segítő, baráti viselkedést bemutató műsorok esetében). (A filmek zöme előtt a képernyőn megjelenő felirat – „Következő műsorunk megtekintése 12 éven aluliak számára nagykorú felügyelete mellett ajánlott” – erre a szülői aktivitásra buzdít!)

Fontos azonban azt is megjegyezni, hogy az együttnézés egyben megerősítést is jelent a gyerek számára, hiszen a szülő jelenlétével jóváhagyja és egyben modellálja is a tévénezést. Ez abban az esetben különösen aggasztó, ha a szülő gyerekével együtt nézi a nem gyereknek való műsort, mert így a szülő a negatív tartalmak fogyasztásának modellje, és jelenléte – kommentárok híján – egyben csendes jóváhagyása is a látottaknak.

A *korlátozó szülői részvétel* (*restriktív mediáció*) esetén a szülő szabályokat állít fel a tévé előtt tölthető időre és a megnézhető műsorok körére vonatkozóan: azaz megmondja, hogy mit és/vagy mennyit nézhet a gyereke a televízióban. Az ilyen típusú szabályozás kategóriájába sorolhatók azok a szülői stratégiák is, melyek a tévénezéssel szemben alternatív tevékenységeket szorgalmaznak és szerveznek. Vasárnap délutánra focimeccs a réten, egy nívtlan, de a gyerekek által intenzíven nézett sorozat idejére érdekes vendégseg – ezek a megoldások is szülői szabályozást jelentenek a tévéhasználat felett, csak nem a direkt kontroll eszközeivel.



A tévézés helyett egészségesebb a családi kirándulás





Vizsgálataink eredményei szerint az ilyen stratégia jótékony hatású lehet például az iskolai teljesítményre, de kedvezően befolyásolja azt is, hogy a televízióban látottakat a gyerekek mennyire ítélik reálisnak.

Az *aktív szülői részvételnek* két típusát különböztetik el: a *stratégiával rendelkező* és a *stratégiával nem rendelkező* aktív közvetítést (mediációt). Stratégia alkalmazásáról akkor beszélhetünk, ha a szülő a műsorok nézése közben értékeli és megbeszéli gyerekével a látott viselkedéseket, azok motivációit és realitástartalmát, és világosan kifejezi, hogy bátorítana vagy ellenezne-e hasonló viselkedést gyerekénél. A szülő ez esetben az egyes műsorok egyedi tartalmához igazított értékelést, orientálást, erkölcsi minősítéseket ad. Ez a helyzet az aktív együttnézés pozitív példáihoz hasonló.

A stratégia nélküli szülői részvétel a televíziós tartalmaknak a műsortól független, szabad beszélgetésben, valaminek apropójaként (stratégia nélkül) történő értékelése vagy minősítése.

Az adatok szerint ilyen családi feltételek mellett – ami egyben nyílt családi kommunikációt is feltételez – a gyerekek reálisabban ítélik meg az ábrázolt szereplőket és szituációkat, és negatív tartalmak esetén kevesebb félelmet élnek át. A kutatások azt is alátámasztották, hogy az ilyen szülői részvételnél a televíziós események erkölcsi minősítése és értelmezése – és nem a tartalmi elemekre való semleges, közömbös utalás – az, ami jelentősen elősegíti, hogy a gyerekek megértsék a látottakat.

## Összegzés



A médiumok, de különösképpen a televízió elterjedésével a szocializáció folyamata, a felnévelkedés feltételei megváltoztak. A naponta több órát tévéző gyerekek a fizikai és a társas világról, a személyes tapasztalataikon túl, nagymértékben – és szinte a legkorábbi életkortól kezdve – a képernyő révén szereznek benyomásokat. A televízió leckét ad arról, hogy mi a jó és mi a rossz, mi a sikeres és mi a sikertelen, hogyan viselkednek a nők vagy a férfiak, az öregek vagy a fiatalok. A képernyő előtt ülő gyerekek legelső benyomásait kapják arról, hogy milyen a szerelem, a szexualitás, milyen konfliktusok vannak családokban és másutt, és ezeket milyen módon oldják meg. Itt látják nap mint nap, hogy az agresszió melyik formája sikeres vagy büntetett. A televízió révén bejárásuk van a felnőttek hálózataiba, hallhatnak szerelmi, üzleti, politikai vitákat, tanúi lehetnek ölelésnek és ölésnek, barátságoknak és bosszúknak, sikereknek és brutalitásnak, aberrációknak. Mindez egyes elemzők szerint a gyermekkori védettségét szünteti meg.

Ugyanakkor a televízió nem mágikus ablak, és nem a valóság egy hamisítatlan szeletét mutatja. A képernyőn látható realitás csak a televízió realitása; olyan világ, melyet a televíziós ábrázolás sajátosságai, a televízió gazdasági-ipari működésének természete és a médiát uraló hatalmi viszonyok torzíttanak.

Különböző vizsgálatok eredményei szerint azonban azok a képességek, melyek a televíziós ábrázolás és az ott bemutatott történetek többé-kevésbé



helyes értelmezéséhez szükségesek, hosszú fejlődés eredményei. A gyerekek meghatározott életkorig nem értik a televízió formanyelvét, nem tudják követni a széttördelt módon bemutatott történeteket, és nem értik a cselekvések motívumait. Számukra a televízió sokáig a valóság hű közvetítője. Ők nem tudnak különbséget tenni valós és fiktív, kitalált történetek között. A pszichológiai vizsgálatok pedig egyértelműen bizonyították, hogy a média erőteljesebb hatást tud kiváltani azoknál, akik a bemutatott tartalmat valóságnak ítélik.

A média, elsősorban a televízió hatásaival kapcsolatos általános társadalmi aggály mellett meglepő, hogy a gyerekeket nevelő-gondozó felnőttek milyen kevés szerepet vállalnak a gyerekek médiahasználatának irányításában. A szülők tekintélyes része nem is tudja, mit néznek a gyerekek a televízióban, és legfeljebb a nézés mennyiségére (és nem a tartalmára) vonatkozóan állítanak fel szabályokat. A látottak megbeszélése, az ajánlás, a lebeszélés egyelőre nem általános szülői stratégia.

Hiba volna azonban a televíziót bűnbakként a társadalom szinte minden problémájáért felelőssé tenni. Hiba volna az is, ha a gyerekek fejlődésében betöltött szerepével kapcsolatban csak a káros, kedvezőtlen hatásait hangsúlyoznánk. Számos vitathatatlan pozitívumát azonban meg kell tanulni okosan és értően használni. A jelen és a jövő társadalmában a hatékony működés és együttműködés elképzelhetetlen a médiumok mindennapi használata nélkül. Az ehhez szükséges szelektív és kritikus médiahasználat kialakításában a gyerekekért felelősséget érző felnőttek nagyobb szerepvállalására van szükség.

Ennek hiányában joggal oszthatjuk egy amerikai pszichiáter nő aggályát, aki két dologtól féltette gyerekeit a televízióval kapcsolatban: attól, hogy tanulnak belőle, és attól, hogy nem.





## Ajánlott irodalom

- Aries, Philippe*: Gyermek, család, halál. Bp.: Gondolat K., 1987.
- Bryant, Jennings – Anderson, Daniel R.* (eds.): Children's understanding of television. New York: Academic Press, 1983.
- Bryant, Jennings – Thompson, Susan*: Fundamentals of media effects. New York: McGraw-Hill, 2002.
- Bryant, Jennings – Zillman, Dolf* (eds.): Perspectives on media effects. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Assoc., 1986.
- Dorr, Aimee – Graves, Sherryl – Phelps, Erin*: Television literacy for young children. *Journal of Communication*, 30(1980), 3: 71–83.
- Frydman Marcel*: Televízió és agresszió. Bp.: Pont K., 1999.
- Gerbner, George*: A média rejtett üzenete. Bp.: Osiris K. és MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2000.
- Greenfield, Patricia Marks*: Mind and media. The effects of television, computers and videogames. London: Fontana Paperbacks, 1984.
- Gunter, Barrie – McAleer, Jill*: Children and television. (2<sup>nd</sup> ed.) London: Routledge, 2002.
- Huston, Aletha C. – Wright, John C.*: Mass media and children's development. In: *Sigel, Irving E. – Renninger, K. Ann* (eds.): Handbook of Child Psychology, New York: John Wiley & Sons, Inc., 1998. Vol. 4. 999–1059.
- Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor*: A tömegkommunikáció szimbolikus üzenetei. Bp.: Sajtóház K., [2002]
- Kósa Éva*: A média szocializációs hatásai. In: *N. Kollár Katalin – Szabó Éva* (szerk.): Pszichológia pedagógusoknak. Bp.: Osiris, 2004. 572–591.
- Kósa Éva*: Gyerekek, serdülők és a média. In: *Vajda Zsuzsanna – Kósa Éva*: Neveléslélektan. Bp.: Osiris, 2005. 363–432.
- Kósa Éva*: Mass media and identity development in adolescence. In: *Fülöp Márta – Ross, Alistair* (eds.): Developing identities among adolescents. London: Trentham Books, 2005.
- Kósa Éva*: Televíziós hatások serdülőkorúak szocializációjában. *Pszichológia*, 2003/2. 163–190.
- Kósa Éva – Vajda Zsuzsanna*: Szemben a képernyővel. Bp.: Eötvös József K., 1998.
- László Miklós*: Példa-kép: A tizenéves korosztály értékválasztásai és a média. *Jel-Kép*, 1993/3: 33–49.
- Livingstone, Sonia*: Young people and new media. London: Sage Publications, 2002.
- McQuail, Denis*: A tömegkommunikáció elmélete. Bp.: Osiris, 2003.
- Piaget, Jean*: Válogatott tanulmányok. Bp.: Gondolat K., 1970.
- Postman, Niels*: The Disappearance of Childhood. London: Allen, 1983.
- Rosengren, Karl Erik – Windahl, Sven*: Media Matter. TV use in childhood and adolescence. Norwood, NJ.: Ablex Publishing Corporation, 1989.
- Singer, Dorothy G. – Singer, Jerome L.* (eds.): Handbook of children and the media. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001.
- Strasburger, Victor C.*: Adolescents and the media. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1995.
- Tóth Tamás*: Médiaerőszak (DVD-melléklettel). Bp.: Kossuth K., 2005.
- Werner Anita*: A tévé-kor gyermekei. (Magyar Felsőoktatás Könyvek, 9) Bp.: Nemzeti Tankönyvk., 1998.
- Winn, Marie*: Gyerekek gyerekkor nélkül. Bp.: Gondolat K., 1990.