

X. A reklám

lehet jó, és lehet rossz. Persze attól is függ, honnan nézzük. A tizedik, csúcsszupernek kikiáltott mosópor reklámja, vagy a harmincadik, Kánaánt ígérő pártplakát látára legalábbis gondolkodóba esünk. Kinek jó ez?

Akit informál(ni látszik), vagy akinek a pénzt (hatalmat) hozza?

E tíz téma köré csoportosítjuk tehát a rendelkezésre álló tényanyagot, a véleményeket és ellenvéleményeket, a töprengéseket, a kérdéseket, a feladatokat; s alkalmanként példákat idézünk a feladatok megoldására is. Jó lenne, a felsorolt témákhoz Klubtársaink már most reflexiókat, gondolatokat fűznének, így ezeket is beépíthetnénk a közleményekbe.

Kérjük, írják rá a borítékra: "Médiafogyasztók Klubja".

(A cikksorozatra vonatkozó irodalomjegyzéket a sorozat befejezésekor közöljük.)

BODA EDIT

Médiapedagógia Ausztriában

A médianevelés a pedagógia nélkülözhetetlen része. A médianevelés többet jelent annál, mint hogy a gyerekeknek megtanítjuk, milyen technikával és módszerekkel dolgoznak az egyes médiumok, több, mint hogy éreztetjük velük egy-egy technikai megoldás hatását, több, mint hogy informáljuk őket, milyen gazdasági érdekek határozzák meg a produkcót és a forgalmazást, vagyis végső soron több, mint az előbb felsorolt – nagyon fontos – tevékenységek összessége.

A pedagógiának elemeznie és értelmeznie kell a médiumokhoz való viszonyát, különösen napjainkban, amikor a hagyományos médiumok választéka ún. "új médiumokkal" bővül. Tudnunk kell, hogy mindezek külön-külön és együttesen milyen mértékben befolyásolják azokat a képességeket és viselkedésformákat, amelyek fontos alapkövei a gyermek fejlődésének.

Kezdjük a *befogadással!* A gyermek képtelen arra, hogy a látottak oksági viszonyait értelmezze. Azt, amit lát, mint végtelen sort – különböző egymás után következő részletekből összerakva – fogja fel: a részleteket felfogta ugyan, de a mondanivaló rejtve marad előtte. Fennáll az a veszély, mivel a kisgyerek már oly sok esetben volt körülvéve a részletek érthetetlen sorozatával, hogy el se kezdi kérdezni: "miért?". E negatív eshetőség mellett azonban nem szabad elfelejtenünk, hogy a médiumokkal való kapcsolat gyakorisága esetleg javíthat a befogadás kapacitásán és minőségén – s ha ez így van, akkor az ebből fakadó következményt a pedagógiai stratégiáknak figyelembe kell venniük. Tanítsuk meg tehát a gyerekeket tudatosan nézni, megfigyelni! Tanítsuk meg őket arra, hogy szavakba foglalják, nyelvileg megfogalmazzák azt, amit láttak.

A fejlődő ember életében formáló faktor minden olyan terület és lehetőség, amely tapasztalatgyűjtésre és cselekvésre készítet. A cselekvés és a tapasztalatgyűjtés persze veszélyt és rizikót jelenthet, jóllehet a "trial and error" módszernek emellett óriási lehetőségei is vannak. De mégis: azok a gyerekek, akik aránytalanul sok időt töltenek a televízió vagy a videó előtt, megfosztják magukat az úgynevezett primer tapasztalattól. Csak látszólagos valóságot érzékelnek, nem tapasztalják, nem tanulják meg a helyes reakciót a valóságos helyzetekben.

Most a mi feladatunk a gyerekeknek, fiataloknak alternatív cselekvéseket felkínálni, javasolni; az aktív játék során beszélgetéseket kezdeményezni és – aminek örül a

médiapedagógus – saját médiaalkotásokra ösztönözni. Ezzel több legyet ütünk egy csapásra: *a médiaalkotás nemcsak hogy aktív, szellemi és fizikai tevékenységgel teli munka, a gyermekek a médiaalkotás során nemcsak hogy a médium megformálásának titkait ismerik fel, hanem egyben önmagukon tapasztalják, hogyan hatnak a médiumok, és miként lehet velük manipulálni.* Felismerik, milyen *motívumok* készítetik őket a médiamunkára. Észreveszik, milyen igényüket elégíti ki a médium. Szórakozás? Unaloműző? Kommunikációs lehetőség? Menekülési kísérlet a mindennapi problémáktól? Szokás? Ha a pedagógia sikeres akar lenni, *tekintetbe kell vennie a fiatalok motivációját, az életkori, illetve az életkornak megfelelő igényeit.* Ez egyébként a fundamentuma az osztrák minisztérium által kiadott médianevelési *fűzetsorozatnak.* De mielőtt a kiadványok ismertetésére rátérnék, szeretném érinteni a *beállítottság, az értékek és a társadalmi kapcsolatok területét.*

A televízió erősíti és befolyásolja értékrendünket. Minél több időt töltünk a tévé előtt, annál inkább formálódik elképzelésünk a minket körülvevő világról. Az a néző, aki sokat ül a képernyő előtt, pl. meg van győződve arról, hogy környezetünkben több bűneset történik, mint a valóságban. Kliséken alapuló elképzeléseik pl. a női és a férfi szerepről szintén erősítést kapnak, mint ahogyan az egyéb sztereotípiák is megerősödhetnek. A pedagógiának akkor az lehet a stratégiája, hogy igyekezzék *alternatív értékeket, mintákat* felmutatni.

Az új médiumok a gyermekek és a fiatalok szabadidejének elég nagy részét igénybe veszik. Ez részben a társadalmi kapcsolatok ellen dolgozik, hiszen a médium nem szociális társ, nem képes pótolni a kapcsolatokat: nem áll ellen, nem beszél vissza, nem konfliktustűrő. Ezen a téren a pedagógiai stratégia feladata, hogy *valódi baráti kapcsolatok* létrejöttét ösztönözze. Csakis e kapcsolatok, barátságok, természetes konfliktusok mutathatnak útírányt szociális kompetenciánk kialakulása és továbbfejlesztése felé. Reális kapcsolatokban tanuljuk meg önmagunkat fölfedezni; a (technikai) médium bármilyen sokat is tud – tükrözni nem tud bennünket.

De miként lehetséges – pedagógiai alapelveinket betartva és magvalósítva – *konkrétan cselekednünk?*

Ausztriában a *médianevelés (Erlass zur Medienerziehung)* a hivatalos tanterv része. Nem külön tantárgy, hanem – mondjuk – didaktikai elv, amely arra ösztönöz, hogy a médiavilág, a "médiakörnyezet" befolyásának motívumaira és mozzanataira a tanár *minden egyes tantárgyban* rámutasson. A miniszteri rendelet fókuszában a *gyermek tudatos, aktív, autonóm médiatevékenysége* (Medienhandeln) áll, ami ebben az összefüggésben azt jelenti, hogy a médiával való kapcsolat nem passzív, hanem aktív tevékenység. A média hatásának foka az individuumtól függ, jelentősége személyenként különbözik, és ez a – bármily változó – hatás teszi a médiafogyasztást (Médiakonsum) tekintve aktív "produkcióvá". Az osztrákok, a *diákok, a gyermekek, a fiatalok személyiségéből, szerepelvárásából* (Rollenerwartungen), *kommunikációs igényeiből és hiányaiból* indulnak ki. Ugyancsak pedagógiai cél annak felmutatása, hogy a dokumentáció, a hír se azonos magával a természetes valósággal, hanem emberektől, érdekektől (gazdaság!) függő, másodlagos, fiktív valóságot adnak vissza. *Objektív, semleges (weltfrei) médium* nincs. E tény ismeretében cél, hogy a gyerekek felismerjék az összefüggést a gazdasági faktorok, a médiamegformálás-produkció és a médiafogyasztás között. A saját médiamunkának, a fiatalok kreativitásának, alkotótevékenységének jelentőségét hangsúlyozza a rendelet. A kreatív munkában tudja a fiatal azokat a jelenségeket és hatásukat saját magán tapasztalni, amelyek teoretikusan közelítve szárazak.

A rendelet kiadása után a minisztérium kérdőívvel fordult a tanítókhöz (6-10 éves gyermekek oktatóihoz; 3500 iskolában), s ebben a médianevelés egyes elemeit operacionalizálva tárta a tanítók elé, feladatformában, módszertani segédletként. A meg-

lepedőn sok visszajelzés többek között azt az érdekes eredményt hozta, hogy *jelentős pozitív összefüggés áll fenn a médianevelési gyakorlat intenzitása és az írott tanítási javaslatok használata közt*. A módszertani segédanyagokat – különösen új diszciplínák esetében – ma éppúgy igénylik a kollégák, mint korábban, és nem tekintik alkotószemélyiségük megsértésének, ha ilyenekkel ellátják őket.

Ez a tény bátorított bennünket arra, hogy a tanítókat és a tanárokat javaslatokkal segítsük a médianevelési munkájukban. Az általános iskola részére 6 füzetet adtunk ki, amelyek – különböző szemszögből – mind a médianeveléssel foglalkoznak. A füzetek a következők: *Beszéljünk a tévéről, Hősök! Hősök?, A médiaműhelyből, Diákújság, Szülők estéje, Móka a tévével*.

A második füzet például a gyerekek hősfogalmaiból, motivációiból, igényeiből indul ki; a harmadik egy pillantást vet a produkciós munka kulisszái mögé, és a médiaforgasztó gyermeket a fizetőképes, tehát a pénzt hozó közönség szerepében igyekszik bemutatni. *A gyerekek így megkapják az első jelzést arról a tényről, hogy már ők is – mint célcsoport – masszív gazdasági nyomás alatt állnak*. A *Diákújság* az újságoknak a tanításban való felhasználására, valamint egy saját diákújság készítéséhez ad segítséget. A *Szülők estéje* célja a szülők, mint nagyon fontos partnerek bevonása a médianevelés folyamatába, míg a *Móka a tévével* az egész nevelési folyamat élvezetes, összegző lezárására törekszik. (Természetesen csak relatív értelmű lezárására.)

A középiskolásoknak szánt füzetekben hasonló vezérgondolatokból indultunk ki. Azonban felvetődött néhány probléma, mivel fokozottan kellett ügyelnünk arra, hogy nem egy tanár tanítja a különböző tantárgyakat. Igyekeztünk ezért felmutatni, hogy a *médianevelés milyen jól illeszthető a különböző tantárgyak anyagába*, és erre modelleket is adtunk (számтан-mértan, földrajz-gazdaságtan, fizika-kémia, zene, biológia). Úgy érezzük, hogy ezek a tanítási modellek a kollégáknak valóban sok új impulzust adtak. Középiskolai füzetünk a következő címet viseli: *Identifikáció, Információ/dokumentáció, Erőszak/horror*.

A médiapedagógiának végtelenül fontos területe a *tanárképzés*, valamint a továbbképzés. Még rengeteg munka vár ránk, mert a hatásos médianevelés a tanártól is más szerepet kíván, mint a hagyományos tanítás. A médiapedagógia *felfedező tanulás* követel, s ez vonatkozik a tanárra éppúgy, mint a diákra. A tanárnak is újra át kell gondolnia szerepét. Nem mindentudó polihisztor többé, nem mindent megoldó központja a tanulási-tanítási folyamatnak, hanem ő is a diákokhoz hasonló, saját magát és saját médiaszokásait, mediabefogadó habitusát fölfedező partner.

SUSANNE KRUCSAY

KÉP-telenség

Nincs a művészetnek egyetlen olyan ága sem, melyet a Biblia valahogyan át ne hatott, meg ne érintett volna. Így van ez a modern, technikai alapú képteremtéssel is; számos bibliai indíttatású film készült: felemelő és közönséges, áhítatos és profán, megindító és botrányos. A filmnél még erőszakosabb üzleti érdekeltségű videoipar is felzárkózott a sorba.

Alig van az iskolai oktatásnak olyan területe, ahol ne adódnék alkalom (természetesen nem állandóan és azonos mértékben) az ismeretek bibliai vonatkozására utalni. Az utalások, magyarázatok, elvonatkoztatások mindig többet érnek és mé-