

ANDOK MÓNKA

Cybergyerek-kor

Gyerekek médiahasználatának kutatása

1972-ben született Budapesten. Kommunikációkutató, a PPKE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Intézet docense. Legutóbbi írását 2015. 6. számunkban közzöltük.

Az anyukákat úgy reklámozzák, hogy a gyerekük az első! — mondta szemrehányóan 5 éves kislányom. Igaza van, a gyerekeket megcélzó reklámokban az anyák valóban ilyenek, ám ennek a képnak a saját édesanyja nem mindig tud megfelelni.

A felnőtt társadalom mindig érzékenyen figyelte és próbálta alakítani a fiatalok, a gyerekek médiafogyasztását. Figyelte szülőként aggódva, kutatóként empirikus adatokra támaszkodva vagy politikusként a médiatartalom szabályozása céljából. A Payne Alapítvány támogatásával már az 1920-as évek végén azt vizsgálták az Egyesült Államokban — szociológusok és pszichológusok bevonásával —, hogy a mozifilmek miként hatnak a gyerekekre. Voltak, akikkel laboratóriumban nézettek filmet, másokkal naplót vezettek élményeiről. Később a rádió, a televízió, a videojáték, majd napjainkban az internet került a kutatás fókuszába. Vagyis mindig az adott korszak vezető médiumához kapcsolódtak a kutatások, az 1920-as évektől az ötvenes évek végéig a mozi és a rádió, ezt követte a kilencvenes évek végéig a televízió, majd a hálózati kommunikáció. A gyerekek és a média kapcsolatában fontos azt látnunk, hogy bár az elmúlt száz év kutatásai mind-mind a médiáról, a tömegkommunikációról szóltak, maga a médium folyamatosan változott.

A médium folyamatos változása

Könnyű belátni, hogy másként hat a befogadóra a mozifilm, amikor hetente vagy még ritkábban megy a gyerek moziba, felnőtt kísérettel, mintegy családi programként. Máshogy hat a rádió, amit először otthon, majd az autóban vagy táskarádió formájában hallgattak — s inkább a fiatalok, semmint a gyerekek médiuma volt. S megint más lesz a televízió, illetve a hálózati kommunikáció (CMC – *Computer-Mediated Communication*) hatása. A televíziózás — médiaelméleti szempontból — a klasszikus tömegkommunikációhoz tartozik. Ez azt jelenti, hogy a médiatartalmakat (legyen az hírműsor, rajzfilm, reklám vagy akár vetélkedő) professzionális gyártók állítják elő, többnyire profitorientált céllal, előre meghatározott időpontban sugározzák a nagyközönség számára, néha egybefüggően, néha reklámokkal megszakítva. Ebben a modellben a befogadónak korlátozott lehetősége van a visszacsatolásra a média intézményrendszer felé, s egyáltalán nincs lehetősége a médiatartalmakba beavatkozni, azokon változtatni, alakítani. A hálózati kommunikáció, az internet szerkezete és működési logikája több ponton eltér a klasszikus tömegkommunikációtól. S ezen eltérések erősen befolyásolják azt, miként hat a felhasználóra (legyen az gyerek, fiatal vagy felnőtt) a hálózati kommunikáció, az internet világa.

A klasszikus tömegkommunikáció és az internet közötti különbségek

Az egyik lényeges különbség a klasszikus tömegkommunikáció és az internet között, hogy ez utóbbi nem valamiféle „magasabb, globálisabb” szintje a tömegkommunikációnak, hanem minden más kommunikációs formát is magába foglal, magába olvaszt. Milyen más formák ezek? Lehet személyközi kommunikáció, ha skypolunk vagy e-mailt küldünk, lehet csoportkommunikáció, ha csoportos üzenetközlésről van szó, esetleg Viberen megosztunk fényképeket a családi csoportban. De lehet szervezeti kommunikáció is, amennyiben egy intézmény honlapját böngésszük, társadalmi kommunikáció, ha a Facebookon megosztjuk a *Pray for Paris* képet. S tömegkommunikációs funkciója is azonosítható, például a YouTube videomegosztóra feltöltött filmek, televíziós műsorok tekintetében. A hálózati kommunikációban mindezen kommunikációs formák nem külön-külön, hanem együtt és egyszerre használhatók. S valóban így is használjuk őket, ezt a tevékenységet a szakirodalom *multitasking*nek nevezi. A másik lényeges különbség a tömegkommunikációs és a hálózati forma között a médiatartalomhoz fűződő viszonyunk. A mozi, rádió, televízió időszakában a hallgató, a néző csupán befogadó volt, még akkor is, ha kritikus módon elgondolkodott a látottakon-hallottakon, és azt barátaival-ismerőseivel is megbeszélte. A hálózati kommunikáció (a digitális technológia miatt) egyrészt személyre szabottabb médiafogyasztást tesz lehetővé, másrészt nemcsak tartalomfogyasztást, de előállítását is. A perszonalizált médiahasználati modellben a befogadó maga dönti el, mikor és mit szeretne nézni, hallgatni vagy olvasni a neten, és nem kell a televíziós műsorfolyamhoz alkalmazkodnia.

A médiához való viszony

¹William Merrin: *Media Studies 2.0: upgrading and open-sourcing the discipline*. International Studies in Communication and Culture, Vol. 1, Issue 1, September 2009, 17–34.

A másik aspektusa a változásnak a médiához való viszonyban érhető tetten. A fiatalok már nem tartalomfogyasztóként viszonyulnak a médiához, hanem használóként, tartalom-előállítóként. William Merrin¹ angol médiakutató rendkívül plasztikusan jeleníti meg ezt a különbséget saját példáján keresztül. Miközben megpróbált volna előszót írni médiatankönyvéhez, tízéves kislánya folyamatosan azzal nyaggatta, hogy YouTube csatornát szeretne indítani. Merrin nagy nehezen beleegyezett, majd nem sokkal később észrevette, hogy fia feltöltötte élete első anyagát. A médiakutató apa először meglepődött, hiszen a gyerekeknek nem volt kamerája, tudása stb. Aztán kiderült, a kicsi rákeresett a Google-ön, megnézett egy összeállítást arról, *Hogyan készítsünk YouTube anyagokat!*, majd letöltött egy applikációt, elkészítette a saját munkáját és posztolta. A különbség kettejük médiavilága között nem mennyiségi vagy fokozatbeli kérdés — ki használja többet vagy kevesebbet az internetet, a televíziót —, sőt nem is hozzáférési: elérek-e bizonyos tartalmakat vagy sem. A különbség: minőségi. Az apa a YouTube-ot is többnyire szórakozásból, befogadóként látogatja, a gyerek két hónappal a videomegosztó megismerése után saját csatornát szeretne indítani, használó akar lenni, nem befogadó.

Hálózatba szervezettség

A fiatalok médiahasználatának további új vonása a hálózatba szervezettség. A 2004-től induló közösségi média oldalak (SNSs –

²Számos szakkönyv foglalkozik azzal, hogy milyen típusú közösségek jöhetnek létre a CMC-ben, tekinthetők-e ezek valódi közösségnek, vagy inkább találkozási helyek, melyek a közösség érzetét biztosítják. Lásd Malcolm R. Parks: *Social Network Sites as Virtual Communities*. In: Zizi Papacharissi (szerk.): *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge, New York – London, 2011, 105–123.

³A kifejezést először Danah Boyd, illetve Mitzuko Ito használta. Lásd Danah Boyd – Nicole B. Ellison: *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, Issue 1, October 2007, article 11.

⁴<http://netchildren.gomobile.eu/>

⁵Hargittai Eszter amerikai egyetemistákat vizsgálva kimutatta, hogy más internetezési szokások jellemzik azon diákokat, akik a szüleikkel élnek, és más azokat, akik kollégiumban vagy albérletben. Vagyis a valós fizikai kontextus befolyásolja a világháló használatának mintázatát. Eszter Hargittai –

Social Network Sites), mint a Facebook, az Instagram, a Twitter vagy a YouTube, az informálódás, rekreáció, szelektív önreprezentáció mellett a közösségbe szerveződés érzését² is biztosítják. Médiahasználatuk, legyen az tartalomfogyasztás vagy előállítás, nem individuális tevékenység, hanem közösségi hálózatba szerveződő, ott megjelenített (*networked publics, networked audience*³). Hogyan képviseljük el mindezt a „digitális bevándorlók”? Napjaink legnépszerűbb televíziós sorozata az HBO által gyártott *Trónok harca*. Az új évad indulása előtt a fiatalok a saját Facebook oldalukon is megosztják az előzetest, jelezvén ezzel, hogy várják a sorozatot, az ismerősök kommentelik ezt, maguk is posztolnak róla, s nemcsak az előzetesek, de az egyes epizódok idején is. Így a médiatartalom befogadása, annak értékelése közösségben történik.

Amikor a gyerekek médiahasználatát vizsgáljuk, nem hagyhatjuk figyelmen kívül a számítógép mint technikai eszköz fejlődését, átalakulását sem. Két kulcsmozzanatot említenék ebből a szempontból, az egyik a hálózati kommunikáció mobillá válása, a másik az érintőképernyős technológia kifejlesztése. Nézzük az elsőként említett hordozhatóvá válást.

A médiahasználati szokások 2014-es felmérése, a *Net children go mobile*,⁴ arra fektette a hangsúlyt, hogy a gyerekek már nem otthon vagy a barátaiknál interneteznek, hanem a tablet, az okostelefon és mobilinternet használatával megnyílt az út a helytől teljesen független felhasználás előtt. (A felmérés 7 EU-országra terjedt ki, átlagosan a gyerekek 46 százalékának volt okostelefonja, de nagy a szóráss: míg Dánia esetében 84 százalék, addig Romániában 26 százalék ez az érték.) Ezekkel a kisméretű, hordozható eszközökkel médiafogyasztásuk mobillá vált: nemcsak azt töltenek le a netről, amit szeretnének, hanem ott és akkor, amikor nekik megfelel. Vagyis az otthon, az iskola (esetleg a barát otthona) valós fizikai kontextusából kikerült az internethasználat.⁵ Például tömegközlekedésen, hosszabb utazás alkalmával a fiatalok letöltöttek kedvenc sorozatukból két-három epizódot, és megnézik, médiahasználati mintázatukra már nem az lesz a jellemző, hogy hétről hétre leülnek és megnézik otthon a kedvenc sorozatukat.

A másik fontos technológiai fejlesztés az érintőképernyő, ami a gyerekek és média kontextusában azért fontos, mert a hálózat használatához ez esetben nem lesz szükség az írni-olvasni tudás képességére, a finommotorika magas szintű fejlettségére. Kézbe adható tableten, ikonok (vagyis alapvetően vizuális kommunikáció) segítségével az óvodás korúak, sőt a még kisebbek is használják a digitális médiumokat. Éppen ezen korosztály médiahasználatának feltárásával foglalkozik a *Toddlers and Tablets*⁶ kutatás, mely 2015-ben indult és 2018-ban zárul, s az európai kutatáshoz Ausztrália⁷ is csatlakozott. Három korcsoportot vizsgálnak, a 0–1, 2–3 és 4–5 éveseket. A kutatás előkészítő szakaszából már rendelkezésre állnak adatok.⁸ Angliában a 3–4 évesek harmada, Ausztriában fele, Belgiumban és

Yu-li Patrick Hsies: *From Dabblers to Omnivores. A Typology of Social Network Site Usage.* In Zizi Papacharissi (szerk.): *A Networked Self*, i. m. 146–168.

⁶<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/ToddlersAndTablets/Home.aspx>

⁷A kutatás partnerintézménye az Edith Cowen University.

⁸Mivel ezen előzetes tanulmányok az *EU Kids Online* kutatáshoz csatlakoznak, mely 9–16 év közötti gyerekeket vizsgál, így a tanulmányban szereplő korcsoport 0–8 éves. http://eprints.lse.ac.uk/52630/1/Zero_to_eight.pdf

⁹Marc Prensky: *Digital Natives, Digital Immigrants.* Part 1. On the Horizon, Vol. 9, No. 5, October 2001, 1–6.

¹⁰[http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/ToddlersAndTablets/RelevantPublications/Young-Children-\(0-8\)-and-Digital-Technology.pdf](http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/ToddlersAndTablets/RelevantPublications/Young-Children-(0-8)-and-Digital-Technology.pdf)

¹¹A tanulmány nem törekszik mindenre kiterjedő bemutatást nyújtani a témában, az utóbbi időszak legátfogóbb kutatását, az EU KID ONLINE-t mutatja be. <http://www.lse.ac.uk/media@lse/>

Svédországban pedig a 70 százaléka használja az internetet; a kicsit idősebbek, az 5–7 évesek esetében ez már 87 százalék lesz. Hollandiában az egyéves kor alattiak 5 százaléka „használ” mobil eszközöket, a szüleikét (iPad, tablet vagy okostelefon). Nyilvánvaló, minél kisebb egy gyerek, annál kevesebb lehetőséget tud kihasználni, viszont annál több kockázatnak van kitéve a világhálóval való kapcsolat közben. A tanulmány nyomatékosan hívja fel a figyelmet a szülői felelősségre, mert sok esetben a gyerek digitális lábnyoma, digitális jele már születése előtt felkerülhet a hálózatra, ha a szülei, nagyszülei már a várandósság korszakában ultrahangos képet töltenek fel róla a netre. A felmérésben szereplő országok átlagában ez 23 százalék, vagyis majdnem minden negyedik gyerek már születése előtt jelen van a digitális világban. (Őrájuk különösen igaz Marc Prensky⁹ „digitális bennszülött” kifejezése.) Az Európai Bizottság 2015-ös jelentésében¹⁰ erről a korosztályról a következőket találjuk: otthonuk immár digitális otthon, s a digitális környezet fontos, de *nem domináns* eleme a kisgyerekek életének. Internet-használat közben belekerülnek olyan helyzetekbe, melyeket nem tudnak kezelni, segítségre szorulnak. Nem tudnak elég óvatosak és körültekintőek lenni, hiszen nincsenek tisztában az „online világ” fogalmával. Ez a korosztály digitális jártasságra úgy tesz szert, hogy megfigyeli szülei, testvérei és a kortársak tevékenységét. Az iskoláskort megelőzően még az individuális használat az általános az iskolás korosztály hálózatba szerveződő (*networked*) használatával szemben. Eszközként a legkedveltebb a tablet, melyre ingyenes applikációkat, játékokat töltenek le vagy videót néznek rajta. A hétköznapok várakozási helyzeteiben és a szabadidejükben használják; a kisebbek szülei és idősebb testvéreik, az 5 év felettek már növekvő arányban saját készüléküket. A felmérésben részt vevő szülők látják, de néhány esetben alábecsülik a veszélyeket: váratlan gazdasági következményt, véletlenszerűen letöltött káros tartalmat, egészségügyi és szociális veszélyeket neveztek meg. Az internet-használat előnyeként pedig a kreativitás, a fantázia kibontakozását az információkeresés, valamint a kéz- és szemmozgás koordinációjának fejlődését említették a szülők. A kutatás egy-két meglepetéssel is szolgált. Az egyik, hogy a szülők kevesebbet tudnak a gyerekek online aktivitásáról, mint az idősebb testvéreik, akik kifejezetten proaktív módon tanítják őket, s a kockázatkerülés tekintetében is figyelnek kisebb testvéreikre. A másik érdekesség, hogy Olaszország és Oroszország vizsgálatában a nagyszülők szerepe volt jelentős az online aktivitás pozitív-segítő támogatásában.

Az internethasználat EU-s kutatása¹¹

A 11–16 év közötti gyerekek szerint annak valószínűsége, hogy az interneten gyűlölködő üzenetet kapnak, a 2010-ben mért 13 százalékról 20 százalékra emelkedett 2014-re. Az anorexiát támogató tar-

research/EUKidsOnline/
Home.aspx

¹²A fiatalok körében a magán és nyilvános közti különbségtétel határa eltolódott, többet mutatnak meg privátszférájukból, mint a „digitális bevándorlók”. Néhány kutató ezen határok összeomlásáról beszél.

talommal való találkozás esélye 9-ről 13 százalékra, az önbántalmazó tartalommal 7-ről 11 százalékra, míg az online bántalmazás valószínűségének becslött értéke 7-ről 12 százalékra emelkedett az említett korosztályban 2010 és 2014 között — az *EU Kids Online* adatai szerint. Egy részletesebb táblázatból azt is láthatjuk, hogy a tinédzser lányok vannak leginkább kitéve kockázatoknak az online világban, elsősorban az anorexiát népszerűsítő tartalmak, másrészt az ismeretlenekkel való „találkozás” veszélye miatt. Amennyiben a gyerekek, fiatalok közösségi média beállításai mindenki vagy sokak számára nyilvánossá¹² teszik profiljukat, akkor ennek a kockázatnak különösen ki vannak téve a fiatal lányok.

1. táblázat: *Elszomorított vagy felzaklatott-e valami az interneten az utóbbi egy évben?*

	2010 (zárójelben a magyar adatok)	2014
Fiúk	15% (13%)	14%
Lányok	12% (8%)	21%
9–10 évesek (fiúk és lányok együtt)	11% (10%)	11%
11–12 évesek (fiúk és lányok együtt)	12% (11%)	14%
13–14 évesek (fiúk és lányok együtt)	13% (9%)	20%
15–16 évesek (fiúk és lányok együtt)	16% (14%)	23%

**Az eddigi kutatások
három szakasza**

¹³A kutatás időpontjában Horvátország még nem volt tagja az Uniónak.

Az *EU Kids Online* nemzetközi kutatói hálózat, az Európai Bizottság Biztonságos Internetet a Gyerekeknek (*EC Better Internet for Kids*) programja alapította és finanszírozza, mely immár tíz éve, 2006 óta gyűjti és elemzi az európai gyerekek és fiatalok (9–16 év) internethasználatára vonatkozó adatokat. Az eddigi kutatás három nagyobb szakaszban zajlott: az első 2006-tól 2009-ig tartott és 21 ország vett benne részt, a második 2009 és 2011 között történt 25 EU-s tagállamra kiterjedően, s az utolsó 2011 és 2014 között 33 országban. Ahogy az adatból látszik, az utóbbiba már nem EU-s tagállamok is bekapcsolódtak, így Oroszország, Törökország, Svájc, Norvégia és Horvátország.¹³ A kutatás első szakaszában elemezték az addig rendelkezésre álló adatokat, s kidolgozták a kutatási program elméleti hátterét: miként jellemezhető az internet, a gyerekek kapcsolata a világhálóval, s ezek nyomán milyen hipotézisek állíthatók fel.

Az internetre úgy tekintettek a kutatók, mint ami lehetőségeket és veszélyeket egyaránt jelent a gyerekek, a fiatalok számára. Mind a lehetőségeket, mind a kockázatokat négy nagyobb területbe so-

¹⁴http://nmhh.hu/dokumentum/3886/ITHAKA_EU_KIDS_Magyar_Jelentes_NMHH_Final_12.pdf

¹⁵A dokumentum 6. táblázata mutatja hierarchikus módon a lehetőségeket: [http://www.lse.ac.uk/media/@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/D5%20Patterns%20of%20risk.pdf](http://www.lse.ac.uk/media/@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/D5%20Patterns%20of%20risk.pdf)

¹⁶<https://lisedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64>

A világhálózathoz kapcsolódás módjai

¹⁷A London School of Economics and Political Science médiakutatója, az *EU Kids Online* kiemelt vezetője.

¹⁸A dokumentum 26. ábrája mutatja az összefüggéseket és azok erősségét: http://nmhh.hu/dokumentum/3886/ITHAKA_EU_KIDS_Magyar_Jelentes_NMHH_Final_12.pdf

rolták. Lehetőségként említik: (1) a tanulást, a digitális írástudást, (2) a civil részvétel és elköteleződés elsajátítását, (3) a kreativitás és az önkifejezés fejlődését, valamint (4) a személyes identitás és a társas kapcsolatok kibontakozásának támogatását. A kockázatok pedig a következők: (1) a kereskedelmi jellegű veszélyek, (2) az agresszivitás, (3) a szexualitás és (4) az értékek terén fenyegető veszélyek. A vizsgálatban különbséget tettek kockázat (mint lehetőség) és (valóban megtörtént) ártalom között, hiszen nem minden kockázatos helyzetből, internethasználatból lesz valós ártalom.¹⁴ A kutatás későbbi szakaszában pedig az vált nyilvánvalóvá, hogy a lehetőségek sem azonosíthatóak mindenki számára valódi előnyként, helyette a lehetőségek lépcsőfokairól beszélnek, melyek a blogolástól az iskolai munkára való használatig terjedhet. Azt, hogy a világháló nyújtotta lehetőségekből a gyerekek mivel tudnak élni, a lehetőségek lépcsőfokain¹⁵ milyen magasra tudnak jutni, befolyásolni fogja életkoruk, nemük, szocioökonómiai státuszuk, a szülői támogatás mikéntje, a pozitív tartalmak elérhetősége, az adott ország oktatási rendszere (s benne a médiajártasság) és kulturális értékei is.¹⁶ Ezen faktorok természetesen a kockázatok és bántalmak tekintetében is azonosíthatóak.

A kutatás megkülönböztetéssel él abból a szempontból is, hogy a gyerekek milyen módon kapcsolódnak a világhálózathoz, milyen módon vannak jelen. Háromféle lehetőséggel dolgoztak a vizsgálatban: az első esetben a gyerek befogadó, az internettel való kapcsolat itt tartalmi jellegű: akár pozitív, akár negatív tartalommal találkozhat a befogadó. A másik lehetőség kapcsolati jellegű, amikor a gyerek résztvevője a hálózaton megvalósuló cselekvésnek. Míg a harmadik viselkedési jellegű, amikor a gyerek a kezdeményező — akár pozitív (tanulásra szerveződő hálózat kiépítése), akár negatív (ő bántalmaz) értelemben. A kutatás harmadik szakaszában, 2014-re nyilvánvalóvá vált, hogy fiatalabbak esetében a tartalmi jellegű kockázat az erősebb, míg idősebbek esetén a kapcsolati jellegű kockázatok.

A vizsgálatokat vezető Sonia Livingstone¹⁷ három hipotézist állított fel kutatótársaival: a használat, a sebezhetőség és a kockázatvándorlás hipotézisét. A *használat hipotézis* szerint azok a gyerekek és fiatalok, akik hosszabb ideje és többféle céllal használják az internetet, nagyobb arányban fognak kockázattal járó tevékenységet végezni. A *sebezhetőségi hipotézis* azt valószínűsíti, hogy az ártalmak tekintetében fontosabb az offline világban kialakult sebezhetőségi szintje a gyerekeknek, az online világ ennek nem kialakítója, hanem újabb felülete lesz. És végül a *kockázat vándorlás hipotézise*, mely szerint a világhálón megvalósítható kockázatos tevékenység kipróbálását inkább befolyásolja az, hogy a gyerek mennyire kerül vagy keresi a kockázatot az offline világban. A későbbi szakaszokban ezek igazolódtak.¹⁸

Az *EU Kids Online* 2014-ben zárult harmadik szakaszának főbb eredményei azt mutatják, hogy a gyerekek egyre fiatalabb korban

¹⁹Forrás.
<https://sedesignunit.com/EUKidsOnline/offline/download.pdf>

és egyre különbözőbb módon használják az internetet. Hogy pontosan mire, azt az alábbi táblázat mutatja.

2. táblázat: *Eltérő célú internethasználat arányának változása 2010 és 2014 között¹⁹*

Tevékenység	2010 (zárójelben a magyar adatok)	2014
Online karakter létrehozása (kisállatka vagy avatar)	2% (29%)	3%
File megosztó használata	4% (13%)	10%
Időtöltés a virtuális világban	5% (32%)	8%
Posztolt fotó, video, zene megosztása másokkal	6% (42%)	20%
Webkamera használata	6% (23%)	9%
Hírek olvasása vagy nézése az interneten	7% (33%)	18%
Chatszobák látogatása	9% (32%)	19%
Üzenetek posztolása weboldalon	9% (24%)	15%
Zene vagy film letöltése	10% (49%)	24%
Online játékot játszani másokkal	16% (60%)	28%
Internetet használni iskolai munkához	18% (73%)	33%
Videót, zenei klipet nézni (például YouTube-on)	32% (76%)	59%
Azonnali üzenet küldésére használni a netet	40% (61%)	49%
Közösségi média oldal látogatása	44% (72%)	63%

Veszélyekkel való találkozás

A felmérésben közel tízezer gyereket kérdeztek meg arról, mi zavarja őket az internet világában. Első helyen a pornográfiát említették, legyen az akár kép, akár üzenet (*sexting*). Majd másodikként az erőszakot, agressziót. A gyerekek ebbe belesorolták a fikciós erőszakot is, s különösen érzékenyek voltak a gyerekekkel vagy állatokkal szembeni agresszióra. A kutatás kiemeli, hogy nemcsak a mainstream média- és marketingipar jelent efféle kockázatot, de a felhasználók által létrehozott tartalmak (UGC – *user-generated content*) is.

²⁰A 2010-es magyar adatok: Szexuális tartalmú képek 10%, szexuális jellegű üzenetet kapni 6%, online ismerkedés 24%, kiberczaklatás alanyává válni 6%, kockázatos tartalmú oldalak látogatása 16%.

3. táblázat: Milyen veszélyekkel találkoznak a gyerekek, életkor szerinti összehasonlításban²⁰

Veszélyekkel való találkozás gyakorisága	14–16 éves korosztály	11–13 éves korosztály
Kapcsolat(felvétel) valakivel, akivel korábban, személyesen nem találkoztam	43%	23%
Szexuális tartalmú képek online nézése	23%	10%
Szexuális tartalmú képeket kapni online	20%	9%
Olyan oldalakat látogatni, ahol egyesek gyűlölködő kifejezésekkel illetnek más csoportokat	17%	7%
Olyan oldalakat látogatni, ahol támogatják az étkezési zavarokat (anorexia)	13%	7%
Egy online létrejött kapcsolatban az ismerőssel offline is találkozni	14%	5%
Olyan oldalt látogatni, ahol az emberek a droggal kapcsolatos tapasztalataikat osztják meg	10%	4%
Olyan oldalt látogatni, ahol az emberek a fizikai bántalmazással, önbántalmazással kapcsolatos tapasztalataikról beszélnek	10%	5%
Kiberczaklatás alanyává válni	8% ²¹	5%
Olyan oldalt látogatni, ahol az emberek az öngyilkosság módjairól beszélnek	6%	3%

²¹A kutatók megjegyzik, hogy bár ez a kockázat számértékét tekintve nem túl magas, ám azért veszélyes különösen, mert ez az a kockázattípus, amely nagy arányban valós sérülés lehetőségét jelenti.

Online biztonsággal kapcsolatos készségek

A hálózati kommunikáción belül a közösségi média (SNSs) felületein való jelenlét további veszélyeket, illetve lehetőségeket rejt a gyerekek számára. A gyerekek SNS jelenléte a teljes 9–16 éves korosztályra nézve csak kis mértékben emelkedett, 61-ről 68 százalékra. De ehhez hozzá kell tennünk, hogy a 15–16 éves korosztály esetében ez az arány már 93 százalék, vagyis akiknek internet hozzáférésük van, azok majdnem mind közösségi médiahasználók is egyben.

A médiajártasság vizsgálata során arra is kitértek a kutatásban, hogy miként változtak a gyerekeknek az online biztonsággal kapcsolatos készségeik. Egyrészt instrumentális oldalról: nem kért mailek blokkolása, szűrési feltételek beállítása; másrészt információs oldalról: biztonságos információkeresés, az információ igazságértékének kritikus vizsgálata. Mindkét jártasságtípus szintje emelkedett az elmúlt években.²²

²²A magyar adatokat a 19. táblázat tartalmazza: http://nmhh.hu/dokumentum/3886/ITHAKA_EU_KI_DS_Magyar_Jelentes_NMHH_Final_12.pdf

A szülői stratégiák vizsgálata

Az *EU Kids Online* nemcsak a gyerekek, de szülők vizsgálatára is kiterjedt. A 2014-es adatok érdekessége, hogy egy új nemzedék lépett be a szülői mintába, azon fiatal szülők, akik már maguk is „digitális bennszülöttek”. A kutatásban négy szülői stratégiát és azok eredményességét vizsgálták: az aktív mediációt, az aktív biztonságra törekvő mediációt, a korlátozást és a (technikai) szűrést. Az aktív mediáció képes alacsonyan tartani a kockázati szintet, miközben a gyerek élvezheti a világháló előnyeit, kihasználhatja lehetőségeit. A biztonságosságra törekvő mediáció többnyire akkor jelenik meg szülői stratégiaként, ha a gyereket már érte valamiféle ártalom a neten. Ez a szülői magatartás a további sérelmek megelőzésére jó. A korlátozó megközelítés alacsonyan tartja a kockázati szintet, de a lehetőségeket is, míg a szűrés stratégiája és a gyerekek valós biztonsága között nem találtak összefüggést. Így ez utóbbi tulajdonképpen eredménytelen stratégiának bizonyult.

Az *EU Kids Online* célja segíteni a gyerekeket abban, hogy a lehető legtöbb előnyt kiaknázhassák a világhálónak, és a lehető legkevesebb ártalom érje őket. Ennek elérésében szerepe van maguknak a fiataloknak — akár egyéni felhasználóként, akár a kortárs csoport tagjaként —, a szülőknek, az oktatási rendszernek, a kormányzatnak és a médiaiparnak egyaránt. Az utóbbi években a médiajártasság fejlesztésére számos oktatási programot dolgoztak ki. Az UNESCO által nemzetközi összefogással összeállított tananyagot említhetjük kiemelkedőként.²³ Magyarország tekintetében elmondható, hogy a NMHH Búvösvölgy médiaoktató központ programja sikeres, 2015 őszétől számos korszerű tankönyv és oktatási segédanyag érhető el²⁴ a felületükön.

²³Carolyn Wilson – Alton Grizzle – Ramon Tuazon – Kwame Akyempong – Chi-Kim Cheung: *Media and Information Literacy. Curriculum for Teachers.* UNESCO, 2011.
www.citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.84.614&rep=rep1&type=pdf

²⁴<http://buvosvolgy.hu/cikk/118/Kiadvanyok>

A VIGILIA KIADÓ ÚJDONSÁGA

ROGER TESTVÉR

Isten csak szeretni tud

Roger testvér

Isten csak szeretni tud



Roger testvérnek (1915–2005), a Taizéi Közösség alapítójának gondolkodása a közös imádságból és a testvéreivel töltött mindennapi életből táplálkozott. Meglátásaira nagy hatást gyakorolt folyamatos kapcsolata azzal a több tízezer fiatallal, akik a világ számos földrészéről egy hétre Taizébe zárandokolnak, mert életük nagy kérdéseire keresik a választ. A 2001-ben megjelent kötet gondolkodásának legfontosabb témáit, valamint az életét meghatározó események és találkozások – néhol nagyon személyes – leírását gyűjti egybe. A kötetből megtudjuk, hogy miért egy és ugyanaz a forrása a lelki életnek és az emberi szolidaritásnak: Isten, aki csak szeretni tud.

Ára: 2.400 Ft