

REZÜMÉ

A média tematizációja – A téma mediatizálása

A médiatematizáció tanítása középiskolában

Kutatásom során egyik fő célom az volt, hogy kiderítsem: megjelenik-e, és ha igen, hogyan a tizenévesek tematizációjában a média. Minek köszönhetően lehet egy adott ügynek jelentős visszhangja a tinédzserek esetében? Ennek érdekében a médiahasználatot, médiatematizációt és -hatást vizsgáltam a 14–19 éves korosztályon belül. Főként arra voltam kíváncsi, hogy a korábban végzett kutatások tükrében milyen eredmények kaphatók a gimnazista és szakgimnazista osztályok témaválasztásával kapcsolatban. Miként lehet meghatározó ágens ebben a média, mennyire tudatosak a diákok a mainstream gondolatok, hírek, témák, szereplők tekintetében. Kutatásom java részét a 2018–2019-es tanév október és január közötti időszakában végeztem el.

Vizsgálatom első felében kérdőíves kutatást alkalmaztam, amelyet két fő részre osztottam: az elsőbe a médiahasználattal, médiaplatformokkal kapcsolatos, míg a másodikba a média tematizációjával, de önmagában a témaválasztással összefüggő kérdések kerültek. Kérdőívem igen kiterjedt, harminchat kérdésből álló anyagát három középiskolába, azon belül legalább hét osztályba sikerült eljuttatnom. Arra is ügyeltem, hogy minden korosztály képviseltesse magát a közoktatást éppen megkezdőktől az érettségi előtt állókig. Hipotéziseim bizonyításaként megállapítható, hogy a fiatalok a témákat részesítik előnyben a médiaszereplőkkel szemben, azonban ennek kapcsán, ha elkezdenek követni valakit, túlnyomórészt egyetértenek kijelentéseivel.

Kutatásom második felében a napirend-kijelölés elméletének gyakorlatban történő bemutatását, alkalmazását és a konklúziók levonását jelöltem ki két kilencedikes osztály négy médiaismeret-óráján belül. Ezzel célom a diákok elgondolkodtatása volt a média véleményformáló erejével kapcsolatban, egy tanulásmódszertani stratégia kísérleti alkalmazásán keresztül. A siker és a sikeres személyek konkrét témáját választva négy fő szegmensre osztottam a tematizáció fogalmának oktatását (a stratégia pontjai: 1. a témát figyelembe vevő laikus véleményalkotás a diákok részéről, 2. a korábban megfogalmazott feltevések árnyalása, tanulói tartalomelemzés konkrét példák alapján, 3. a két – laikus és az elemzésen alapuló – gondolatmenet összevetése, 4. következtetések levonása, a médiatudatosság kialakítása, megerősítése). Az eredmények azt igazolják, hogy a diákokat foglalkoztatja a siker témája, ennek kapcsán a médiatematizáció megismertetése is eredményes, nem utolsósorban pedig az alkalmazott stratégia felhasználható a médiaoktatás több területén belül is.