

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра педагогіки, психології, початкової, дошкільної освіти та управління
закладом освіти

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
ЗВ'ЯЗОК ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ З МЕДІА

КАЛЛАІ ЕМІЛІЯ ТІБОРІВНА

Студентка IV-го курсу

Освітня програма: Дошкільна освіта

Спеціальність: 012 Дошкільна освіта

Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри

Протокол № _____ / 202_

Науковий керівник:

Поллої Каталін Дезидерівна

PhD, доцент кафедри

Завідувач кафедри педагогіки, психології, початкової, дошкільної освіти та управління
закладом освіти:

Біда Олена Анатоліївна

доктор пед. наук, професор

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 202_ року

Протокол № _____ / 202_

**Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II**

**Кафедра педагогіки, психології, початкової, дошкільної освіти та управління
закладом освіти**

**Кваліфікаційна робота
ЗВ'ЯЗОК ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ З МЕДІА**

Рівень вищої освіти: бакалавр

Виконавець: студентка IV-го курсу

Каллаї Емілія Тіборівна

освітня програма: Дошкільна освіта

спеціальність 012 Дошкільна освіта

Науковий керівник:

Поллої Каталін Дезидерівна

PhD, доцент кафедри

Рецензент:

Чопак Єва Василівна

ст. викладач

**Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma
II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola**

Pedagógia, Pszichológia, Tanító, Óvodapedagógia, Oktatási Intézményvezetés Tanszék

AZ ÓVODÁS KORÚ GYERMEKEK KAPCSOLATA A MÉDIÁVAL

Szakedolgozat

Készítette: Kállai Emília

IV. évfolyamos óvodapedagógia

szakos hallgató

Témavezető: Pallay Katalin

PhD, docens

Recenzens: Csopák Éva, adjunktus

ЗМІСТ

ВСТУП	6
I. Медіаобізнаність та медіаграмотність.....	8
1.1. Медіаобізнаність у повсякденному житті дітей	8
1.2. Важливість медіаграмотності серед дітей	8
1.3. Звички споживання медіа	9
II. Роль медіа в житті дітей	11
2.1. Вплив медіа на дітей	11
2.2. Вплив навколишнього середовища на гру дитини дошкільного віку	13
2.3. Використання медіа в дошкільному віці	15
III. Методологічне підґрунтя дослідження.....	20
3.1. Мета дослідження	20
IV. Результати	22
4.1. Соціодемографічні характеристики опитаних у Великодобронській сільській громаді.....	22
4.2. Звички медіаспоживання серед дітей дошкільного віку, що проживають у Великодобронській сільській громаді.....	24
4.3. Соціодемографічні дані дослідження у Берегівській міській громаді.....	33
4.4. Звички медіаспоживання серед дітей дошкільного віку, що проживають у Берегівській міській громаді	35
4.5. Звички медіаспоживання серед дітей дошкільного віку	45
РЕЗЮМЕ.....	51

TARTALOM

BEVEZETÉS	6
I. A médiatudatosság és a médiaműveltség.....	8
1.1. A médiatudatosság a gyerekek mindennapjaiban	8
1.2. A médiaműveltség jelentősége a gyerekek körében.....	8
1.3. Médiafogyasztási szokások	9
II. A média szerepe a gyerekek életében	11
2.1. A média hatása a gyermekekre	11
2.2. A környezet hatása az óvodás gyermek játékára	13
2.3. Médiahasználat óvodáskorban	15
III. A kutatás módszertani háttere	20
3.1. A kutatás célja	20
IV. Eredmények	22
4.1. A megkérdezettek szociodemográfiai háttérjellemzői a Nagydobronyi Kistérségben	22
4.2. Médiafogyasztási szokások az óvodáskorú, Nagydobronyi Kistérségben élő gyermekek körében	24
4.3. A kutatás szociodemográfiai adatai a Beregszászi Kistérségben.....	33
4.4. Médiafogyasztási szokások az óvodáskorú, Beregszászi Kistérségben élő gyermekek körében	35
4.5. Médiafogyasztási szokások a Nagydobronyi- és Beregszászi Kistérségben élő óvodáskorú gyerekek körében.....	45
ÖSSZEFOGLALÁS	49

BEVEZETÉS

A médiafogyasztás napjainkban egyre nagyobb szerepet kap, s ebből a gyerekeket sem lehet kirekeszteni. Sok vállalat igényes, figyelmes, fogyasztóként tekint a gyermekközönségre, aki nagyban befolyásolhatja a szülők vásárlási döntéseit.

Korábbi kutatási eredmények (Buijzen – Valkenburg, 2013; Büttner et al. 2014) azt mutatják, hogy főleg a média és a reklámok a felelősek azért, hogy a gyerekek mohó fogyasztókká válnak és több olyan dologra vágynak, amire a legcsekélyebb szükségük sincs. A niche marketing korában felértékelődnek a gyermekek, mivel jelentősen befolyásolják szüleik vásárlási döntéseit. Ez egyre több konfliktust generál a családokon belül (Hofmeister et al., 2000). Buckingham (2000) kutatásai alapján megállapította, hogy a mai gyermekműsorok már önmagukban is reklámok, hiszen már majdnem minden gyermekmeséhez és filmhez tömegesen kötődnek árucikkek; pólók, uzsonnás dobozok, üdítők, matricás albumok és persze játékok, melyek mind növelik annak az esélyét, hogy a gyermek megkívánjon valamilyen terméket egy adott műsor hatására.

Komoly probléma, hogy a televízió vizuális médium, így nem igényel különös képességet az értelmezése, például egy könyv olvasásához viszonyítva. Nem szükséges hozzá értelmi vagy képzeleti befektetés, így a gyermekek nagyon fiatalon, akár már pár hónaposan is igénybe vehetik. Ennek következtében apránként kivesznek a hagyományos gyermekjátékok, egyre inkább összeolvadnak a gyermekek és felnőttek szabadidős tevékenységei, sőt nyelvhasználatuk, étkezési szokásaik és szórakozási formáik is (Postman, 1983).

Jelen munkában azt szeretném feltárni, hogy a gyerekek milyen médiafogyasztási szokásokkal rendelkeznek óvodáskorban, illetve ezek milyen módon befolyásolják őket fogyasztóként és milyen hatással van a játékuikra. A kutatás aktualitását adja a szülőknek, hogy jobban odafigyeljenek a gyermekik médiafogyasztására és annak csökkentésére. Feltáró kutatásomhoz különböző szakirodalmakat gyűjtöttem össze és használtam fel (Antalóczy et al., 2012; Kósa – Vajda, 1999; Kósa – Vajda, 2005; Winn, 1990; Hofmeister-Tóth – Malota, 2000; Dessewffy, 2004; Giddens, 2000; Ranschburg, 2006; Robinson – Martin, 2009) annak érdekében, hogy minél több információhoz jussak és az olvasóknak minél szélesebb körű felvilágosítás tudjak adni ebben a témában.

Az elméleti keretre alapozva kérdőíves kutatást végeztem. A kutatást 2023 decemberében kezdtem és 2025 márciusáig folytattam egy Google Űrlapos kérdőív segítségével. A munka során arra kerestük a választ, hogy a Nagydobronyi és a Beregszászi Kistérségben milyenek az óvodások médiafogyasztási szokásai. A kérdőív kitöltésére online volt lehetőség egy Google Űrlap segítségével. A kérdőívet eljuttattam a Tiszaágteleki, Kisdobronyi, Nagydobronyi,

Csongori és Dimicsői, Beregszászi, Makkosjánosi, Gáti, Mezőgecei, Kígyósi, Nagybaktai, Badalói, Halábori, Benei, Nagyborzsavai, Mezővári, Nagymuzsalyi, Oroszi, Csetfalvai, Tiszacsomai óvodás gyereket nevelő szülőkhöz. Összesen 144 szülő töltötte ki a kérdőívünket.

I. A médiatudatosság és a médiaműveltség

Jelen fejezetben a médiatudatosság és a médiaműveltség fogalmát járjuk körül, továbbá képet adunk a médiafogyasztási szokásokról.

1.1.A médiatudatosság a gyerekek mindennapjaiban.

A média alakítja és formálja a világról alkotott nézeteinket, és alkalmas arra is, hogy erősítse vagy gyengítse identitásunkat, hiszen a média a kultúra része. Az információ befogadásának feltételei és körülményei is megváltoztak ebben a felgyorsult társadalomban. Egyes kutatások azt állítják, hogy sem a gyermekek, sem pedig a fiatal felnőttek nem rendelkeznek azokkal az ismeretekkel vagy a kritikai tudatossággal, amelyek a digitális média felhasználásához vagy használatához elengedhetetlenek. A médiatudatosságra nevelés tehát napjainkban kiemelten fontos, hiszen a technikai eszközök fejlődése rohamossá vált, az információs túlterheltség a társadalom minden korosztályát érinti. Ezért is van szükség a médiatudatosságra nevelésre az oktatás minden szintjén (Kökényesi, 2018).

Napjainkban a gyerekek gyakrolatilag beleszületnek a digitális világba, életüket teljes mértékben átszövi a média. Nap mint nap észrevétlenül tanulják meg kezelni a digitális eszközöket. Viszont a lényeg az, hogy mennyire tudják értő módon kezelni és felhasználni ezeket az eszközöket és az onnan szerzett információkat.

A társadalomban a média különleges szerepkörrel rendelkező szervezetet testesít meg, melynek önálló szabályai, megjelenési formái vannak. A XX–XXI. században a média szerepe jelentősen megnőtt, és változtak társadalmi, politikai és kulturális vonatkozásai is. A globalizáció és a technika gyors fejlődésének hatására a hírek is nagy tömegben és könnyen váltak elérhetővé. Megváltozott a tér-idő viszonylat és a földrajzi kötöttség (vö. Dessewffy, 2004). Ezek változásával egy időben a kommunikációs rendszerek is robbanásszerű fejlődésen mentek keresztül. A globalizáció és a kommunikációs struktúra változása hatással van a tradicionális emberi kapcsolatokra is, tehát megváltoznak az emberek életének személyes viszonyai (vö. Giddens, 2000). Megfigyelhető olyan rétegek kialakulása, amelyek nem tudnak eligazodni ebben az információáramlásban, és ennek eredményeként tovább nő annak elszigeteltsége, térvessztése. A globalizáció és a tömegmédia együttes hatásai tovább súlyosbítják a már meglévő negatív társadalmi változásokat.

Több kutatás arra világít rá, hogy sem a gyermekek, sem pedig a fiatal felnőttek nem rendelkeznek azokkal az ismeretekkel vagy kritikai tudatossággal, amelyek a digitális média használatához és alapos értelmezéséhez elengedhetetlenek (vö. Livingstone et al, 2014; Koltay, 2016).

1.2. A médiaműveltség jelentősége a gyerekek körében

A médiaműveltség az a képesség, amely lehetővé teszi, hogy kellő kritikai érzékkel tudjuk szemlélni a médiafogyasztás során megkapott élményeinket, ismereteinket, illetve tisztában kell lennünk azzal, hogy a média üzenetei megalkotott jellegűek (Koltay, 2016). A médiaműveltség, médiatudatosság oktatása során tehát ki kell alakítanunk azt a kritikai készséget, amelynek felhasználásával a médiafogyasztók védekezhetnek a média manipulatív hatásai ellen. Manipulációról olyan kommunikációs helyzetekben beszélhetünk, amikor a közlőnek az a célja, hogy a befogadót rávegye valamire, de ezt nem nyílt közléssel teszi, hanem olyan implicit információkat rejt el közleményében, amelyek a befogadó ítéletét az ő céljai irányába befolyásolják (Kapitány – Kapitány, 2000).

1.3. Médiafogyasztási szokások

A globális statisztikák által mutatott információterjesztés erőteljes fejlődése mellett a médiafogyasztás belső szerkezete is alapvető változásokon ment keresztül. Új fogyasztási módok jelennek meg, és az elérhető szolgáltatások bővülésével a fogyasztói csoportok egyre összetettebbé válnak, és megjelenik a kevésbé médiafókuszú háttérfogyasztás.

Robinson és Martin szerzőpáros (2009) megállapítja, hogy az Egyesült Államokban rádióhallgatás, mint elsődleges tevékenység aránya a napi elfoglaltságok között 1965 óta csökkenőben van, bár a rádiózás látványos megújuláson ment keresztül amint újraformálta magát másodlagos tevékenységként (különösképpen vezetés közben). Az olvasás (könyv, print média) halála nem következett be a televízió térnyerésével, ugyanakkor az újságok olvasásában a csökkenés látványos (átlagosan két órával kevesebb hetente), míg a könyvek valamelyest nagyobb szerepet játszanak. A televízió és videotartalmakkal töltött idő átlagosan heti öt órával növekedett meg az 1965–2005 közötti időszakban. A tévénézésnek, mint másodlagos tevékenységnek megfigyelésével több, mint harminc százalékkal emelkedik a tévénézés részesedése a napi időmérlegből, de ez a növekedés más tevékenységek esetében is tapasztalható.

Felmerül a tévére fordított figyelem természetének kérdése. A tévénézésről szóló irodalom szerint a nézők fel tudják dolgozni a televíziós tartalmakat teljes figyelmük koncentrálása nélkül is. Számos friss kutatás és a figyelemhiányos rendellenességekhez kapcsolódó újabb orvosi feltételezések felvetik a kérdést, hogy az efféle tünetek hátterében mennyiben állhatnak a kevésbé figyelemigényes televíziós programok megjelenése. A tévénézésre fordított idő növekedésének számos lehetséges társadalmi következményei között szerepel a multitasking, az elhízás, a széttöredezett életstílusok és a homogenizálódott nemzeti

kultúrák arányának növekedése, illetve a figyelem kiterjedése és a lokális kulturális élet visszaesése (Robinson – Martin, 2009).

A fiatalabb korosztályok nagyobb valószínűséggel próbálnak ki új technológiákat, és az új eszközökhöz kapcsolódó új fogyasztási szokásokat általában fiatalabb korosztályok veszik át.

II. A média szerepe a gyerekek életében

Jelen fejezetben áttérünk a gyermekek médiafogyasztására, különös hangsúlyt fektetünk az óvodás korosztályra. Bemutatjuk a média hatását a gyerekek életére, majd az óvodás korosztály médiahasználatát vesszük górcső alá.

2.1. A média hatása a gyermekekre.

A gyerekek és a filmek kapcsolatával foglalkozó tudományos munkák, illetve az ezzel kapcsolatos közbeszéd tradicionálisan a televízió és egyéb médiumok negatív hatásaival, a veszélyekkel foglalkoztak (Gunning, M., 1997). Az erre az időszakra vonatkozó utóbbi tudományos munkák, azt a kritikai szempontot vetik fel, hogy gyakran a korábbi munkák elemzései nem foglalkoztak magukkal a gyerekkel, nem próbáltak válaszolni arra a kérdésre, hogy a gyerek eleve miért ül le például egy film elé, milyen öröme származik ebből (Buckingham, D., 1993). Az elmúlt évtizedben számos nemzetközi kutatás foglalkozott a kisgyermekekkel, mint a legkisebb médiafogyasztókkal.

Napjainkban szinte minden család életének szerves része a média, amely méltán tekinthető meghatározó szocializációs ágensnek (Winn, 1990; Kósa – Vajda, 1999; Buckingham, 2002; Ranschburg, 2009). Mi sem mutatja jobban ezt a tendenciát annál a ténynél, hogy egyre fiatalabb korosztály válik „médiafogyasztóvá”, a különböző médiumok egyre fiatalabb generációkat „céloznak meg”, a tömegkommunikáció célcsoportja egyre szélesebb, átlag életkora pedig csökken (Kósa – Vajda, 1999). Ennek a folyamatnak extrém példája a csecsemőknek szánt tévécsatornák megjelenése, de említhetünk olyan weboldalakat is, ahol színes táblák, ábrák segítségével lehet eligazodni. Sok korábbi, hasonló témájú vizsgálat célcsoportja általában a kisiskolás és iskolás korosztály, de óvodások körében viszonylag kevés vizsgálat készült. Pedig a média erőteljes befolyást gyakorolhat az egyre fiatalabb korosztályokra.

A médiaszocializáció legfőbb területei a fiatal korosztály esetében: a nemi szerepek és identitás, a táplálkozás, drog és testkultúra, a divat és öltözködés, az előítéletek, a foglalkoztatási szerepek, a beszélt és írott nyelv, a viselkedési minták (Roberts – Macoby, 1985 in: Vajda – Kulcsár, 2005).

A gyermekeket és a médiát kapcsolatba hozó korábbi kutatások kedvelt témája a különböző médiumok kognitív funkciókra gyakorolt hatása – például a számítógépes játékok és a reakcióidő, a feldolgozási sebesség csökkenése, vagy a komplex figyelmi kapacitás növekedésének összefüggései (Ranschburg, 2009). A vizsgálatok másik iránya a média kifejezőeszközeinek káros voltára hívja fel a figyelmet, különös tekintettel a látott, hallott

agresszív tartalmak személyiségre gyakorolt hatására, ami összefonódik a médiát – az idősebb generációk részéről – övező úgynevezett „*morális pánik*”-kal (Winn, 1990; Ranschburg, 2009).

A médiafogyasztás vizsgálata, különös tekintettel az óvodás korosztályra, több okból sem egyszerű. Az egyik nehézséget épp az jelenti, amitől egy ilyen kutatás rendkívül izgalmas is lehet, ha magukat a gyermekeket kérdezzük. Hogyan kérdezzük, ki kérdezzen, milyen következtetést vonhatunk le a gyermeki beszéd tartalmára vonatkozóan stb. Ugyanakkor, ha a gyermekkel legszorosabb kapcsolatban álló felnőttektől, a szülőktől kérjük az információt, ugyancsak nehézségekbe ütközhetünk a téma érzékeny volta okán. A médiára fordított idő meghatározásában, a gyermek filmnézési szokásainak leírásakor gyakran érezzük a szülő perszonális érintettségét. Mi a megfelelő válasz? Mikor vagyok elég megfelelő szülő? Mennyire tárhatom fel a tényleges helyzetet? (Antalóczy et al., 2019).

A mese a szülő nélkül nem jut el a gyermekhez, a filmet azonban a gyermek az esetek többségében a szülő teljes kívülmaradásával fogyasztja. Egy háztartás minél eszközgazdagabb, annál nagyobb valószínűséggel televíziózik, számítógépezik, néz filmeket a gyermek egyedül, saját szobájában, esetleg a gyermekek részére fenntartott gépek valamelyikén, elkülönülve a család más tagjaitól. Az óvodáskorú gyermekek 12 órányi ébrenlétéből átlagosan nyolc órát töltenek az óvodában, és ha belegondolunk, van még egy személy az óvodáskorú gyermekek életében, aki jelentős időt tölt naponta a gyermekekkel – az óvónő. Az óvodák a médiafogyasztás szempontjából igen korlátozott teret jelentettek (és jelentenek ma is), de a gyerekekkel töltött nagy mennyiségű idő bőséges lehetőséget nyújt annak megfigyelésére, hogy hol és hogyan épül be a média a gyerekek életébe.

Antalóczy et al. (2012) kutatása szerint a televízió elveszíti a közösségi élményt. Ennek egyik oka a műsorok és a televíziós csatornák túlkínálata. A gyerekek egyre inkább elszigetelten fogyasztják a médiát, ami lehetetlenné teszi a szülői felügyeletet és ellenőrzést, azaz a szülői közvetítést. Ez önmagában nem jelenti azt, hogy a gyerekek gyakran olyan tartalmaknak vannak kitéve, amelyek nem őket célozzák, hanem főként a szülők szóbeli útmutatása és a gyerekek érdeklődése miatt. Az óvodások műsor- és csatorna preferenciáik (mesecsatornák (Minimax, Cartoon Network, Nickelodeon), sportműsorok (Forma1, labdarúgás, kézilabda, stb.) és természetfilmek (David Attenborough filmjei) önmagukban még szintén nem igazolják a káros tartalmakkal kapcsolatos félelmeket. A kutatások azt mutatják, hogy a gyermekek általában szülői felügyelet mellett találkoznak erőszakos (káros) tartalommal (elsősorban hírműsorok és hírek nézése révén). A szülők azonban ritkán beszélnek velük ezekről a negatív tapasztalatokról, mivel tisztában vannak azzal, hogy például a hírek nem gyermekműsorok, ezért azt hiszik, hogy a gyerekek nem tudják értelmezni azokat, és a legtöbbször nem hatnak

rájuk. Emiatt sok szülő engedi, hogy gyermeke közvetlenül a tévé mellett játszon. A gyermek látszólag a játékaival van elfoglalva, miközben érzékeli a televízió képeit is. Ilyen szituációkban az esti órákban találkozunk például a valóságshow nem éppen óvodáskorúaknak szánt képsoraival is. Ezzel szemben a számítógép használat során nem jellemző, hogy káros, veszélyeztető tartalmakkal találkoznának a gyermekek, aminek oka a hatékonyabb szülői kontroll és a felhasználói ismeretek hiányos volta. A tipikus felhasználási területek az ún. „kedves játékok”, a logikai játékok, a rajzprogramok és az internet esetén egy-egy erőszakos tartalomtól mentes játék, aminek elérési útját ismerik és attól nem térnek el. Az internet rendszeres használata nem jellemző a vizsgált korcsoportok körében, a szülők tiltása és a felhasználói készségek hiánya miatt. Annak ellenére azonban, hogy a gyerekek ritkán használják az internetet, tisztában vannak az általa kínált különböző lehetőségekkel. Az óvodáskorú gyermekek fő szabadidős tevékenységei még mindig a labdajátékok, a sport és a barátokkal való játék, nem pedig a televízió vagy a számítógép. A média hozzátartozik a gyermekek mindennapjaihoz, de nem ez jelenti számukra az elsődlegesen meghatározó élményt, mégis erőteljes hatással van a szocializációra, az élet szinte minden területén otthagyja lábnyomait (Antalóczy et al., 2012).

Egy olyan válsághelyzetben, mint az ukrajnai háború vagy a közelmúltban tapasztalt világjárvány következtében a világ még megfoghatatlanabb és kiszámíthatatlanabb, és a média manipulatív hatását tovább erősítheti a valódi közösségek (család, barátok stb.) hiánya. A médiában bemutatott, gyakran torz és erőszakos felnőtt világnak való kitettség késleltetheti a felnőtté válás vágyát. Az érthetetlen és ijesztő világgal való találkozás, amely kívülesik a felnőttek ellenőrzésén, megingathatja a felnőttek által nyújtott biztonságba vetett bizalmukat.

2.2. A környezet hatása az óvodás gyermek játékára

Jelen alfejezetben azt a környezetet mutatom be, ami az óvodás gyermek játékára hatással van.

A gyermek játéktevékenységének vizsgálata szoros kapcsolatban áll a játékkörnyezet kutatásával. A játékpédagógia úgynevezett paradigmaváltása környezeti szempontból is megváltoztatta a játéktevékenységet. A korábban foglalkozásközpontú óvodai nevelés részeként a játéktevékenység környezete a felnőttek számára természetes esztétikai elképzelések közvetítését, az óvodapedagógus által megtervezett rend érvényesítését szolgálta. Ehhez szorosan kapcsolódik a játékkörnyezet meghatározása, elérhetősége és kezelése, amelyre a felnőttek által meghatározott szabályok vonatkoznak. Mindez nagymértékben korlátozza a gyermekek játékszabadság iránti igényét (Molnár, 2019).

A szabadság azt is feltételezi, hogy a gyerekek dönthetnek a környezetükről. Ez az elv érvényesülhet az ún. játékközpontú óvodai nevelésben, ami a játéktevékenység környezetét mint a játékszükségletnek megfelelő aktuális feltétel biztosítását jelenti. Az ilyen módon kialakított környezet sokszínű és a játék folyamának van alárendelve, továbbá biztosítottak az olyan konkrét tárgyak, eszközök, amelyek a gyermek képzelete és fantáziája révén alkalmat adnak azok szabad adaptációjára. A játékközpontú nevelés során nemcsak a pedagógus, hanem a gyermek is kialakítja saját játékkörnyezetét, amelyben személyisége és annak változásai tükröződnek. A játéktevékenység környezetének a vizsgálata azért is szükséges, mert nem minden óvodás gyerek számára elérhető az otthonában a saját játszó terület és az ahhoz tartozó játékszerek és játékeszközök köre. Ezzel szemben az óvodai környezet alkalmas a játéktevékenység biztosítására. Ezzel megvalósul az Alapprogram által kitűzött cél, a gyermeki személyiség szabad fejlődése, melyben a gyermeket körülvevő személyi és tárgyi környezet szerepe meghatározó. A játékközpontú környezetben a játéktevékenységhez szükséges érzelmi elemek felerősödnek. Az így kialakított környezet vonzóvá válik a gyermek számára, aki elkezd aktívan keresni a megfelelő pszichés fejlődéséhez szükséges tényezőket (Molnár, 2019).

A játszókönyezet nevelő szerepét is fontos hangsúlyozni. Ehhez hozzátehetjük azt a kérdést, hogy a játékok milyen mértékben alakítják és használják a környezetet, hiszen régóta ismert, hogy a játék fejlődése elválaszthatatlan a tárgyi viselkedés kialakulásától a korai gyermekkorban, felnőtt irányítás alatt. Nem szabad alábecsülni a gyermekek játéktevékenységét támogató tárgyak, játékok és játékeszközök jelentőségét a gyermeki környezetben. A játékok olyan dolgok, amelyeket a gyártók kifejezetten a gyermekek számára készítenek, hogy azokkal játszhasználnak. A játékeszközök mindazok a tárgyak, eszközök és anyagok, amelyeket a gyermekek játék közben használnak (Kásler, 2017).

A játékokkal szembeni elvárások a minőségre, tisztíthatóságra, esztétikára, méretre és funkcionalitásra összpontosítanak. Fontos továbbá a gyermek játékkedvének ösztönzése, az érdeklődés felkeltése és a játékra való ösztönzés. A játékok kiválasztásakor nagy gondot kell fordítani arra, hogy azok a gyermek életkorának megfelelőek legyenek. Az óvodáskor minden szakaszában fontos, hogy a gyermek kreativitását serkentő építőjátékok széles választékát biztosítsuk. A játékok különböző szerepjátékokra is motiválhatják őket, de nem tanácsos mindent beszerezni, amire szükségük lehet. Nem kívánatos azonban, hogy minden legyen, amire szükségük van. Ez ugyanis nagyobb teret enged a kreativitásnak, a képzeletnek és a fantáziának. Egy bizonyos eszköz hiánya kiválthatja a megoldás keresését az adott eszköz hiányára, és egy olyan eszköz bevonását segíti elő, amely helyettesítheti azt, mintha

rendelkezésre állna. Különböző eszközök, amelyek eredetileg nem gyermekjátéknak készültek, a játék részévé válnak, főként a gyermek képzelete által. A játékban használt tárgyak elveszítik szokásos jelentésüket, és csak a játékban nyernek új értelmet. Egy megfigyelés szerint azonban a jelölőeszközöknek hasonlítaniuk kell azokra a tárgyra, amelyeket a gyerekek jelölni akarnak, pl. ha egy injekciós tűt akarnak ábrázolni a játékban annak hosszúnak és hegyesnek kell lenni, mint pl. egy ceruzának (Molnár, 2019).

Manapság tömegesen gyártott játékokkal vagyunk elárasztva, de minőségük, használhatóságuk és fejlődési hatásuk tekintetében jelentős különbségek vannak. A játékok alacsony minősége és alacsony fejlesztő hatása azt jelenti, hogy a gyermekeknek egyre kevesebb lehetőségük van a tárgyak szabad adaptálására, és arra kényszerülnek, hogy mindig mások elképzeléseit értsék, ahelyett, hogy először saját elképzeléseiket fogalmaznák meg a játékkal kapcsolatban. Márpedig a játéknak erre a logikájára szükség van a korai gyermekkorban. A gyermekeknek először saját tapasztalatokkal kell rendelkezniük a tárgyról és a környezetről, saját megoldásokat és cselekvéskombinációkat kell felfedezniük, majd meg kell ismerkedniük a felnőttek dolgok készítésére vonatkozó elképzeléseivel. Ugyanis csak a tapasztalatok elmélyítése után érthetnek meg más fogalmakat és megoldásokat (Molnár, 2019).

Az óvodáskorú gyermekek játékát befolyásoló környezet kutatásának másik fontos területe a szabadban töltött idő kérdése. Ideális esetben a gyermekeknek idejük jelentős részét a szabadban kellene tölteniük. Ez azért fontos, mert az udvari élet, időben és térben oly mértékben növelheti meg a gyerekek számára elfoglaltságaikat, amelyek a legideálisabb csoportszobában sem képzelhetők el. Ehhez optimális fizikai aktivitásnak kell társulnia, mind mennyiségi, mind minőségi szempontból. A szabad levegőn való mozgásnak és futkározásnak különösen nagy jelentősége van, mert mára jellemző lett, hogy a családoknak egyre kevesebb idejük, lehetőségük van a szabadban eltöltött időre, mozgásra. A szabadter gazdagon biztosítja a lehetőséget a különböző játékformáknak. A szabadtéri szerepjáték viszont kulcsfontosságú. Minél több hely és idő áll a gyermekek rendelkezésére az udvaron, annál több lehetőségük van az elmélyült játékra, valamint a képzeletük és kreativitásuk fejlesztésére (Molnár E, 2019).

2.3. Médiahasználat óvodáskorban

A Z generáció és az azt követő alfa generáció tagjai hozzá vannak szokva a gyors és komplex ingerekhez. A nagy mennyiségű információhoz való gyors hozzáférés egyedi hatást gyakorol a gyermekek és a fiatal nemzedék gondolkodására egyaránt. A hagyományos lineáris gondolkodásra épülő olvasás, tanulás már nem köti le ezeknek a generációknak a figyelmét, mert a gondolkodásukra a hipertextes mechanizmus jellemző. A tevékenységüket az online

világban meghatározza a multitasking folyamat, amely azt jelenti, hogy több médiumot használnak egy időben, vagy egy médiumot használnak több médiatartalom fogyasztására (Aczél, 2013). Képesek a megosztott figyelemre, ugyanakkor hangsúlyozandó, hogy e tevékenység végzése közben az információ feldolgozásának hatékonysága nagymértékben csökken. A fiatal nemzedék megváltozott tanulási gyakorlata miatt a pedagógusok is rá vannak kényszerítve arra, hogy felülvizsgálják a hagyományos pedagógiai módszereiket, és az ifjabb generációk szükségleteit figyelembe véve újabb stratégiákat, technikákat és módszereket alkalmazzanak a gyakorlatban (vö. Lénárd, 2015).

A gyermekek médiához való viszonyának vizsgálata a televízió megjelenése óta jelentős kutatási tevékenységgé nőtte ki magát. Részletes tanulmányok készültek a gyermekek televíziózási szokásairól és arról, hogy hogyan fejlődnek a gyermekek a médianarratívák megértésében, beleértve a médiahasználatukkal kapcsolatos kérdéseket is (Kásler, 2017).

Hodge – Tripp (1986) szerzőpáros írásában figyelhetők meg az első kísérletek, ahol a szerzők a gyermekműsorok és a közönség adatainak elemzésekor szociáliszetimotikai megközelítést alkalmaztak. Véleményük szerint az, ahogyan értelmezik a gyermekek a rajzfilmet, illetve amit mondanak róla más gyermek és a felnőtt kérdező jelenlétében, összefügg azzal, ahogyan felfogják a csoportban elfoglalt pozíciójukat a többiekhez képest.

Egy viszonylag friss magyarországi kutatás (Antalóczy et al., 2012), egyik célja az volt, hogy feltérképezze az óvodába járó gyermekek filmnézési szokásait az óvónők, a szülők és az óvodások véleménye alapján. Eredményeik megerősítették a korábbi felmérések megállapításait, miszerint az eszközellátottság közel száz százalékosnak mondható: mindössze három gyermek családja nem rendelkezik tömegkommunikációs eszközzel. A gyermekek televízió fogyasztásának jellegzetessége, hogy magányosan vagy testvéreikkel televízióznak, így a szülői kontroll is egyre inkább a háttérbe szorul (Kásler, 2017).

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2014-es lakossági internethasználat online piacfelmérése szerint a 0–6 éves gyermekek 10%-a használ felügyelet nélkül mobiltelefont vagy tabletet, míg közel 30%-os a szülői felügyelettel történő használat (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2014a). Összehasonlításképpen: az ugyanezen évi kutatásuk a kiskorúak médiafogyasztási szokásairól kimutatta, hogy az 1–5 éves gyermekek 77%-a tévézik naponta. Természetesen a fent említett technikai eszközök egyre népszerűbbek, de kifejezetten az óvodáskorú gyermekek körében még a televízió az elsődleges médiafogyasztási eszköz. így elenyésző az óvodás korú gyermekek körében kutatott internethasználat (Kásler, 2017).

Érdekes Anderson et al. (1986) megfigyelése is, miszerint a gyermekek óránként 150-szer fordítják el a fejüket a képernyőtől, átlagban 15–15 mp-re. Ugyanakkor a televízió nézése

közben játszó gyermekek játéka a TV-nézés ellenére folyamatos marad. A kutatók megállapításai szerint a gyermekek meglévő ismereteik, gondolkodási és értelmi sémáik segítségével igyekeztek megérteni a látottakat. A gyermek akkor „ragad le” a képernyő előtt, ha úgy érzi, hogy a további figyelés válaszolni fog egy kialakult kérdésére. Egy hasonló kutatás keretén belül Lyle – Hoffman (1971) 157 óvodáskorú gyermekkel készített interjút média- és televíziós fogyasztásaikról. A legtöbb 5 éves azt nyilatkozta, hogy saját maga választhatja ki a műsort, míg a 3 és 4 éveseknek csak az egyharmada adta ezt a választ. Megállapítható, hogy drasztikusan csökken 3 éves kor után a szülő által történő műsorválasztás. A dolgozó édesanyák gyermekei nagyobb valószínűséggel választják ki maguk a programot. A kutatók számos kérdést tettek fel annak érdekében, hogy kiderüljön: tudják-e a gyermekek, hogy az emberek a televízióban „valódiak”-e. A gyermekek 22%-a tudta, hogyan „működik” a televízió. Annál a kérdésnél, hogy *„Hová mennek az emberek, a gyerekek és a tárgyak, amikor a televízió ki van kapcsolva?”* 20% adott értelmes választ. Míg az anyák 87%-a jelezte: óvodás korú gyermekeik olyan élelmiszert kértek, amit a televízióban láttak; 91%-uk pedig azt mondta, hogy a gyermekeik olyan játékokat kértek, amilyeneket a televízióban láttak (Kásler, 2017).

A gyerekek a megfigyelt viselkedésmintákat először fantáziájukban „gyakorolják”, majd játékokban, és csak ezután alkalmazzák szociális helyzetekben. Ha ezek a gyermek felé érkező elemek negatívak, akkor azok negatívan befolyásolják a gyermek fejlődését. A gyerekek különösen érzékenyek, akár sebezhetőek a média üzeneteivel szemben, hiszen képességeik fejletlenebbek, élettapasztalatuk hiányos, és nem képesek megfelelően értékelni, szelektálni az információkat. A mai kor egyre gyorsuló információáradatában nem csak a gyermekekben, hanem a felnőtt társadalomban is ki kell alakulnia a médiatudatosságnak (Molnár, 2019).

A kisgyerekeknél nagyon körültekintően kell alkalmazni a számítógépet, nem válhat a gyerekek lekötésének, ismeretszerzésének fő eszközévé, és ami a legfontosabb, nem pótolhatja a hagyományos játékokat. Fontos, hogy a számítógép ismeretközlő, kommunikatív funkcióját kell előnyben részesíteni, nem a szórakoztatót. Emellett nélkülözhetetlen a felnőtt felügyelete, akivel a kisgyermek együtt dolgozhat és tapasztalatait meg tudja beszélni (Molnár, 2019).

A számítógépek helyes használatának megismertetése rendkívül fontos. Ennek azért is van különös jelentősége, mert az informatikai alapismeretek napjainkban már az általános műveltség részévé váltak, ami a jövőre nézve még inkább követelmény lesz a felnövő generációnak. Másrészt a ma óvodásai bátran nyúlnak ezekhez az eszközökhöz, mert életkori sajátosságuknak megfelelően nagy kíváncsiságuknál és érdeklődésüknél fogva gyorsan sajátítanak el ismereteket. Ezt a kíváncsiságot és érdeklődést helyesen kihasználva kell megalapozni a gyermekek számára az információ szűrését, befogadását (Molnár, 2019).

A számítógépek korai megismerésének számos lehetősége létezik, például a képességfejlesztő játékok. A gyermekek számára mindig csak olyan szoftvert szabad választani, ami életkori sajátosságaiknak megfelelő. Ki kell szűrni azokat a szoftvereket, amelyek öncélúak, pedagógiaiilag értéktelenek, erőszakosak. Az egyik legfontosabb alapelv, hogy a számítógép használatakor azt közvetítsük a gyerekeknek, hogy a számítógép csak egy eszköz (Kásler, 2017).

A média egy másik gyakran említett területe a televízió, annak hatásai a kisgyermekekre. A masszív tévézés következményei nemcsak pszichésen okoznak változásokat, hanem fizikálisan is. A sokat tévéző gyerekek általában kevesebbet mozognak, többet fogyasztanak édességet, szervezetük gyengébb állóképességű, mindez fokozottabban jelentkezik a hízásra hajlamos gyerekeknél. Ezeknek a gyerekeknek romlanak a társas kapcsolataik, a közös játékok, beszélgetések helyett előnyben részesítik a televíziót (Molnár, 2019).

Az óvodáskorúak televízió-használatával kapcsolatos körütekintés azért is szükséges, mert a gyermekek, leginkább kisebb korban, még nehezen tudják megkülönböztetni a televízióban látott tartalmak valóságos és nem valóságos elemeit. A kisebb gyermekek, kettő–három éves kor körül, még inkább úgy gondolják, hogy amit a televízióban látnak, az mind valóság. Később, megközelítőleg ötéves korukra kezd kialakulni az a felismerés, hogy a televízióban látott jelenetek között vannak valóságos és nem valóságos elemek is. Ezek a televízióban látott tartalmak a gyermekek játéktevékenységében is megjelennek, mint egyfajta feldolgozása a látottaknak (Molnár, 2019).

A gyermekek televízió nézésével kapcsolatban rendkívül nagy szerepük van a szülőknek, akik egyrészt irányítják, kontrollálják a televízió használatot, azzal, hogy bizonyos műsorok megtekintését engedélyezik, vagy nem a gyermekeknek. Másrészt nagy szerepük van a látott műsorok feldolgozásában is, azzal, ha a látottakat a gyermek a szülővel megbeszélheti. Ez azért is nagyon fontos, mert a kisgyermek még nehezen értheti meg, vagy félreértheti a televízióban látottakat, hallottakat. A feldolgozatlan élmények, a meg nem értett jelenetek, cselekmények a gyermek számára káros hatásúak lehetnek (Molnár, 2019).

A médiaértésnek tehát a leghatásosabb módja az, ha a gyermek a szülővel együtt nézi a műsorokat. Ehhez szükséges, hogy médiahasználati stratégiával rendelkezzenek a szülők, aminek elengedhetetlen része a szülői tájékozódás és tájékoztatás. Továbbá e stratégiának része az, hogy a gyermekek fokozatosan legyenek hozzászoktatva az önálló, tudatos informálódáshoz, szórakozáshoz. A különböző műsorokban látottak megbeszélése elősegítheti azt is, hogy a gyerekek koncentrációja, aktivitása növekedjen, és fejlődjen a kritikai érzékük, ezzel pedig tudatosabb nézővé váljanak (Kásler, 2017).

A televízióban látottak feldolgozásának legfőbb módja a gyermek számára az, ha eljátssza, amit látott. Megfigyelhető, hogy a gyermekek olyan elemeket jelenítenek meg játékaikban, amelyeket egyértelműen valamilyen televíziós műsorból vagy filmből merítettek. A gyermekek játékának egyik motivációját az jelenti, hogy az új ismereteket megjelenítsék a játéktevékenységükben. Itt kell megemlítenünk azt a tényt, hogy bizonyos műsorok közvetíthetnek értékes ismereteket, de egyre gyakoribbak a negatív töltetű, erőszakos mintát közvetítő tartalmak. A gond az ilyen jellegű tartalmakkal az, hogy szorongást és félelmet keltenek a gyerekekben. Az agresszió mindenképpen félelmet, feszültséget kelt, és megismétlése a játékban ezt a feszültséget újrateremti, sőt a játék folyamán esetleg még fokozza is, majd befejeztével feszültségcsökkenést eredményez (Kásler, 2017).

Az agresszív televízió-tartalmak azonban nem feltétlenül eredményeznek minden esetben agresszív magatartást a gyermekek játékában. A fiúk alkati, fejlődéslélektani, talán társadalmi okokból is szívesebben azonosulnak az agresszív szereppel. Ezekkel a játékokkal kapcsolatban helyes irányelvnek mutatkozhat az, ha megvizsgáljuk, hogy a gyermeket mi motiválja az agresszív színezetű játékra. Saját erőit próbálja gyakorolni, avagy bántani akar másokat? Mindenképpen szükséges a pedagógus érzékenysége és empátiája ennek a kérdésnek a megválaszolására, semmiképpen sem állíthatja le teljesen a mindennap látott agresszív minták utánzását, de bizonyos határokat, korlátokat szabhat: törekedhet a játékban az agressziók csökkentésére vagy szocializáltabb formában való realizálására (Molnár, 2019).

Mára elkerülhetetlenné vált, hogy a gyermekek találkozzanak a médiával, illetve a különböző tömegkommunikációs eszközökkel, azonban a médiatudatosságra nevelésnek már egész kicsi kortól, a családi otthonban el kell kezdődnie (Kásler, 2017).

III. A kutatás módszertani háttere

3.1. A kutatás célja

Ebben a fejezetben a tanulmányi eredményességet vizsgáló kérdéseket és hipotéziseket mutatom be. Kifejtem a kutatásom célját, bemutatom a mérőeszközt. Ismertetem, hogy milyen kutatási módszerrel mértem fel a Nagydobronyi Kistérség óvodások médiafogyasztási szokásait.

A munka során arra keressük a választ, hogy a Nagydobronyi és a Beregszászi Kistérségben milyen az óvodások médiafogyasztása. A kutatást 2023 decemberében kezdtük el, amely során egy kérdőívet állítottunk össze. A kérdőív kitöltésére online volt lehetőség egy Google Űrlap segítségével. A kérdőívet eljuttattam a Tiszaágteleki, Kisdobronyi, Nagydobronyi, Csongori, Dimicsői, Beregszászi, Mezővári, Bene, Makkosjánosi, Gát, Halábor, Nagymuzsaly, Mezőgecse, Badaló, Kígyósi, Nagybaktai, Nagyborzsavai, Oroszi, Csetfalvai és Tizsacsomai óvoda gyereket nevelő szülőkhöz. Összesen 144 szülő töltötte ki a kérdőívünket. A kérdőívet az óvodákon keresztül juttattam el a szülőknek, illetve a közösségi oldalakon személyes megkereséssel is kértem a részvételi szándékot. A kérdőív kérdéseit többnyire más média szokásokat vizsgáló kutatások kérdőíveiből adaptáltuk (Survio: Médiafogyasztási szokások az X, Y és Z generációban; „Fiatalok médiafogyasztási szokásai”).

A kérdőív első részében a szülők társadalmi háttérét kérdeztük meg: nem, kor, családi állapot, legmagasabb végzettség, jelenlegi foglalkozás, objektív anyagi helyzet, szubjektív anyagi helyzet, vallás, jelenlegi lakhely, hány gyereket nevel, hány óvodáskorú gyereke van.

A kérdőív második részében rákérdeztünk: az óvoda gyermek nemére, korára, hogy jár-e óvodába és ha igen hová, az óvoda tannyelvére, hogy milyen nyelven beszélnek otthon.

A kérdőív harmadik részében pedig felmértük, hogy milyen médiafogyasztási szokásai vannak a gyerekeknek: Milyen műsorokat néz? Mennyire van korlátozva? Mennyi időt tölt bizonyos média eszközökkel? Milyen eszközöket használ? Mikor használja ezeket leggyakrabban? A szülők véleménye szerint mennyi az ideális idő, amit médiával lehet tölteni; Milyen csatornákat és rajzfilmeket néz a gyerek? Milyen gyakorisággal? Vannak-e saját eszközei? Milyen szempontok alapján dönti el a szülő, hogy mit néz a gyerek stb.

A kutatásban a következő kérdésekre kerestük a választ:

- Milyen az óvodások média fogyasztása?
- Mennyire befolyásolja a gyerekek fejlődését?
- A szülők mennyire engedékenyek ezekkel szemben?

A hipotézisek a következők:

H1: A szülők a vizsgált térségekben még hagyományosak és próbálják a média fogyasztást minél jobban korlátozni a gyermekeiknél

H2: A városban és a falvakban élők médiafogyasztási szokásaiban különbség tapasztalható.

H3: A fiatalabb szülők már könnyebben beengedik a gyerek életébe a médiát.

IV. Eredmények

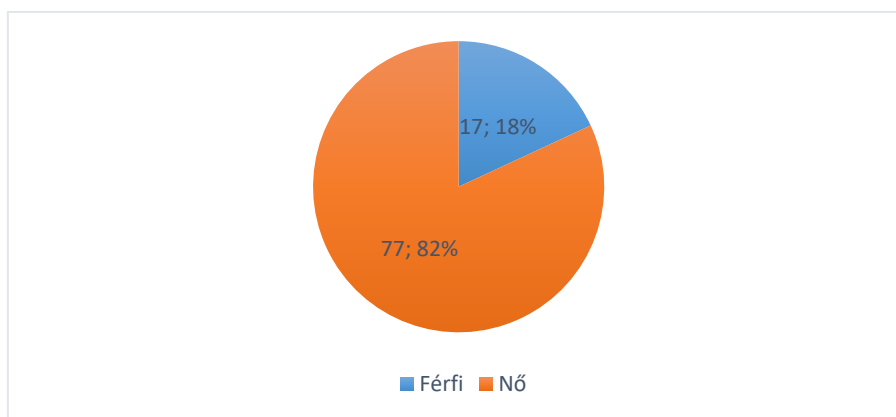
4.1. A megkérdezettek szociodemográfiai háttérjellemezői a Nagydobronyi Kistérségben

A kutatásomat 2023 decemberében kezdtük, a Nagydobronyi Kistérségben élő óvodás gyermeket nevelő szülők körében. Egy kérdőívet állítottunk össze, melynek kitöltésére online volt lehetőség egy Google Űrlap segítségével. Összesen 94-en töltötték ki.

A kérdőív elején általános szociodemográfiai kérdések vannak, mint a kitöltő neme, életkora, lakhelye, vallása, családi állapota stb.

A kérdőívet 17 férfi (18,1%) és 77 nő (81,9%) töltötte ki. Ebből az adatból látszik, hogy az anyákat könnyebb rávenni, hogy ilyen típusú kutatásban vegyenek részt, együttműködőbbek voltak, mint az apák.

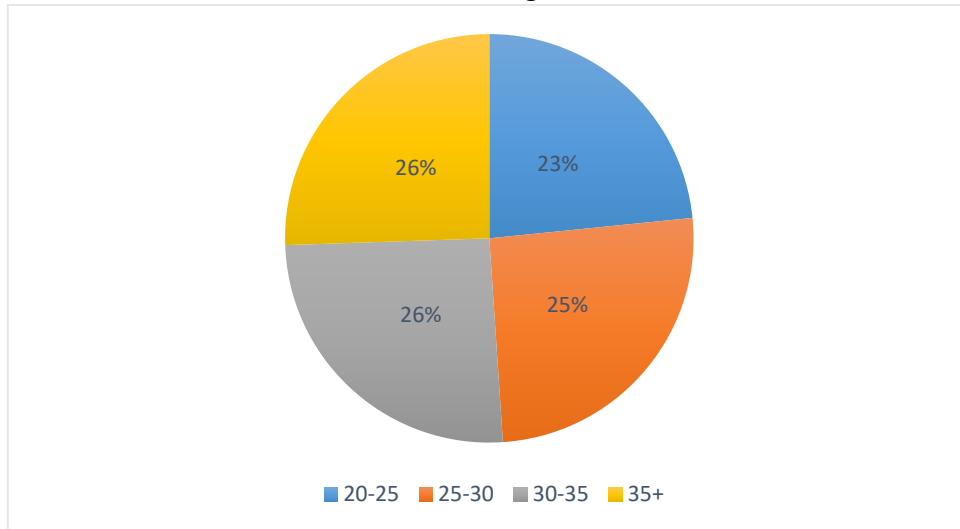
1. ábra: A nagydobronyi kistérségben megkérdezettek nemi megoszlása (%)



Forrás: saját szerkesztés.

Feltérképeztük, hogy a kérdőívet kitöltő szülők hány évesek. Mind a négy típusú korosztályból szinte egyenlően voltak a kitöltők között. A 20–25 évesek között 22 kitöltő volt. A 25–30, 30–35 és 35+ évesek között pedig egyformán 24 ember töltötte ki.

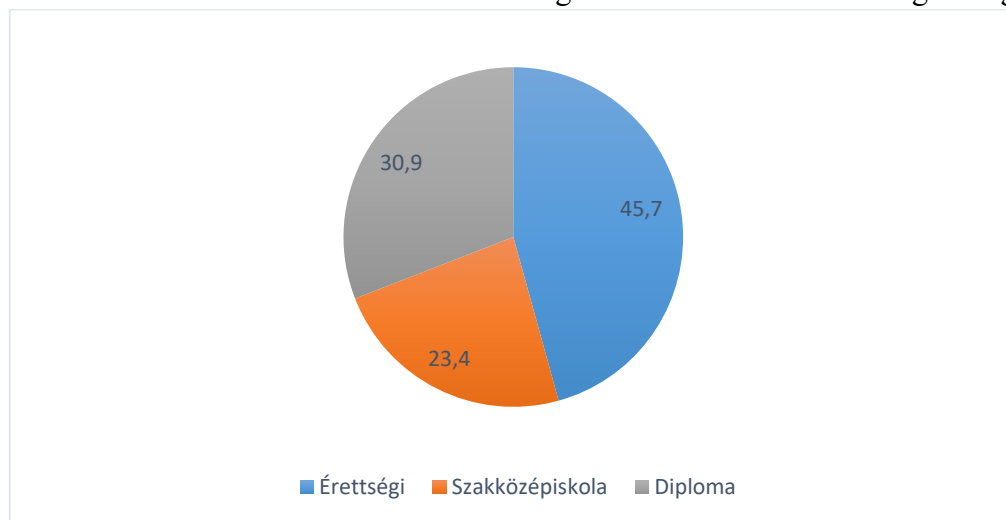
2. ábra: A megkérdezett szülők kora



Forrás: saját szerkesztés.

A nagydobronyi térségből származó szülők 45,7% csak érettségivel rendelkezik, 30,9% diplomával, , 23,4 % pedig szakközépiskolát végzett el.

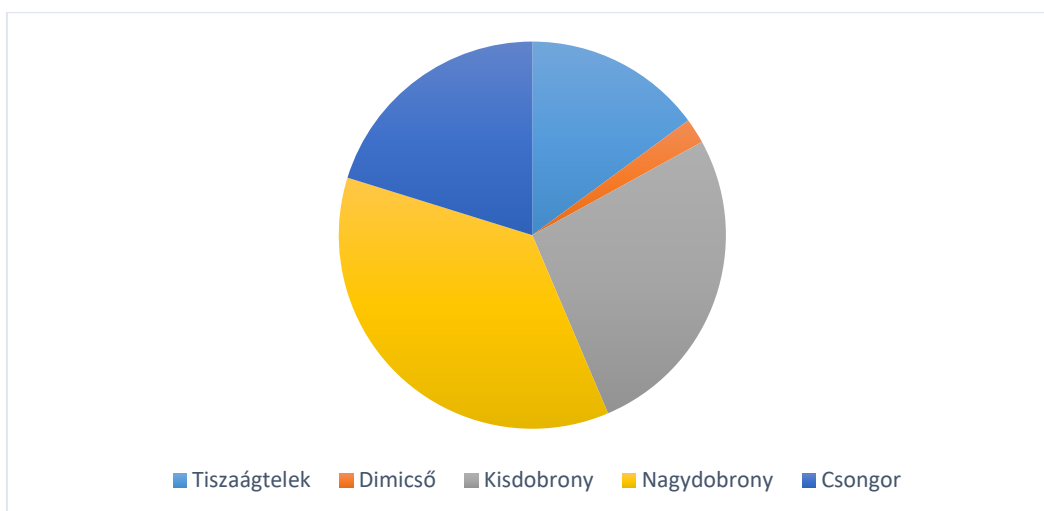
3. ábra: A megkérdezett szülők iskolai végzettsége (%)



Forrás: saját szerkesztés.

A Nagydobronyi Kistérségből öt településben végeztük el a kutatásunkat, az alábbi megoszlásban: Tiszaágtelek – 14,9%, Dimicső – 2,1%, Kisdobrony – 26,6%, Nagydobrony – 36,2%, Csongor – 20,2%.

4. ábra: A település, ahol élnek a Nagydobronyi Kistérségben (%)



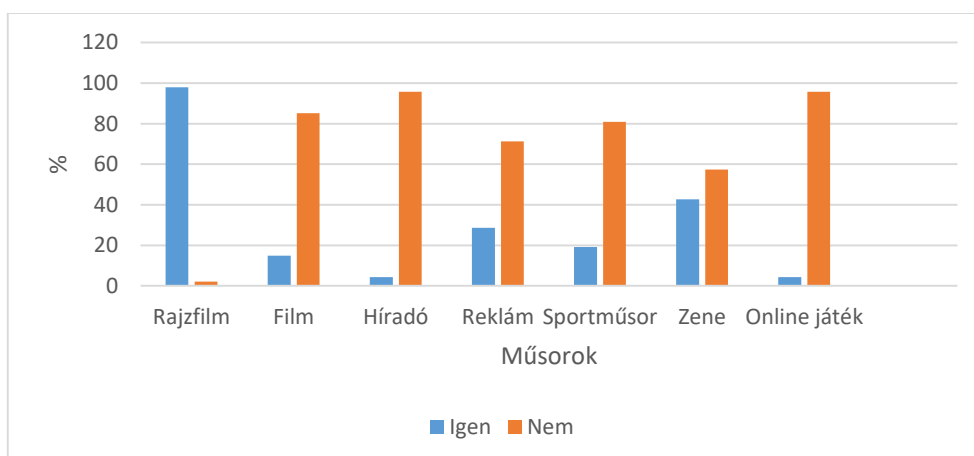
Forrás: saját szerkesztés.

Az óvodás gyermek nemének százaléka: fiú – 46,8%, lány – 53,2%.

4.2. Médiafogyasztási szokások az óvodáskorú, Nagydobronyi Kistérségben élő gyermekek körében

A vizsgálat során a kérdőívben voltak olyan kérdések, amelyek kitértek a gyermekek médiahasználati szokásaira, azok gyakoriságára, időpontjára stb. Legnagyobb százalékban az óvodáskorú gyermekek rajzfilmet (97,9 %) néznek. Ezen kívül magasabb százalékot ért el a zene nézése/hallgatása (42,6%). 3,2 %-nál a szülő önbevallása alapján nem követik, hogy mit néz a gyerekük.

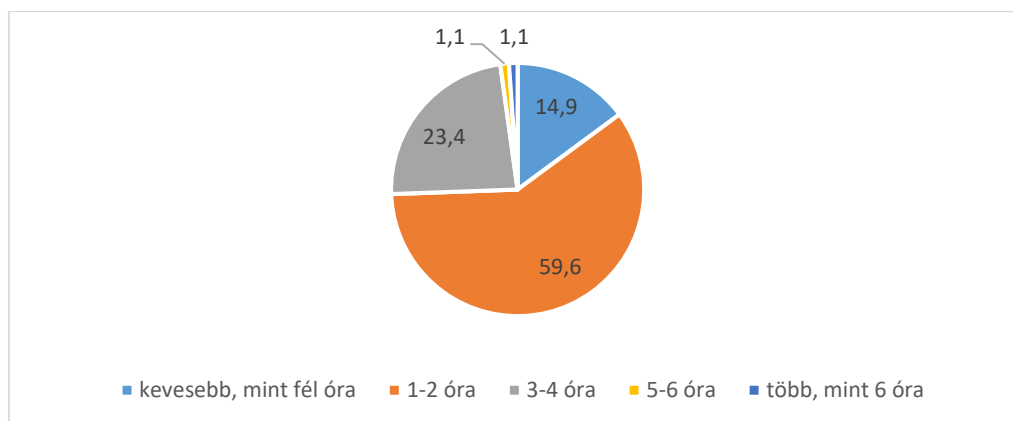
5. ábra: Műsorok, amelyeket a gyermekek néznek a szülők elmondása szerint (%)



Forrás: saját szerkesztés.

A szülők elmondása szerint ennyi időt engedélyeznek a gyerekeknek tévénézésre: 59,6%-a 1–2 órát engedélyez, 23,4 %-a 3–4 órát engedélyez, 14,9%-a kevesebb, mint félórát engedélyez, 2,2%- pedig 5–6 vagy több, mint 6 órát engedélyez. Következtetesként levonható, hogy a többség 1–2 órától nem engedélyez több időt a tévénézéssel.

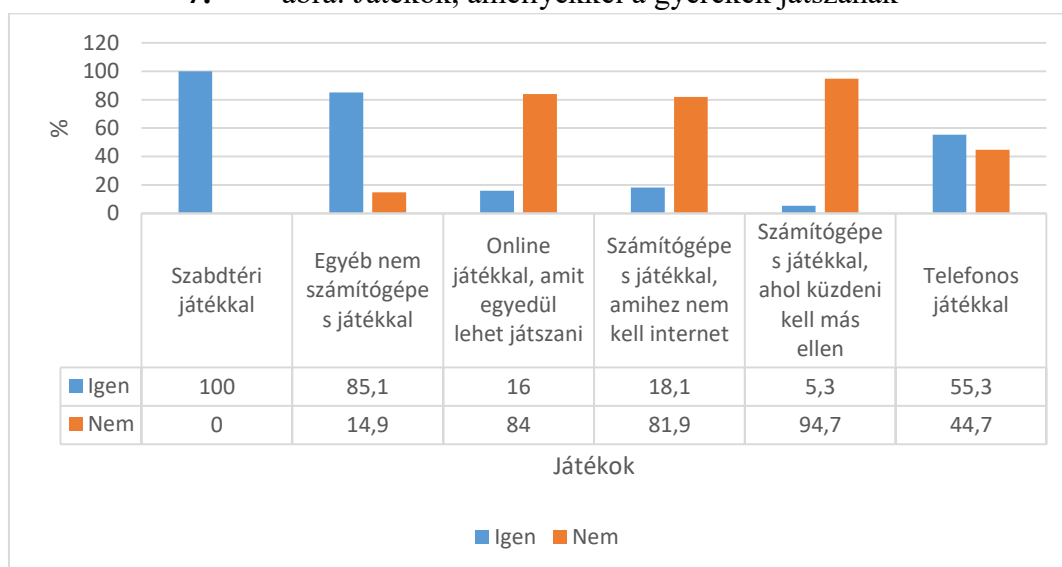
6. ábra: A gyerekek tévénézésre fordított ideje (%)



Forrás: saját szerkesztés.

A megkérdezettek közül minden szülő úgy nyilatkozott, hogy a gyermeke játszik szabadtéri játékokat, viszont a szülők 55,3% azt is bejelölte, hogy gyermeke játszik különböző telefonos játékokat.

7. ábra: Játékok, amellyel a gyerekek játszanak

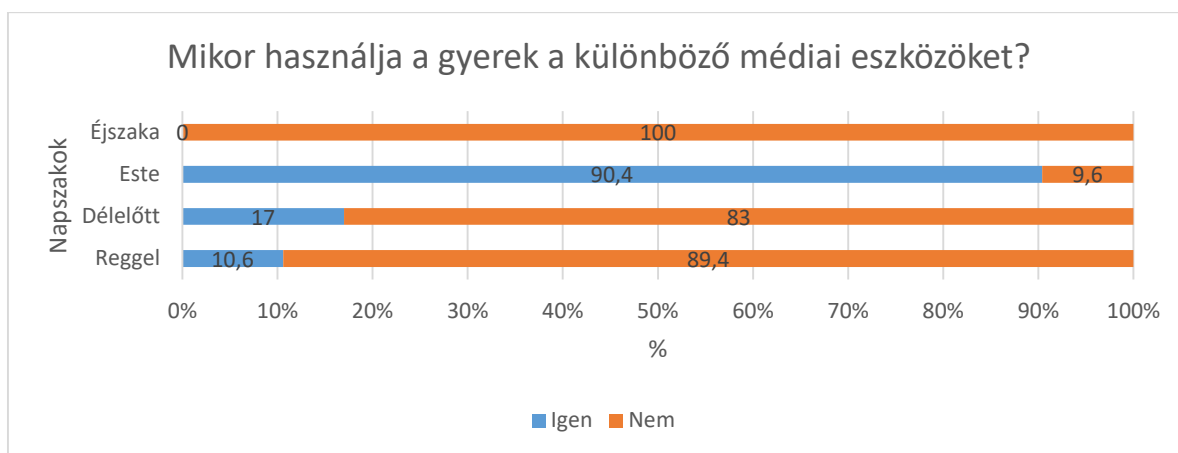


Forrás: saját szerkesztés.

A válaszadók 90,4%-a elsősorban az esti órákban fogyaszt médiát. Ennek valószínű oka, hogy a gyermekek napközben – délelőtt és kora délután – óvodai környezetben tartózkodnak, ahol a

médiahasználat erősen korlátozott vagy teljesen hiányzik. Ezzel szemben a hazatérés után, otthoni környezetben gyakrabban kerül sor televíziózásra, telefonhasználatra és egyéb digitális eszközökkel való tevékenységre.

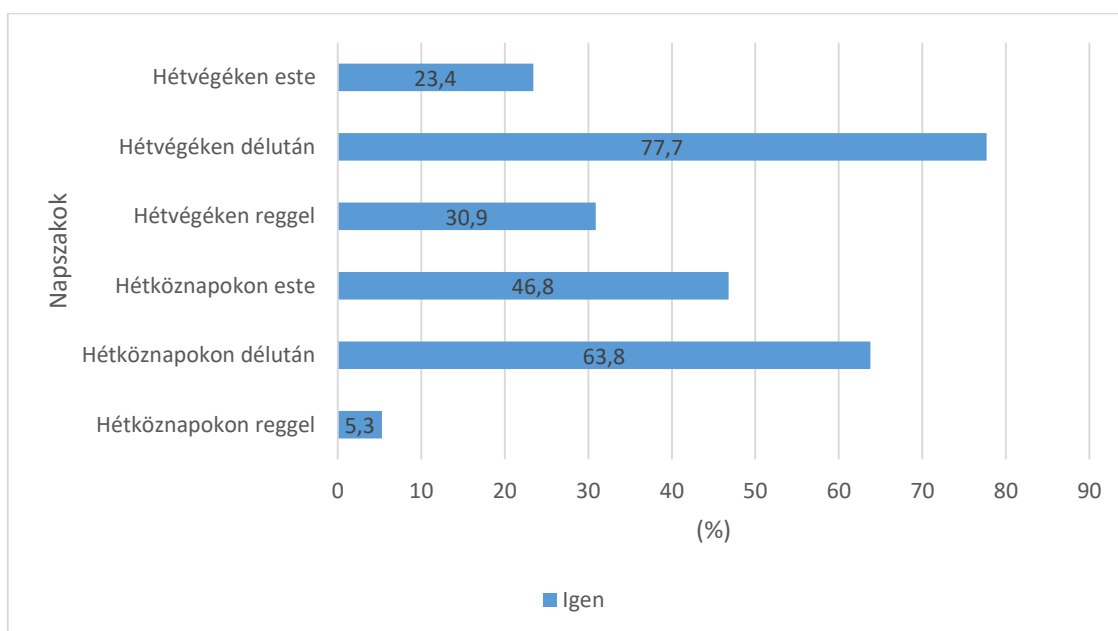
8. ábra: Mikor használja a gyerek a különböző médiai eszközöket?



Forrás: saját szerkesztés.

A vizsgálat alapján a gyermekek leggyakrabban hétköznap délután (63,8%), valamint hétvégén délután (77,7%) használják a médiát. Ugyanakkor figyelemre méltó, hogy hétköznap esténként is jelentős arányban – a válaszadók 46,8%-a – jelezte a médiahasználat jelenlétét, ami arra utal, hogy a délutáni időszak mellett az esti órákban is gyakori a digitális eszközökhöz való hozzáférés.

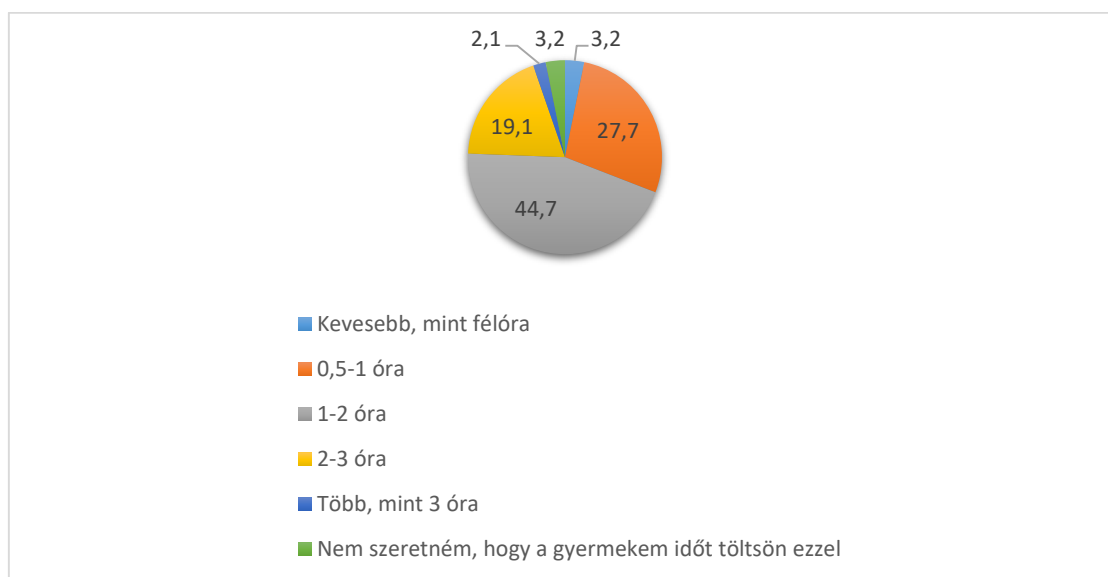
9. ábra: A gyerekek médiafogyasztása napszakonként (%)



Forrás: saját szerkesztés.

A szülők médiával kapcsolatos attitűdjeit vizsgálva megállapítható, hogy a megkérdezettek 44,7%-a szerint az ideális tévénézéssel töltött idő naponta 1–2 óra, míg 27,7% ezt 0,5–1 órában határozta meg. Egy további kérdés arra irányult, hogy a gyermek internetezhet-e önállóan. A válaszadók túlnyomó többsége, 85,1%, nem tartja ezt megfelelőnek, míg 14,9% engedélyezi az egyedüli internet-használatot. Arra a kérdésre, hogy a gyermekek milyen televíziós csatornákat néznek leggyakrabban, a válaszok között az M2, a Cartoon Network, a Disney Channel, a Minimax és a JimJam csatornák, illetve egyéb mesecsatornák szerepeltek a leggyakrabban.

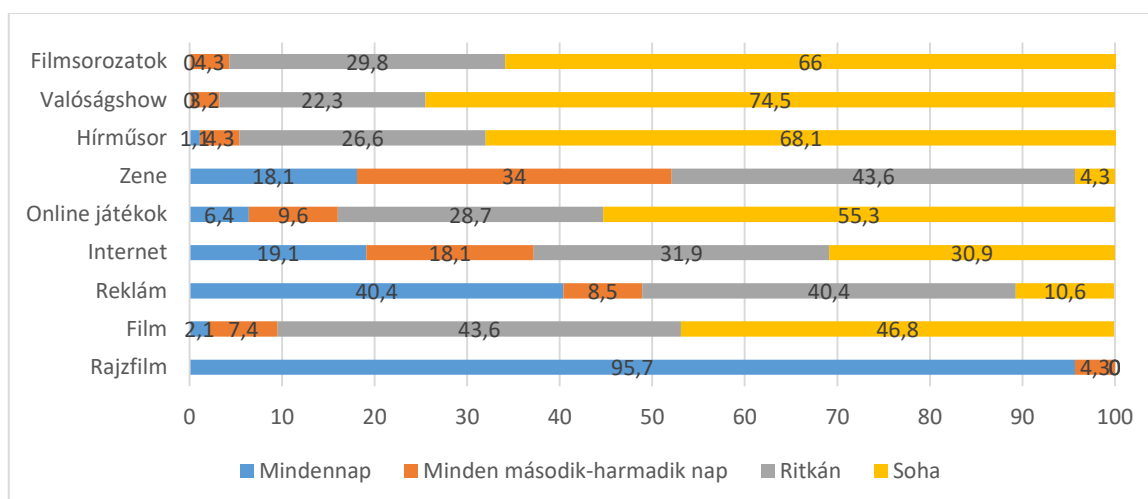
10. ábra: Az ideális tévénézéssel töltött idő a megkérdezett szülők véleménye alapján



Forrás: saját szerkesztés.

A gyermekek médiafogyasztási tartalmait vizsgálva megállapítható, hogy a legtöbben rajzfilmeket néznek: a „rajzfilm” válaszlehetőséget a szülők 95,7%-a jelölte meg. A reklámokat a gyermekek 40,4%-a nézi. A szülők válaszai alapján a valóságshowk (74,5%), hírműsorok (68,1%), filmsorozatok (66%) és filmek (46,8%) esetében jellemzően a „soha” válasz dominált, ami arra utal, hogy ezek a műfajok kevésbé jellemzőek a gyermekek médiafogyasztásában. A szülői kontroll vizsgálatára irányuló kérdés alapján a megkérdezettek 85,1%-a korlátozza gyermeke médiahasználatát időlimittel, míg 14,9% nem él ilyen korlátozással.

11. ábra: Ilyen gyakran nézi/hallgatja/használja ezeket a műsorokat a gyerek (%)



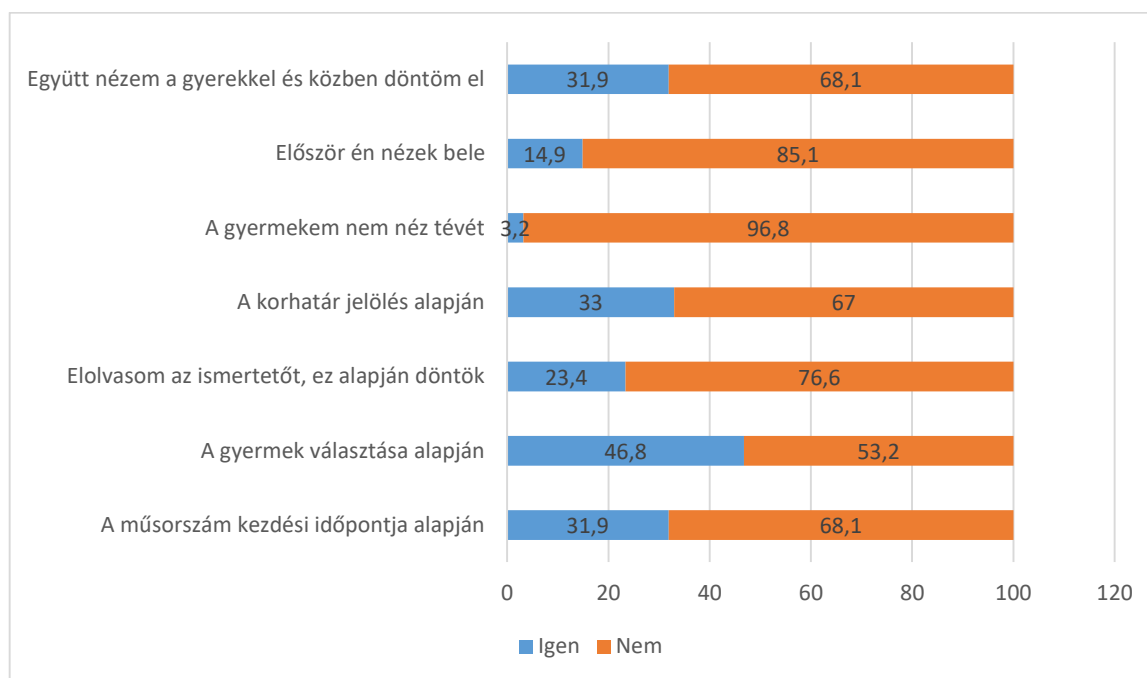
Forrás: saját szerkesztés.

A kutatás során arra is kitértünk, hogy a gyermekek rendelkeznek-e saját televízióval vagy mobiltelefonnal. A válaszadók 23,4%-a jelezte, hogy gyermekének van televízió a szobájában, míg 76,6% szerint nincs. A saját mobiltelefon birtoklása ennél is alacsonyabb arányban fordul elő: a szülők 20,2%-a nyilatkozott úgy, hogy gyermekének van saját telefonja, míg 79,8% szerint gyermekük nem rendelkezik ilyen eszközzel.

A szülők médiahasználattal kapcsolatos döntési mechanizmusait vizsgálva megállapítható, hogy a legtöbb esetben – a válaszadók 46,8%-a szerint – a gyermek választása alapján dől el, hogy milyen műsort nézhet. A szülők 31,9%-a a műsorszám kezdési időpontjához igazítja a döntést, míg szintén 31,9% jelölte meg azt, hogy együtt nézik a gyermekkel az adott tartalmat, és közben döntenek annak megfelelőségéről.

Egy nyitott kérdés segítségével azt is vizsgáltuk, hogy mely meséket nézik leggyakrabban a gyermekek. A leggyakoribb válaszok között szerepelt a *Magyar népmesék*, a *Mancsőrrjárat*, a *Bing*, a *Mása és a medve*, az *Alvin és a mókusok*, a *Pepa malac*, valamint a *Bogyó és Babóca*. A válaszok alapján a *Mancsőrrjárat* című rajzfilmsorozat emelkedett ki legnépszerűbbként.

12. ábra: A felsorolt itemek alapján döntenek el a szülők, hogy a gyermekük mit nézhet a tévében (%)



Forrás: saját szerkesztés.

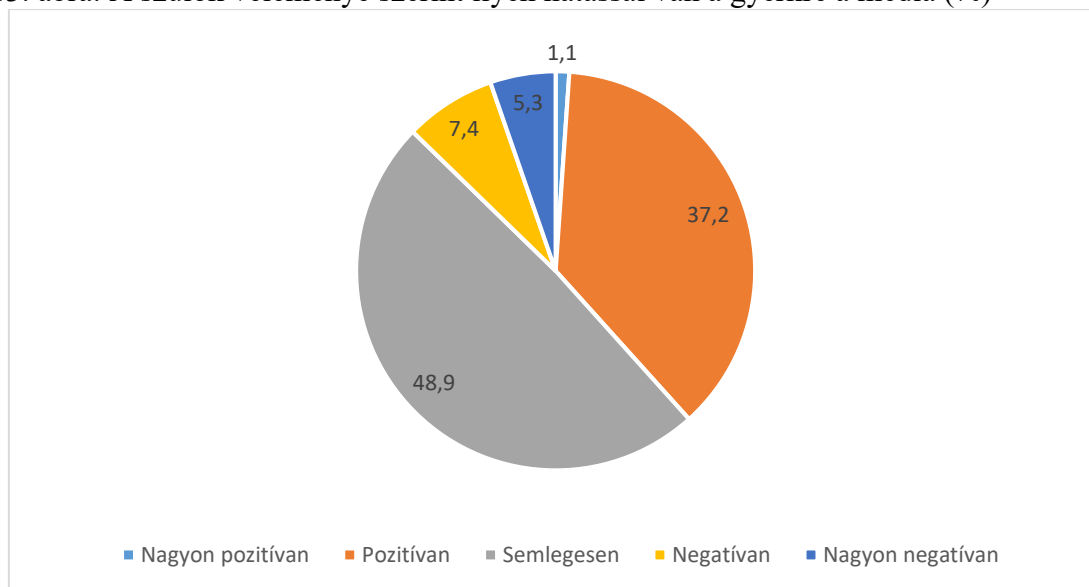
A médiahasználat körülményeit vizsgálva a szülők 58,5%-a jelezte, hogy gyermeke rendszeresen egyedül használja a médiát, míg 41,5% esetében mindig van felnőtt jelen a médiafogyasztás során. Ez arra utal, hogy az esetek többségében a gyermekek szülői felügyelet nélkül találkoznak különböző tartalmakkal, ami fokozott odafigyelést igényel a tartalomválasztás szempontjából.

A meseválasztással kapcsolatos szülői preferenciákat egy többválaszos kérdés segítségével mértük fel. A válaszok alapján a legfontosabb szempont a mesék tanulságos jellege volt, amelyet a szülők 89,4%-a tartott kiemelten fontosnak. Ezt követte a kedves, aranyos hangvétel (58,5%), valamint a nyelvi fejlesztésre való alkalmasság (40,4%). Emellett 48,9% tartotta fontosnak, hogy a mese interaktív legyen, 27,7% számára a szociális készségek fejlesztése volt lényeges, míg 21,3% említette a jól követhetőséget, és 31,9% az állatszereplők jelenlétét. Az adatok azt mutatják, hogy a szülők elsősorban értékközvetítő és érzelmileg pozitív hatású meséket részesítenek előnyben, de egyre nagyobb figyelmet kapnak a nyelvi és szociális fejlesztést támogató szempontok is.

A szülők médiahatással kapcsolatos attitűdjeit vizsgálva megállapítható, hogy a válaszadók 48,9%-a semlegesnek ítéli meg a média gyermekre gyakorolt hatását, míg 37,2% pozitív hatásról számolt be. Ez arra utal, hogy a szülők többsége nem érzékeli a média egyértelműen

káros vagy kimondottan előnyös hatásait, inkább kiegyensúlyozott vagy szelektív hatásmechanizmust feltételez.

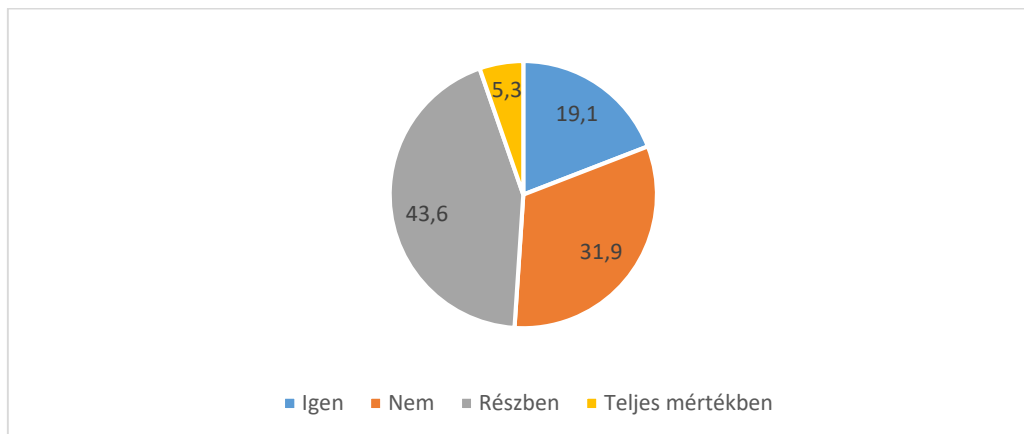
13. ábra: A szülők véleménye szerint ilyen hatással van a gyerkre a média (%)



Forrás: saját szerkesztés.

A média esetleges negatív hatásaival kapcsolatos szülői attitűdök vizsgálata során a válaszadók 56,4%-a jelezte, hogy van aggodalma ezen a téren. Ezek az aggodalmak elsősorban a túlzott képernyőidőre, illetve a gyermek életkorához és fejlődési szintjéhez nem illeszkedő tartalmak elérhetőségére vonatkoztak. Ugyanakkor a szülők 43,6%-a nem számolt be ilyen jellegű aggodalmakról, ami azt mutatja, hogy a szülők médiahasználattal kapcsolatos érzékenysége eltérő mértékű.

14. ábra: Milyen mértékben hiszik, hogy a média befolyásolja a gyermekük viselkedését pl. Agressziót, depressziót vagy az empátikus viselkedést?



Forrás: saját szerkesztés.

Megkérdeztük, hogy hogyan látják a saját szerepüket a gyermekük médiahasználatának irányításában és nevelésében. A következő válaszokat kaptuk:

„Mindenféleképpen ellenőrzött fejlesztő tartalmak nézése fontos valamit, hogy szülővel együtt történjen, hogy későbbiekben megtudjuk beszélni h miről volt szó pl. egy adott mesében és így tanulságos legyen a gyerek számára.”

„Nagyon nagy és fontos a szerepem a médiahadználat korlátozásban, mivel gyermekeim nélkülem azt néznének amit akarnának, akkor amikor akarnák és addig amíg csak akarnák.”

„Fejlődni kell a gyerekeknek is a világgal együtt,nem tiltani kell tőlük a médiahasználatot,viszont korlátozni mindenképp szükséges,h mit nézhet és mit nem!”

„Igyekszünk arra törekedni, hogy keveset használja a médiakészülékeket, inkább rajzolással és egyéb közös programokkal töltse az időt.”

„Nekem kell megszabnom az időhatárt valamint a tartalmakat is, mivel nagyon sok károsan ható videó, rajzfilm vagy egyéb tartalom sokszor a gyerekek számára érdekes módon van készítve és a tartalom rejtett agressziót vagy egyéb káros dolgot tartalmazhat.”

„A mai világ nélkülözhetetlen elemei a médiaeszközök használata. Ilyen korban élünk. A körülöttünk történő dolgokról, legyen jó vagy rossz, a médiából értesülünk legtöbbször. Én, mint szülő korlátozhatom milyen tartalmakat nézzen és mennyi ideig a gyerekem.”

„Mi korlátozhatunk, azt hogy mennyi ideig nézheti a gyere a tv-t, a gyerek nem tudja még megérteni mennyi sok ideig nézett a tv-t, csak azt hogy vége van-e a mesének vagy sem. Abban tudunk segíteni, ha nem akármit nézhetnek a gyerekek, mert van olyan mese amit egy ovis nem tud hogy van benne eléggé nehéz rész ami a gyerekeknek eléggé megviselő lehet.”

Azt is megkérdeztük a szülőktől, hogy hogyan látják az óvodapedagógus szerepét a gyermekük médiahasználatának irányításában és nevelésében. A következő válaszokat kaptuk:

„Nagy befolyással van, mert amit az ovónéni mond az szent.”

„Nagyon sok hasznos dolgot tudnak ők is tanítani gyerekeknek a megfelelő médiahasználatról.”

„Fontos szerepet töltenek be, hiszen más módon is le tudják kötni es foglalkoztatni a gyermeket.”

„Fontosnak tartom, hogy az óvodapedagógusok is tanítsák a gyermekeket a korlátozásra, a rossz tartalmak elkerülésére.stb.”

„Pozitív tapasztalatom van ezt illetően az óvodapedagógus nevelésében!”

„Fontos, hogy tőlük is a közös személyes játékokat tanulják meg, valamint a mesék könyvekből nem pedig videókból történő megismerését szorgalmazzák ők is.”

„Az óvodában is vannak csoporton belül interaktív foglalkozások. Ezek a multimédiás eszközök használatával valósul meg(projektor, interaktív tábla, számítógép). Vagyis, hogy a mai gyerekek minőségi oktatásban részesüljenek, ezek az eszközök elengedhetetlenek, hiszen a kivetített anyag átadása is sokkal könnyebb, ha vizualizálódik, jobban megmaradhat a kép által a gyermek emlékezetében. (pl mikor a gyümölcsök neveit tanulják ukrán nyelven, kép+a gyümölcs neve). Sokszor előfordul, hogy az óvónők levetítenek egy rövid, tanulságos mesét, utána pedig visszakérdezik a gyerekektől, hogy mi történt. Ez a memória fejlesztésre is alkalmas. Tehát az óvónők azáltal, hogy használják a média eszközeit, fejlesztik a gyermekeket.”

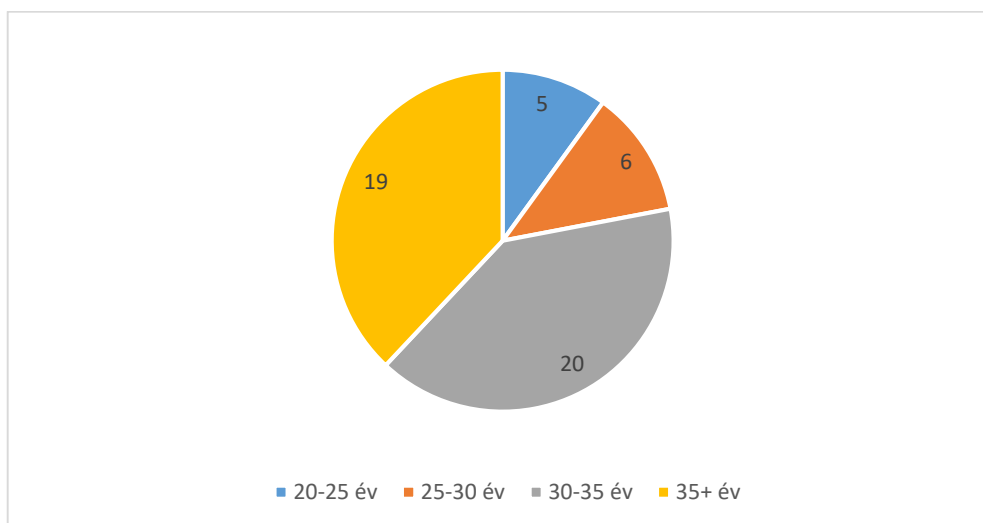
„Nagyon fontos az óvónők szerepe is mivel amit ők mondanak és tanítanak az a gyerekeknek fontos és megjegyzi.”

4.3. A kutatás szociodemográfiai adatai a Beregszászi Kistérségben

Az előző évi, 2023-2024-es kutatásomat folytattam 2024-2025-ben a Beregszászi Kistérségben élő óvodás gyermeket nevelő szülők körében. Egy kérdőívet állítottunk össze, melynek kitöltésére online volt lehetőség egy Google Űrlap segítségével. Összesen 50-en töltötték ki.

Ebben a fejezetben szeretném ismertetni az elért eredményeket. A kérdőív elején általános szociometriai kérdések vannak, olyanok, mint a kitöltő neme, életkora, lakhelye, vallása, családi állapota stb. A kérdőívet 6 férfi (12%) és 44 nő (88%) töltötte ki. Ebből az adatból látszik és megerősítjük az előző évi adatokat, hogy az anyákat könnyebb rávenni, hogy ilyen típusú kutatásban vegyenek részt, együttműködőbbek voltak, mint az apák. A Beregszászi Kistérséghez tartozó mintában a 30-35 évesek és a 35+ évesek voltak többségben, 20 (40%) és 19 (38%) ember töltötte ki ebből a korcsoportból, 20-25 évesek közül 5 (10%) ember töltötte ki 25-30 évesek közül pedig 6 (12%).

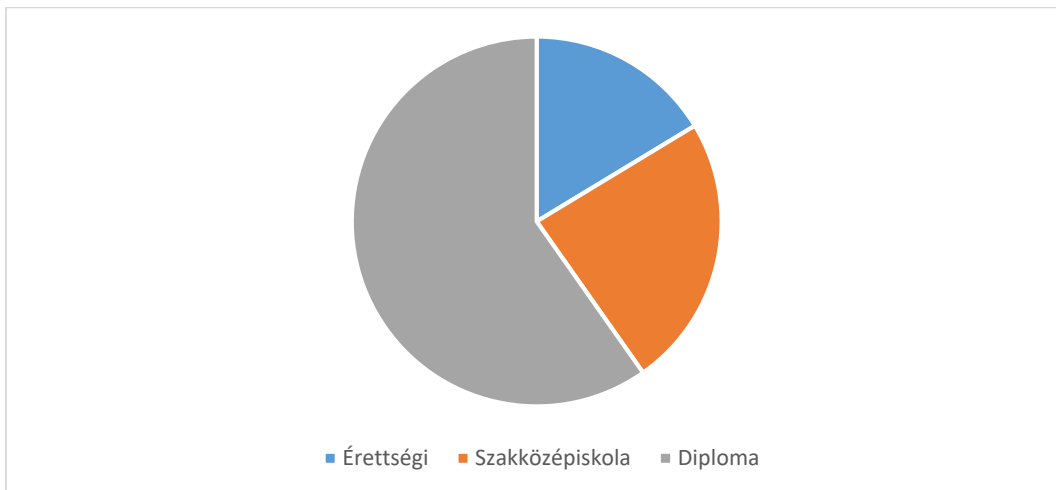
15. ábra: A beregszászi kistérségi válaszadók kor szerinti megoszlása (N)



Forrás: saját szerkesztés.

A válaszadó szülők iskolai végzettség szerinti megoszlása kedvező képet mutat: 60%-uk felsőfokú végzettséggel, azaz diplomával rendelkezik. Érettségivel a szülők 16%-a, míg szakközépiskolai végzettséggel 24%-uk rendelkezik. A magas diplomás arány különösen jelentős, mivel a szülői iskolázottság az egyik legmeghatározóbb tényező lehet a gyermek tanulási szokásainak, médiahasználati mintázatainak és általános fejlődésének alakulásában.

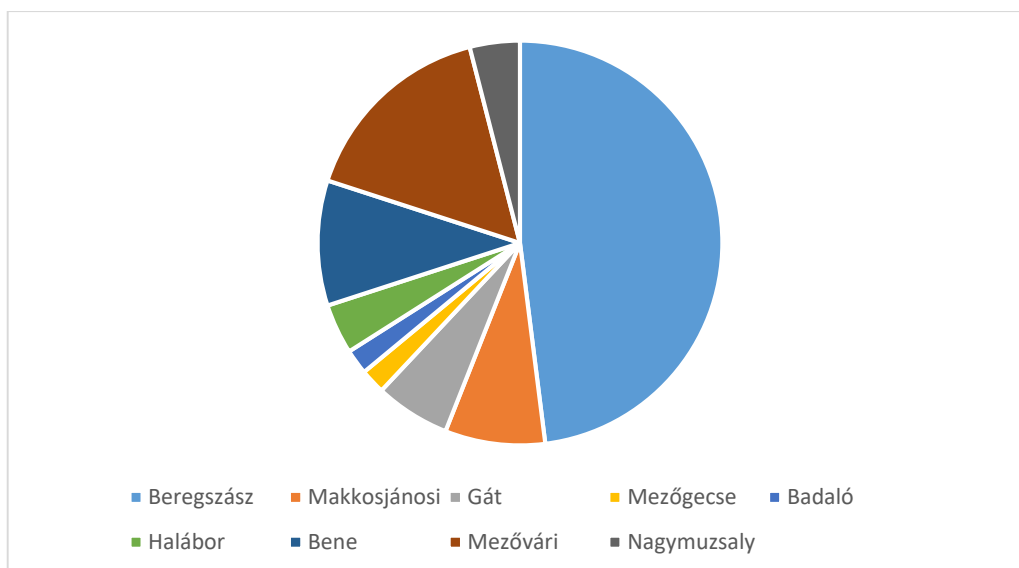
16. ábra: A szülők iskolai végzettsége a Beregszászi kistérségben



Forrás: saját szerkesztés.

A kérdőívet kitöltő szülők településszerinti megoszlása a következőképpen alakult: a legtöbben Beregszászból (24%) vettek részt a kutatásban, ezt követi Mezővári (16%), Bene (10%), Makkosjánosi (8%), Gát (6%), Halábor (4%), Nagymuzsaly (4%), Mezőgece (2%) és Badaló (2%). Ugyanakkor több településről – nevezetesen Kígyósról, Nagybaktáról, Nagyborzsaváról, Orosziból, Csetfalváról és Tiszacsomáról – nem érkezett be kitöltött kérdőív. Ez az eloszlás bizonyos földrajzi és intézményi aránytalanságokat jelezhet, amelyeket az eredmények értelmezésénél figyelembe kell venni.

17. ábra: A település, ahol élnek

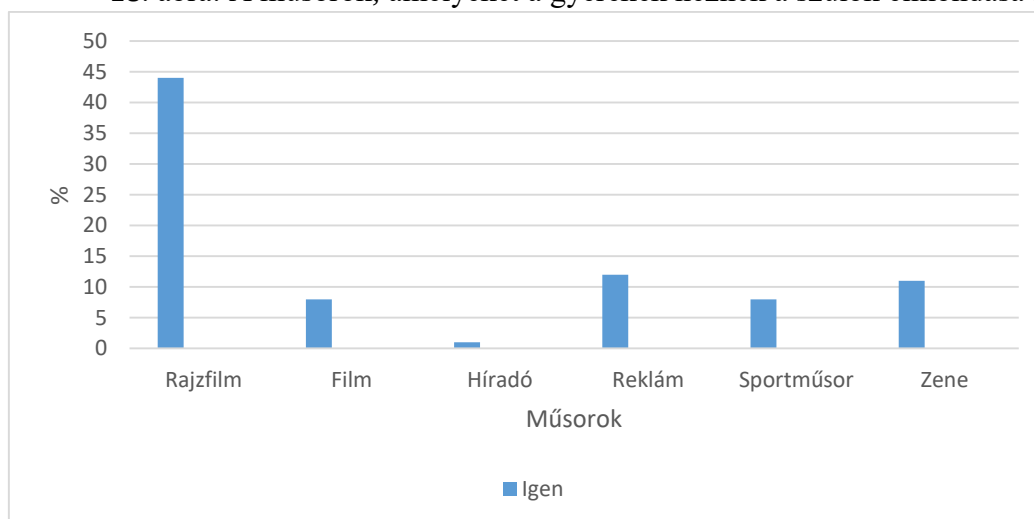


Forrás: saját szerkesztés.

4.4. Médiafogyasztási szokások az óvodáskorú, Beregszászi Kistérségben élő gyermekek körében

A vizsgálat során a kérdőív több kérdésben is rákérdezett a gyermekek médiahasználati szokásaira, azok gyakoriságára, időpontjára, illetve a fogyasztott tartalmak típusára. A 17. diagram a gyermekek által nézett televíziós műsorok megoszlását szemlélteti. Az eredmények alapján elmondható, hogy az óvodáskorú gyermekek döntő többsége – a válaszadók 88%-a – elsősorban rajzfilmeket néz. A többi műsортípus esetében jóval alacsonyabb arányokat tapasztaltunk. Érdekeség, hogy a szülők 4%-a nem tudott nyilatkozni arról, milyen műsorokat néz a gyermeke – ez viszonylag alacsony arány, ami arra utal, hogy a legtöbb szülő tisztában van gyermeke médiafogyasztási szokásaival.

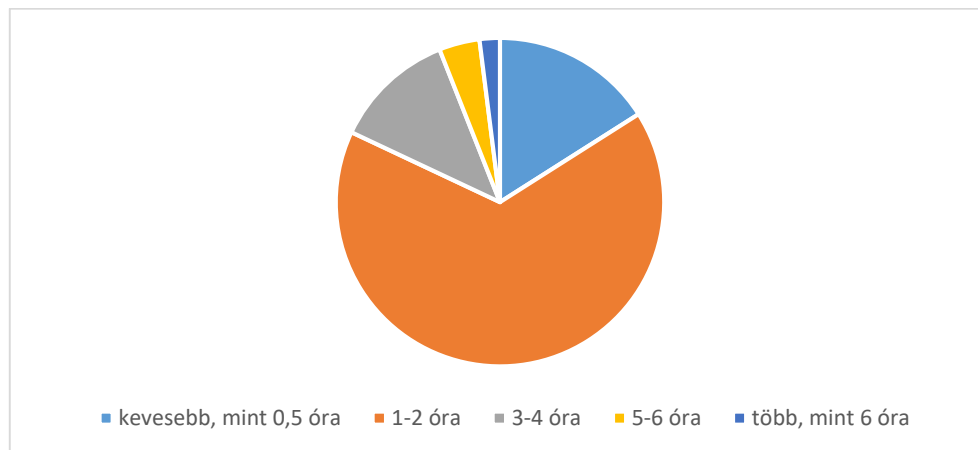
18. ábra: A műsorok, amelyeket a gyerekek néznek a szülők elmondása szerint



Forrás: saját szerkesztés.

A szülők beszámolóai alapján a gyermekek számára engedélyezett tévé nézéssel töltött idő a következőképpen alakult: a válaszadók 66%-a napi 1–2 órát tart elfogadhatónak, míg 16% ennél is kevesebbet, azaz legfeljebb félórát engedélyez. A szülők 12%-a napi 3–4 órányi tévé nézést tart megengedhetőnek, míg 6% esetében az engedélyezett időtartam eléri vagy meghaladja az 5–6 órát. Az adatok összességében kedvező képet mutatnak, mivel a szülők többsége (82%) legfeljebb napi 1–2 órára korlátozza gyermeke televíziózással töltött idejét, ami összhangban áll a szakirodalomban ajánlott irányelvekkel.

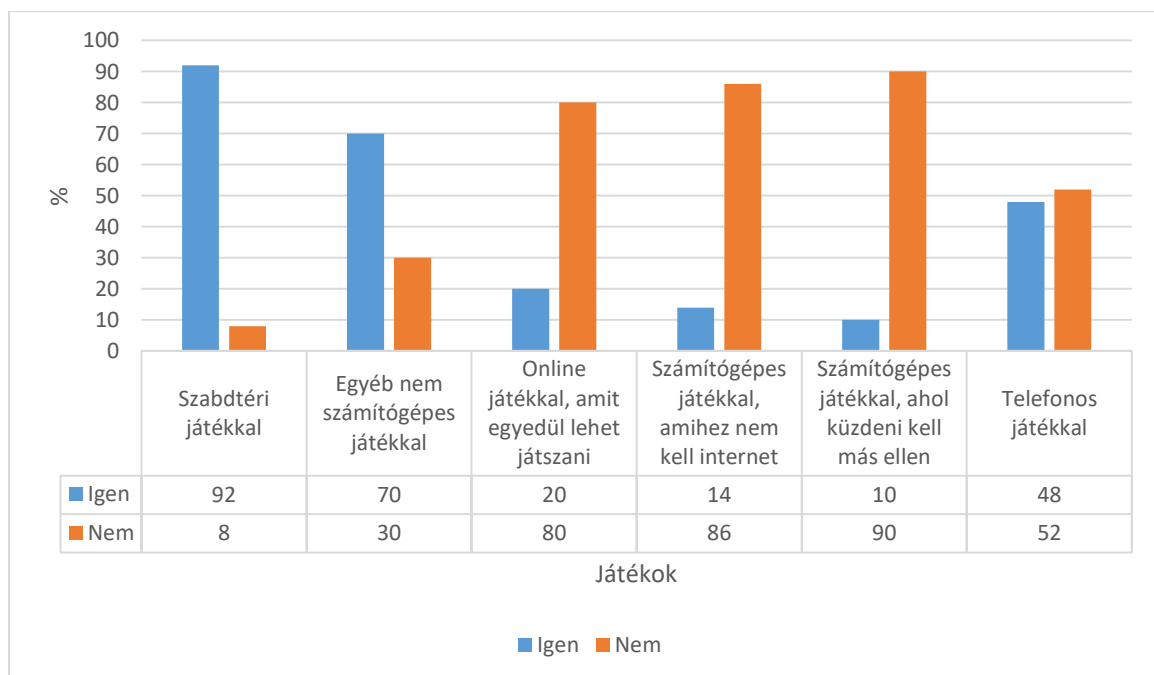
19. ábra: Ennyi időt tévélhet a gyerek naponta



Forrás: saját szerkesztés.

A kutatás során vizsgáltuk a gyermekek játékhasználati szokásait is. A válaszadók 92%-a jelezte, hogy gyermeke rendszeresen játszik szabadtéri játékokat, ami kedvező arány, hiszen a mozgásos tevékenységek fontos szerepet játszanak az egészséges testi és pszichés fejlődésben. Ugyanakkor a szülők 48%-a azt is megjelölte, hogy gyermeke telefonos játékokat is játszik. Ez az arány már aggodalomra adhat okot, különösen, ha figyelembe vesszük a kisgyermekkorban történő képernyőhasználat hosszú távú hatásait a figyelemfejlődésre és a társas kapcsolatok alakulására.

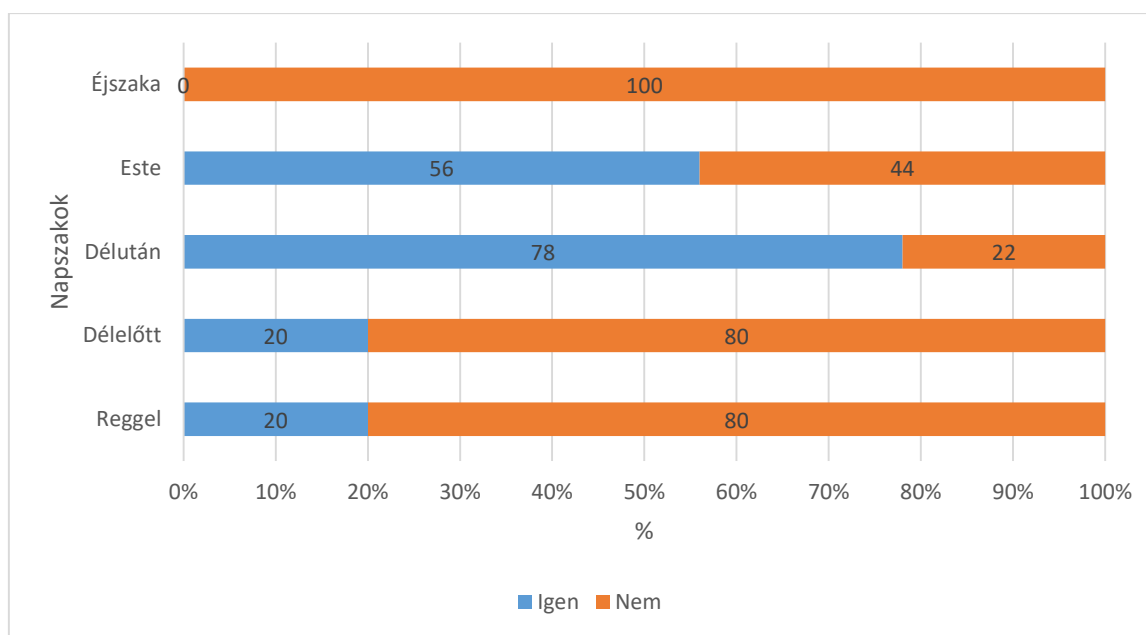
20. ábra: Játékok, amelyekkel a gyerekek játszanak



Forrás: saját szerkesztés.

A szülői válaszok alapján a gyermekek médiafogyasztása leggyakrabban délután (78%) és este (56%) történik. Ennek egyik valószínű oka, hogy a gyermekek délelőtt óvodai környezetben tartózkodnak, ahol a médiahasználat nem jellemző, vagy teljes mértékben korlátozott. A hazatérés után azonban megnő az esélye annak, hogy a gyermekek televíziózással, telefonos játékokkal vagy más digitális tartalmakkal töltik az idejüket. Ez a napi ritmus jól tükrözi az óvodáskorú gyermekek médiahasználati szokásainak időbeli eloszlását.

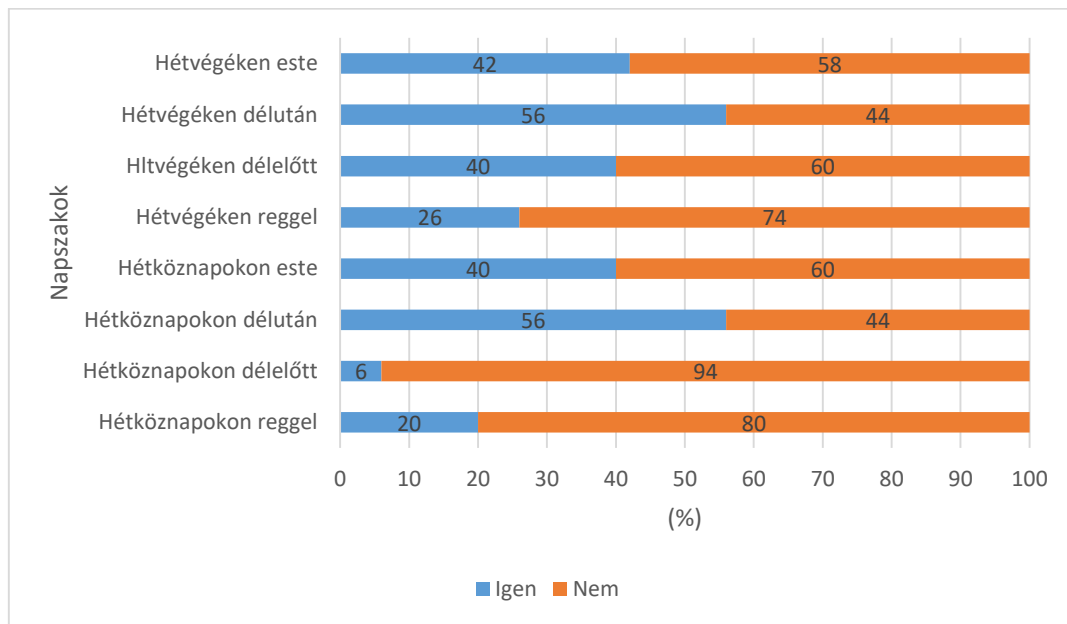
21. ábra: A gyerekek médiafogyasztása napszakonként



Forrás: saját szekeszítés.

A kutatás adatai alapján a gyermekek leggyakrabban hétköznapiokon és hétvégéken egyaránt délután használják a médiát; mindkét esetben a szülők 56%-a jelölte meg ezt az időszakot a leggyakoribb médiafogyasztási intervallumként. Ez az eredmény alátámasztja azt a feltételezést, hogy a délutáni órák jelentik a legjellemzőbb időszakot a gyermekek digitális eszközökkel való találkozására.

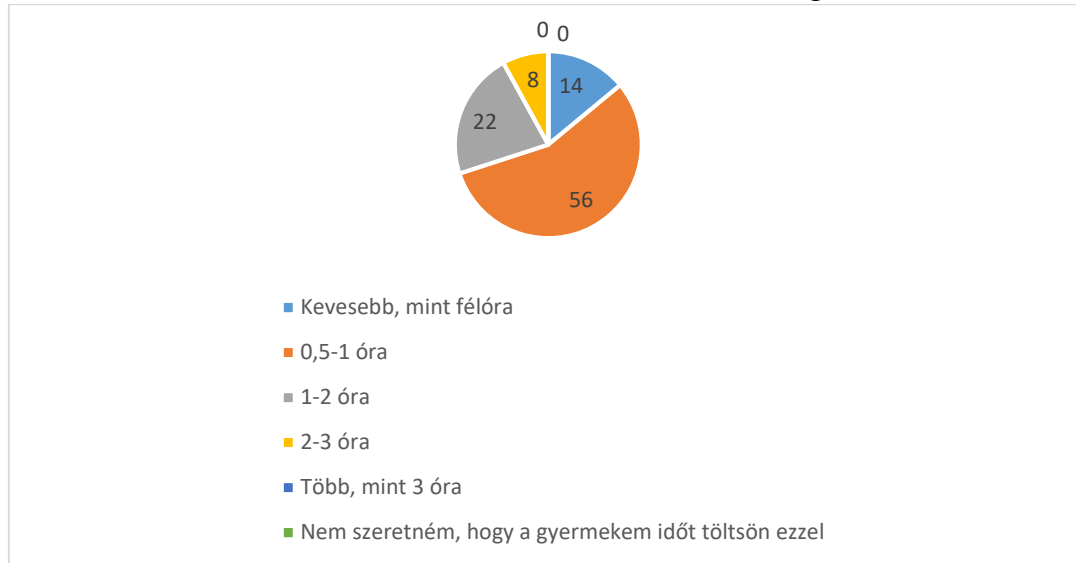
22. ábra: A gyerekek médiafogyasztásának gyakorisága



Forrás: saját szerkesztés.

A szülők véleménye megoszlott a gyermekek számára ideálisnak tartott tévénézéssel töltött idő tekintetében. A válaszadók 56%-a szerint napi 0,5–1 óra a megfelelő időtartam, míg 22% ezt 1–2 órában határozta meg. További 14% szerint a fél óránál rövidebb idő lenne az ideális, míg 8% 2–3 óra tévénézést tart elfogadhatónak naponta. A gyermekek önálló internethasználatára irányuló kérdésre a szülők döntő többsége, 92%-a válaszolta azt, hogy gyermeke nem internetezhet egyedül, míg mindössze 8% engedélyezi ezt. Ez az arány azt mutatja, hogy a szülők jelentős része fontosnak tartja a digitális tartalmak feletti szülői kontroll fenntartását. A gyermekek által leggyakrabban nézett televíziós csatornák között a következők szerepeltek: M2, Cartoon Network, Disney Channel, Minimax, JimJam, valamint egyéb mesecsatornák. A felsorolt csatornák többsége kifejezetten gyermekek számára készült, animációs vagy ismeretterjesztő tartalmakat kínál, amelyek jelentős hatást gyakorolhatnak a gyermekek médiával kapcsolatos élményeire és szokásaira.

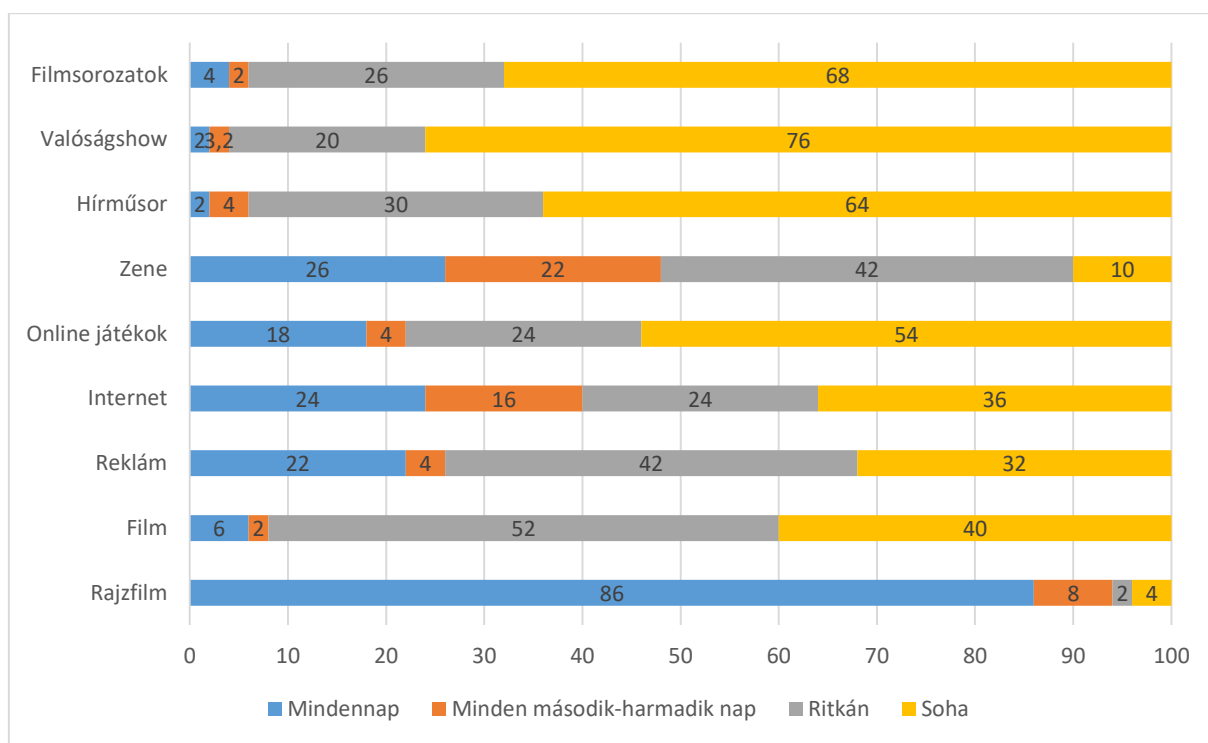
23. ábra: Az ideális tévé nézéssel töltött idő a szülők megítélése szerint



Forrás: saját szerkesztés.

A gyermekek által leggyakrabban fogyasztott médiatartalmak típusait vizsgálva megállapítható, hogy a rajzfilmek dominálnak: a szülők 86%-a jelezte, hogy gyermeke elsősorban ilyen tartalmakat néz. A zenés tartalmakat a válaszadók 26%-a, az internetes tartalmakat 24%-a, míg a reklámokat 22%-a jelölte meg. Az életkori sajátosságoknak megfelelően a szülők túlnyomó többsége a valóságshow-k (76%), filmsorozatok (68%) és hírműsorok (64%) esetében a „soha” válaszlehetőséget választotta, ami arra utal, hogy ezek a tartalomtípusok jellemzően nem részei az óvodás korú gyermekek médiafogyasztásának. A kutatás során arra is rákérdeztünk, hogy a szülők alkalmaznak-e időkorlátot a gyermekek médiahasználatában. A válaszadók 84%-a igennel válaszolt, míg 16% nem él ezzel a korlátozási formával. Az adatok arra utalnak, hogy a szülők többsége tudatosan igyekszik szabályozni gyermeke médiahasználatát, különösen az időtartam tekintetében.

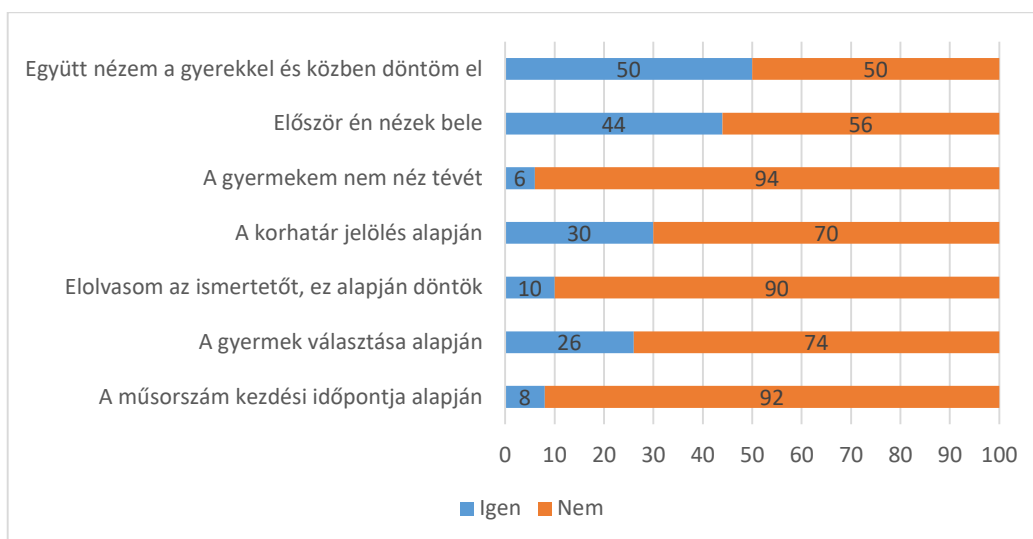
24. ábra: Milyen gyakran nézi/hallhatja/használja a gyermek a következőket?



Forrás: saját szerkesztés.

A válaszolók között 36 % azt jelölte a kérdőívbe, hogy van a gyereke szobájában tévé, 64 % pedig azt, hogy nincs. 10 %-a azt jelölte, hogy van a gyerekének saját telefonja, 90 % pedig azt, hogy nincs. A szülői médiafelügyelet módját vizsgálva a válaszok alapján a leggyakoribb gyakorlat az, hogy a szülő együtt nézi a gyermekével a kiválasztott műsort, és ez alapján dönti el, hogy a gyermek számára megtekinthető-e – ezt a válaszadók 50%-a jelölte meg. A szülők 44%-a előzetesen megtekinti a műsort, mielőtt engedélyezné gyermekének, míg 30% elsősorban a műsor korhatár-besorolása alapján hozza meg döntését. Ezek az adatok arra utalnak, hogy a szülők többsége aktív szerepet vállal a gyermekek médiahasználatának tartalmi szűrésében.

25. ábra: Mi alapján dönti el, hogy mit nézhet a gyermeke



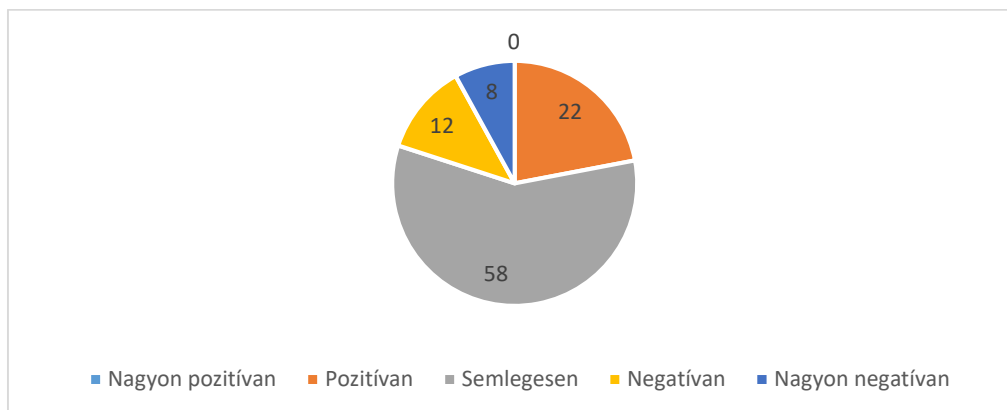
Forrás: saját szerkesztés.

A kérdőívben arra is kitértünk, hogy mely meséket nézik a gyermekek leggyakrabban. A szülők által megadott válaszok alapján a legnépszerűbb mesék a következők voltak: *Magyar népmesék*, *Mancsőrfjárt*, *Bing*, *Mása és a medve*, *Alvin és a mókusok*, *Pepa malac*, valamint *Bogyó és Babóca*. A válaszokból kitűnt, hogy a *Mancsőrfjárt* című rajzfilmsorozat emelkedett ki a leggyakoribb választásként, ami a kisgyermekek körében jelenleg kiemelkedően népszerű tartalomnak számít.

A kutatás során arra is rákérdeztünk, hogy a gyermekek szoktak-e egyedül, szülői felügyelet nélkül médiát használni. A válaszadók 56%-a szerint gyermekük rendszeresen egyedül van médiahasználat közben, míg 44% jelezte, hogy ez nem jellemző. Ez az arány aggodalomra adhat okot, különösen az óvodás korosztály esetében, mivel ebben az életkorban a gyermekek még nem képesek önállóan feldolgozni a médiatartalmakat, és fokozottan ki vannak téve a nem életkoruknak megfelelő információk hatásainak.

Volt egy arra utaló kérdésünk, hogy mik a legfontosabb szempontok a meséket illetően. A szülők 92% szerint fontos, hogy a mese tanulságos legyen. 66% szerint fontos, hogy kedves arányos legyen, 48% szerint az fontos, hogy nyelvi szempontokból fejlesztő legyen, 42% szerint, hogy állatok szerepeljenek benne és interaktív legyen, 28% azt a választ jelölte, hogy fejlessze a szociális készségeket, 14 % pedig azt tartja fontosnak, hogy rövid és jól követhető legyen.

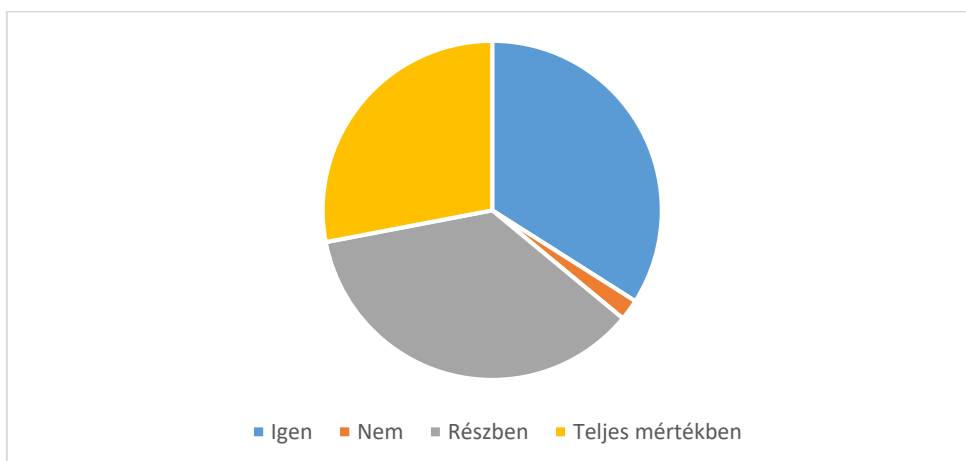
26. ábra: Milyen mértékben érzi, hogy a médiafogyasztás pozitív hatással van a gyermekük fejlődésére?



Forrás: saját szerkesztés.

A szülők 58%-a szerint semleges hatással van a gyermekükre a média, 22% szerint pozitív hatással van, 12% szerint negatívan, 8 % szerint pedig nagyon negatív hatással van. 86%-nak van aggodalma média negatív hatásai miatt (pl. túlzott képernyőidő, tartalmak inkontabilitása a gyermek fejlődésével, stb.), 14%-nak pedig nincsenek aggodalmai ezzel kapcsolatban. A szülők 36%-a úgy gondolja, hogy részben befolyásolja a gyerek viselkedését a média. 28%-a pedig azt, hogy teljesen. A szülők 36%-a úgy gondolja, hogy részben befolyásolja a gyerek viselkedését a média. 28%-a pedig azt, hogy teljesen.

27. ábra: Milyen mértékben hiszik, hogy a média befolyásolja a gyermekük viselkedését pl. Agressziót, depressziót vagy az empátikus viselkedést?



Forrás: saját szerkesztés.

Megkérdeztük, hogy hogyan látják a saját szerepüket a gyermekük médiahasználatának irányításában és nevelésében. A következő válaszokat kaptuk:

„A mi dolgunk felügyelni. Az alkotó játékok vannak előtérben, számítógépen, laptopon még csak játék sincs a számunkra sem, nekik végképp.”

„Nagy szerepe van a szülőnek a médiahasználatban, pl. telefont nem adok oda, így nem is kéri. A Tv-t mi is nézzük, így elkerülhetetlen, hogy ne lássa, és mivel ilyen példát lát, ezért ő is ezt gyakorolja.”

„Következetesnek kell lenni, sok a burkolt kéretlen tartalom. A gyerek táblagépén teljes korlátozás van, én választom meg mit láthat, tv-Ben csak gyermek műsor, bulvár valóságshow-k ki van előtte kapcsolva. Mivel a nem kívánatos tartalmak mély nyomot tudnak hagyni.”

„Nagyon nehéz megfelelő időintervallumot találni a TV nézéshez, hiszen a gyerek mindig többet és többet akar. Anyaként a lehető legszigorúbb módon próbálnom kell befolyásolni a képernyőidejét, mivel könnyen függővé válhat a gyermek.”

„Addig míg a gyerek kicsi, a szülő ellenőrizheti, korlátozhatja vagy megvonhatja a használatot. Minél idősebb, annál nehezebb, pl kollégista gyerek esetében. Ilyenkor csak az oda vezető úton tett oktatás, beszélgetéseket sikeres eredményében bízhat a szülő.”

„Igyekszünk jó példát mutatni (mi, szülők egyáltalán nem tévézünk, gyerekek előtt saját szórakozásunkra nem használjuk a telefont), időkorlátokat szabunk, szűrjük a tartalmakat.”

„Ki kell választani mit nézhet a gyermek, ha esetleg játszik telefonon vagy tableten, akkor az egy fejlesztő játék legyen, legyenek határok, vagy is meg legyen szabva meddig nézheti a mesét vagy játszhat telefonon.”

„Mi vagyunk a szűrő, vagy lehetünk, akik azt a töménytelen mennyiségű információt megsűrjük, ami a gyermekek felé özönlik. Elzárni a médiától őket teljesen nem lehet, de minden erőnkkel azon kell legyünk, hogy segítsünk.”

„Sokszor nem engedném a média használatát be a gyereknevelésben, csak mivel látja a gyerek hogy más gyerekek használhatják így ő is vágyik rá, de utána nézek mit néz.”

Azt is megkérdeztük a szülőktől, hogy hogyan látják az óvodapedagógus szerepét a gyermekük médiahasználatának irányításában és nevelésében. A következő válaszokat kaptuk:

„Az óvodapedagóguson majdnem annyira múlik, mint rajtunk, hiszen ő a másik "nevelőjük".”

„Az óvodapedagógus segít a gyerekek megtanítani azt, hogy telefon es tv nélkül, mennyi olyan szuper játék és kézműves foglalkozás létezik, amit ők ugyanolyan élvezettel tudnak majd csinálni, ezáltal fejlődnek ügyességben, értelemben.”

„Az óvodában tudomásom szerint néha néznek mesét, vagy ismeretterjesztő műsort. Szerintem ez megengedett, pont elegendő, többre nincs is szüksége a gyerekeknek.”

„A digitális eszközök nem feltétlen rosszak, sok mese oktató videó igenis kell. Viszont bízom benne hogy megválogatják ők is mit mutatnak.”

„Az óvodapedagógusnak is irányítani kell a médiahasználatot olyan szempontból hogy érdekes játékokkal lefoglalva a gyermeket elveszik a figyelmét a képernyőtől.”

„A médiahasználat az óvodákban ismeretterjesztő és oktató szerepet tölt be. Egy eszközként szerepel a pedagógus kezében, ami által színesebbé, érdekesebbé tudja tenni az óvodai mindennapokat.”

„Az óvodapedagógus az óvodában eltöltött idő alatt a meseolvasás és a kollektív játékok megszerettetésével tud hatni arra, hogy a gyerek otthon is hasonló elfoglaltságra vágjon.”

„Fontos szerepük van, mert a gyerekek felnéznek rájuk, másképp mint szüleikre, és ha az óvónő könyvből olvasott mesét és nem videót mutatott, akkor itthon is szól hogy úgy szeretné inkább. Már érzik kicsi korban, hogy az óvónők oktatók, tanítják őket.”

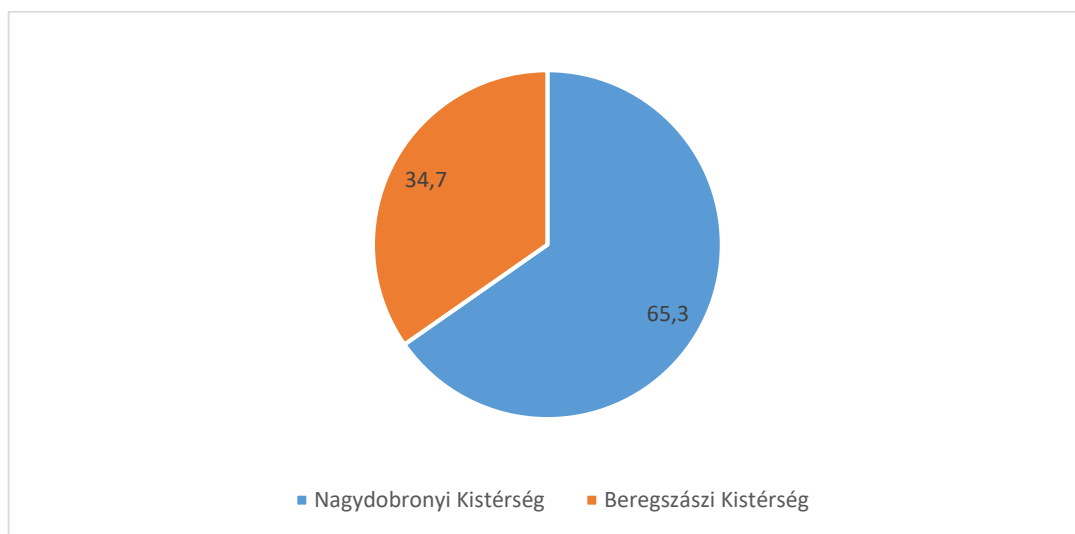
„Ha oktatási céllal használ valamilyen eszközt - az nem gond, vagy ha például légi riadó közben mesét néznek a gyerekek - az sem gond. De ha a nap nagyobb részében a gyerekek csak mesét néznek - az már gondot jelent.”

„Az óvodapedagógusok olyanok, mint a második szülők, példával járnak előttük ők is, de mivel az óvodai foglalkozás ideje alatt ez nem gyakori (internet és média használat) ezért azt hiszem rájuk kevesebb teher hárul e téren. Nekik abban, hogy később önállóan is az értékeket keressék és ne mindent ilyennek magukba, ami a sorban jön.”

4.5. Médiafogyasztási szokások a Nagydobronyi- és Beregszászi Kistérségben élő óvodáskorú gyerekek körében

A kérdőívet a Nagydobronyi és Beregszászi Kistérségben élő óvodások szülei töltötték ki. A Nagydobronyi és Beregszászi Kistérségben a következő arányban voltak a kitöltők: 65,3% Nagydobronyi, 34,7% Beregszászi Kistérségből töltötte ki.

28. ábra: A kitöltők megoszlása a lakóhely szerint



Forrás: saját szerkesztés

A vizsgálat során a kérdőív több kérdésben is rákérdezett a gyermekek médiahasználati szokásaira, azok gyakoriságára, időpontjára, illetve a fogyasztott tartalmak típusára. Az egyik erre utaló kérdésben megkérdeztük, hogy milyen műsorokat néz a gyermekük a szülőknek. Összesítve a két kistérség válaszait, a következő eredményeket kaptuk: 94,4% a rajzfilmet jelölte, 15,3% filmet, 3,5% híradót, 27,1% reklámot, 18,1% sportműsort, 38,9% zenét, 10,4% online játékot és 3,5%-a szülőknek jelölte azt, hogy nem követi mit néz a gyermeke, ez egy jó arány, mivel a szülők nagy többsége tisztában van azzal mit néz és lát a gyermeke a médiában.

A következő kérdésünk arra utalt, hogy a szülők, mennyi időt engednek a gyerekeknek TV nézéssel. 15,3% kevesebb, mint félórát enged, 61,8% 1–2 órát, 19,4% 3–4 órát, 2,1% 6 órát, 1,4% több, mint 6 órát. Tehát a nagy többség napi 1–2 óra tévézést enged gyermekének.

A kutatás során vizsgáltuk a gyermekek játékhasználati szokásait is. A válaszadók 97,2%-a jelezte, hogy gyermeke rendszeresen játszik szabadtéri játékokat, ami kedvező arány, hiszen a mozgásos tevékenységek fontos szerepet játszanak az egészséges testi és pszichés fejlődésben. Ugyanakkor a szülők 52,8 %-a azt is megjelölte, hogy gyermeke telefonos játékokat is játszik.

Ez az arány már aggodalomra adhat okot, különösen, ha figyelembe vesszük a kisgyermekkorban történő képernyőhasználat hosszú távú hatásait a figyelemfejlődésre és a társas kapcsolatok alakulására. A szülői válaszok alapján a gyermekek médiafogyasztása leggyakrabban délután (65,3%) és este (78,5%) történik. Ennek az okai az lehet, hogy a gyerekek délelőtt az óvodában tartózkodnak, ahol a média korlátozott mennyiségben vagy egyáltalán nem jelenik meg a gyerekek mindennapjaiban.

Megkérdeztük, hogy mennyi az ideális tévénezéssel töltött idő a gyermekeknél. A szülők a következő válaszokat adták: 6,9% szerint kevesebb, mint félóra, 37,5% szerint 0,5–1 óra, 36,8% 1–2 óra, 15,3% 2–3 óra, 1,4% több, mint 3 órát jelölte és a szülők 2,1%-a nem szeretné, hogy a gyermeke időt töltsön tévénezéssel. A szülők válaszai alapján a gyerekek 16,7%-ának már van saját telefonja óvodáskorban. 27,8%-ának pedig van a szobájában TV.

Feltettünk egy arra utaló kérdést is, hogy a szülők, hogyan döntenek el, hogy mit nézhet a gyermekük. A legnagyobb arányban (39,6%) a gyermek dönti el, hogy mit szeretne nézni, 38,2% együtt nézi a gyerekekkel és közben dönti el, hogy nézheti-e a gyermek által kiválasztott műsort. 31,9% azt jelölte, hogy a korhatár jelölése alapján dönt.

A kutatás során arra is rákérdeztünk, hogy a gyermekek szoktak-e egyedül, szülői felügyelet nélkül médiát használni. A válaszadók 57,6%-a szerint gyermekük rendszeresen egyedül van médiahasználat közben, míg 42,4% jelezte, hogy ez nem jellemző. Ez az arány aggodalomra adhat okot, különösen az óvodás korosztály esetében, mivel ebben az életkorban a gyermekek még nem képesek önállóan feldolgozni a médiatartalmakat, és fokozottan ki vannak téve a nem életkoruknak megfelelő információk hatásainak.

Volt egy arra utaló kérdésünk, hogy mik a legfontosabb szempontok a meséket illetően. A szülők 90,3% szerint fontos, hogy a mese tanulságos legyen, 61,1%-nak fontos, hogy a mese kedves, aranyos legyen, 46,5%-nak az fontos, hogy a mese interaktív legyen.

A szülők 52,1%-a szerint semleges hatással van a gyermekükre a média, 31,9% szerint pozitív, 9% szerint negatív. A szülők 66,7%-ának van aggodalma a média negatív hatásai miatt (pl. túlzott képernyőidő, tartalmak inkontabilitása a gyermek fejlődésével, stb.), 33,3%-nak pedig nincsenek aggodalmai ezzel kapcsolatban. A szülők 41%-a szerint részben befolyásolja a gyerek viselkedését a média, 24,3% szerint befolyásolja, 21,5% szerint nem hat, 13,2% szerint pedig teljesen hatással van.

Az első hipotézis, miszerint a szülők a vizsgált térségekben még hagyományosak és próbálják a média fogyasztást minél jobban korlátozni a gyermekeiknél, beigazolódott. A válaszadók döntő többsége jelezte, hogy időkorláttal szabályozza gyermeke médiahasználatát, ami arra utal, hogy a szülők többsége törekszik a képernyőidő tudatos kontrollálására. Emellett

az is kiderült, hogy a legtöbb szülő aktívan részt vesz a tartalmak szűrésében is: a megkérdezettek jórésze nézi a gyermekkel a műsort, és ez alapján dönt annak megfelelőségéről, míg azok aránya is jelentős volt a két kistérségben, akik előzetesen megtekintik a tartalmat, mielőtt engedélyeznék a gyermek számára. Csupán kisebb arányban támaszkodnak kizárólag a korhatár-besorolásokra.

Ezek az adatok összességében azt mutatják, hogy a szülők többsége tudatos módon vesz részt a gyermek médiahasználatának irányításában, ami egyértelműen a hagyományos, óvó-nevelő szülői attitűdök jelenlétére utal. Az is fontos megállapítás, hogy bár a gyermekek egy része egyedül is használ médiát, a szülők többsége ezzel párhuzamosan figyelmet fordít a tartalmi szűrésre és az időkorlátozásra, így nem hagyják teljesen kontroll nélkül a gyermekek médiafogyasztását.

Második hipotézisünkben azt feltételeztük, hogy a városban és a falvakban élők médiafogyasztási szokásaiban különbség tapasztalható. Ez az állítás részben nyert igazolást, ugyanis csak egy helyen tapasztaltunk szignifikáns eltérést a két település között a gyerekek médiafogyasztását illetően. A Beregszászi Kistérségben a szülők 12%-a jelezte, hogy a gyermeke szokott egyedül tévét nézni, míg a Nagydobronyi kistérségben minden válaszadó tagadta ezt. A különbség statisztikailag is szignifikáns. Ez az eredmény arra enged következtetni, hogy a városiasabb környezetben élő gyermekek esetében gyakoribb az önálló médiahasználat, míg a falusiasabb térségekben a szülők nagyobb arányban felügyelik a gyermekek tévé nézési szokásait. Bár a többi médiafogyasztási tényező tekintetében nem mutatkozott hasonló mértékű szignifikáns eltérés, ez az egy eset is arra utal, hogy a településtípus bizonyos mértékben befolyásolhatja a médiahasználati mintázatokat.

1. táblázat: A tévé nézés és a kistérségek összevetése (%)

		Nagydobronyi kistérség	Beregszászi kistérség	Chi- négyzet	Sig
Tévé nézés	Igen	0	12	11,770	0,001
	Nem	100	88		

*Az aláhúzva szereplő értékeknél az adjusted reziduals abszolút értéke nagyobb, mint kettő.

A harmadik hipotézis azt feltételezte, hogy a fiatalabb szülők könnyebben beengedik a gyerek életébe a médiát, vagyis kevésbé tartják problémásnak, ha gyermekük digitális eszközöket használ, illetve televíziót néz. Az eredmények azonban nem támasztották alá ezt a feltételezést. A válaszadók körében nem rajzolódott ki szignifikáns különbség a szülők kora és a gyermekek médiafogyasztása között, tehát a vizsgált kistérségekben a szülők életkora szignifikánsan nem befolyásolja a gyermek médiahasználatához való hozzáállást. Az egyes

válaszadási arányok a különböző életkori csoportok között nem mutattak szignifikáns különbséget sem az engedélyezett képernyőidő hosszát, sem az önálló médiahasználat engedélyezését tekintve. A médiafogyasztással kapcsolatos szülői kontroll – például az időkorlátok alkalmazása, a tartalmak előzetes megtekintése vagy közös nézés – egyenletesen oszlott meg az életkori csoportok között, így nem állítható, hogy a fiatalabb szülők engedékenyebbek lennének ezen a téren.

Ennek fényében a hipotézis nem igazolódott, és az eredmények inkább azt mutatják, hogy a gyermek médiahasználatával kapcsolatos szülői attitűdök nem elsősorban az életkor, hanem más tényezők – például a végzettség, lakóhelyi környezet vagy személyes értékrend – mentén differenciálódnak. Ez a megállapítás arra hívja fel a figyelmet, hogy a médiahasználattal kapcsolatos szülői döntések sokkal összetettebbek, mintsem pusztán generációs különbségekkel magyarázhatók lennének.

ÖSSZEFOGLALÁS

A szakdolgozat megírásakor különböző szakirodalmakat gyűjtöttem össze, hogy minél szélesebb körű információval szolgáljak az olvasó számára.

A munkám négy fejezetre oszlik. Az első fejezetben a médiatudatosságról és médiaműveltségről lehet olvasni. Ebben a részben bemutatásra került a médiatudatosság a gyerekek mindennapjaiban, kifejtem a médiaműveltség jelentőségét a gyerekek körében és ismertetem a médiafogyasztási szokásokat. A második fejezetben a média gyermekek életében betöltött szerepéről olvashatunk. A második fejezet kifejti a média gyerekekre gyakorolt hatását; ismerteti, hogy a környezet hogyan befolyásolja az óvodáskorú gyermek játékát, majd az óvodáskorú médiahasználatra térek rá. A második fejezet megírása alatt nagyon sok érdekes és hasznos információt tudtam meg, hogy a média milyen hatással is lehet a gyerekek életére.

A harmadik fejezetben olvasható a munkám módszertani háttere és a kutatásom célja. A negyedik fejezetben pedig az eredményeimről lehet olvasni, ahol látható a Nagydobronyi- és Beregszászi Kistérségben végzett kutatásom és annak eredményei. Az első hipotézisre azt a választ kaptuk, hogy a vizsgált térségekben még a szülők viszonylag hagyományos értékrendűek és próbálják a médiafogyasztást minél jobban korlátozni a gyermekük életében.

A második hipotézisem, azaz *A városban és a falvakban élők médiafogyasztási szokásaiban különbség tapasztalható* részben beigazolódott, ugyanis a tévénezési szokásoknál szignifikáns eltéréseket tapasztaltam.

A harmadik hipotézis pedig nem igazolódott be mivel nem volt kiemelkedően konkrét korosztály, akik könnyebben beengedik a médiát a gyerekük életébe. Itt ez teljesen megoszlott és nem korosztálytól függ, az eredmények alapján.

A szakdolgozatom írása során tudásom jelentősen bővült a médiáról és annak a hatásairól. Több ismeretet elsajátítottam, hogy hogyan tudjuk a gyerekeket megvédeni a média teljes befolyása alól, amit majd a jövőben alkalmazni is szeretnék. A média napjainkban az egyre fiatalabb korosztályt célozza meg, hiszen ők a legbefolyásolhatóbb fogyasztók. A mai mesékben előfordulhat, hogy meg van bújtatva valamilyen olyan tartalom, amivel a gyerekeket befolyásolni tudják. Most már sajnos egyre gyakoribb a mesékben megjelenő LMBTQ szereplők, amivel azt akarják a gyerekeknek sugallani, hogy ezek a dolgok teljesen szokványosak. Mindezek olyan mesékben is megjelenhetnek, amit teljesen ártalmatlannak hiszünk. Példának okáért ilyen a gyerekek körében népszerű *Peppa malac* mesesorozat, ahol a közelmúltban felbukkantak ezek a karakterek. A munkámmal azt szeretném bemutatni, hogy ezek vagy hasonló dolgok, hogyan is hatnak a gyerekek életére. Munkámmal szeretném felhívni

a figyelmet arra, hogy mindig kövessük nyomon, hogy a gyermekek mit látnak és mit hallanak a média segítségével.

A szakdolgozatom megírásával, sok új ismerettel gazdagodtam és ezeket az ismereteket tovább szeretném majd adni és hasznosítani óvodapedagógusi munkám során.

РЕЗЮМЕ

Під час написання кваліфікаційної роботи зібрала різноманітні наукові джерела, аби надати читачеві якнайширшу інформацію з обраної теми.

Робота складається з чотирьох розділів. У першому розділі йдеться про медіабізнаність і медіаграмотність. Розглянула, як медіабізнаність проявляється в повсякденному житті дітей, висвітлила значення медіаграмотності серед дітей і проаналізувала звички медіаспоживання. Другий розділ присвячений ролі медіа в житті дітей. У третьому розділі подано методологічну основу моєї роботи та сформульовано мету дослідження. У четвертому розділі викладено результати дослідження, зокрема дані, отримані під час опитування в Великодобронській та Берегівській громадах.

Під час написання кваліфікаційної роботи мої знання про медіа та їхній вплив значно розширилися. Я засвоїла більше інформації про те, як можна захистити дітей від повного впливу медіа, і маю намір використовувати ці знання в майбутньому. Сьогодні медіа дедалі частіше спрямовані на наймолодших, адже саме вони — найвразливіші споживачі. У сучасних мультфільмах скрізь приховано елементи впливу, які здатні маніпулювати дітьми. На жаль, дедалі частіше в дитячих мультиках з'являються персонажі, що представляють ЛГБТК-спільноту, і це намагаються подати дітям як щось цілком звичне.

Метою моєї роботи є показати, як ці явища або схожі впливають на життя дітей. Я прагну привернути увагу до того, що завжди слід відстежувати, що саме бачать ічують діти за допомогою медіа.

HIVATKOZOTT IRODALOM

- Aczél P. (2013). Médiaműveltség. In: Nagy-Király Vivien (szerk.): *Médiatudatosság az oktatásban* (Konferenciakötet), OFI, Budapest, 39–4.
- Anderson, D. R., Lorch, E. P., Field, D. E., Collins, R., Nathan, J. G. (1986), „Television viewing at home: Age trends in visual attention and time with TV”, *Child Development*, 57 4, 1024-33
- Antalóczy T., Pörzsi Zs., Vaskuti G. (2012), Óvodások Távirányítóval – Média- és filmfogyasztás a legifjabb nemzedékek körében. In: *Kultúra és Közösség*, 4 3, 143-153.
- Buckingham, D. (2000): *After the Death of Childhood - growing up in the age of electronic media*, Cambridge: Polity Pres.
- Buckingham, D. (2002): *A gyermekkor halála után*. Helikon, Budapest.
- Buijzen, M., Valkenburg, P. M. (2003), „The unintended effects of television advertising: A parent-child survey”, In: *Communication Research*, 305,483-503
- Büttner, O. B., Florack, A., Serfas, B. G. (2014), „A Dual-Step and Dual-Process Model of Advertising Effects: Implications for Reducing the Negative Impact of Advertising on Children’s Consumption Behaviour”, *Journal of Consumer Policy*, 37 2,161-82.
- Dessewffy T. (2004): *Bevezetés a jelenbe*, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 2004.
- Giddens A. (2000): *Elszabadult világ: Hogyan alakítja át az életünket a globalizáció?*, ford. Gárdos J., Perfekt, Budapest.
- Hodge, B., Tripp, D. (1986): *Children and Television: A Semiotic Approach*, Cambridge: Polity Press. Stanford University Press; Stanford, California
- Hofmeister-Tóth, Á., Malota, E. (2000): „Reklámok a gyerekek és a szülő szemével”, *Marketing & Menedzsment*, 34 2, 33-84.
- Kásler T. T. (2017): *Az óvodáskorú gyermekek televízió nézésének hatása a márkatudatosságukra és a fogyasztói magatartásukra*. Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing & Menedzsment 2017. 4. 39-48.
- Koltay T. (2016). Médiaműveltség, digitális bennszülöttek: a mítoszok vége? In: *Iskolakultúra* 1. 102–109.
- Kósa, Éva-Vajda Zsuzsa (1999): *Szemben a képernyővel*. Eötvös, Budapest
- Kósa, Éva-Vajda, Zsuzsa (2005): *Neveléslélektan*. Osiris, Budapest
- Kökényesi N. (2019). *Médiatudatosságra nevelés az óvodától a felsőoktatásig*. Sárospataki Pedagógiai Füzetek 28.
- Lénárd A. (2015). A digitális kor gyermekei. In: *Gyermeknevelés*, 3 (1), 74–83.

Livingston S. et al. (2014). Situating media literacy in the changing media environment: Critical insights from European research on audiences. Audience transformations: Shifting audience positions in late modernity. Routledge Studies in European Communication Research and Education 1. 210–227.

Lyle, J., Hoffman, H. (1971), “Explorations in Patterns of Television Viewing by Preschool-age Children”, In: Television and social behavior (4), Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office 257-73

Molnár E. (2019): Elektronikus médiahasználat óvodáskorban. In: *Gradus* Vol 6, No 3. 16-21.

Postman, N. (1983), *The disappearance of childhood*, London: W. H. Allen

Ranschburg, Jenő (2006): *Áldás vagy átok*. Sziget, Budapest

Robinson, J. P. – Martin, S. (2009): Of Time and Television. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 625(1), 74-86.

Winn, M. (1990): *Gyermekek gyermekkor nélkül*. Gondolat, Budapest.

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Hungarian College of Higher Education Ferenc Rakoczi II Transcarpathian

Заголовок

Kállai Emilia

Науковий керівник / Експерт

Автор Ілдіко Гребі

підрозділ

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

19.72%

26.29%

КП 1

9.44%

9.44%

КЦ

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

10892

Кількість слів

80796

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв	Б	0
Інтервали	A→	0
Мікропробіли	␣	0
Білі знаки	Б	0
Парафрази (SmartMarks)	a	102

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://gradus.kefo.hu/archive/2019-3/2019_3_ART_003_Molnar.pdf	379 3.48 %
2	https://gradus.kefo.hu/archive/2019-3/2019_3_ART_003_Molnar.pdf	324 2.97 %
3	https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/download/866/736/1463	207 1.90 %
4	https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/6852/1/135_145_K%C3%B6k%C3%A9nyesi.pdf	138 1.27 %
5	https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/6852/1/135_145_K%C3%B6k%C3%A9nyesi.pdf	96 0.88 %

6	https://docplayer.hu/41054233-Ovodasok-taviranyitoval.html	94 0.86 %
7	https://docplayer.hu/41054233-Ovodasok-taviranyitoval.html	86 0.79 %
8	https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/download/866/736/1463	76 0.70 %
9	https://gradus.kefo.hu/archive/2019-3/2019_3_ART_003_Molnar.pdf	71 0.65 %
10	https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/download/866/736/1463	71 0.65 %
з домашньої бази даних (0.11 %)		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	SZÁNTÓ ZSOFIA 5/26/2025 Hungarian College of Higher Education Ferenc Rakoczi II Transcarpathian (Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II)	12 (1) 0.11 %
з програми обміну базами даних (0.00 %)		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
з Інтернету (26.18 %)		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://gradus.kefo.hu/archive/2019-3/2019_3_ART_003_Molnar.pdf	1050 (15) 9.64 %
2	https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/download/866/736/1463	562 (8) 5.16 %
3	https://docplayer.hu/41054233-Ovodasok-taviranyitoval.html	555 (17) 5.10 %
4	https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/6852/1/135_145_K%C3%B6k%C3%A9nyesi.pdf	413 (6) 3.79 %
5	https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/6852/	101 (2) 0.93 %
6	https://emok.hu/hu/tanulmany-kereso/konferenciakotetek/d-499:az-ovodaskoru-gyermekek-mediafogyasztasanak-hatas-a-fogyasztoi-magatartasukra?format=pdf	55 (2) 0.50 %
7	http://lib.pnu.edu.ua/files/Visniki/visnyk-pedagogika-2011-39.pdf	55 (5) 0.50 %
8	https://replika.hu/system/files/archivum/replika_83-05_nagy.pdf	52 (3) 0.48 %
9	https://unicef.hu/wp-content/uploads/2014/11/Az-UNICEF-Magyar-Bizotts%C3%A1g-Gyermekj%C3%B3l%C3%A9ti-jelent%C3%A9se.pdf	8 (1) 0.07 %

Список прийнятих фрагментів

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
	https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/6852/	63 (0.58%)
1	akutatók azt állítják, hogy sem a gyermekek, sem pedig a fiatal felnőttek ne...	63 (0.58%)
	https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/6852/1/135_...	344 (3.16%)
1	technika gyors fejlődésének hatására a hírek is nagy tömegben és könnyen válta...	62 (0.57%)
2	térvesztése. A globalizáció és a tömegmédia együttes hatása a már meglévő nega...	48 (0.44%)

3	A médiaműveltség az a képesség, amely lehetővé teszi, hogy kellő kritikai érzé...	96 (0.88%)
4	A Z generáció és az azt követő alfa generáció tagjai hozzá vannak szokva a gyo...	138 (1.27%)
https://docplayer.hu/41054233-Ovodasok-taviranyi...		184 (1.69%)
1	Amint a legkisebb	86 (0.79%)
2	A médiaszocializáció legfőbb területei a fiatal korosztály esetében: a nemi sz...	42 (0.39%)
3	A gyermekeket és a médiát kapcsolatba hozó korábbi kutatások kedvelt témája a ...	56 (0.51%)
https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article...		124 (1.14%)
1	Egy viszonylag friss hazai kutatás (Antalóczy és tsai 2012), egyik célja az vo...	66 (0.61%)
2	szülői felügyelettel történő használat (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2...	58 (0.53%)