

Havas Katalin

Van újság az oktatásban

A Magyar Lapkiadók Egyesületének olvasásra nevelési programja

Az elmúlt tíz, de különösen az utóbbi néhány évben a kommunikációs technológiák jelentős változáson mentek keresztül. A változások továbbra is nagy sebességgel folytatódnak. A Magyar Lapkiadók Egyesülete (MLE) rendkívül fontosnak tartja, hogy a felnövekvő generációk ezzel a fejlődéssel lépést tartsanak, a szükséges felhasználói ismereteket elsajátítsák.

Szakértői becslés szerint Magyarországon minden negyedik ember funkcionális analfabéta, vagyis hiába tanult meg olvasni, komoly olvasási, szövegértési problémákkal küszködik, például nem tud kiigazodni egy menetrenden. A magyar diákok alig 52 százaléka képes a mindennapi élethez szükséges olvasásértésre – állapította meg a PISA 2000 elnevezésű (Program for International Student Assessment), 32 országra kiterjedő vizsgálat. Németországban az úgynevezett „PISA-sokk” vezetett ahhoz a felismeréshez, hogy nagy baj van. Az OECD kezdeményezésre 32 országban elvégzett PISA 2000 felmérés egyebek mellett azt vizsgálta, milyen a 15 éves gyerekek szövegértési készsége. A listán Németország, messze az átlag alatt teljesítve, a 20. lett, míg Magyarország a 21. helyre szorult. A PISA 2003 felmérés már azt is kimutatta, hogy radikális különbségek vannak a fiatalok olvasási szokásai között attól függően, milyen iskolatípusba járnak. A magyar gimnazisták – az évtizedek óta listavezető finneket hagyva – elsők lettek, a szakközépiskolások a középmezőnyben vannak, míg a szakképző intézmények tanulói (régebben szakmunkástanulók) azokkal együtt, akik nem járnak középiskolába, a sor vége felé kullognak.

A magyar diákok olvasási teljesítményük alapján sereghajtók. A KSH legutóbbi időmérése szerint minden réteg és korosztály körében csökkent az olvasásra fordított idő, a legdrasztikusabban a 15–19 éves fiúknál, akik 1999-ben már csak napi 13 percet olvastak, szemben az 1986-ban mért 39 perccel. A magyar férfiak 1999-ben csaknem háromszor annyi időt töltöttek tévé nézéssel, mint olvasással. A tévé nézésre fordított idő azóta is folyamatosan nő: az AGB Hungary felmérése szerint a négyévesnél idősebb (televíziós háztartásban élő) korosztály már napi négy és fél órát töltött a készülékek előtt, s – bár KSH-időmérleg az ezredforduló óta nem készült – ebből valószínűsíthető, hogy olvasásra még a korábbinál is kevesebb idő jut. A magyar lakosság egyébként a legtöbbet tévénézők közé tartozik Európában. Ilyen körülmények között megnő a jelentősége nemcsak a komoly lapoknak, de az egyébként szívesen lenézett szabadidős magazinoknak, bulvárnapi lapoknak is, hiszen ezeket legalább azok az emberek is kézbe veszik, akik mást szinte egyáltalán nem olvasnak, ezáltal szinten tartva olvasási képességeiket, szövegértésüket.

Gazdasági hatások

Akár legyinthetnénk is, mondván: legyen ez a szociológusok problémája. Csak-hogy olyan folyamatról van szó, amelynek hatását előbb-utóbb mindenki a saját bőrén fogja érezni. Az olvasás olyan általános kulturális technika, amely minden további ismeretszerzésnél kulcsszerepet játszik. Aki jól olvas és jól tanul, abból sikeres munkavállaló lesz, ami elengedhetetlen az ország versenyképességéhez. Az a gyerek, aki olvas, könnyebben tud vitatkozni, és nehezebben hajt végre gondolkodás nélkül egy parancsot, mint nem olvasó társa. Másrészt a közös történet egy közösség legnagyobb összetartó ereje. Ha például arra a szóra, hogy „rendületlenül”, bejön egy kontextus, akkor az ennek a kohéziós erőnek a fennmaradását segíti. Ebből következik egyebek közt a kiszámíthatóság, a bizalom, a közös célok, a normakövető magatartás – ezek pedig a gazdaságnak is közvetlen faktoraik.

Az informatikai fejlődés igen sok áldással jár, de ugyanakkor látni kell veszélyeit is. A számítógépeken, mobil telefonokon keresztül kizárólagos kommunikáció a magyar nyelv elsekélyesedéséhez vezet. A fiatalok nem olvasnak, az SMS-ek nyelvezete, szókinccse óvodás színvonalon mozog. Az általános iskola elvégzése utáni négyéves középiskolai képzés a fiatalok egész életére kihat, jövőjüket meghatározza. A könyvolvasásra szoktatás, a mozgóképi kultúra megkedvelése mellett hasonlóan fontos az újságotolvasás természetes igényének felkeltése. Az újságotolvasásból nyerik azokat az információkat, ismereteket, melyeket más médiumok nem képesek megfelelő színvonalon közvetíteni.

A kutatások szerint az olvasásra nevelést nem lehet elég korán elkezdni. A folyamatban persze a családé a kulcsszerep. De ha nem lehet a családi műveltségre apellálni, akkor legalább az iskolának kellene jobban végezni a dolgát, lehetőleg annak a magyar pedagógiai gyakorlattól egyelőre idegen tételnek az ismeretében, hogy az olvasás tantárgyközi feladat, azaz a fejlesztéséért felelős minden pedagógus.

Európa országaiban, az Amerikai Egyesült Államokban, Ázsia és Afrika számos országában folynak az újságotolvasást megkedveltető, az újságotolvasásra rászoktató programok. Ezen programok eredményei magukért beszélnek. Ezek a technikák akkor sikeresek, ha minél hosszabb ideig tartanak, minél több diák vesz részt bennük, és minél több fajta lappal folynak.

Hazai programok

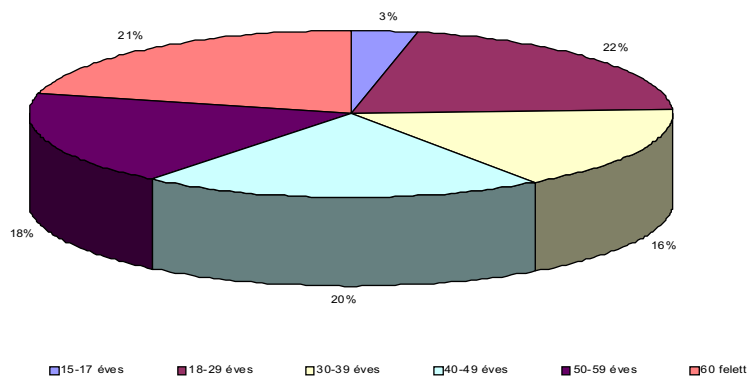
Először a XVIII. század utolsó harmadában kísérleteztek azzal, hogy újságotolvasásra tanítsák az iskolásokat. A kor legkorszerűbb német egyetemén, Göttingenben kapott katedrát Schlözer professzor. A diákjait – köztük a Győrből érkezett Matthias Rathot – arra készítette, hogy fölismerjék a szervezett körülmények közötti újságotolvasás jelentőségét. Például azt a szempontot, hogy a középszintű líceumok hallgatóit azért kell megtanítani az olvasás kultúrájára, hogy „helyesen” értelmezzék az újságban megjelent írásokat. Rát Mátyás 1780-ban alapította meg az első magyar nyelvű újságot, a Magyar Hirmondót, amelyet eme felfogás jegyében szer-

kesztett Pozsonyban. Majd amikor néhány év múlva a győri evangélikus közösség följánlotta neki, hogy legyen a vezetője, föl hagyott a lapszerkesztéssel, és első intézkedése volt, hogy a szülővárosa evangélikus líceumában kötelezővé tette az újságolvasás tanítását. A következő kétszáz évben csak szórványosan kíséreltek Magyarországon az újságolvasás tanításával.

A mai kísérletek nem is a hazai hagyományokból erednek, hanem német közvetítéssel jutottak el hozzánk. Ma Magyarországon nemzetközi összehasonlításban kevés sajtóterméket adnak ki. A lapkiadók különösen fájlják, hogy a 2003/2004-es tanévtől kötelező középiskolai mozgókép- és médiakultúra-oktatásba nem került be az írott sajtó, pedig kutatások bizonyítják, hogy azokból válik rendszeres újságolvasó, akik korai életkorban kezdenek el olvasni.

A fent vázolt tendenciák a több mint százmilliárd forintos éves forgalmat felmutató lapkiadói szakma számára riasztóak. Egy felmérésből például kiderül, hogy a 100 olvasóból évente „kiüregedő” 20 helyébe mindössze 7 új lép. Nem véletlen, hogy a sajtó már közvetlenül az iskolákban próbál kopogtatni.

Napilapok olvasottsága korcsoport szerint



Forrás: Szonda Ipsos – 2006. április

A Pannon Lapok Társasága 2003 őszén négy megyében, öt napilapjával elindította a Sajtó és tanulás, azaz SÉTA médiapedagógiai programot, amelyhez azóta csatlakozott több megyei kiadó is. A SÉTA lényege az, hogy a programban résztvevő iskolákba járó diákok néhány héten keresztül megkapják a megyei lapot, amelyben maguk is publikálhattak, a szerkesztőségeket és nyomdát meglátogatva pedig képet kaphattak arról, hogyan készül egy újság. A SÉTA-projektben eddig 3726 diák, 69 tanár és 44 iskola vett részt. A költsége 2003-ban 16 millió, 2004-ben pedig 8 millió forint volt. A kezdeményezést, amely 2004 óta a szponzoroknak köszönhetően már nullszaldós volt, a PLT finanszírozta. A program kereté-

ben az iskolák ingyen kapják a megyei lapokat, a kiadók és a lapok vezető munkatársai konzultációkat tartanak a tanároknak, a diákok ellátogathatnak a szerkesztőségekbe, s a legjobb írásokat közlik is. Az eddigi tapasztalatok igen kedvezőek, míg a diákok korábban úgy gondolták, hogy a megyei napilapok a szüleiknek szólnak, a program hatására maguk is elkezdték ezeket olvasni.

A Magyar Lapkiadók Egyesülete Hírlapot a diákoknak! (HÍD) néven hasonló programot indított 2005 tavaszán az országos napilapokkal. A SÉTA volt az előképe az Egyesület által indított programnak. A HÍD első fázisában úttörő szerepet vállalt a Népszabadság: az MLE olvasásra nevelési bizottsága által kidolgozott program működtetésének több millió forintos költségét állta. Külön tanulói munkafüzetet és tanári segédanyagot készítettek annak szem előtt tartásával, hogy élményt adó ismereteket nyújtsanak a sajtó történetéről, a műfajelméleti alapismeretekről és a jelenlegi sajtópiaci helyzetről.

A HÍD program célja

Mint már említettük, a 2003/2004-es tanévtől kötelező a Mozgóképek és médiakultúra oktatása a középiskolákban. Az új tantárgyban azonban nem kapott szerepet az írott sajtó. Ezt az űrt hivatott betölteni a HÍD médiapedagógiai program. További cél, hogy a közoktatási szférában megjelenhessen az újság mint oktatási eszköz.

A Lapkiadók Nemzetközi Szövetsége (WAN) is támogatja a „Sajtó az oktatásban” (Newspapers in Education – NIE) típusú programokat, mivel felméréseik szerint azokból válik rendszeres újságolvasó, akik korai életkorban kezdenek el olvasni, és forrásként használni az újságokat. A nyomtatott sajtó oktatási eszközként való bevezetése elősegíti a tanulók olvasási szokásainak kiszélesítését.

A HÍD program célja a sajtóolvasás megismertetése és megszerettetése a középiskolás korosztállyal annak érdekében, hogy az írott sajtó olvasói bázisának csökkenését mérsékeljük, megállítsuk. A program távlati célja a sajtóval és a sajtóolvasással kapcsolatos ismeretek oktatásának a középiskolai tanrendbe való felvetetése. Ezen célok elérése műfajtól és piaci súlytól független kiadói érdek.

Az olvasói tábor növelése nem csak a sajtó érdekeit szolgálja. A korszellem az olvasás ellen dolgozik, pedig éppen ez a korosztály érintett leginkább az olvasás, a szövegértési képességek, az új információk befogadása tekintetében. Az élet-hosszig tartó tanulás egyre sürgetőbb kihívása elkerülhetetlen versenyhelyzetet teremt Magyarországon is. Össztársadalmi érdek tehát a fiatalok kritikus gondolkodási képességének, kreativitásának, ismeretszerzési készségeinek a javítása, aminek egyik legfontosabb eszköze az olvasás és szövegértés. Ebben egyértelmű segítség lehet többek között a rendszeres újságolvasás is. Sőt, aki rátalál az újságolvasás ízére, remélhetőleg könnyebben talál majd utat a könyvek olvasásához is. Aki az olvasásban örömet leli, biztosabb kézzel választ a könyvesboltban. Aki jó könyvet olvas, előbb-utóbb színházba, múzeumba, kiállításra is elmegy. Az olvasás szeretetének elterjesztése hosszabb távon hagyományos kulturális értékeink terjedését erősíti.

A HÍD program felépítése

A programban résztvevő diákok a tananyag részeként sajtótörténeti áttekintést, műfajelméleti alapismereteket kapnak, megismerik a jelenlegi sajtópiaci helyzetet, valamint ellátogatnak egy napilap szerkesztőségébe, ahol a munkatársak a lapkészítés gyakorlati rejtelseibe vezetik be őket.

A HÍD tematikája

- Mire való az újság?
- Mi a szerepe az újságírónak?
- Milyen egy szerkesztőség? – szerkesztőség-látogatás
- Készül a „Diákcsemege”! – saját lap szerkesztése

A HÍD oktatás

Minden program indulása előtt egynapos felkészítő konzultáción vesznek részt a programba bekapcsolódó középiskolák pedagógusai, melyen a Magyar Lapkiadók Egyesületének elnöke, az olvasásra nevelési bizottság egyes tagjai, a projekt koordinátor és az írott sajtóban dolgozó munkatársak tartanak előadásokat, adnak hasznos tanácsokat a program iskolában történő lebonyolításához. A tanárok egyedi pedagógiai céljaiknak megfelelően válogathatnak az újságcsomagokból, és dolgozhatják fel a tananyagot. A program egésze alatt folyamatos koordináló és konzultációs lehetőséget kapnak a résztvevő iskolák tanárai az MLE-től és a szakértői csoporttól. A tanárok munkáját a HÍD oktatási segédlet, míg a diákok tanulását a munkafüzet segíti.

A program keretében minden diák és tanár 8 héten keresztül a Lapker segítségével térítésmentesen megkapja a számukra előre beütemezett napilapokat és magazinokat. A tanulók számára a résztvevő kiadók szerkesztőségeinek közreműködésével elméleti és gyakorlati ismerteket is kínálunk. A diákok lehetőséget kapnak arra, hogy a szerkesztőségben és nyomdáinkban is látogatást tegyenek.

Az MLE a programhoz oktatási segédanyagot és térítésmentesen újságot biztosít. A résztvevő kiadó azt a lapját/lapjait ajánlja fel a HÍD program rendelkezésére, amelyet erre alkalmasnak talál, és ezt a többi kiadói résztvevő is elfogadja a HÍD küldetésének szem előtt tartása alapján. A kiadók hangsúlyosan törekednek a közéleti egyensúly fenntartására a lapok összeválogatásakor. A HÍD program tananyaga (és tanári segédanyaga) természetesen nélkülöz minden elfogultságot, neutrális kiadóra, lapra, közéleti elkötelezettségre nézve, és ingyenes a diákok és a tanárok számára.

Az MLE kidolgoztatta a program önálló arculatát, valamint a honlapját (www.mle.hid.org).

A HÍD arculat



Az MLE kezdeményezése azért is különleges és egyedülálló, mert az összefogás kiadókon és lapokon tülemelkedik, a tagok a tervek kialakításakor leszögezték, hogy a program ideje alatt nem saját példányszám-növelési érdekeiket helyezik előtérbe, és a program etikai kérdése számukra a politikamentesség. A program elsődleges célcsoportját a középiskolás fiatalok alkotják, másodlagos célcsoport a pedagógusok, szülők, véleményformálók tábora.

A távlati cél egy olyan tantárgy kialakítása, amelynek keretében a fiatalok sorban megismerkednek a főbb laptípusok (országos politikai napilapok, megyei napilapok, bulvár napilapok, bulvár hetilapok, női magazinok, stb.) formai és tartalmi sajátosságaival, a szerkesztőségek működésével és a lapkészítés folyamatával. A tantárgy átfogó jellegéből adódóan minden kiadónak érdemes részt vennie a programban.

A HÍD program eddigi tapasztalatai

A fiatalok szeretik, mert

- büszkék, hogy felnőtt lapot olvasnak,
- interaktív, kreatív foglalkozások részesei lehetnek, amely vitára is lehetőséget ad,
- őket érintő, érdeklő mai témákról szól.



A pedagógusok hasznosnak tartják, mert

- csökkenti a rést az iskola „elvonat” világa és a valóság között,
- demisztifikál,
- fejleszti az olvasási és beszédkésztséget, a kritikai gondolkodást,
- hozzásegíti a fiatalokat, hogy felelősségteljes és tájékozott polgárokká váljanak.

Eredmények

Kutatási eredmények a hasonló mozgalmak támogatására egyre többet fordító Nyugat-Európában sincsenek, de a régebben futó akciók tapasztalataiból – és a példányszám-adatokból – lehet következtetéseket levonni. A SÉTA előképének számító német ZEUS programban az 1997-es induláskor még 7,5 ezer fő vett részt, 2004-re ez a szám 48 ezerre nőtt, az idén pedig 52 ezerre számítanak. Számos szponzor is felsorakozott a program mellé. A szórakoztatás és a nevelés összekapcsolásával próbálkozó nyugat-európai olvasásösztönző programok is hatékonynak mutatkoznak. Például a spanyol El País vizsgálata szerint 1972-ben a 15–24 éves korosztály 11,2 százaléka olvasott napilapot, 2000-re pedig 32 százalékra tudták feltornáztatni ezt az arányt.

HÍD Swot elemzés

Erősségek <ul style="list-style-type: none">• Magas támogatottság• Semleges• Szakmai program	Gyengeségek <ul style="list-style-type: none">• Új típusú költségek• Kisebb kiadóknak megerőltető• Humán erőforrás igény
Lehetőségek <ul style="list-style-type: none">• Beépülhet a NAT-ba• Növekvő részvétel• Szponzorok• Párhuzamos programok	Veszélyek <ul style="list-style-type: none">• Elfordulás a betűtől• Tantervi követelmény

Erősségek

Magas támogatottság

A Magyar Lapkiadók Egyesületének koordinálásával működő program mögött a tagságon keresztül ott áll a lapkiadói szakma több mint 90%-a. A program így igen széles bázison, rendkívül színes lapkínálattal tud megvalósulni. Mára egy féléves program keretében több mint húszféle lapból válogathatnak az iskolák.

Semleges

A HÍD program neutrális a lapok szempontjából és a program etikai kérdése a kiadók számára a politikamentesség. Az MLE kezdeményezése azért is különleges és egyedülálló, mert az összefogás kiadókon és lapokon tülemlkedik, a tagok a tervek kialakításakor leszögezték, hogy a program ideje alatt nem saját példányszám-növelési érdekeiket helyezik előtérbe.

Szakmai program

A programban résztvevő diákok a tananyag részeként sajtótörténeti áttekintést, műfajelméleti alapismereteket kapnak, megismerik a jelenlegi sajtópiaci helyzetet, valamint ellátogatnak egy napilap szerkesztőségébe, ahol a munkatársak a lapkészítés gyakorlati rejtelmébe vezetik be a őket. Az MLE a programhoz oktatási segédanyagot és térítésmentesen újságot biztosít. A program nem az egyes kiadók marketing eszköze.

Gyengeségek

Új típusú költségek

A program rendkívül magas kezdeti költségekkel indult. Mára, a résztvevők magas számának köszönhetően az egy főre jutó költségek jelentős mértékben csökkentek, azonban összességében az egyesület számára így is megerőltető a program finanszírozása. Az eddigi költségstruktúrától eltérő költség típusok jelentkeznek, a humán erőforrás igények rendkívül magasak: egy-egy szerkesztőségi

látogatás az amúgy is jelentősen terhelt szerkesztőségek számára érzékelhető többlet terheket jelent.

Kisebb kiadóknak megerőltető

A programban résztvevő kisebb kiadók számára nagy anyagi terhet jelent, hogy 8–10 héten keresztül rendelkezésre bocsátják a lapjaikat.

Humánerőforrás igény

A szerkesztőségek túlterheltnak mondhatóak az átlagos hétköznapiak során, egy-egy szerkesztőségi látogatás jelentős többlet elfoglaltságot jelenthet számukra, amelyet nem tudnak külső erőforrással kiváltani, hiszen az adott kiadóról az ott dolgozók tudnak a legtöbbet elmondani.

Lehetőségek

Beépülhet a NAT-ba

Amennyiben a Nemzeti Alaptanterv részévé válik a tananyag, úgy az oktatási intézmények és a kiadók számára is könnyebbé válik a finanszírozás. Jelenleg az oktatás tanórákon kívüli szakkör formájában zajlik. A pedagógusok számára nagy segítség lenne, ha a módszertan átfogóan beépülhetne a mindennapi oktatásba.

Növekvő részvétel

Két év alatt a résztvevő iskolák száma négyszeresére, a diákok száma tizenkétszeresére nőtt. Jelenleg a programban mintegy 2700 diák vesz részt.

Szponzorok

Az olvasásra nevelési projekt során elsősorban a 14 és 18 év közötti korosztályt lehet közvetlenül elérni. Ennek a korosztálynak az elérése rendkívül fontos lehet bizonyos cégek számára. Emellett egy állami érdekeket szolgáló program támogatása növelheti a támogató cégek népszerűségét.

Párhuzamos programok

A hazai olvasásra nevelési programok között úttörő volt a SÉTA program. Ennek keretében a diákok az adott megyei napilapot kapják meg a képzés ideje alatt. Az Axel Springer tavasszal újtárra indította a Lapot a Diákoknak (LADIK) elnevezésű programot, melynek célcsoportját a kisiskolás diákok alkotják, és elsősorban játékos vetélkedő keretében szólítják meg közönségüket. Az egymással párhuzamosan futó programok között tájékozódnia kell a pedagógusoknak, de mindegyikük a közös célt szolgálja a maga formájában.

Veszélyek

Elfordulás a betűtől

Általános tendencia a betűtől való elfordulás, ezért a program célja az, hogy megismertesse és megszerettesse a középiskolás korosztállyal a rendszeres újságolva-

sás élményét. A kommunikációs eszközök fejlődése, az audiovizuális technikák és az elektronika előretörése rendkívül összetett kérdés: az olvasási szokásokra gyakorolt kétségtelenül negatív hatásaival és az írott dokumentumok jelentőségének csökkenésével számolni kell.

Tantervi követelmény

Az olvasásra nevelési program jelenleg tanórákon kívüli foglalkozások keretében zajlik. Ez megadja a benne résztvevők számára a választás szabadságát. Amennyiben a NAT-ba beépül a program, elképzelhető, hogy „iskolaszagúvá” válik, és kevésbé kelti fel a fiatalok érdeklődését.

Kérdések és feladat a HÍD kommunikációjával kapcsolatban

Cél

A program ismertségének folyamatos bővítése, további iskolák figyelmének felkeltése szükséges, hogy az egész programnak elfogadó környezetet teremtsünk, ami elengedhetetlen a hosszú távú siker elérése szempontjából. Ez egy látványos elemeket is tartalmazó országos kommunikációs kampányt feltételez. További célunk szponzorok megnyerése a program számára.

Célcsoportok

- Véleményvezérek, gazdasági vezetők, politikusok
- iskolák, igazgatók, pedagógusok
- Szülők
- Középiskolások

Rendelkezésre álló keret

A rendelkezésre álló keret 1 millió forint. A kommunikációs stratégia kialakítása-kor figyelembe kell venni, hogy a programban résztvevő lapok reklámfelületeire rendkívül korlátozott mértékben lehet tervezni, hiszen az amúgy is szűkülő hirdetési piacon nehezen engedik a felületeket a program céljaira térítésmentesen felhasználni.



Katalin Havas: New features in education. The programme of developing the reading habit in children by The Association of The Hungarian Newspaper Publishing Houses

Every fourth of the people in Hungary is resurgent illiterate. According to the results of a scientific investigation made in 32 countries, Hungary was placed 21th. Journals has an important role in reading promotion. The aim of the mediaprogramme HÍD (Bridge) is to familiarize and make journalreading popular with students of secondary schools in order not to diminish the number of printed newspaper readers.

Katalin Havas: Es gibt neues in der Bildung.

Jeder vierter Mensch ist funktionaler Analphabet in Ungarn. Nach einer in 32 Ländern durchgeführten Untersuchung nimmt Ungarn den 21. Platz ein. Die Zeitungen spielen eine große Rolle in der Förderung der Leselust. Das Medienprogramm HÍD (Brücke) hat das bekannt machen und lieb gewinnen der Presse Lektüre bei der Mittelschule Altersklasse zum Ziel um den Rückgang der Leserzahl der gedruckten Presse zu verhindern.



A HÍD program megvalósításáról szóló jelentés folyóiratunk internetes változatában olvasható.